



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO**

TEMA:

“HOSTERÍA CON TEMÁTICA CULTURAL ANDINA COMO ALTERNATIVA PARA FORTALECER LA ECONOMÍA LOCAL EN LA COMUNIDAD DE CHIRIHUASI, PARROQUIA LA ESPERANZA, IBARRA, IMBABURA, ECUADOR”

Proyecto de emprendimiento, previo a la obtención del título de
Licenciatura en Turismo

**AUTOR(ES): Gladys Marisol Carlosama Chantera
Joselyn Jasmín Guaján Morales**

DIRECTOR: Msc. Fabio Elton Cruz Góngora

Ibarra, 2022

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado “HOSTERÍA CON TEMÁTICA CULTURAL ANDINA COMO ALTERNATIVA PARA FORTALECER LA ECONOMÍA LOCAL EN LA COMUNIDAD DE CHIRIHUASI, PARROQUIA LA ESPERANZA, IBARRA, IMBABURA, ECUADOR”, ha sido realizado en su totalidad por la Srtas. **CARLOSAMA CHANTERA GLADYS MARISOL Y GUAJÁN MORALES JOSELYN JASMÍN**, portadoras de la cédula de identidad: 100493705-6 y 100388484-6 respectivamente.



MSC. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

C.I. 1002737581

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100493705-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CARLOSAMA CHANTERA GLADYS MARISOL		
DIRECCIÓN:	LA ESPERANZA		
EMAIL:	gmcarlosamac@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2667055	TELÉFONO MÓVIL:	0968541342

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"HOSTERÍA CON TEMÁTICA CULTURAL ANDINA COMO ALTERNATIVA PARA FORTALECER LA ECONOMÍA LOCAL EN LA COMUNIDAD DE CHIRIHUASI, PARROQUIA LA ESPERANZA, IBARRA, IMBABURA, ECUADOR"
AUTOR (ES):	CARLOSAMA CHANTERA GLADYS MARISOL GUAJÁN MORALES JOSELYN JASMÍN
FECHA: DD/MM/AAAA	21/07/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIATURA EN TURISMO
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de julio de 2022

EL AUTOR:

CARLOSAMA CHANTERA GLADYS MARISOL



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100388484-6
APELLIDOS Y NOMBRES:	GUAJÁN MORALES JOSELYN JASMÍN
DIRECCIÓN:	COTACACHI, COMUNIDAD ANRABÍ
EMAIL:	jjguajánm@utn.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	
TELÉFONO MÓVIL:	0959090849

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"HOSTERÍA CON TEMÁTICA CULTURAL ANDINA COMO ALTERNATIVA PARA FORTALECER LA ECONOMÍA LOCAL EN LA COMUNIDAD DE CHIRIHUASI, PARROQUIA LA ESPERANZA, IBARRA, IMBABURA, ECUADOR"
AUTOR (ES):	CARLOSAMA CHANTERA GLADYS MARISOL GUAJÁN MORALES JOSELYN JASMÍN
FECHA: DD/MM/AAAA	21/07/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIATURA EN TURISMO
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de julio de 2022

EL AUTOR:

GUAJÁN MORALES JOSELYN JASMÍN

DEDICATORIA

A Dios por haberme guiado en cada paso que doy y por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi esposo Nelson Ichau, quien cada día me dio su apoyo, y en los momentos más difíciles fue una luz de esperanza para guiar mi camino.

A mis padres José Carlosama y María Chantera, por ser los pilares más importantes en mi vida, por demostrarme siempre su cariño y su apoyo incondicional para alcanzar mi meta.

A toda mi familia por sus consejos que sirvieron de impulso para culminar esta meta.

Gladys Carlosama

DEDICATORIA

Dedico este proyecto primeramente a Dios por permitirme tener vida, salud y poder realizar un sueño que es ser Licenciada en Turismo.

Todo el esfuerzo puesto en este trabajo de grado se lo dedico a mi hija, Keyla Andrade, quien es mi pilar fundamental y mi mayor motivación en alcanzar nuestro más anhelado sueño. Aun a su corta edad, me sigue enseñando muchas cosas y por medio de su cariño y felicidad sé que este esfuerzo es para ti, y por ti atravesare fronteras para brindarte siempre lo mejor.

A mis padres Juan Carlos Guaján y Gladys Morales, por brindarme valores, motivación, apoyo incondicional tanto moral como económico, cariño y sobre todo ser mis guías en cada etapa de mi vida; ahora, uno muy importante.

A mis hermanos Janeth Cevallos y Jean Carlos Guaján, quienes han sido testigos del esfuerzo y dedicación en los estudios y en particular en el desarrollo del proyecto de titulación.

Joselyn Guaján

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por bendecirnos con la vida, por darnos la fuerza necesaria, salud, bienestar, guiarnos por el sendero correcto y ayudarnos a aprender de los errores y no volverlos a cometer.

Agradecimiento particular a la Universidad Técnica del Norte por darnos la oportunidad de formar parte de ella y ser nuestra segunda casa universitaria.

A nuestra tutora técnica y amiga, Msc. Yoarnelys Vasallo por brindarnos paciencia, tiempo, motivación, dedicación en el desarrollo y culminación total del proyecto y en especial por guiarnos a ser mejores personas y profesionales.

Al Msc. Fabio Cruz por su paciencia, transmitirnos su conocimiento, experiencia y orientarnos de una mejor manera para la finalización del proyecto.

Finalmente, a todos nuestros profesores y compañeros, quienes durante estos cinco años formaron parte de nuestro proceso profesional y nos motivaron constantemente en alcanzar nuestros anhelos.

Gladys & Joselyn

ÍNDICE

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	ii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	iii
DEDICATORIA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	xxi
Objetivos	xxiii
General	xxiii
Específicos.....	xxiii
CAPÍTULO I	1
1. Antecedente.....	1
1.1. Diagnóstico	1
1.2. Propuesta de la idea de negocios	2
1.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	4
1.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	5
1.4.1. Análisis de la industria	5
1.5 Riesgos y oportunidades.....	9
1.6 Fundamentos teóricos.....	11
1.6.1 Turismo.....	11
1.6.2 Tipos de Turismo	11
1.6.3 Atractivos turísticos.....	13
1.6.4 Cultura	14
1.6.5 Identidad.....	14
1.6.6 Producto turístico	14
1.6.7 Tipos de servicios	15
1.6.8 Alojamiento turístico.....	16
1.6.9 Tipos de alojamiento turístico	17

1.6.10	Hostería	17
1.6.11	Estudio de mercado	18
1.6.12	Segmentación de mercado	18
1.6.13	Oferta.....	18
1.6.14	Demanda	19
1.6.15	Demanda insatisfecha	19
1.6.16	Marketing	19
1.6.17	Marketing: 4P.....	20
1.6.18	Macro localización	21
1.6.19	Micro localización.....	21
1.6.20	Estudio administrativo.....	22
1.6.21	Estudio técnico.....	22
1.6.22	Impacto Ambiental	22
1.6.23	Análisis financiero	23
1.6.24	Flujo de efectivo.....	23
1.6.25	Ingresos	24
1.6.26	Costo	24
1.6.27	Punto de equilibrio	24
1.6.28	Tasa Interna de Retorno TIR	25
1.6.29	Valor Actual neto VAN	25
1.6.30	Organigrama.....	26
1.6.31	Tipos de Organigramas	26
1.7.	Fundamentación legal.....	26
CAPÍTULO II		31
2.	ESTUDIO DE MERCADO.....	31
2.1	Diseño de la investigación de mercado.....	31
2.1.1	Tipo de investigación	31
	Investigación Documental.....	31
	Investigación de campo	32
2.1.2	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	32
	No probabilístico por conveniencia	32
	Cálculo de la muestra	33

2.1.3 Instrumentos de recolección	34
Encuesta.....	34
Entrevista.....	34
2.1.4 Resultados y discusión	35
2.2 Segmentación de mercado	57
2.3 Análisis de la oferta.....	59
2.4 Proyección de la competencia	60
2.5 Análisis de la demanda	62
2.6 Proyección de la demanda.....	63
2.7 Demanda insatisfecha.....	64
CAPÍTULO III	68
3. ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO.....	68
3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	68
3.1.1 Macro localización	68
3.1.2 Micro localización.....	69
3.2 Identificación y descripción de los procesos	70
3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio	70
3.3 Ingeniería del proyecto.....	105
3.3.1 Distribución de la planta.....	105
3.3.2 Diseño planimétrico de la planta	120
3.3.3 Requerimientos por áreas.....	124
3.4 Inversiones y capital de trabajo.....	132
3.4.1 Obra civil necesaria	132
3.4.3 Capital de trabajo.....	134
3.4.4 Total de inversión.....	143
3.4.5 Plan de financiación.....	144
3.5 Estructura organizativa y administrativa.....	145
3.5.1 Misión	145
3.5.2 Visión	145
3.5.3 Políticas	145
3.5.4 Valores.....	147
3.5.5 Imagen corporativa	148

3.5.6 Organigrama	148
3.5.7 Manual de funciones	149
3.5.8 Flujograma de actividades	165
3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual	168
CAPÍTULO IV	173
4. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING	173
4.1 . Nombre comercial de la empresa	173
4.1.1. Marca	173
4.1.2. Señalética	174
4.1.3. Nombre de las habitaciones	177
4.1.4. Uniforme para el personal.....	178
4.1.5. Servilletas del restaurante	180
4.1.6. Toallas de las habitaciones.....	181
4.1.7. Hojas membretadas.....	181
4.1.8. Menaje del restaurante	181
4.2. Canales de distribución	183
4.2.1 Canal directo.....	183
4.2.2. Canal indirecto.....	184
4.3. Publicidad.....	186
4.3.1. Creación de cuentas en las redes sociales Facebook e Instagram.	186
4.3.2. Artículos de merchandising.....	190
4.4. Ampliación posible de la gama de productos en el futuro.	191
4.5. Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.	192
CAPITULO V	194
5. ESTUDIO AMBIENTAL.....	194
5.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento	194
5.2. Factores Ambientales para interrelacionar en el EIA	203
5.2.1. Factores Ambientales	204
5.3. Definición Método EIA.....	206
5.3.1. Método de Leopold	206

5.3.2. Tipología	206
5.3.3 Valoración de los Impactos Ambientales	207
5.3 Aplicación del método de Leopold y la valoración de los impactos ambientales.....	207
5.4 Severidad	209
5.5. Jerarquización.....	210
5.5.1. Etapa de construcción	211
5.5.2. Etapa de Operación	213
5.6. Plan de manejo ambiental.....	215
CAPITULO VI.....	223
6. ESTUDIO FINANCIERO	223
6.1. Estado de situación inicial.....	223
6.2. Flujo de efectivo	224
6.3. Tabla de amortización	227
6.4. Proyección de ingresos y gastos.....	227
6.4. 1. Costo capital	227
6.4.2. Flujo económico proyectado	228
6.5. Cálculo de la tasa interna de retorno y valor actual neto	228
6.7. Punto de equilibrio	229
CONCLUSIONES.....	232
RECOMENDACIONES	234
Bibliografía	236
Anexos	242

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA de la Hostería.....	10
Tabla 2 Constitución del Ecuador.....	27
Tabla 3 Ley de Turismo.....	28
Tabla 4 Reglamento de alojamiento turístico	29
Tabla 5 Ingreso de turistas en el año 2019.	33
Tabla 6 Entrevista 1 Propietario del establecimiento Chirywasy Home.....	48
Tabla 7 Entrevista 2 Administradora de Hostal Casa Aida.....	50
Tabla 8 Entrevista 3 Administrador de Turismo Comunitario San Clemente....	52
Tabla 9 Entrevista 4 Líder de ventas internacionales de la Hacienda Zuleta ..	54
Tabla 10 Perfil de turista	57
Tabla 11 Oferta Hotelera – competencias.....	59
Tabla 12 Proyección de la competencia.....	60
Tabla 13 Proyección de la oferta de la hostería	61
Tabla 14 Demanda potencial de la hostería.....	62
Tabla 15 Proyección de la demanda de la hostería	63
Tabla 16 Proyección de la demanda insatisfecha	64
Tabla 17 Proyección de la demanda objetiva para la hostería	65
Tabla 18 Macro localización del emprendimiento.....	69
Tabla 19 Micro localización	70
Tabla 20 Servicios y actividades de la Hostería Samay Wasi.....	71
Tabla 21 Habitaciones de la Hostería Samay Wasi	77
Tabla 22 <i>Precio por persona del servicio de alojamiento de la hostería Samay Wasi</i>	81
Tabla 23 Menú tradicional de la hostería Samay Wasi	82
Tabla 24 Bebidas aromáticas.....	96
Tabla 25 Receta estándar Mote con chicharrón.....	99
Tabla 26 Receta estándar Caldo de gallina de campo.....	100
Tabla 27 Receta estándar Almíbar de durazno	101
Tabla 28 Receta estándar Chicha de jora	102
Tabla 29 Tratamientos a emplear en el área de Spa.	103

Tabla 30 Valor y duración de la terapia de los baños de cajón.	104
Tabla 31 Duración y costo del ritual de temazcal	104
Tabla 32 Precio de las actividades a ofrecer en la hostería.	104
Tabla 33 Maquinaria y equipo de área de recepción.....	124
Tabla 34 Maquinaria y equipo de área administrativa	124
Tabla 35 Mobiliario y equipos para el área de restaurante.....	125
Tabla 36 Mobiliario y equipo del área de alojamiento	127
Tabla 37 Maquinaria y equipo del área de lavado y planchado.....	128
Tabla 38 Maquinaria y equipo del área de bodega	129
Tabla 39 Muebles y equipos del área del taller artesanal	130
Tabla 40 Muebles y equipos de las áreas húmedas	130
Tabla 41 Muebles y equipos del área de convivencia	131
Tabla 42 Mobiliario del área de esparcimiento	132
Tabla 43 Letrero de la hostería Samay Wasi	132
Tabla 44 Terreno.....	132
Tabla 45 Distribución y costo de la obra civil de la hostería Samay Wasi.....	133
Tabla 46 Maquinaria y equipos de la hostería	134
Tabla 47 Resumen de materia prima para la hostería Samay Wasi	134
Tabla 48 Mano de Obra Directa e Indirecta	137
Tabla 49 Insumos de aseo personal y artículos de limpieza para la hostería Samay Wasi.....	137
Tabla 50 Suministro de oficina para la hostería Samay Wasi	139
Tabla 51 Servicios básicos para el funcionamiento de la hostería	140
Tabla 52 Gastos de marketing para la hostería.....	141
Tabla 53 Trámites para la constitución de la hostería Samay Wasi	142
Tabla 54 Capital de trabajo	142
Tabla 55 Inversión Total.....	143
Tabla 56 Financiamiento del proyecto.....	144
Tabla 57 Simulador BanEcuador.....	144
Tabla 58 Función del Gerente General	149
Tabla 59 Manual de función del contador	151
Tabla 60 Manual de función del Recepcionista	152

Tabla 61 Manual de función de la Ama de llaves	154
Tabla 62 Manual de función de la Camarera.....	155
Tabla 63 Manual de función del Chef	157
Tabla 64 Manual de función del Cocinero	159
Tabla 65 Manual de función del Ayudante de cocina	161
Tabla 66 Manual de función del Mesero	162
Tabla 67 Manual de función del Masajista	164
Tabla 68 Símbolos del diagrama de flujo	165
Tabla 69 Estrategias de mercadeo para implementar en la Hostería Samay Wasi.....	192
Tabla 70 Actividades del proyecto durante la etapa de construcción y operación	194
Tabla 71 Etapa de Operacion.....	199
Tabla 72 Factores de estudio de impactos ambientales para el funcionamiento de la hostería Samay Wasi	203
Tabla 73 Identificación de impactos ambientales para el funcionamiento de la hostería Samay Wasi.....	204
Tabla 74 Rangos para evaluar la magnitud de los impactos ambientales.....	207
Tabla 75 Rangos para evaluar la importancia de los impactos ambientales..	207
Tabla 76 Aplicación de la escala de valores con el Método Leopold	207
Tabla 77 Determinación de severidad.....	209
Tabla 78 Interpretación de los resultados en escala de colores.....	210
Tabla 79 Jerarquización de impactos ambientales positivos y negativos identificados en la etapa de construcción.	211
Tabla 80 Plan de manejo ambiental	215

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género	35
Figura 2 Nacionalidad	35
Figura 3 Lugar de procedencia.....	36
Figura 4 Edad.....	37
Figura 5 Nivel de instrucción	37
Figura 6 Ocupación	38
Figura 7 Promedio de ingresos	39
Figura 8 Tipo de transporte	39
Figura 9 ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes turísticos?	40
Figura 10 Preferencias	41
Figura 11 Dinero usualmente destina a la realización de actividades turísticas, por persona.....	41
Figura 12 Frecuencia para realizar actividades turísticas	42
Figura 13 Medios por donde se informa de las ofertas turísticas	43
Figura 14 ¿Conoce la parroquia La Esperanza?.....	43
Figura 15 Visitaría una Hostería ubicada en la comunidad de Chirihuasi	44
Figura 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	45
Figura 17 Actividades turísticas que le gustaría realizar	45
Figura 18 Modelo del menú de la hostería Samay Wasi	98
Figura 19 Diseño del área de recepción.....	105
Figura 20 Diseño del área de administración	106
Figura 21 Diseño del área de las habitaciones 1, 2, 3, 4 y 5 denominadas dobles.	106
Figura 22 Diseño de las habitaciones 6,7 denominadas cuádruples.....	107
Figura 23 Diseño de las habitaciones 8 y 9 denominadas quintuples.....	108
Figura 24 Diseño de las habitaciones 10, 11 y 12 denominadas matrimoniales	109
Figura 25 Diseño del área de restaurante.	110
Figura 26 Diseño del área de lavandería.	111
Figura 27 Diseño de las áreas verdes.....	112

Figura 28 Diseño del columpio.....	112
Figura 29 Diseño del columpio para niños.	113
Figura 30 Diseño del área de picnic y parrillada.....	114
Figura 31 Diseño del área de yoga	114
Figura 32 Diseño de los baños de cajón.	115
Figura 33 Diseño de Temazcal.....	116
Figura 34 Diseño del área de spa	117
Figura 35 Diseño del área de parqueadero.....	118
Figura 36 Diseño del área de convivencia.	118
Figura 37 Diseño del taller artesanal.....	119
Figura 38 Diseño del área de los huertos.....	119
Figura 39 Primera planta de las áreas de Administración, Cocina, Restaurante, Recepción, Convivencia.	120
Figura 40	121
<i>Figura 41</i> Plano aéreo de la Hostería Samay Wasi sin cubierta.	122
Figura 42 Plano aéreo de la Hostería Samay Wasi.....	123
Figura 43 Imagen corporativa.....	148
Figura 44 Organigrama	148
Figura 45 Proceso de alojamiento.....	166
Figura 46 Proceso de restauración.	167
Figura 47 Hostería Samay Wasi.....	174
Figura 48 Letrero principal de la hostería	175
Figura 49 Señales de evacuación	176
Figura 50 Señalética de bioseguridad	176
Figura 51 Nombre de las ocho habitaciones de la hostería	177
Figura 52 Uniforme tradicional del personal.....	179
Figura 53 Uniforme diario del personal	179
Figura 54 Uniforme para el chef y mesero	180
Figura 55 Servilletas del restaurante de la hostería	180
Figura 56 Toallas de las habitaciones de la hostería	181
Figura 57 Hojas membretadas	181
Figura 58 Menaje del restaurante.....	182

Figura 59 Canal indirecto corto: Trivago.	184
Figura 60 Canal indirecto corto: KAYAK.	184
Figura 61 Canal indirecto corto: TripAdvisor.	185
Figura 62 Canal indirecto corto: Yura Tours.....	185
Figura 63 Canal indirecto corto: Intipungo.....	185
Figura 64 Canal indirecto corto: Wasipunko Tours.....	185
Figura 65 Página de Facebook del emprendimiento	186
Figura 66 Cuenta oficial de instagram de la hostería Samay Wasi	187
Figura 67 Página web de la hostería Samay Wasi.....	188
Figura 68 Diseño de la tarjeta de presentación de la hostería Samay Wasi ..	189
Figura 69 Diseño de la tarjeta de presentación de la hostería Samay Wasi ..	190
Figura 70 Llavero, libreta, bolígrafos, tarjetas, vasos y mascarillas	191
Figura 71 Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de construcción.....	212
Figura 72 Jerarquización de impactos ambientales positivos y negativos identificados en la etapa de operación.....	213
Figura 73 Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de operación	214
Figura 74 Balance de situación inicial.	223
Figura 75 Flujo del primer año de la hostería Samay Wasi.....	226
Figura 76 Tabla de amortización	227
Figura 77 Costo del capital.....	228
Figura 78 Flujo económico proyectado	228
Figura 79 Cálculo de la tasa interno de retorno y valor actual neto.....	229
Figura 80 Punto de Equilibrio	230
Figura 81 Representación del punto de equilibrio de la hostería Samay Wasi.	231

RESUMEN EJECUTIVO

La implementación de la hostería Samay Wasi con temática cultural andina como alternativa para fortalecer la economía local se encontrará ubicada en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, es una compañía de sociedad anónima. Nace con el fin de aprovechar los recursos naturales y culturales que posee la parroquia; a su vez, existe un limitado servicio de alojamiento y alimentación en la comunidad y por la falta de un lugar cómodo donde alojarse deciden seguir su ruta sin conocer sus alrededores. Por lo cual, se da la intención de implementarlo. En la investigación de mercado, se utilizó dos tipos de investigación: documental y de campo, se empleó técnicas de recolección de datos como: encuestas y entrevistas, los cuales facilitaron la obtención de recopilar información sobre el perfil del posible consumidor y conocer la competencia directa. En el estudio técnico, se determinó la macro y micro localización del establecimiento, la descripción de los productos y servicios a ofrecer, cotización de los requerimientos por áreas y la estructura de la empresa para el correcto funcionamiento. Su misión se basa en ofrecer servicios personalizados en un ambiente acogedor y su visión de ser un punto turístico llamativo a nivel nacional e internacional. A través de estrategias de comercialización y marketing permitirá posicionarse como un emprendimiento innovador. Su característica innovadora se basa en habitaciones con una ambientación que representa la cosmovisión andina, decoradas con objetos que plasman los saberes ancestrales del pueblo kichwa Karanki. Además, se brindará servicios complementarios como: alimentación, spa, temazcal, baños de cajón, entre otros, los cuales tienen como finalidad generar experiencias únicas a los clientes. Tras el análisis del estudio financiero la hostería necesitará una inversión total de \$342.642,00, alcanzando el punto de equilibrio en el cuarto año de funcionamiento, con ingresos de \$249.146,40, por lo que se establece que el proyecto será factible.

Palabras clave: hostería, alojamiento, cultural, cosmovisión, servicios.

ABSTRACT

The Samay Wasi inn implementation with an andean cultural theme as an alternative to strengthen the local economy will find located in Chirihuasi community, La Esperanza parish; it is a public limited company. It was born to take advantage of the natural and cultural resources from the parish; in turn, there is a limited accommodation and food service in the community and due to the lack of a comfortable place to stay, foreign decide to continue their route without knowing their surroundings. Therefore, the intention is given to implement it. In the market research, two types of research used: documentary and field, data collection techniques, applied such as: surveys and interviews, which made it easier to get information on the profile of the potential consumer and learn about the competition direct. In the technical study, this determined the macro and micro place of the establishment, the products description and services offered, a quotation of the requirements by areas and the structure of the company for proper operation. Its mission relates on offering personalized services in a welcoming environment and its vision of being a striking tourist spot on a national and international level. Through commercialization and marketing strategies, it will allow it to put itself as an innovative venture. Its innovative characteristic is referse on rooms with an atmosphere that represents the Andean worldview, they have an ornamentation with objects that sow the ancestral knowledge of the Kichwa Karanki people. In addition, it will give complementary services such as: food, spa, temazcal, drawer baths, among others, which generate unique experiences for customers. After the analysis of the financial study, the inn will need a total investment of \$ 342,642.00, this reaches the equilibrium point in the fourth year of operation, this will have income of \$ 249,146.40, so it establishes that the project will be possible.

Keywords: inn, lodging, cultural, worldview, services.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende conocer la implementación de la hostería con temática cultural andina como alternativa para fortalecer la economía local en la comunidad de Chirihuasi. Además, de conceder el valor agregado en cuanto a las habitaciones decoradas con objetos que representan los saberes ancestrales del pueblo Kichwa Karanki; utilizando productos de la zona, tales como: bordados, cestos de carrizo, tapiz artesanal y la estera a base de totora tipo alfombra.

El proyecto está estructurado en seis capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: se presenta el antecedente del proyecto, el cual está conformado por el diagnóstico, la propuesta y sustentación de la idea de negocio; fundamentación teórica en donde se realiza la recopilación de información con el fin de sustentar el trabajo, y finalmente la fundamentación legal, basado en las normas legales.

Capítulo II: estudio de mercado, se da con el fin de conocer el posible perfil del consumidor al cual va dirigido la idea del negocio; la interpretación de los resultados que se obtiene a través de encuestas y entrevistas; se realiza el análisis de la oferta, la demanda y la proyección de los clientes objetivos que la hostería va a captar.

Capítulo III: el estudio técnico y administrativo, se manifiesta sobre la macro y micro localización, el diseño planimétrico, caracterización del producto y servicio a ofertar. Además, sobre los requerimientos necesarios para el correcto funcionamiento de las áreas; el total de la inversión para poner en marcha la idea del negocio y finalmente la estructura organizativa y administrativa de la empresa.

Capítulo IV, trata sobre la comercialización y marketing, el cual contiene el nombre comercial de la empresa, logotipo, canales de distribución, estrategias de publicidad, ampliación posible de la gama de productos y finalmente las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

Capítulo V, explica acerca del estudio ambiental, en donde se describen las actividades del proyecto, seguido a ello se identifican los impactos ambientales en la etapa de construcción y operación; se utiliza el método de Leopold para la valoración, evaluación y jerarquización de estos, y por último se establecen medidas de mitigación a través del plan de manejo ambiental.

Finalmente, el Capítulo VI, correspondiente al estudio financiero, aborda el análisis del estudio de situación inicial, flujo de efectivo anual, proyección de los ingresos y gastos, cálculo del valor anual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR). La identificación del punto de equilibrio en el cuarto año, supera la inversión inicial, el cual permite determinar que el proyecto es rentable.

Por último, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones en concordancia con los objetivos planteados para el desarrollo de la hostería, seguido de las referencias bibliográficas y anexos.

Objetivos

General

Implementar una hostería con temática cultural andina como alternativa para el fortalecimiento de la economía local en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Específicos

- Diagnosticar la situación actual del sector y las condiciones económicas, políticas, ambientales, socioculturales presentes en la comunidad de Chirihuasi.
- Identificar la oferta, la demanda y el perfil de los clientes potenciales de la hostería mediante un estudio de mercado.
- Ejecutar el estudio técnico y administrativo para verificar la factibilidad de la implementación de la hostería.
- Establecer estrategias de comercialización y canales de posicionamiento para la promoción y publicidad de la hostería.
- Identificar los impactos positivos y negativos que ocasionaría la implementación de la hostería mediante un estudio de impacto ambiental.
- Determinar por medio de un estudio económico - financiero la rentabilidad del proyecto de implementación de la hostería.

CAPÍTULO I

1. Antecedente

1.1. Diagnóstico

La parroquia La Esperanza, es una parroquia rural del Ecuador, perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, fue fundada el 30 de Julio de 1882. Cuenta con una superficie de 34,2 km², la población de acuerdo al último censo del año 2010 es de 7363 habitantes, compuesta por un 49,94% de mujeres y 50,06% de hombres siendo predominante la población indígena con 70,38%. Posee zonas de vida correspondientes a bosque muy húmedo montano, bosque húmedo montano, con temperaturas que oscilan entre 7°C – 12°C, mientras que las precipitaciones varían de 1750 - 1250 mm anuales. (PDOT, 2015)

La parroquia está compuesta por doce comunidades como: La Florida, El Abra, Punguhuayco, Paniquindra, Cashaloma, Chaupilan, Rumipamba Grande, Rumipamba Chico, San Clemente, Cadena, Chirihuasi y San José de Cacho y cuatro barrios como: San Francisco, San Pedro, Santa Marianita y Rumipamba.

La comunidad de Chirihuasi está ubicada en la parroquia La Esperanza, cantón Ibarra, provincia de Imbabura a una altura de 2850 msnm, conformada por 1200 familias. La comuna está limitada al norte con el cantón de Ibarra, al sur con la parroquia de Olmedo y cantón Cayambe, al este con la parroquia de San Pablo y al oeste con la parroquia de Mariano Acosta y el cantón de Pimampiro.

Se dedican a actividades como la agricultura, crianza de animales domésticos, bordados a mano en prendas de vestir y actualmente algunas familias brindan el servicio de turismo. El bordado es una de las principales actividades dentro de la comunidad, que comienza a surgir en 1940. Al comenzar con esta tradición, fueron creando más bordados en diferentes modelos como

paneras, tapetes, servilletas, portavasos, vestidos, camisas entre otras que son de agrado de muchas personas de la zona y para los extranjeros.

La cobertura y el servicio básico que posee son: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, telefonía, conexión a internet. Cuenta con carreteras de tipo empedrado en un buen estado, la cual facilita la llegada a la comunidad. Existen cooperativas de transporte urbano con las cuales se puede llegar con mayor facilidad como es la cooperativa de La Esperanza, también cuenta con las cooperativas de camionetas como “Ñucanchik Ñan” y “Quebrada seca.”

La comunidad cuenta con atractivos turísticos los cuales se pueden visitar, como el volcán Imbabura en la cual se puede realizar senderismo, disfrutar de una hermosa vista rodeado de la naturaleza. La laguna de Cubilche cuenta con una vista panorámica, es posible observar la laguna de San Pablo, el Nudo de Mojanda, el valle de Ibarra, la laguna de Yahuarcocha, el nevado Cayambe y en la parte cercana y baja el valle de Zuleta y al oeste se encuentra el cerro Imbabura.

Una vez realizado y finalizado el diagnóstico, se puede observar que la comunidad de Chirihuasi sería una excelente alternativa en donde se puede implementar una hostería por sus múltiples ventajas de turismo y buen entorno que se acopla a la idea del proyecto.

1.2. Propuesta de la idea de negocios

La idea del emprendimiento nace con el fin de aprovechar los recursos naturales y culturales que cuenta la parroquia La Esperanza y a su vez existe un limitado servicio de alojamiento y alimentación en la comunidad, por lo cual se da la intención de implementar una hostería en la comunidad de Chirihuasi a un precio accesible, con una gran oferta de calidad y servicios personalizados.

La comunidad de Chirihuasi es un lugar estratégico, debido a que cuenta con una riqueza paisajística, flora, fauna, gastronomía, música, danza y artesanías distintivas del sector. Existe una gran afluencia de turistas que visitan el volcán Imbabura, y por la falta de un lugar cómodo donde alojarse deciden seguir su ruta sin conocer sus alrededores. La hostería es un emprendimiento privado, dirigido en brindar un mejor servicio de alojamiento, alimentación y recreación a los turistas locales, nacionales y extranjeros.

Los servicios con los cuales contará la hostería son: el alojamiento, alimentación, actividades pecuarias, siembra y cosecha de productos locales, cabalgatas, senderismo al volcán Imbabura y Cubilche, spa, temazcal, baños de cajón, picnic, yoga, artesanías y ser participe en los eventos culturales y tradicionales de la parroquia.

El turista podrá descansar rodeado de un ambiente natural, el cual contará con 12 habitaciones con una ambientación que representa la cosmovisión andina, decoradas con objetos que plasman los saberes ancestrales del pueblo kichwa Karanki (siembra y cosecha de los productos agrícolas), costumbres y tradiciones (fiestas del inty raymi), vestimenta (colores vivos que representan la naturaleza en los bordados que realizan las comuneras).

Además, los visitantes podrán degustar de la gastronomía de la localidad, elaborada con productos orgánicos de la zona. Se contará con un espacio donde los turistas pueden tener la experiencia de observar o ser partícipe en la elaboración de artesanías como los bordados a mano y la elaboración de canastas a base de carrizo y puedan adquirir el producto como un recuerdo del lugar visitado.

Mediante la creación de un alojamiento se pretende que el turista desarrolle una relación armónica entre la cultura y los espacios del lugar, se sentirá atraído por la magia que posee la cosmovisión de la cultura andina de los habitantes del sector, estableciendo un vínculo emotivo entre el turista y la localidad. Pues, una

distribución funcional de los ambientes permite que se encuentre aliviado, en cada una de las zonas destinadas a su descanso, recreación o alimentación.

Por tal motivo este proyecto tiene como finalidad fortalecer el desarrollo turístico, social, cultural y económico, mediante el trabajo conjunto con la comunidad, revalorizando los saberes ancestrales del pueblo Kichwa Karanki.

1.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

El emprendimiento de la hostería con temática cultural y andina se alinea al servicio de alojamiento y alimentación, es un sitio que abre el espacio a los turistas a relajarse en habitaciones decoradas con objetos que representan los saberes ancestrales como: artesanías de bordados, muebles hechos con materiales de la zona, entre otros. Donde los turistas pueden observar y ser partícipes en la elaboración de artesanías y en las preparaciones de los platos típicos utilizando técnicas ancestrales.

La infraestructura de la hostería tipo rústico está inspirada en plasmar una parte de la cultura de la comunidad y de esta manera revalorizar los saberes ancestrales del pueblo kichwa karanki. Las 12 habitaciones tendrán una temática particular en cuanto a su decoración, selección de colores y figuras, cada una con sus respectivos nombres que estarán escritas en el vocablo Kichwa como son:

Habitación 1: Yaku, (agua)

Habitación 2: Pacha, (tierra)

Habitación 3: Nina, (fuego)

Habitación 4: Wayra, (aire)

Habitación 5: Urku (montaña)

Habitación 6: Yura, (árbol)

Habitación 7: Quinde, (picaflor)

Habitación 8: Sisa, (flor)

Habitación 9: Pacarina (amanecer)

Habitación 10: Killa, (luna)

Habitación 11: Kuychi (arcoíris)

Habitación 12: Inti, (sol)

La asignación de sus nombres se debe a la representación de los cuatro elementos de la tierra como: agua, tierra, fuego y aire; al igual que la naturaleza como montaña, árbol, picaflor y flor; y la magia del amanecer, de la luna, el arcoíris y el sol; el conjunto de estas son la esencia de la Pachamama y es ahí donde surge la idea de que cada habitación cuente con su respectiva temática.

La gastronomía que se ofertará en el restaurante es típica de la zona y con productos orgánicos de buena calidad, cosechados de los huertos realizados por los turistas, al igual se servirá en platillos ancestrales de barro para que la calidad de la comida sea única y nutritiva.

Se realizarán noches culturales en conjunto con los huéspedes, al finalizar su estancia en la hostería en la cual existirá una convivencia directa al compartir con las diversas culturas, en la presentación de danza, música y narración de leyendas, esto se realizará exclusivamente para grupos mayores de 10 personas y dependiendo del clima esto se ejecutará dentro o fuera del establecimiento.

1.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.4.1. Análisis de la industria

- **Situación del macro ambiente**

- **Político legal.**

La actividad turística se encuentra descentralizada y la entidad encargada de la regulación y control de las mismas, tanto de la parroquia y del cantón la realiza el GAD Municipal de Ibarra, entidad que genera políticas y ordenanzas para el desarrollo del turismo local.

- **Socio cultural**

En el aspecto social la implementación de un nuevo proyecto genera nuevas fuentes de empleo contribuyendo de esta manera con la sociedad al mejorar la calidad de vida de la población y dinamizando la economía local.

La comunidad de Chirihuasi se encuentra conformada por alrededor de 1200 habitantes, los cuales se identifican como indígenas, en su gran mayoría. Cuenta con servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado. En cuanto a las facilidades de transportación existen cinco turnos de la cooperativa La Esperanza que llega hasta la comunidad, además pueden movilizarse mediante el uso de camionetas.

- **Económico**

El aspecto económico es de gran importancia al crear negocios debido a la gran inversión que esta representa, en el último año durante el 2020 la economía del país Ecuador se ha visto afectada debido a la emergencia sanitaria generada por el COVID-19.

Según el Banco Central del Ecuador (2020), el Producto Interno Bruto (PIB) decreció en 12,4%, totalizando en 15.790 millones de dólares. El decrecimiento se debe por la formación bruta de capital fijo de 18,5%, disminución de 15,7% de las exportaciones de bienes y servicios; reducción del gasto de consumo final de los hogares de 11,9%; y, contracción de 10,5% en el gasto de consumo final del gobierno general.

Según el Ministerio de Turismo (2020), el ingreso de extranjeros al país cayó en 98% como resultado del cierre de fronteras por la emergencia sanitaria, lo que incidió en una menor demanda de hoteles, restaurantes y servicios relacionados.

- **Tecnológico**

Cada día se desarrollan nuevas tecnologías por lo tanto el sector turístico debe optar por adquirir equipamientos para sus empresas y brindar un servicio de calidad. La tecnología y turismo son un combo perfecto, influye enormemente en la manera en la que viaja: desde qué destino se elige para las vacaciones, hasta lo que se hace cuando se encuentra allí e incluso en la etapa posterior a la aventura.

Según Vidal (2019) “el 74 % de los viajeros de placer planean sus viajes por Internet, mientras que solo el 13% lo hace a través de agencias de viaje”.

La tecnología constituye una herramienta importante y mediante el uso de estos medios se podrá dar a conocer los servicios que presta la hostería a turistas locales, nacionales y extranjeros.

- **Medioambiente**

Actualmente los turistas prefieren lugares en áreas naturales, por lo tanto, el sector turístico debe adecuarse a los pilares de la sostenibilidad, cada emprendimiento debe implementar medidas para el cuidado del medio ambiente, para no causar impactos negativos a los lugares y enseñar a los turistas a poder conservar estos recursos.

Según la Constitución del Ecuador (2008) en el artículo 14 menciona: “reconoce a la población a vivir en un ambiente sano y ecológico equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir” por lo tanto, el Gobierno debe brindar los recursos para la conservación del ambiente y motivar a los ciudadanos a cuidarla.

- **Situación competitiva**

- **Infraestructura**

En la parroquia La Esperanza existen espacios públicos destinados a la recreación tales como áreas verdes, infraestructura de parque, plaza y espacio deportivo.

La accesibilidad y conectividad son infraestructuras muy importantes debido a que conecta con diferentes ciudades y provincias, en este caso “la parroquia tiene 60.68 Km de vías, de las cuales 1.26 Km son adoquinados, 51.77 Km empedrado y 7.65 km lastradas” (PDOT, 2015, pág. 50). Estos datos reflejan que las vías requieren mejorar su capa de rodadura pues están en mal estado, esto provoca que en invierno se vuelven intransitables y los productos de las comunidades se pierdan.

- **Inversiones de la industria**

En los últimos años se realizó la promoción turística y diseño de nuevos productos de turismo comunitario, con la aportación conjunta del GAD Parroquial, GAD Municipal, GAD Provincial, Ministerio de Cultura por un monto de \$20.000,00. Además, se realizó el fortalecimiento de la Empresa Pública Saru Maky con un monto de \$5.500,00.

- **Número de competidores**

Es importante analizar a la competencia debido a que dentro del mercado ecuatoriano se va a encontrar muchas empresas que se dedican a ofertar servicios similares de alojamiento.

Los competidores pueden ser los siguientes:

- **Hostal Casa Aida:** Cuenta con un acogedor restaurante, confortables habitaciones, agua caliente, en un ambiente rústico donde la paz y la tranquilidad de las décadas pasadas todavía perdura.
- **Hostería Quinta San Clemente:** Dispone de restaurante, bar, salón compartido y jardín, ofrece servicio de habitaciones, mostrador de

información turística y Wifi gratuita en todas las instalaciones. La hostería cuenta con piscina cubierta, sauna, karaoke y recepción 24 horas.

- **Chirywasy Home:** Servicio de alojamiento, alimentación, guianza, sauna, bañera de hidromasaje / jacuzzi.
- **Refugio Taita Imbabura:** Ofrece servicio de alojamiento, alimentación, guías para caminatas y comparte su cultura con los visitantes.

Situación del producto

La Hostería Chirywasy está ubicada en el cantón Ibarra, parroquia La Esperanza, comunidad Chirihuasi, a una distancia de 5.1 km del centro. Ofrece servicio de alojamiento, alimentación, guianza, sauna, bañera de hidromasaje/jacuzzi. La tarifa por hospedaje en habitación triple con chimenea es de \$30.00 la noche por persona que incluye, cóctel de bienvenida y desayuno.

Certificaciones de la calidad Q de calidad en turismo de qué se trata

Asegura que la prestación de servicio es garantía de profesionalidad, seguridad y calidad, de esta manera afirma a los turistas la mejor experiencia, como parte de la responsabilidad entre el sector público y privado.

Reconocimiento para que los establecimientos se tornen más atractivos para los turistas; siendo un incentivo para la prestación de servicios turísticos con una atención de calidad. La vigencia de este reconocimiento es de un año y deben registrarse dentro de los programas de Calidad Turística. (MINTUR, 2015)

1.5 Riesgos y oportunidades

Tabla 1*Análisis FODA de la Hostería*

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">● Contar con un terreno para la implementación del negocio● Precio accesible para el público● Ubicación estratégica con vista al volcán Imbabura● Decoración de habitaciones. (cultural)● Experiencias mediante el turismo vivencial● Innovación de actividades	<ul style="list-style-type: none">● Falta de experiencia en el campo laboral.● Producto turístico no conocido● Personal poco calificado
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">● Disponibilidad de acceso de transporte privado● Afluencia de turistas● Declaración a Imbabura como Geoparque Mundial de la UNESCO.● Crecimiento de la demanda● Nuevas tecnologías y canales de difusión● Acercamiento a la comunidad.● Posicionamiento de La Esperanza en el campo turístico	<ul style="list-style-type: none">● Entrada de nuevos competidores con costos más bajos.● Pandemia COVID-19● Crisis económica coronavirus Covid-19● Altos niveles de inseguridad.● Incremento de los impuestos.● Fenómenos naturales.● Posible daño al medio ambiente: congestión.

Nota. En esta tabla se analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

1.6 Fundamentos teóricos

1.6.1 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2008):

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

El reglamento de alojamiento turístico (2016) menciona al turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

En tal sentido el turismo está relacionado con el desplazamiento de las personas fuera de su sitio de residencia frecuente, por motivos de recreación o negocios, además contempla las actividades que realizan durante sus viajes los mismos que están estrechamente relacionados con el consumo de bienes y servicios que logran satisfacer sus necesidades

1.6.2 Tipos de Turismo

Turismo cultural

Según la OMT (2019) define “un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico” (pág.31).

El turismo cultural es cuando la motivación principal del viajero es conocer aspectos culturales que ofrecen un determinado destino turístico, especialmente

interesado en visitar lugares como museos, galerías de arte, yacimientos arqueológicos, centros históricos entre otros.

Turismo rural

De acuerdo a la OMT (2019) define como:

Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (pág.35)

Turismo rural, son actividades que se realizan en un espacio rural donde los turistas conviven e interactúan en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas con la vida rural, pueden conocer las tradiciones, la forma de vida de la gente y sus atractivos.

Ecoturismo

La OMT (2019) menciona que ecoturismo es:

Un tipo de actividad turística basada en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. (pág.33)

El ecoturismo o turismo de naturaleza es una modalidad turística en el que se ofrece la observación del medio natural o áreas naturales sin alterarlo de una forma responsable con el fin de apreciar, disfrutar los atractivos naturales y culturales.

Turismo de aventura

Según la OMT (2019) el turismo de aventura es:

Un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. (pág.37)

Este tipo de turismo son viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas deportivas en entornos naturales como en la tierra, el agua y el aire aprovechando los recursos que ofrece la naturaleza y para esta actividad se requiere condiciones físicas para la práctica de deporte extremos.

Turismo gastronómico

La OMT (2019) expresa al turismo gastronómico como:

Un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (p.45)

El turismo gastronómico hace referencia cuando los turistas planifican sus viajes con el fin de conocer, degustar la gastronomía típica del lugar, además se involucran en la preparación de la comida, visitan los mercados, las tiendas de los productos alimenticios locales y participan en fiestas locales.

1.6.3 Atractivos turísticos

Como expresa Navarro (2015) “son representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos para facilitar la experiencia turística” (p.21).

Componen todas las características de un lugar o sitio que atraen la atención del turista, estos atractivos pueden ser tangibles e intangibles, además forman parte de los recursos turísticos porque es lo que se puede ofrecer al visitante, estos también pueden ser temporales o permanentes.

1.6.4 Cultura

La UNESCO (s/f), define a la cultura como “un conjunto distintivo de una sociedad en el plano espiritual, material y emocional, en el cual comprende el arte, literatura, los estilos de vida, modos de vida, los valores, las tradiciones y creencias”.

Es decir, la cultura es considerada como un conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones, costumbres, vestimentas e idiomas que caracterizan a un pueblo o a una clase social, la cual fue adquirida mediante el paso del tiempo.

1.6.5 Identidad.

Para Cepeda (2018) la identidad “comprende características más relevantes y autóctonas de una región, de un pueblo o de una comunidad” (p.245).

En pocas palabras la identidad son características propias que identifican a una determinada población, en un territorio limitado.

1.6.6 Producto turístico

La OMT (2019) menciona al producto turístico como:

Una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con

elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (p.19)

Es decir, el producto turístico es un conjunto de elementos tangibles e intangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas o es la suma de recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades recreativas que son capaces de atraer grupos de consumidores.

1.6.7 Tipos de servicios

Servicios turísticos

Según Ramírez (como se citó en Antonietti, 2017) señala que:

El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística. (p.1)

En efecto, los servicios turísticos son bienes y servicios ofrecidos por las empresas del mercado turístico, para satisfacer las necesidades de los turistas al organizar el viaje a través de empresas intermediarias como transporte, alojamiento, actividades recreativas, etc.

Servicio de Alojamiento.

Según el Reglamento General a la ley de turismo (2015) un servicio de alojamiento comprende, “El conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje” (p. 11).

Por tal razón un servicio de alojamiento se dedica a brindar un espacio con los requerimientos necesarios para pernoctar, a cambio de un precio estimado.

Servicio de alimentación.

Para el Reglamento General a la ley de turismo (2015):

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (p. 11)

Servicio de guianza.

Son servicios prestados por personas profesionales en turismo que se encuentren autorizadas como guías por el Ministerio de Turismo del Ecuador, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un determinado atractivo. (MITUR, 2015:11)

Por ende, los servidores pueden ser personas de la misma localidad, y dependiendo de la clasificación a la que se acoja el certificado.

1.6.8 Alojamiento turístico

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) sustenta que:

El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría. (p.1)

Por lo tanto, el alojamiento turístico está dirigido para toda persona ya sea natural o jurídica en la cual presta su servicio de hospedaje considerando la clasificación y categoría al cual está regida su empresa.

1.6.9 Tipos de alojamiento turístico

Según el Reglamento de alojamiento turístico (2016) menciona:

En el Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- Hotel H
- Hostal HS
- Hostería HT
- Hacienda Turística HA
- Lodge L
- Resort RS
- Refugio RF
- Campamento Turístico CT
- Casa de Huéspedes CH

En el siguiente listado presenta la clasificación de alojamiento turístico y su respectiva nomenclatura en el cual Hostería se representa con HT.

1.6.10 Hostería

Según el Reglamento de alojamiento turístico (2016) menciona a la hostería como:

Un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo. Presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (pág. 9)

De acuerdo a lo expuesto una hostería es un establecimiento que brinda servicios de alojamiento y alimentación, además que cuenta con todos los

requerimientos en sus instalaciones para garantizar una estadía placentera a los clientes.

1.6.11 Estudio de mercado

Para Kotler, Bloom y Hayes (como se citó en Huerta, 2016) el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (párr. 2).

El estudio de mercado es una herramienta que permite a los establecimientos obtener datos los cuales serán analizados posteriormente mediante herramientas estadísticas y así, conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio.

1.6.12 Segmentación de mercado

Ciribelli y Miquelito (2015), mencionan que “es identificar comportamientos similares entre personas en un determinado mercado, tratando de formar un grupo (o grupos) con características similares” (pág.35).

La segmentación divide al mercado en grupos con ciertas características y necesidades en común para que, a partir de esa etapa la empresa pueda identificar un nicho de mercado en el que actuará.

1.6.13 Oferta

Manzano (citado en Fisher y Espejo, 2015) afirma que “son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (p.1).

En si la oferta representa, al grupo de personas que producen y comercializan bienes o servicios a un determinado precio, los cuales ofrecen a un determinado sitio o mercado.

1.6.14 Demanda

Según Kotler & Keller (2012) expresa “las demandas son deseos de un producto específico respaldadas por la capacidad de pago” (p.34)

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que la población requiere para cubrir sus necesidades, es decir adquirir lo suficiente, con gustos definidos para de esta manera satisfacer dichas necesidades.

1.6.15 Demanda insatisfecha

Según Jerry (2013) menciona a la demanda insatisfecha como:

A la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma o demande en los siguientes años y no exista suficiente oferta que satisfaga esta necesidad o simplemente la oferta de dicho producto no cumpla con la calidad de satisfacer al demandante.

En pocas palabras la demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta por el mercado o simplemente cuando la demanda es mayor que la oferta ofrecida.

1.6.16 Marketing

Braidot (1996) citado en Martinez (2016) expresa que “el marketing es una filosofía, una forma de pensar y actuar cuyo objetivo fundamental es relacionar dinámicamente las empresas, entidades, personas o gobiernos con sus respectivos mercados, clientes o destinatarios de sus actividades” (p.45)

El marketing es un proceso que permite medir, identificar las necesidades o deseos de los consumidores o clientes y encontrar que puede producir la empresa para satisfacerlas.

1.6.17 Marketing: 4P

Producto

Según Marchal (2016) menciona que “es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, satisfaciendo las necesidades del consumidor” (párr. 7).

El producto puede ser tangible e intangible, y se construye para satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas.

Precio

Guerrero, Hernández y Díaz (2012) citado Feijoo, Guerrero y García (2017) expresa que “es el valor monetario por el cual, quien ofrece un producto o servicio está dispuesto a participar en un proceso de intercambio” (p. 56).

El precio es el valor monetario que un cliente está dispuesto a pagar por la compra de un producto o servicio, además se encuentra incluido los gastos, costos y ganancia.

Plaza

Según Velásquez (2015) afirma que “son medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen” (párr. 2).

Es decir, la plaza es el lugar físico donde se ofrecen los productos o el servicio, además son conocidos como canales de distribución.

Promoción

Según Fernández (2015) menciona que “la promoción será toda comunicación de carácter persuasivo dirigida a un público o segmentos y que tiene como fin incentivar a corto, medio o largo plazo el uso de los servicios de información” (p. 70).

Es uno de los instrumentos fundamentales que utilizan las compañías para transmitir las cualidades de sus productos y así persuadir a su público objetivo para que lo adquieran.

1.6.18 Macro localización

Chain (2004) citado en Corrillo y Gutierrez (2016) afirman que “consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, según el área de estudio” (p.29).

En tal sentido, la macro localización es la localización general de un proyecto, para conocer exactamente en donde se va a encontrar el proyecto.

1.6. 19 Micro localización

Jerouchalmi (2003) citado en Corrillo y Gutierrez (2016) mencionan que “es la determinación de un área específica donde se construirá la empresa dentro de la región, en la cual se distribuirá las instalaciones a implementarse” (p.29).

La micro localización es un proceso que se realiza para elegir la zona específica donde se va a elaborar el proyecto.

1.6.20 Estudio administrativo

Decaro (2015), manifiesta que “es la forma en que se asigna y dispone el trabajo del personal de la empresa, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma” (p.31).

Es muy esencial para cumplir los objetivos de la empresa, la buena administración asigna las actividades a sus empleados y mediante el desempeño de cada uno de ellos logra el éxito.

1.6.21 Estudio técnico

Alajo & Jiménez (2015), mencionan que:

Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (pág.13)

En este punto contempla aspectos técnicos para el uso eficiente de los recursos en la implementación de un producto o proceso, por lo cual requiere un análisis de una información detallada para su respectivo funcionamiento.

1.6.22 Impacto Ambiental

Según la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2018), “modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza” (párr.1).

De acuerdo a Zita (2018), manifiesta como “los efectos sobre el ecosistema causados por los seres humanos al modificar el medio ambiente”.

Los autores concuerdan que el impacto ambiental son los efectos o acciones causados en el medio ambiente por la actividad humana o por la naturaleza, la cual puede ser positiva o negativa.

1.6.23 Análisis financiero

En un artículo sobre el análisis financiero, señala que:

Es el estudio e interpretación de la información contable de una empresa u organización, en la cual consiste en una serie de técnicas y procedimientos (como estudios de ratios financieros, indicadores y otros) que permiten analizar la información contable de la empresa para obtener una visión objetiva acerca de su situación actual y cómo se espera que esta evolucione en el futuro. (Roldán, 2017, párr. 2)

La gran capacidad que tiene la parte financiera para el desarrollo y operación activa de las mismas, la importancia para que la empresa sea viable en el transcurso del tiempo.

1.6.24 Flujo de efectivo

Según Marco (2017) manifiesta que:

Los flujos de efectivo serán las entradas y salidas de efectivo en las cuentas de efectivo y otros activos líquidos equivalentes. Se considera efectivo a la tesorería depositada en la caja de entidades y a los depósitos bancarios a la vista. (párr.4)

La información contenida en el estado de flujos expresa todos los cobros y pagos realizados por la empresa en ese año. Se intenta dar una amplia información sobre el origen del efectivo (cobros) y el uso de ese efectivo (pagos) durante el ejercicio prolongado.

1.6.25 Ingresos

Según Yirda (2020) expresa que:

Los ingresos son los patrimonios que entran en poder de una persona o de una entidad, referida en el caso específico de la economía son todas las entradas financieras que recibe una persona. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva. (párr.2)

En sí, es una remuneración que se obtiene por realizar una actividad, en ocasiones en forma de dinero, pueden ser por una venta de un producto o servicio, intereses bancarios, préstamos o cualquier otra fuente.

1.6.26 Costo

Según Pérez (2020), expresa como:

Una variable del sector económico que representa la totalidad del gasto económico de una producción, se realiza en la estadística de las empresas, puesto que luego de realizada esta, se establece cuál será el precio del producto manufacturado que saldrá a la venta al público, es decir, representa la inversión que se hace para la producción. (párr. 1)

El costo comprende el valor de los materiales de un producto, el pago de mano de obra, maquinaria y herramientas para la fabricación, al igual como la producción, reservas y viajes, en sí, la función principal es observar si es rentable la ejecución del plan en torno a la empresa.

1.6.27 Punto de equilibrio

Según Cornejo (2017) menciona que “El punto de equilibrio es el volumen de ventas en el que los ingresos totales equivalen a los costos totales, lo que da como resultado una utilidad de cero, es decir, las ventas mínimas necesarias para evitar la pérdida” (párr. 1).

Es importante para toda empresa porque permite evaluar su rentabilidad, de esta manera se puede observar cuánto se necesita vender para empezar a generar lucro, en sí, es cuando los ingresos cubren los gastos fijos y variables, logrando vender lo mismo que se invierte, por lo tanto, no se gana ni se pierde.

1.6.28 Tasa Interna de Retorno TIR

Restrepo (2019) menciona que la TIR “es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión” (párr. 2).

La Tasa Interna de Retorno ayuda a medir la rentabilidad del proyecto y comparar las inversiones si son o no convenientes.

1.6.29 Valor Actual neto VAN

Según Barrachina (2013) menciona al valor actual neto como:

Un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. (párr. 1)

Muñoz (s/f) expresa como “un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia” (p.1)

El VAN es un indicador financiero que nos permite conocer los flujos de ingreso y egresos de un proyecto a futuro para determinar si este es factible o no

1.6.30 Organigrama

De acuerdo a Thompson (2017), “son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja, en forma jerárquica la posición de las áreas que integran las líneas de autoridad y de asesoría” (párr. 1).

Por consiguiente, los organigramas son muy importantes para todo tipo de empresas sin importar su tamaño, en la cual detalla de manera clara los niveles jerárquicos con los que cuenta y tener una mayor información sobre la empresa.

1.6.31 Tipos de Organigramas

Según Thompson (2017) manifiesta la siguiente clasificación de organigramas:

- Por su naturaleza: micro-administrativos, macro-administrativos y meso-administrativos:
- Por su finalidad: informativo, analítico, formal e informal.
- Por su ámbito: generales y específicos.
- Por su contenido: integrales, funcionales, de puestos, plazas y unidades.
- Por su presentación o disposición gráfica: verticales, horizontales, mixtos, de bloque, circulares. (párr. 4)

En sí, ayuda a proyectar la estructura de la empresa, desde el inicio de la puesta en marcha y dependiendo a ello se estima el crecimiento a futuro, además define exactamente cuál es la posición que debe de desempeñar cada uno de los miembros del equipo de trabajo.

1.7. Fundamentación legal

El marco legal permite regular, controlar bajo diferentes normas con el fin de aprovechar de forma responsable los recursos naturales y culturales que cuenta el país. Por ello es importante mencionar bajo qué normas legales se ampara el proyecto para su implementación.

Tabla 2

Constitución del Ecuador

Constitución	
Art. 25	Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.
	La hostería está alineada en ofrecer servicio de alojamiento en habitaciones decoradas con objetos que representa el saber ancestral.
Art. 66.	Se reconoce y garantizará a las personas: 2. 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.
	El establecimiento va a ofrecer servicio de alimentación con productos orgánicos de la zona al igual que un espacio para el descanso y ocio.
Art. 66.	15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
	Tiene relación con el emprendimiento en cuanto a que se va a desarrollar actividades económicas de manera colectiva bajo los principios de responsabilidad social, ambiental y solidaridad.
Art 83	Son deberes y responsabilidades de los ecuatorianos: Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
	El emprendimiento se dio con el fin de aprovechar los recursos naturales y culturales de la parroquia de una forma responsable.

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.

La constitución mediante el artículo garantiza que las personas disfruten su tiempo libre al igual que el descanso y desarrollo de la personalidad en la comunidad de Chirihuasi, siempre y cuando se cumpla con lo establecido.

Nota. Constitución de la República del Ecuador, 2008.

Tabla 3

Ley de Turismo

Ley de Turismo

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

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.

El establecimiento para el desarrollo turístico, va cumplir con lo propuesta en ley protegiendo los recursos culturales y naturales, fomentando el turismo local.

Art.5 Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento

Esta ley respalda el emprendimiento para la implementación de una hostería, como principal servicio es el alojamiento mismo que se desarrolla de manera privada con fines de lucro.

Nota. Ley de Turismo, 2015

Tabla 4

Reglamento de alojamiento turístico

Reglamento de alojamiento turístico

Art. 3. Definición de las actividades de turismo:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

Este artículo ayuda a conocer que el alojamiento es considerado como un servicio turístico, y se relaciona a nuestro emprendimiento debido a que el principal servicio es alojamiento.

<p>Art.12 Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Hotel H b) Hostal HS c) Hostería HT d) Hacienda Turística HA e) Lodge L f) Resort RS g) Refugio RF h) Campamento Turístico CT i) Casa de Huéspedes CH 	<p>Determinar el tipo de alojamiento al que está más alineado el emprendimiento, tras eso brindar experiencias y satisfacer las necesidades de los clientes.</p>
--	--

<p>Art.13 Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico. Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos</p> <p>Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas</p>	<p>Conocer los requisitos que debe cumplir el establecimiento para ser considerado como una Hostería y los servicios que debe ofrecer a los turistas.</p>
--	---

Nota. Reglamento de alojamiento turístico, 2016

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercados es una técnica que permite recopilar datos para, después, interpretarlos y emplearlos para la toma de decisiones de la empresa y, en definitiva, satisfacer con éxito las necesidades de los consumidores. Se trata de detectar las necesidades de los consumidores para, de esta manera, diseñar estrategias enfocadas en ellos. (Nuño, 2017)

El estudio de mercado permitirá recopilar y analizar los datos necesarios sobre los clientes, los competidores, el precio, la oferta, la demanda y el mercado, con el objetivo de determinar si los servicios que se ofertarán en la hostería serán o no de aceptación, identificando de esta manera el nivel de aceptación del servicio y la factibilidad de la implementación del proyecto.

De la misma manera, se formulan encuestas para conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes, y entrevistas con la finalidad de conocer los servicios que oferta la competencia, es importante citar que la presente investigación se desarrolló dentro del año 2020, en el cual el país se encuentra afectada por la emergencia sanitaria internacional COVID-19.

2.1 Diseño de la investigación de mercado

2.1.1 Tipo de investigación

Investigación Documental

Según Tomala (2016) la investigación documental “es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc”.

Por lo tanto, el uso de libros y bibliografías ayudó de una manera significativa a la realización del primer capítulo del marco teórico; en cuanto a las definiciones y explicaciones de puntos necesarios del proyecto para un mejor entendimiento y desarrollo de su estructura.

Investigación de campo

Según Tomala (2016) menciona a la investigación de campo que “se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones”.

Es investigación de campo debido a que se realiza cuatro entrevistas a los propietarios de los establecimientos turísticos ubicados en los alrededores de la parroquia La Esperanza, los cuales son competidores directos, para conocer la situación actual de la competencia y así mismo se aplica una encuesta online con la finalidad de determinar el nivel de aceptación que tendrá la hostería.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

No probabilístico por conveniencia

Para determinar el número de personas a quienes se realizarán las encuestas de investigación, se aplicó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, a consecuencia de la falta de información oficial de ingreso de los turistas a la parroquia La Esperanza; este método se da con la ayuda proporcionada por tres emprendedores turísticos y a partir de la referencia obtenida se conoce que el arribo de turistas durante el año 2019 es de un total de 1.194.

Este resultado se obtiene mediante la suma de los ingresos de turistas que llegan a los tres establecimientos, una vez que se obtuvo el universo considerable, se realizó el cálculo de la muestra en base a la fórmula establecida.

Tabla 5

Ingreso de turistas en el año 2019.

Hostal Casa Aida	350
Tradiciones San clemente	784
Refugio Taita Imbabura	60

Nota. Número de ingreso de turistas en los 3 establecimientos mencionados en el año 2019, elaborado por las autoras, 2021.

Cálculo de la muestra

Para determinar el cálculo de la muestra se realizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \times (E / K)^2 + PQ}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0,25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica para muestras grandes > 30

E = Margen de error estadísticamente aceptable

0.02 = 2% (mínimo)

0.30 = 30% (máximo)

0.05= 5% (recomendado en educación)

K = Nivel de confianza = 2

n=291

El tamaño de la muestra es de 291.

2.1.3 Instrumentos de recolección

Encuesta

De acuerdo a Bernal (2018), “es un instrumento de la investigación que consiste en tener información de las personas encuestadas mediante cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.

Se realizará encuestas estructuradas con 17 preguntas de tipo opción múltiple y cerrada, con la finalidad de recopilar información sobre el perfil del posible consumidor de diferentes segmentos e identificar la aceptación de la propuesta de implementación de una hostería con temática cultural-andina para fortalecer la economía local en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, Ibarra, Imbabura, Ecuador.

La información recolectada permitirá determinar el nivel de aceptación que tendrá la hostería, los gustos, preferencias, el valor que están dispuestos a pagar.

Entrevista

Según Troncoso & Amaya (2016) señala que la entrevistas “es una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador” (pág.330).

La entrevista está vinculada en conocer datos relevantes de la competencia constituida en 10 preguntas abiertas, dirigida a los propietarios de los alojamientos turísticos; Casa Aida, Tradiciones San Clemente, Hacienda Zuleta y Chiriwasy Home, que son los competidores directos, con la finalidad de conocer la situación actual de los establecimientos.

2.1.4 Resultados y discusión

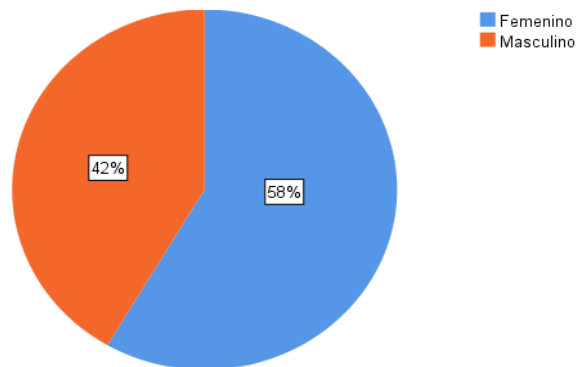
Se ha levantado la información de los datos recopilados a los visitantes que ingresaron a la parroquia La Esperanza, con la finalidad de determinar el nivel de aceptación que tendrá la hostería, los gustos, preferencias, el valor que están dispuestos a pagar.

La información obtenida se muestra a continuación la misma que ha sido tabulada, analizada y representada gráficamente.

Pregunta 1. Género

Figura 1

Género



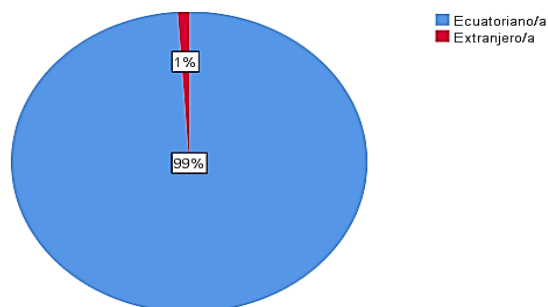
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

Existe un alto porcentaje de mujeres encuestadas en relación con la del sexo masculino, probablemente se da a que el producto estrella es la confección del bordado en la parroquia La Esperanza el cual está posesionado en el mercado turístico regional, por lo tanto, es más atractivo e interesante para las mujeres.

Pregunta 2. Nacionalidad

Figura 2

Nacionalidad



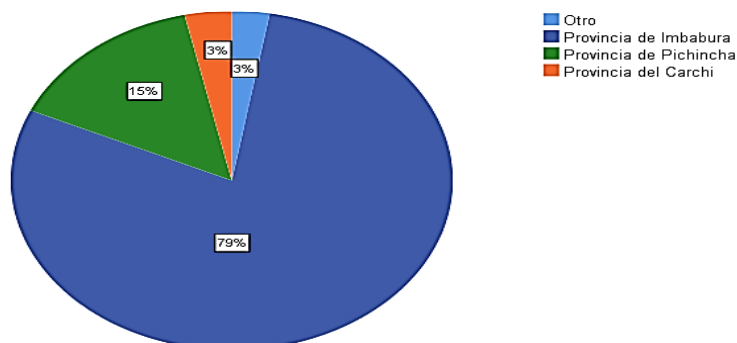
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

Es evidente que la mayoría de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana procedentes de las diversas provincias, con un porcentaje mínimo, pero no menos importante son los extranjeros. Probablemente por lo que el producto turístico o destino turístico se encuentra posicionado en el mercado nacional siendo estos potenciales visitantes para el emprendimiento propuesto.

Pregunta 3. Lugar de procedencia

Figura 3

Lugar de procedencia



Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

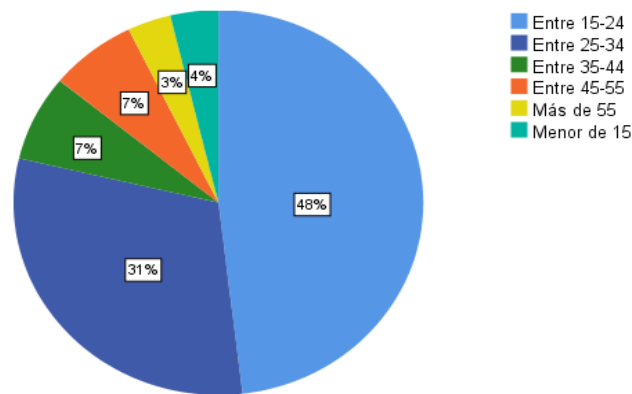
Se observa que más de la mitad son de la provincia de Imbabura, esto se da debido a que la parroquia de La Esperanza se encuentra dentro de la misma, y

la otra mitad provienen de Pichincha por la atracción de la artesanía y lugares turísticos que existe en la localidad.

Pregunta 4. Edad

Figura 4

Edad



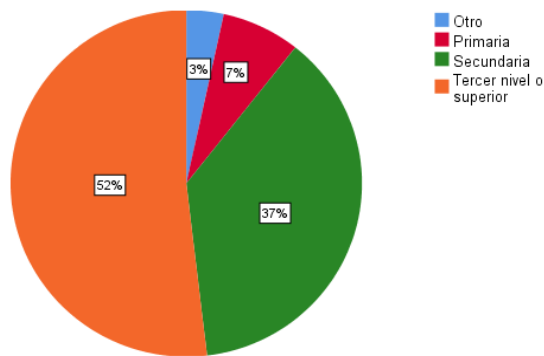
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

Los rangos de edades que oscilan entre 15 a más de 45 años, son los principales segmentos de mercado que disfrutan de actividades al aire libre, tiene una buena capacidad física y la atracción por experimentar nuevas aventuras turísticas, pero al igual no se debe descartar los otros segmentos que podrían tener interés.

Pregunta 5. Nivel de instrucción

Figura 5

Nivel de instrucción



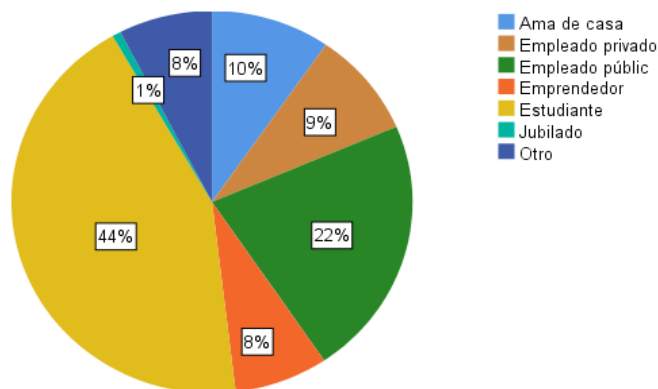
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

La mayoría de los encuestados tienen instrucción de tercer nivel, lo que significa que están cursando la universidad o ya tienen un título superior que lo está ejerciendo, lo cual demuestran ser una buena oportunidad de mercado, debido a que pueden generar sus propios ingresos económicos. Seguido también de un porcentaje alto que corresponde a las personas que cuentan con estudios de secundaria.

Pregunta 6. Ocupación

Figura 6

Ocupación



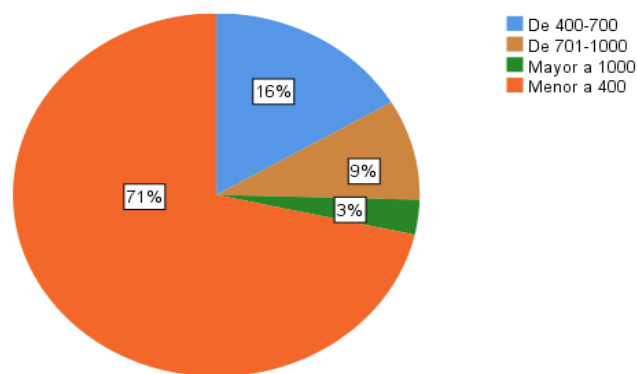
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

Se evidencia que la mayoría de encuestados son estudiantes que están cursando una carrera universitaria o secundaria. Seguido de empleados públicos que se encuentran trabajando y por lo cual generan sus propios ingresos.

Pregunta 7. Promedio de ingresos

Figura 7

Promedio de ingresos



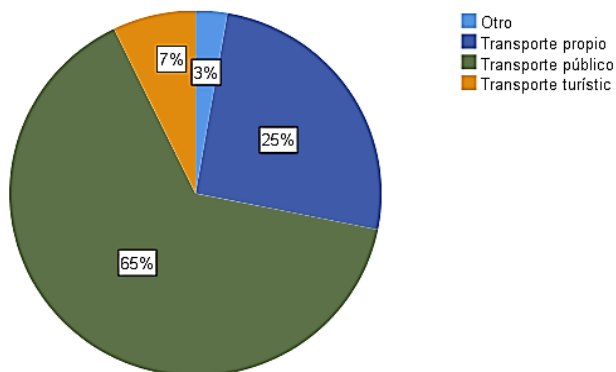
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

El emprendimiento debe contar con tarifas adecuadas tomando en cuenta la capacidad de gasto del turista, a fin de que todos puedan adquirir los servicios propuestos por la hostería, debido a que el promedio de ingresos mensuales es hasta los \$700.

Pregunta 8. ¿Qué tipo de transporte utiliza cuando realiza actividad turística?

Figura 8

Tipo de transporte



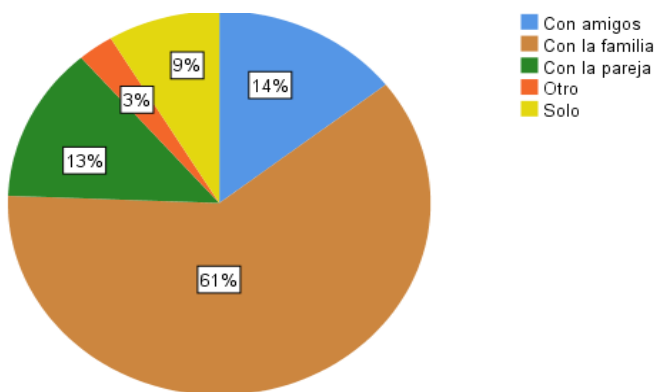
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

El transporte público es más utilizado por los turistas encuestados para realizar sus actividades, debido a que sus ingresos mensuales son hasta los \$700, posiblemente para economizar costos realizando viajes en grupos o simplemente por experimentar las nuevas formas de llegar a su destino.

Pregunta 9. ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes turísticos?

Figura 9

¿Con quién realiza habitualmente sus viajes turísticos?



Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

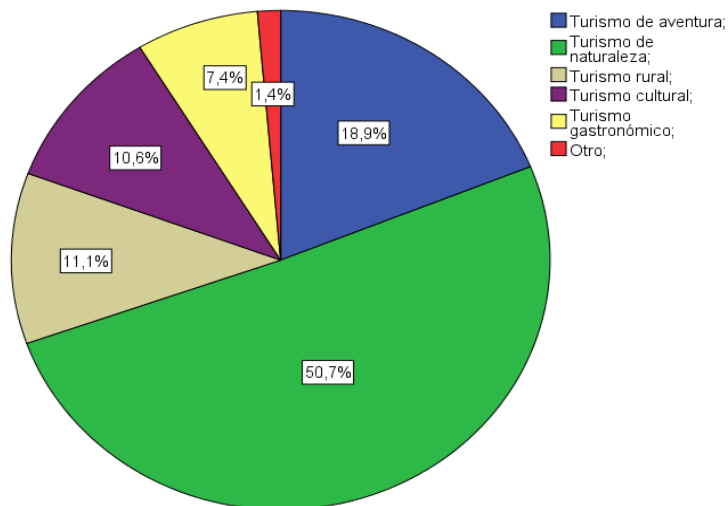
La mayor parte de los encuestados realizan habitualmente sus viajes en familia, seguido de un menor porcentaje que lo hace con amigos y pareja, esto se da por economizar costos y obtener algún descuento. Esta información

permite determinar que la hostería debe crear un ambiente agradable de manera que los visitantes disfruten del lugar.

Pregunta 10. Al momento de elegir el lugar turístico a visitar ¿qué es lo que usted prefiere?

Figura 10

Preferencias



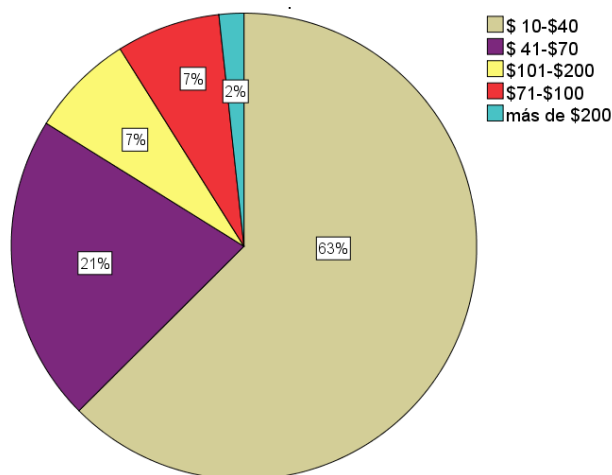
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

La mayor parte en el momento de elegir el lugar turístico a visitar prefieren el turismo de naturaleza, aventura, cultural y rural, esto se da porque los turistas buscan lo que es un descanso, estar en contacto con la naturaleza, convivir en las actividades diarias y generar nuevas experiencias.

Pregunta 11. ¿Cuánto dinero usualmente destina a la realización de actividades turísticas, por persona?

Figura 11

Dinero usualmente destina a la realización de actividades turísticas, por persona



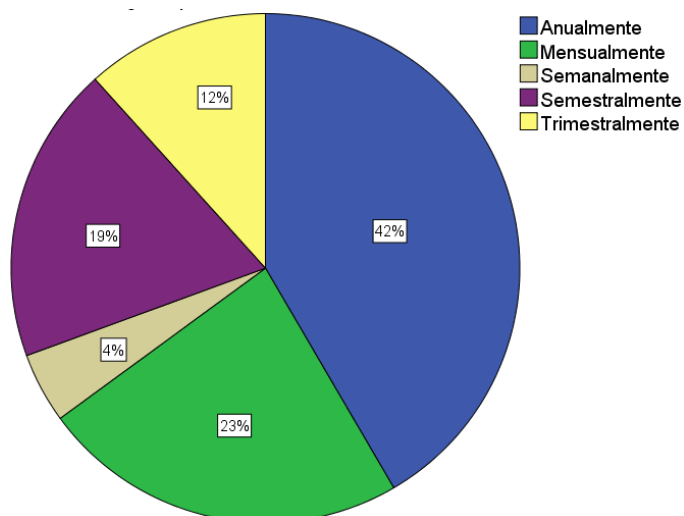
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

La mayor parte de los visitantes destinan entre \$10 a \$70 en la realización de actividades turísticas por persona, probablemente esto se da porque sus ingresos mensuales son hasta \$ 700, por lo cual la hostería debe proporcionar un buen servicio y sus actividades complementarias ayudará a que el cliente se sienta satisfecho por el pago que realiza.

Pregunta 12. ¿Con qué frecuencia usted realiza actividades turísticas?

Figura 12

Frecuencia para realizar actividades turísticas



Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

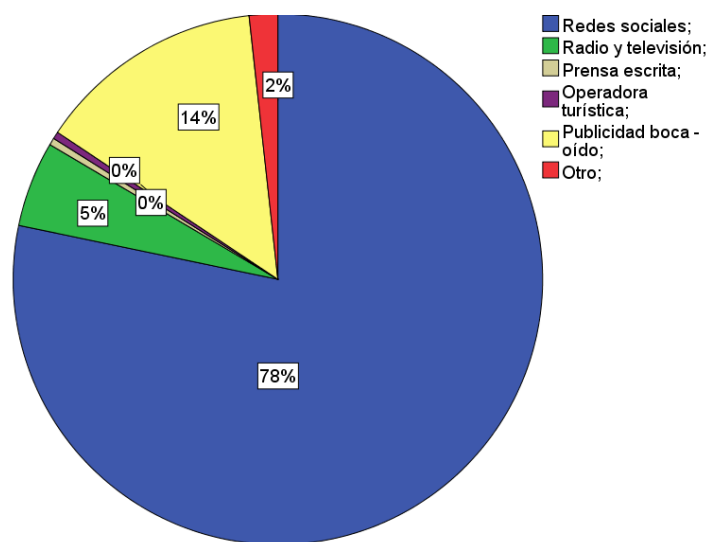
La mayor parte realizan actividades turísticas con una frecuencia anual y mensual, esta información permite determinar que viajan por lo menos en

algunas temporadas del año, esto dependerá de algunas variables de tiempo y presupuesto de la demanda, por lo general realizan sus viajes en vacaciones, feriados o fines de semana.

Pregunta 13. ¿A través de qué medios usted se informa de las ofertas turísticas existentes?

Figura 13

Medios por donde se informa de las ofertas turísticas



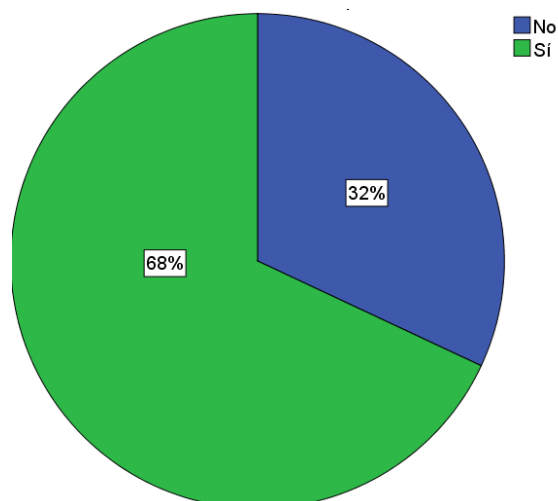
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

Con un mayor porcentaje, los encuestados se informan mediante las redes sociales y la publicidad boca-oído, porque se ha convertido en una tendencia de compra y venta de bienes y servicios. Por tal motivo, la hostería debe realizar un arduo trabajo de marketing y el servicio que oferta debe ser excelente, el cuidar de los empleados y capacitarlos será la mejor imagen de la empresa.

Pregunta 14. ¿Conoce usted la parroquia La Esperanza? En caso de que su respuesta sea NO, la encuesta se da por finalizada.

Figura 14

¿Conoce la parroquia La Esperanza?



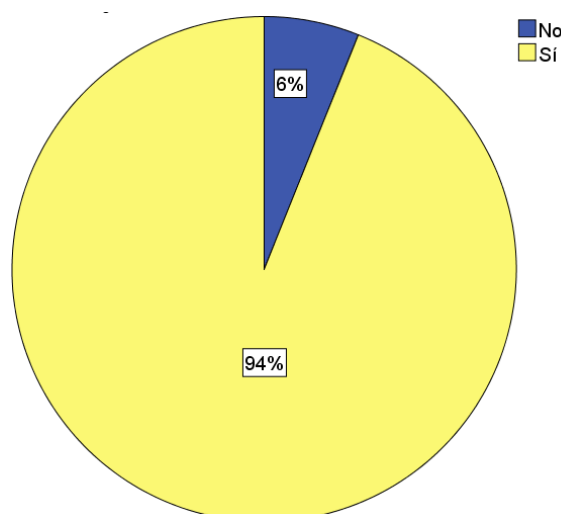
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

El mayor porcentaje de los encuestados si conocen la parroquia La Esperanza, lo que significa que saben de las alternativas turísticas que posee el lugar y sería una gran oportunidad implementar la hostería en el sector.

Pregunta 15. ¿Visitaría una Hostería ubicada en la comunidad de Chirihuasi?

Figura 15

Visitaría una Hostería ubicada en la comunidad de Chirihuasi



Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

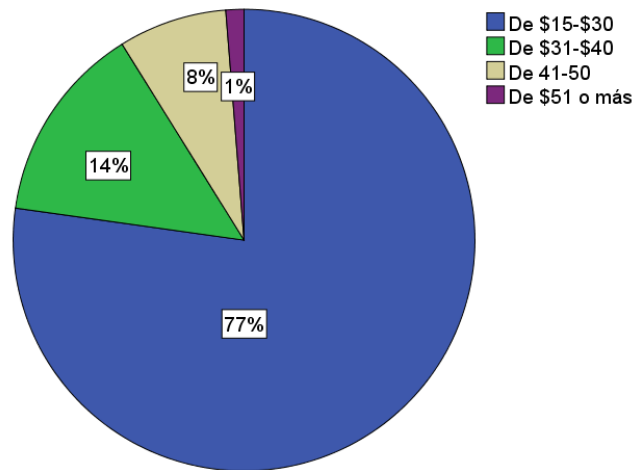
Con un mayor porcentaje, la demanda está dispuesta a visitar el lugar en donde se implementaría la hostería, por lo tanto, el proyecto sería muy rentable probablemente por los servicios ofrecidos, precios accesibles, la magnífica vista

panorámica y su ubicación estratégica, los cuales son algunos de los factores primordiales para que el turista visite el lugar.

Pregunta 16. ¿En caso de que usted requiera los servicios de la hostería, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Figura 16

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?



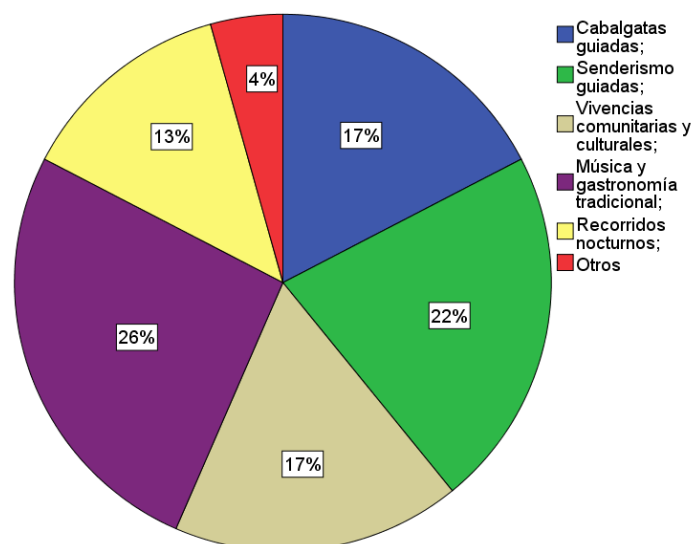
Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

La demanda está dispuesto a pagar un valor de \$15 a \$40, haciendo referencia a que los ingresos económicos de la población seleccionada están hasta los \$700. Esta información determina que es un valor accesible por los servicios prestados y el costo dependerá de las actividades que solicite el cliente en la reservación que realicen.

Pregunta 17. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar al visitar la Hostería en la comunidad de Chirihuasi? Marque 3 opciones.

Figura 17

Actividades turísticas que le gustaría realizar



Nota. Elaborado por las autoras, 2020.

Análisis:

Las actividades turísticas que estarían dispuestos a realizar la demanda con mayor ponderación sería: música y gastronomía tradicional, senderismo y cabalgatas guiadas, con estos resultados da a entender que las actividades prestadas por la hostería son del agrado del visitante y de buenas elecciones para su recreación, al igual indica que la conexión con la naturaleza es necesaria, el descanso, la convivencia y el aprendizaje mutuo conlleva a la satisfacción del turista.

Discusión

Las encuestas fueron realizadas a los visitantes que ingresaron a la parroquia La Esperanza, basada en la muestra, la cual se obtiene mediante una suma de los ingresos de turistas que llegaron a los tres establecimientos: Hostal Casa Aida, Tradiciones San Clemente y Refugio Taita Imbabura. El total de encuestados fue de 291 personas.

El mercado meta son los turistas locales y nacionales provenientes de la provincia de Imbabura y Pichincha que prefieren visitar y consumir los servicios que oferta la hostería, en los que se destaca el segmento: de 15 a más 45 años en su mayoría enfatiza una preferencia en el turismo rural, de naturaleza, cultural y de aventura. El target con mayor demanda son estudiantes y empleados públicos con un nivel de estudio superior que perciben un ingreso mensual de hasta \$700,00 USD, realizan sus viajes en compañía de sus familias, hacen uso de los transportes públicos y particulares, para economizar costos y por la gran distancia del lugar.

El consumidor en el momento de elegir un lugar turístico a visitar lo que más prefiere es el turismo de naturaleza, descansar al aire libre, conocer la cultura, convivir y tener nuevas experiencias. De la misma forma destina entre \$15 a \$40 por persona para la realización de actividades turísticas, las cuales lo efectúan en una frecuencia mensual y anual, posiblemente en días festivos, ocasiones especiales, fines de semana o vacaciones. El uso de las redes sociales y la publicidad boca-oído, son los medios más utilizados por los cuales se informan de las ofertas turísticas existentes.

En su mayoría conocen la parroquia La Esperanza y están dispuestos a visitar la hostería ubicada en la comunidad de Chirihuasi, conocer de los servicios y tener nuevas experiencias, entre las actividades turísticas que les gustaría realizar son: música y gastronomía tradicional, senderismo y cabalgatas guiadas, todas estas actividades serán coordinadas en el momento en que realicen la reservación y dependiendo del gusto del visitante.

Entrevista 1

Dirigida al Propietario del establecimiento Chiriwasy Home

Tabla 6

Entrevista 1 Propietario del establecimiento Chiriwasy Home

Nombre	Gonzalo Tuquerres
Cargo	Administrador
Experiencia Laboral	30 años
Edad	48 años
Profesión	Maestro Panadero, Chef de partida

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

¿En el año 2019 como ha sido el incremento de los turistas?

En el año 2019 fue estable, pero por la pandemia se bajó.

¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Trabajan 5 personas.

¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Son turistas nacionales, vienen más de la ciudad de Quito.

¿Cuántos turistas visitan el establecimiento mensualmente?

El promedio de ingresos de turistas que se recibe mensualmente es de 10 o 27 personas y dependiendo de la temporada existe mayor demanda del servicio.

¿Qué tiempo permanecen los turistas?

Solo un día y una noche debido a que solo se abre el establecimiento los días sábados y domingos.

¿Qué tipo de servicios oferta?

Se ofrece servicio de hospedaje incluido los tres alimentos (desayuno, almuerzo y cena), cabalgata, además cuenta con espacios húmedos como hidromasaje, sauna y turco.

¿Cuál es el precio del servicio?

El hospedaje incluido los tres alimentos tiene un costo de \$55.

¿Cuáles son los medios que utiliza para dar a conocer los servicios que ofrece su establecimiento?

Por redes sociales como Facebook, de igual manera mediante un programa de televisión denominado "Próxima Parada" para hacer propaganda del establecimiento.

¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

San Clemente, Tradiciones San Clemente y Refugio Taita Imbabura.

¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

No, pero para la construcción se tuvo el apoyo del Banco ProCredit.

Entrevista 2

Dirigida a la Administradora de Hostal Casa Aida

Tabla 7

Entrevista 2 Administradora de Hostal Casa Aida

Nombre	Aida Carlota Buitrón Rodríguez
Cargo	Administradora
Experiencia Laboral	35 años
Edad	84 años
Profesión	Bachiller

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

¿En el año 2019 como ha sido el incremento de los turistas?

El incremento ha sido estable debido a que se recibió un promedio anual de turistas de 350 en el año 2019.

¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

5 personas, pero todos son de la familia.

¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Son más extranjeros de países como Alemania, Francia, Japón, Brasil y Egipto, pero en la actualidad se acogen tantos turistas nacionales provenientes de Ibarra y Quito.

¿Cuántos turistas visitan el establecimiento mensualmente?

Entre 15 a 20 turistas dependiendo de la temporada.

¿Qué tiempo permanecen los turistas?

La mayoría de los turistas permanecen 2 noches y un día.

¿Qué tipo de servicios oferta?

Servicio de hospedaje, alimentación, servicio de guianza y trekking al Imbabura y Cubilche.

¿Cuál es el precio del servicio?

El costo del hospedaje es de \$19 por viajero, incluido el desayuno y la cena y \$5 de box lunch en la actividad de trekking.

¿Cuáles son los medios que utiliza para dar a conocer los servicios que ofrece su establecimiento?

Por redes sociales, Booking, TripAdvisor, Facebook y también por los guías mundiales de turismo (libro de los guías mundiales de turismo).

¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

Pienso que no hay competencia, porque todo el mundo tiene derecho a trabajar y a salir adelante, sino que cada uno debe esmerarse por ofrecer el mejor servicio.

¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

No

Entrevista 3

Dirigido al Administrador de Turismo Comunitario San Clemente

Tabla 8

Entrevista 3 Administrador de Turismo Comunitario San Clemente

Nombre	Juan Guatemala
Cargo	Administrador- Turismo Comunitario San Clemente
Experiencia Laboral	20 años
Edad	54 años
Profesión	Técnico Agroforestal

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

¿En el año 2019 como ha sido el incremento de los turistas?

El incremento en si no ha sido mucho, pero ha sido un año estable, donde puedo manifestar algunos puntos; por un lado, se tiene turistas internacionales y justo ese año hubo problemas económicos a nivel de Europa, entonces eso es lo que no permitió que creciera el número de pasajeros.

¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Se trabaja con 17 familias y dentro de ellos trabajan entre 2 o 3 personas, entonces sumado eso dan un número importante de trabajadores, que ha crecido en San Clemente.

¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

El 90% son turistas internacionales entre europeos y norteamericanos provenientes de diferentes países como; Alemania, Francia, Inglaterra, Europa, Canadá y Estados Unidos y un 10 % de turistas nacionales entre ellos universidades y familias particulares.

¿Cuántos turistas visitan el establecimiento mensualmente?

Entre un promedio de 60 a 80 turistas mensuales.

¿Qué tiempo permanecen los turistas?

Generalmente la mayoría de los turistas vienen por dos noches, de ahí por un día, tres días y pocos por una semana.

¿Qué tipo de servicios oferta?

Los servicios que nosotros ofertamos son el hospedaje, la gastronomía, escalada al Imbabura, caminatas al Cubilche, servicio de guianza, ciclismo y cabalgatas.

¿Cuál es el precio del servicio?

El paquete completo de un día incluido el hospedaje y la alimentación tiene un costo de \$45. La caminata al Imbabura y a Cubilche con el guía es de \$45 y el servicio de bicicleta y caballo es de \$16 por persona.

¿Cuáles son los medios que utiliza para dar a conocer los servicios que ofrece su establecimiento?

A través de la página web y las redes sociales como: Facebook e Instagram.

¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

Creo que hasta este momento no tiene competencia de acuerdo a las estadísticas que se preguntó a los guías, también con fuentes veredignas de algunas agencias de viajes menciona que San Clemente es un servicio y un producto muy particular que no hay en el Ecuador, somos únicos en la zona.

¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

En una cantidad mínima existió el apoyo del Gobierno Provincial de Imbabura y el Municipio de Ibarra.

ENTREVISTA 4

Dirigido a la Líder de ventas internacionales de la Hacienda Zuleta

Tabla 9

Entrevista 4 Líder de ventas internacionales de la Hacienda Zuleta

Nombre	Gabriela Guijarro
Cargo	Líder de ventas internacionales
Experiencia Laboral	Docente, investigadora, agente de ventas y reservas en turismo receptivo durante 10 años.
Edad	33 años
Profesión	Licenciada en Ecoturismo, mención en Guía de turismo nacional. Master en Gestión Ambiental

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

¿Cuál es el número de habitaciones, con las que cuentan actualmente?

21 habitaciones, 3 estándar, 7 Junior Suite y el resto Deluxe

¿En el año 2019 como ha sido el incremento de los turistas?

En comparación con el año 2018, el año 2019 presenta un 22.67% de decremento en el número de turistas que se hospedaron en la Hacienda.

¿Cuál es el número de turistas que ingresan en el año 2018 y 2019, semanal, mensual y anual?

2018: 2276 anual. Mensual 190 en promedio.

2019: 1760 anual. Mensual 150 en promedio.

¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Actualmente existen alrededor de 12 personas. Antes de la pandemia eran 50 trabajadores.

¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Actualmente son nacionales, en el pasado la mayoría eran extranjeros.

¿Cuántos turistas visitan el establecimiento mensualmente?

En promedio 100 considerando, 3 meses de cierre por la pandemia, durante el año 2020.

¿Qué tiempo permanecen los turistas?

Rango de 1 a 2 noches.

¿Qué tipo de servicios ofrecen?

Alojamiento, alimentación y actividades complementarias.

¿Cuál es el precio del servicio?

Actualmente para el turismo nacional la tarifa es promocional reducida, la base es \$199 por persona por noche en categoría estándar, 205 en deluxe y 217 en Junior Suite. Se adjuntan las tarifas para extranjeros.

¿Cuáles son los medios que utiliza para dar a conocer los servicios que ofrece su establecimiento?

B2B: agencias locales, tour operadores y agencias extranjeras, acuerdos con programas de tarjetas de crédito Club Diners, Club Miles.

B2C: redes sociales (orgánico y pagado), página web.

¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

Mashpi Lodge, La Selva Lodge y Napo Wildlife Center

¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

No

¿Qué porcentaje de ocupación o servicio realizado, usted tiene en una semana, al mes y al año?

Mensual: considerando la ocupación del último mes (diciembre 2020): 20% de ocupación.

Anual: 15% de ocupación (considerando el cierre desde mediados de marzo hasta finales de junio).

Análisis:

En cuanto a las entrevistas realizadas a los establecimientos de alojamiento que se encuentran cerca de la zona de la parroquia La Esperanza los cuales representan la competencia fueron Hacienda Zuleta, Hostal Casa Aida, Chyrywasy Home y Turismo comunitario San Clemente.

En base a los resultados afirman que el incremento de turistas al lugar en tiempos de pandemia es estable y bajo, y que anteriormente tenían un ingreso de turistas extranjeros, tras la emergencia sanitaria internacional COVID-19 existe un mayor incremento de turistas nacionales provenientes de las ciudades de Quito e Ibarra. El personal en su mayoría es calificado y por la crisis que pasa el país existe un número de personal bajo, pero de acorde a las necesidades y exigencias que conlleva cada uno. La visita de turistas depende mucho de las temporadas altas y bajas, a pesar de la crisis cuentan con un promedio entre 10 a 100 visitas al mes, con una pernoctación entre 1 a 3 noches, este porcentaje depende de la clasificación y su reconocimiento en el mercado y por estar en contacto con la naturaleza.

Los servicios que ofrecen son varios entre los cuales son: alojamiento, alimentación, guianza, cabalgata, sauna, trekking, etc.; y el precio de los servicios prestados están entre \$20 a \$200, dependiendo del servicio y actividades realizadas. El marketing han sido una gran ayuda en estos tiempos y han sobrellevado las dificultades tecnológicas en su mayoría hacen uso de las redes sociales, páginas web, páginas de reservas, etc.,

A diferencia de la Hacienda Zuleta la cual es muy reconocida a nivel internacional y lleva varios años posicionada en el mercado hace uso de las 7P de marketing y su competencia es diferente a las demás (Mashpi Lodge, La Selva Lodge y Napo Wildlife Center), en cuanto a los demás no cuentan con una competencia por ofrecer servicios diferentes, únicos y de calidad.

2.2 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado no es más que diferentes grupos de consumidores que van a compartir una serie de necesidades y deseos comunes, responden del mismo modo o muy similar a las acciones de marketing que realice la empresa, se efectuó en tiempos de la emergencia sanitaria internacional Covid-19, por tal motivo se generan los resultados siguientes:

Tabla 10

Perfil de turista

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Hostería con temática cultural y andina para fortalecer la economía local en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, Ibarra, Imbabura, Ecuador.			
<i>Segmentación Geográfica</i>			
	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>País:</i>	Ecuador	17510643	100%
<i>Región:</i>	Sierra	7388556	42.2%
<i>Provincia:</i>	Imbabura	476257	2,7%
<i>Ciudad:</i>	Ibarra	18528	0.1%
1er Resultado: 18528 personas de la ciudad de Ibarra			
<i>Segmentación Demográfica</i>			
	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Género:</i>	Femenino	693	58%

	Masculino	501	42%
<i>Edad:</i>	15-45	273	23%
<i>Estado civil:</i>	Solteros	657	55%
<i>Ocupación:</i>	Estudiantes	513	43%
	Empleados públicos	263	22%
<i>Ingresos:</i>	>400	860	72%
	\$400-700	203	17%

2do Resultado: Del total de personas que visitan la parroquia La Esperanza 501 son hombres y 693 mujeres, de 15 a más de 45 años de edad que son solteros, estudian y trabajan y ganan hasta \$700,00 USD.

Segmentación Psicográfica

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Nivel Socioeconómico	Medio	776	65,3%

3er Resultado: 776 turistas entre hombres y mujeres visitan la parroquia La Esperanza, de 15 a más de 45 años de edad que son solteros, y que pertenecen a la PEA y ganan hasta \$700,00 USD, pertenecen a un nivel socioeconómico medio.

Segmentación Conductual

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Estilo de vida	Turismo de naturaleza y aventura	1051	87,67%

Mercado meta: 1051 turistas entre hombres y mujeres que visitan la parroquia La Esperanza, de 15 a más de 45 años de edad que son solteros, y que pertenecen a la PEA y ganan hasta \$700,00 USD que están en un nivel socioeconómico medio los cuales se consideran aventureros y están en contacto con la naturaleza.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Una vez realizado la matriz de la segmentación de mercado se concluye que el target al cual está dirigido la hostería son de género femenino y masculino, se encuentran en un rango de edad entre los 15 a más de 45 años, con mayor demanda son estudiantes y empleados públicos con un nivel de estudio superior que perciben un ingreso mensual hasta \$700,00 USD, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio, se consideran aventureros y están en contacto con la naturaleza. Por tanto, este resultado representa un potencial mercado para el desarrollo del emprendimiento.

2.3 Análisis de la oferta

Tabla 11

Oferta Hotelera – competencias

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. de habitaciones	Cant. de turistas anuales	Estrellas
Casa Aída	Hostal	Calle Galo Plaza Lasso-Barrio Santa Marianita	11	350	0

Tradiciones San clemente	CTC	Comunidad de San Clemente	119	784	0
Refugio Taita Imbabura	Refugio	Comunidad de Chirihuasi	5	60	0
Chyrywasy Home	Hostal	Comunidad de Chirihuasi	6	130	0
Hacienda Zuleta	Hacienda	Comunidad de Zuleta	21	1760	4

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

A partir de la tabla se determinan cinco establecimientos que constituyen una competencia muy puntual, debido a que estos desarrollan actividades similares porque se consideran competidores directos, ofertan productos y servicios a un precio similar y al mismo mercado.

Por tanto, es fundamental para el emprendimiento a implementarse ofrecer un producto innovador que permita diferenciarse de la competencia en cuanto a la calidad del servicio y precio.

2.4 Proyección de la competencia

Tabla 12

Proyección de la competencia

Nombre del establecimiento Competencia	Cant. de turistas 2019	Promedio anual
Casa Aida	350	-----

Tradiciones San Clemente	784	-----
Refugio Taita Imbabura	60	-----
Chyrywasy Home	130	-----
Hacienda Zuleta	1760	-----
Total	3.084	617

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Según el resultado obtenido de la proyección de la competencia, el promedio anual de turistas que arribaron a los establecimientos es de 617, la cual se determinó por la suma de turistas sobre la cantidad de instalaciones.

A continuación, se procede a realizar la proyección de la oferta futura para la hostería en la comunidad de Chirihuasi. La proyección se realizará para los próximos 10 años que es la vida del proyecto, utilizando la siguiente fórmula.

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Oferta futura

C_o = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento turístico (11%= 0.11)

n = Años proyectados (1,2, 3...10)

Tabla 13

Proyección de la oferta de la hostería

Años	Oferta $C_n = C_0 (1 + i)^n$
0	617
1	685
2	760
3	844
4	937
5	1040
6	1154
7	1281
8	1422
9	1578
10	1752

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

En la tabla se presentan las proyecciones correspondientes a la oferta turística de los próximos 10 años, debido a que se requiere de una fuerte inversión para el emprendimiento.

2.5 Análisis de la demanda

Tabla 14

Demanda potencial de la hostería

Población mercado objetivo del cantón Ibarra	18.528
% de intención de compra del producto	94%
DEMANDA POTENCIAL	17.416

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

De acuerdo a la investigación realizada se ha determinado que de las personas encuestadas el 94% están de acuerdo o tienen una intención de compra hacia el producto, por lo tanto, este valor corresponde dentro de la población en general a tantas personas que sería la demanda potencial.

2.6 Proyección de la demanda

La proyección se realizará para los próximos 10 años y para lo cual se aplica la fórmula detallada a continuación.

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Incremento compuesto

C_o = Número de clientes iniciales

i = Índice de crecimiento turístico (11%)

n = Años a proyectar (1,2, 3...10)

Tabla 15

Proyección de la demanda de la hostería

Años	Demanda C_n = C_o (1 + i)ⁿ
0	17416
1	19332

2	21458
3	23819
4	26439
5	29347
6	32575
7	36158
8	40136
9	44551
10	49451

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

El resultado obtenido a partir de la proyección por promedio de 10 años demuestra un crecimiento notable de demanda por año, lo que permite estimar lo que sucederá a futuro con la población potencial y objetivo del proyecto. En este caso saber cuál es la cantidad de personas que adquirieron este producto turístico.

2.7 Demanda insatisfecha

Tabla 16

Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
1	19332	685	18674
2	21458	760	20698

3	23819	844	22975
4	26439	937	25502
5	29347	1040	28307
6	32575	1154	31421
7	36158	1281	34877
8	40136	1422	38714
9	44551	1578	42973
10	49451	1752	47699

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

La demanda insatisfecha se obtuvo a partir de la resta entre la columna de demanda potencial y la columna de la competencia, por lo tanto, se puede decir que de acuerdo con los resultados obtenidos se demuestra que existe una demanda insatisfecha que crece anualmente hasta el año 10. Por tanto, se convierte en una oportunidad de poder captar este número de turistas y convertirse en una fuente muy rentable para el desarrollo del emprendimiento.

Son un grupo de turistas a los cuales la competencia no ha podido cubrir, por lo que se deberá tomar en cuenta para ofrecer los servicios. Para ello es necesario conocer la capacidad que tiene la hostería.

Tabla 17

Proyección de la demanda objetiva para la hostería

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
1	18674	8029

2	20698	8900
3	22975	9879
4	25502	10965
5	28307	12172
6	31421	13511
7	34877	14997
8	38714	16647
9	42973	18478
10	47699	20510

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

La proyección de la demanda objetiva se la obtiene a partir del siguiente cálculo, demanda insatisfecha (% a captar) / 100%, la cual permite determinar que esta demanda es el conjunto de clientes bien definidos por el emprendimiento a ponerse en marcha.

La capacidad máxima que puede atender el emprendimiento HOSTERÍA SAMAY WASI es de 30 personas al día, durante los 365 días al año. Sin embargo, los trabajadores gozarán de 2 días de descanso (lunes y martes) por cada semana del año, dando como resultado un total de 269 días laborables durante todo un año.

En virtud de ello, se multiplica los 30 turistas de la capacidad máxima con los 269 días laborables obteniendo un resultado de 8070 turistas que puede atenderse en el año.

Para la obtención del porcentaje de la demanda insatisfecha se procede hacer el siguiente cálculo:

$$\frac{\underline{8070 \text{ turistas}}}{18674 \text{ demanda insatisfecha}} = 43\%$$

Este porcentaje representa la cantidad de turistas que puede atender el emprendimiento a implementarse. Ahora bien, se procede hacer el siguiente cálculo para cada año (demanda insatisfecha X 43%) 100%.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

En el presente capítulo se darán a conocer los aspectos técnicos y los recursos que sean necesarios para la ejecución del emprendimiento, por lo que se comenzará analizando la macro y micro localización del proyecto, la descripción y prestación de servicio, distribución de las áreas, mano de obra, maquinaria y equipos y el total de la inversión del proyecto.

También se desarrollará la estructura organizativa y administrativa de la hostería, en donde se especificará la misión, visión, valores y políticas. De la misma forma, se realizará el organigrama, jerarquizando los cargos que van a ocupar, una vez detallado se procede a puntualizar cada una de las funciones de los empleados mediante el desarrollo del manual. Finalmente, se colocarán los requisitos para la respectiva legalización del emprendimiento y como se va a constituirse legalmente

El Estudio Técnico es importante porque ayuda a saber si el proyecto es técnicamente factible o no.

3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.1.1 Macro localización

El presente proyecto se ubicará en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia La Esperanza; el lugar se ha seleccionado debido a que este cantón posee gran variedad de atractivos turísticos como son paisajes, flora, fauna y cultura lo cual hace de esta una ciudad muy reconocida.

Provincia: Imbabura


Cantón: Ibarra

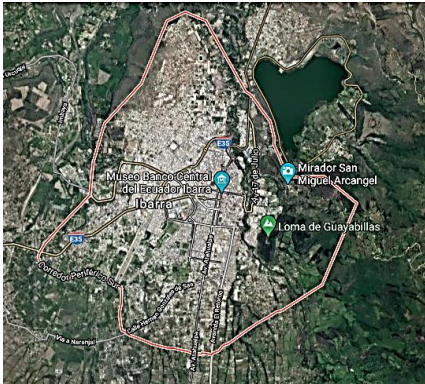
Parroquia: La Esperanza


Tabla 18

Macro localización del emprendimiento

Imbabura	Cantón Ibarra	Parroquia La Esperanza	La
----------	---------------	---------------------------	----

A satellite map of Ecuador with the province of Imbabura highlighted in a red outline. Major cities like Quito, Santo Domingo, and Guayaquil are labeled. The map also shows various national parks and reserves.

A satellite map of the canton of Ibarra, showing the city of Ibarra and surrounding areas. Key landmarks like the Museo Banco Central del Ecuador and Mirador San Miguel Arcangel are marked.

A satellite map of the parish of La Esperanza, showing the community of Chirihuasi. A red pin marks the location of the community.

Nota: Mapa de la ubicación de la provincia de Imbabura, cantón Ibarra y parroquia de La Esperanza, elaborado por las autoras, a partir de Google Maps. (2020).

3.1.2 Micro localización

La hostería se localizará en la comunidad de Chirihuasi a 2850 msnm, el mismo que ofrecerá los principales servicios, como el hospedaje y alimentación que garanticen la calidad del emprendimiento a implementarse.

Tabla 19

Micro localización



Nota: Mapa de la ubicación del proyecto de la hostería en la comunidad de Chirihuasi, elaborado por las autoras, a partir de Google Earth. (2020)

3.2 Identificación y descripción de los procesos

3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

De acuerdo con la encuesta se pudo determinar la necesidad de implementar una hostería con temática cultural y andina, misma que está amparada en el Reglamento de Alojamiento Turístico (2015), en el Art. 12 menciona sobre la definición de la hostería y está adjunta los requisitos que se debe tener en cuenta para la implementación de la misma.

A continuación, se detalla los servicios y actividades que va a ofrecer la Hostería "Samay Wasi":

Establecimiento

- Alojamiento: 12 habitaciones
- Restaurante: Menú tradicional, convivencia en la elaboración de la gastronomía a partir del huerto.
- Servicio de recepción y administración
- Servicio de lavandería
- Parqueadero
- Área verde
- Área de esparcimiento: columpios de madera para niños y adultos, picnic, parrillada y yoga.
- Áreas húmedas: baños de cajón, temazcal y spa.
- Siembra y cosecha de productos locales.
- Taller artesanal.
- Cabalgata por los alrededores del lugar.
- Senderismo al volcán Imbabura y Cubilche.
- Noche cultural: Al finalizar la estancia en la hostería, habrá una presentación de: danza, música y narración de leyendas.
- Wifi

Tabla 20

Servicios y actividades de la Hostería Samay Wasi

Actividad	Descripción
Alojamiento	La infraestructura de la hostería Samay Wasi tiene un diseño rústico, el cual cuenta con dos pisos, en la primera planta se encuentran las áreas de administración, recepción, sala de espera, convivencia, bodega y restaurante. La segunda planta está distribuida de 12 habitaciones incluido baño privado con su respectivo balcón con vista al volcán Imbabura.
Habitación 1: Yaku, (agua)	
Habitación 2: Pacha, (tierra)	

Habitación 3: Nina, (fuego)	Los materiales para la construcción que se emplearán son: madera, ladrillo visto y teja, los cuales van de acorde al entorno de la ubicación del establecimiento siendo este un ambiente natural poco urbanizado. Además, se complementa con los jardines ubicados estratégicamente en las áreas comunes complementando la estética del establecimiento.
Habitación 4: Wayra, (aire)	
Habitación 5: Urku (montaña)	Las habitaciones se encontrarán decoradas con objetos que representan los saberes ancestrales del pueblo Kichwa Karanki. Estas tendrán una temática particular en cuanto a su decoración, selección de colores, cada una con sus respectivos nombres.
Habitación 6: Yura, (árbol)	
Habitación 7: Quinde, (picaflor)	Cuenta con una capacidad para 30 personas, las dimensiones dependerán del tipo de habitación:
Habitación 8: Sisa, (flor)	<ul style="list-style-type: none"> • Cinco habitaciones dobles con una dimensión de 5 m x 5 m, incluido baño (1,4 m x 2,4 m). • Dos son cuádruples con una dimensión de 5 m x 6 m, incluido baño (1,4 m x 2,4 m).
Habitación 9: Pacarina (amanecer)	<ul style="list-style-type: none"> • Dos son quintuples con una dimensión de 5 m x 7 m, incluido baño (1,4 m x 2,4 m). • Tres son matrimoniales con una dimensión de 5 m x 6 m, incluido baño (1,4 m x 2,4 m).
Habitación 10: Killa, (luna)	
Habitación 11: Kuychi (arcoíris)	Se innovará en la decoración utilizando productos de la zona, tales como: bordados, cestos de carrizo, tapiz artesanal, la estera a base de totora tipo alfombra. Cada una de las habitaciones se encontrarán adecuadamente equipadas con camas de plaza y media, dos plazas, tres plazas y literas, una mesa, un florero, tres sillas, un velador, un clóset de cuatro compartimientos, wifi, y características que permitan brindar bienestar y confort a los huéspedes. En los baños se
Habitación 12: Inti, (sol)	

implementarán todos los amenities necesarios, agua caliente, las puertas serán de vidrio y el piso será piedra de río, para la comodidad del cliente

Como recibimiento al huésped se colocará una tarjeta bordada a mano, siendo esta una de las artesanías más reconocidas de la zona. Así mismo, se decorarán con velas y flores para crear un ambiente acogedor.

Restaurante	<p>El restaurante tiene una capacidad para 32 personas, con una dimensión de 7.9 m x 6.75 m, distribuido en el área de la cocina, comedor y baño para el uso de los clientes.</p> <p>Su menú está enfocado principalmente en la gastronomía típica del sector, elaborados con productos orgánicos, ofreciendo un menú tradicional: tales como, entrada, plato fuerte, postre y bebidas tradicionales, con lo cual se intenta dar a conocer la riqueza alimenticia de la parroquia La Esperanza. Además, se contará con un desayuno continental. Esta área cuenta con wifi.</p>
-------------	--

Áreas verdes	<p>Espacios donde los turistas pueden sentir la sensación de tranquilidad y pueden desconectarse de los ruidos de la ciudad.</p>
--------------	--

Área de esparcimiento:	<p>Espacio donde se contará con dos tipos de columpios de madera diseñados para adultos y niños, los cuales brindan confort y relajación a los huéspedes.</p>
------------------------	---

Picnic, parrillada.

Área en donde te permitirá degustar de la gastronomía tradicional al aire libre, en compañía de amigos y familiares. Además, se cuenta, con un sitio para realizar parrilladas, en

donde el cliente puede realizar su propio plato a degustar o simplemente hacer uso de la fogata.

Yoga.

Espacio en donde le permite al cliente realizar prácticas que conecta el cuerpo, la respiración y la mente, en la que se utiliza posturas físicas, ejercicios de respiración y meditación para mejorar la salud y reducir el estrés.

También estará abierto para gente particular por un costo de 5,00 por una hora.

Áreas húmedas:
baños de cajón,
temazcal y spa.

Baños de cajón

Es un baño de vapor, en un ambiente más cerrado en una cabina de madera de mayor calidez, el cual cuenta con los siguientes beneficios:

- mejora la circulación de la sangre
- elimina las células muertas
- ayuda a combatir problemas respiratorios
- ayuda a tener una piel saludable y tersa

En cuanto a los insumos, se utilizará plantas medicinales, flores y esencias; con el cual, una vez que este la mezcla de las hierbas, se empieza a sudar y eliminar toxinas, permitiendo purificar el organismo.

Temazcal

Es un baño de vapor con fines terapéuticos, higiénicos y rituales, que ayuda a relajar el sistema muscular, alivia el estrés, insomnio, la tensión nerviosa, entre otros. Los insumos que se ocupará para esta actividad son:

- Piedras de la zona
- Plantas medicinales tales como: eucalipto, romero, manzanilla,

Todos los beneficios de una terapia tratan cualquier tipo de desequilibrio en la salud física, mental, emocional y espiritual. La ceremonia se realizará los primeros sábados de cada mes, ante una previa reservación.

Spa.

En la hostería se tiene un área de bienestar donde se ofrece varios tipos de masajes y tratamientos de belleza, la cual ayuda a tener un equilibrio del cuerpo, mente y espíritu.

Los insumos a utilizar son:

- Productos de belleza.
- Aceites, esencias y cremas.

Brindando una experiencia increíble para su cuerpo y para su mente.

Agricultura

Las actividades agrícolas se realizarán en los huertos que se encuentran dentro del establecimiento, los cuales cuentan con una dimensión de 5m x 6m. En donde se practicará la siembra y cosecha de productos orgánicos, necesarios para la elaboración de los platos típicos a ofertar.

Además, se explicará y desarrollará las prácticas de siembra y cosecha de los productos para posterior a eso, tener una demostración de las preparaciones de los platos tradicionales de la parroquia. De esta manera, revalorizar la cultura y saberes ancestrales.

Taller artesanal

Se contará con un espacio innovador tipo cabaña, elaborado de madera, la cubierta de paja y su espacio es abierto, donde los turistas pueden tener la experiencia de observar o ser partícipes de la elaboración de artesanías como los bordados a mano, la elaboración de canastas a base de carrizo y

	puedan adquirir el producto como un recuerdo del lugar visitado.
Cabalgata	Se conocerá los lugares más relevantes de la zona, en los recorridos se podrá disfrutar de los paisajes que ofrece la naturaleza y se observará diferentes especies de aves de la localidad. Tendrá un costo adicional por el alquiler del caballo y se realizará en compañía de un guía.
Senderismo	En la actividad de senderismo se podrá recorrer los diferentes senderos que llevan a los atractivos naturales entre ellos: el volcán Imbabura, laguna de Cubilche, las tres cascadas del Río Tahuando, en donde se podrá apreciar las especies endémicas del lugar. Se realizará en compañía de un guía local, el cual, tendrá un costo adicional. Para la adquisición de esta actividad se debe reservar con previo aviso.
Noche cultural	Espacio en donde los grupos mayores de 10 personas tendrán la dicha de convivir en la presentación de: danza, música y narración de leyendas. Esto se realizará al finalizar la estancia en la hostería.

Nota. Elaborado por las autoras

3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Para la implementación de la hostería se cuenta con un terreno ubicado en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza con un área de 5.000 m², el material de construcción para la infraestructura será de madera, ladrillos, tejas y en su mayoría se emplearán materiales propios de la zona para evitar el menor impacto ambiental y paisajístico.

El principal objetivo de la hostería es fortalecer el desarrollo turístico, social, cultural y económico, mediante el trabajo conjunto con la comunidad, revalorizando los saberes ancestrales del pueblo Kichwa Karanki.

El target al cual está dirigido la hostería son de género femenino y masculino, los cuales, se encuentran en un rango de edad entre los 15 a más de 45 años, con mayor demanda son estudiantes y empleados públicos con un nivel de estudio superior que perciben un ingreso mensual de hasta \$700,00 USD, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio, considerándose aventureros y están en contacto con la naturaleza.

La hostería contará con las diferentes áreas principales y actividades complementarias las cuales fueron mencionadas anteriormente.

Tabla 21

Habitaciones de la Hostería Samay Wasi

Habitaciones	Detalle	Incluye	Precio
Habitación 1: Yaku, (agua)	2 camas de (1 ½ plaza) 1 mesa + 2 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada)	\$ 85 por habitación
Denominada doble	1 mueble con 2 compartimientos Máximo: 2 personas	Yoga Baños de cajón	
Habitación 2: Pacha, (tierra)	2 camas de (1 ½ plaza) 1 mesa + 2 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada)	\$ 85 por habitación
Denominada doble	1 mueble con 2 compartimientos Máximo: 2 personas	Yoga Baños de cajón	

Habitación 3: Nina, (fuego)	2 camas de (1 ½ plaza) 1 mesa + 2 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada)	\$ 85 por habitación
Denominada doble	1 mueble con 2 compartimientos Máximo: 2 personas	Yoga Baños de cajón	
Habitación 4: Wayra, (aire)	2 camas de (1 ½ plaza) 1 mesa + 2 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada)	\$ 85 por habitación
Denominada doble	1 mueble con 2 compartimientos Máximo: 2 personas	Yoga Baños de cajón	
Habitación 5: Urku (montaña)	2 camas de (1 ½ plaza) 1 mesa + 2 sillas 1 mueble con 2 compartimientos	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga	\$ 85 por habitación
Denominada doble	Máximo: 2 personas	Baños de cajón	
Habitación 6: Yura, (árbol)	2 literas de (1 plaza) 1 mesa + 3 sillas 1 mueble con 4 compartimientos	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga	\$ 128 por habitación
Denominada cuádruple	Máximo: 4 personas	Baños de cajón	
Habitación 7: Quinde, (picaflor)	2 literas de (1 plaza) 1 mesa + 3 sillas 1 mueble con 4 compartimientos	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga	\$ 128 por habitación

Denominada cuádruple	Máximo: 4 personas	Baños de cajón	
Habitación 8: Sisa, (flor)	2 literas (1 plaza) 1 cama (1 ½ plaza) 1 mueble (4 compartimientos 1 mesa + 3 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga Baños de cajón	\$ 150 por habitación
Denominada quíntuple	Máximo: 5 personas		
Habitación 9: Pacarina (amanecer)	2 literas (1 plaza) 1 cama (1 ½ plaza) 1 mueble (4 compartimientos 1 mesa + 3 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga Baños de cajón	\$ 150 por habitación
Denominada quíntuple	Máximo: 5 personas		
Habitación 10: Killa, (luna)	1 cama (3 plazas) 1 mueble de 4 compartimientos 1 mesa + 2 sillas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga Baños de cajón	\$ 85 por habitación
Denominada matrimonial	Máximo: 2 personas		
Habitación 11: Kuychi (arcoíris)	1 cama (3 plazas) 1 mueble de 4 compartimientos 1 mesa + 2 sillas Máximo: 2 personas	Desayuno continental Áreas verdes (picnic, parrillada) Yoga Baños de cajón	\$ 85 por habitación

Denominada matrimonial				
	1 cama (3 plazas)		Desayuno continental	
Habitación 12: Inti, (sol)	1 mueble de 4 compartimientos		Áreas verdes (picnic, parrillada)	\$ 85 por habitación
Denominada matrimonial	1 mesa + 2 sillas Máximo: 2 personas		Yoga Baños de cajón	

Nota. Elaborado por las autoras.

Características:

- Baño privado
- Ducha con agua caliente
- Servicio telefónico
- Internet

Precio hospedaje

El precio del hospedaje se fijó a través del estudio de mercado, es decir, de los resultados que se obtuvieron en la encuesta en la pregunta 16. En la que menciona el precio que el turista está dispuesto a pagar por el servicio de la hostería.

El resultado más sobresaliente en cuanto al precio que está dispuesto a pagar esta entre los \$15 hasta los \$40, según el estudio de mercado, además se tomó en cuenta la tarifa de la competencia directa Chiriwasy Home. Por lo tanto, el costo por persona del servicio de alojamiento, incluido el desayuno es de \$ 33,00, sumándose los impuestos con un 22% da como resultado \$ 40,00. Este influirá en la capacidad que tenga la habitación respectiva.

Tabla 22

Precio por persona del servicio de alojamiento de la hostería Samay Wasi

Alojamiento incluye desayuno	\$ 33,00
Impuesto	
IVA 12%	\$ 7,00
Servicio 10%	
Total	\$ 40,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Restaurante

En la siguiente área se ofrecerá diversidad de platos elaborados con productos orgánicos, principalmente de la gastronomía típica de la localidad con un toque de frescura. Se tomará muy en cuenta la buena alimentación mediante el uso de productos de buena calidad, y de esta manera potencializar la comida típica de la parroquia.

Tabla 23

Menú tradicional de la hostería Samay Wasi

	Menú tradicional	Fotografía	Ingredientes	Proceso	Precio
Entrada	<p><u>Pepa de zambo con tostado</u></p> <p>La pepa de zambo tostado en tiesto con manteca de chancho acompañado de maíz tostado y cuero de chancho.</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Distribuzione https://ladistribuzione.ee/product/spicy-pepa-sambo-tostado-picante-mild/</p>	<ul style="list-style-type: none"> -pepa de zambo -tostado -cuero de chancho -manteca de cancho -cebolla larga -sal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Colocar las semillas sobre el sartén, añadir un poco de manteca de chancho y mover ligeramente hasta que las pepas se tuesten. 2. Tostado: En una sartén caliente, la manteca de chancho debe estar a fuego medio, agregar el maíz y menear, añadir las cebollas en corte juliana y dejar que se tueste hasta que el maíz este dorado y por último agregar la sal a su gusto. 3. Servir frío o caliente. 	\$ 2,00

Entrada	<p><u>Mote con chicharrón</u></p> <p>Chicharrón crujiente acompañado de maíz blanco y encurtido de cebolla.</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de TQMA. https://www.tqma.com.ec/recetas/recipe/2356-mote-con-chicharron.html</p>	<ul style="list-style-type: none"> -mote cocido -lonja de chancho (grasa de chancho) -cilantro -cebolla blanca -tomate riñón -manteca de chancho -sal -comino 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cortar la lonja de chancho en cuadrados, sazonar con sal, comino, ajo, cebolla blanca, calentar la manteca de color en una paila a fuego medio y cocinar los cuadrados de lonja hasta que suelte la grasa y queden dorados. 2. Calentar el mote en la mapahuirra o grasa donde se cocinaron los chicharrones y por último servir. 	\$ 1,50
Entrada	<p><u>Chochos con tostado</u></p> <p>Tostado hecho en tiesto acompañado de chochos, con una pisca de sal.</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Alimentos Madre Tierra. https://www.alimentosmadretierra.com/producto/1-2-lidra-de-chocho-1-</p>	<ul style="list-style-type: none"> -chochos -tostado -cebolla paitaña -tomate riñón -limón 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tostado: En una sartén caliente, la manteca de chancho debe estar a fuego medio, agregar el maíz y menear, añadir las cebollas en corte juliana y dejar que se tueste hasta que el maíz este dorado y por último agregar la sal a su gusto. 2. Servir el maíz tostado con chocho, acompañado de curtido de cebolla y tomate. 	\$ 1,00

2-libra-tostado-1-
unidad/

Berro con papas

Entrada Ensalada de berro con pepa de zambo acompañado de papas y tostado de tiesto.



Nota: Tomado de Kawsaymi
<http://kawsaymi.com/restaurante/>

-berro
-papa chola
-cebolla
-diente de ajo
-aceite
-pepa de zambo
-tostado
-sal y pimienta negra

1. Hervir en una olla un poco de agua con cebolla y sal.
2. Colocar el berro en la olla hirviendo, menearla hasta que se cocine y escurrirla
3. Aparte se cocina la papa pelada cortada en cuadritos.
4. Cuando esté cocinada se agrega la pepa de zambo y el berro y se acompaña con tostado.

\$ 2,00

Cuzo con tostado

Entrada Gusano blanco fritos con manteca de chancho acompañado de maíz tostado.



Nota. Tomado de EPN ICB

-cebolla
-diente de ajo
-manteca
-tostado
-sal
-cuzo

1. Lavar bien al cuzo que se cosechó en el terreno, y se le deja reposar una noche en agua.
2. Colocar en la paila una cuchara de manteca y los cuzos, cuando ya estén crujientes se retira de la paila.
3. El tostado se coloca en un tiesto y se lo empieza a tostar, cuando ya esté listo se retira del tiesto y se sirve.

\$ 2,00

<https://biologia.epn.edu.ec/index.php/bichos-querico>

Caldo de gallina de campo

Plato fuerte
Presas de pollo o gallina, vegetales como apio, cebollita, culantro y papas.



Nota. Tomado de Unareceta.com
<https://unareceta.com/caldo-de-gallina-ecuatoriano/>

- pollo
- papa chola
- cebolla larga
- cilantro
- perejil
- apio
- zanahoria
- ajo
- sal

1. Poner las presas de la gallina criolla en una olla, agregar la cebolla larga, apio, perejil, zanahoria y sal al gusto y dejar hervir durante 45 minutos.
2. Agregar las papas, tapar la olla y dejar cocinar hasta que los ingredientes adicionales estén cocidos.
3. Servir

\$ 5,00

Locro de oca
Plato fuerte
Oca acompañada de carne de res y papas.



Nota. Tomado de Orígenes Ecuador
<https://origenesecuador.com/locro-de-ocas-antonio-ante/>

- ocas
- carne de res
- tallo de apio
- zanahoria
- cebolla larga
- col verde
- papa chola
- cilantro
- diente ajo
- sal

1. En una olla poner 4 litros de agua a hervir.
2. Agregar la carne de res, sal y los refritos de apio, zanahoria, ajo, cebolla larga, cilantro. \$ 2,50
3. Pelar las ocas y las papas y agregarla a la olla y finalmente dejar que se cocine hasta que se suavice y quede un caldo cremoso.

Cuy asado
Plato fuerte
Papas, tostados, cuy, ensalada y salsa de ají.




Nota. Tomado de Turismo comuna Zuleta
<https://comunazuleta.com/index.php/gastronomia/>

- cuy
- papa chola
- diente de ajo
- cebolla paiteña
- tomate riñón
- cilantro
- sal, comino y pimienta al gusto
- achiote
- lechuga
- salsa de maní o ají

1. Un día antes de cocinar al cuy se lo deja aliñando con el ajo, comino y sal, antes de asarlo, se lo baña en achiote junto con la cebolla blanca. \$ 15,00
2. Con un palo o algo similar, se atraviesa el cuerpo del cuy desde la cabeza hasta las patas para poderlo girar continuamente en la brasa de carbón.
3. Cocinar las papas y servir el cuy asado sobre una hoja de lechuga junto

				a las papas cocinadas acompañada con salsa de maní.	
Plato fuerte	<u>Asado de borrego</u> Carne de borrego acompañado de habas, choclo, papas, tostados y ensalada.		-carne de borrego -pimiento -cebolla -sal -pimienta -habas -choclo, -papas -tostado -tomate riñón	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aliñar el cordero y dejar reposar por 1 hora. 2. Aparte cocinar el choclo, las habas y las papas. 3. Asar el cordero en la parrilla al carbón, en fuego fuerte y durante 20 minutos. 4. Servir. 	\$ 6,00
		Nota. Tomado del Mirador https://elmiradorec.com/product/asado-borrego/			
Plato fuerte	<u>Fritada</u> Mote, tortillas de papas, maduro frito, carne de		-carne de chanco -pimiento -cebolla -sal y comino -pimienta -aceite -tomate árbol -tomate riñón -mote	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sazonar la carne de chanco y dejar reposar en la refrigeradora por un par de horas. 2. Poner la carne de chanco, la cebolla, los dientes de ajo enteros y el agua en una sartén grande y cocinar hasta que se doren. 	\$ 7,00
		Nota. Tomado de Cocina Creativa			

	cerdo, tostado, queso, ensalada y salsa de ají.	http://cocinadeberes.blogspot.com/2014/11/tipos-de-fitada.html	-papas -maduro frito -tostado -queso -ají	<ol style="list-style-type: none"> 3. Cocine las papas peladas y el mote en una olla aparte. 4. Freír los plátanos y servir. 	
Postre	<u>Almíbar de durazno</u> Dulce de durazno con canela y clavo de olor.	 <p><i>Nota:</i> Tomado de Gastrolab https://www.gastrolabweb.com/postres/2021/3/29/la-receta-mas-sencilla-duraznos-en-almibar-con-rompopo-preparalos-en-minutos-8327.html</p>	-durazno -azúcar -canela -limón	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelar los duraznos con un pelador, hacer cuatro cortadas en la pulpa desde la parte de arriba hasta abajo para permitir que penetre el almíbar. 2. Poner a hervir los duraznos pelados en el agua junto con el azúcar, el jugo de limón y la canela. 3. Dejar enfriar y refrigerar. 	\$ 0,70

Dulce de zambo

Postre Zambito maduro, con panela, ralladura de naranja, clavo de olor y canela.



Nota. Recetas de Ecuador
<https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/reposteria/dulce-de-sambos>

- zambo
- panela
- ralladura de una naranja
- una rama de canela
- 3 clavo de olor

1. Pelar el zambo y cortarlas en trozos pequeños, agregarlo en una olla con bastante agua, cocinar a fuego lento con la canela y los clavos de olor por dos horas, evitando que rompa en hervor, por ultimo incorporar la ralladura de la naranja, retirar del fuego y dejar enfriar.

\$ 0,55

Postre Dulce de chamburo

Chamburo con canela, clavo de olor y azúcar



Nota. Tomado de Recetas de Ecuador
<https://www.cocina-ecuatoriana.com/receta>

- chamburo
- azúcar
- rama de canela
- clavo de olor
- jugo de limón

1. Pelar el chamburo y cortarlo en pedazos pequeños.
2. Hervir 2 tazas de agua con el azúcar, la canela, los clavos de olor y el limón.
3. Añadir el chamburo y cocinar a fuego lento hasta que la fruta esté transparente.
4. Dejar enfriar durante 2 horas y servir.

\$ 0,40

s/reposteria/dulce-de-
chamburo

Postre

Dulce de higos

Higos con panela, canela,
clavo de olor.



Nota. Tomado de
Unicasa.
<http://www.unicasa.com>
.ve/Recetas/184.html

-higos
-panela
-canela
-clavo de olor
-bicarbonato

1. Hacer una incisión en forma de cruz en la parte superior de cada higo, lavarlos y dejarlos en remojo de un día para el otro. \$0,45
2. Cocinar con una pizca de bicarbonato hasta que estén suaves.
3. Agrega la canela y el clavo de olor en polvo y dejar hervir por una hora.
4. Servir con pedazos grandes de queso y pan fresco de manteca.

Torta de zanahoria

Postre

Compuesto por un
bizcocho de zanahoria y
cuyos ingredientes
principales son esta
hortaliza y pasas, así como



Nota. Tomado de
Pinterest

-harina
-vainilla
-huevos
-azúcar
-aceite
-canela
-zanahoria rallada
-polvo para hornear

1. Pre calentar el horno a 180°C.
2. Agregar la harina, polvo de hornear, las dos tazas de azúcar, la canela, 1/2 cucharadita de sal en un recipiente y mezclar. \$ 0,50
3. Incorpore a la mezcla la zanahoria y mezclar.

	una tradicional cobertura de dulce de color blanco.	https://www.pinterest.com.mx/pin/264727284320890003/	4. Colocar en el molde y llevar al horno de 45 a 60 min.		
Postre	<p><u>Torta de uvilla</u></p> <p>Bizcocho de naranja, acompañada de una acaramelada de uvilla en el centro y cubierto de dulce de color amarillo.</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Rubino https://rubino.com.ec/recetas/cheesecake-de-uvillas/</p>	<p>-harina -vainilla -huevos -azúcar -canela -uvilla -polvo para hornear</p>	<p>1. Pre calentar el horno a 180°C. 2. Agregar la harina, polvo de hornear, las dos tazas de azúcar, la canela, 1/2 cucharadita de sal en un recipiente y mezclar. 3. Incorpore a la mezcla la uvilla y mezclar. 4. Colocar en el molde y llevar al horno de 45 a 60 min.</p>	\$ 0,55

Chicha de Jora

Bebida tradicional Harina de Jora, panela, clavo de olor, pimienta dulce, canela en rama, ishpingo, cáscara de piña y jugo de naranjilla



Nota. Tomado de Pinterest

<https://www.pinterest.es/pin/191895634098711609/>

- jora de maíz
- cebada
- agua
- clavo de olor
- azúcar

1. Se tuesta por unos 15 a 20 minutos en una sartén limpia la jora y la cebada.
2. Hierve en una olla grande el agua y el clavo de olor junto con la jora y la cebada tostadas.
3. Se retira del fuego y se deja enfriar echándole azúcar al gusto, se pasa por un tamiz o colador y se pone a fermentar unos tres días en botellones de vidrio o vasijas de barro bien cerradas.

\$ 2,50

Chicha de arroz

Bebida tradicional La chicha de arroz es una bebida muy refrescante, preparada a base de arroz con un toque de canela



Nota. Tomado de Mejor con salud

<https://mejorconsalud.as.com/chicha-arroz->

- arroz
- azúcar
- leche
- clavo de olor
- canela
- pimienta dulce

1. Hervir el agua con el arroz y las especias.
2. Se pasa por un colador todo el arroz y se vuelve a colocar en la olla por 10 minutos.
3. Luego se le agrega la vainilla y el azúcar.

\$ 1,30

4. Se calienta por 10 minutos y se deja enfriar.

Colada morada

Bebida tradicional Bebida a base de harina de maíz morado con trozos de frutas.



Nota. Tomado de Laylita.com
<https://www.laylita.com/recetas/colada-morada/>

- moras
- harina de maíz
- atado de hierbas
- azúcar
- anís estrellado
- canela
- babaco
- clavo de olor
- piña
- pimienta dulce

1. Poner las cáscaras de piña, canela, clavo de olor y anís en una olla con agua durante 25 minutos.
2. Añadir el atado de hierbas.
3. Licuar las moras y cernir.
4. Mezclar la harina de maíz con el jugo de mora hasta diluir todo.
5. Colocar nuevamente en la olla y dejar hervir.
6. Agregar piña y babaco picado en cuadritos revolver durante 10 minutos más y servir.

\$ 1,50

<p><u>Colada de zambo</u></p> <p>Colada dulce espesa, que se prepara a base del zambo maduro, panela, leche y canela.</p> <p>Bebida tradicional</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Recetas Ecuatoriana https://recetaecuadoriana.com/2009/07/zambo-maduro-con-leche/</p>	<ul style="list-style-type: none"> -zambo maduro -panela -leche -canela -clavo de olor -harina de maíz tostada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lavar el zambo, quitar las pepas y la cáscara, colocarlo en una olla grande en trozos pequeños, para una rápida cocción. 2. Cocinar con la canela y 2 litros de agua. 3. Añadir la harina de maíz, panela a su gusto y añadir leche. 4. Cocinar durante 45 minutos, y está listo para servir. <p style="text-align: right;">\$ 2,00</p>
<p><u>Chicha de avena</u></p> <p>Leche, avena en hojuelas, panela y canela en polvo.</p> <p>Bebida tradicional</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de la hora https://lahora.com.ec/noticia/1100987360/chic</p>	<ul style="list-style-type: none"> -avena en hojuelas -leche condensada -vainilla -canela -panela 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Colocar la avena y el agua en una olla y cocinar hasta que llegue al punto de ebullición, junto con la panela. Bajar de la cocina y dejar enfriar. 2. Luego que este fría, colocar en la licuadora la avena y la leche, si queda muy espesa agregar más agua y leche. 3. Licuar por 2 minutos y refrigerar o agregar hielo. <p style="text-align: right;">\$ 1,80</p>

ha-de-avena-(del-
minuto)

4. Servir en un vaso con un poco de
canela en polvo.

Nota. La tabla representa los menús que ofrecerá la hostería Samay Wasi.

Tabla 24
Bebidas aromáticas

Bebida	Fotografía	Precio
Toronjil		\$ 0,75
Orégano		\$ 0,75
Hierba luisa		\$ 0,75
Cedrón		\$ 0,75

Nota. Tomado de Muy Today
<https://mui.today/vidasana/Mira-por-que-debes-tomar-3-tazas-de-te-de-toronjil-3-veces-por-dia-Querras-tomar-mas-20200809-0049.html>

Nota. Tomado de Cocina Delirante
<https://www.cocinadelirante.com/bebida/hacer-te-de-oregano>

Nota. Tomado de Pinterest
<https://www.pinterest.com.mx/pin/317785317446011796/>

Nota. Tomado de El Universal
<https://www.cocinafacil.com.mx/salud-y-nutricion/te-de-cedron-descubre-sus-beneficios/>

Menta



\$ 0,75

Nota. Tomado de
<https://www.revistamoi.com/nutricion/te-de-menta-para-bajar-de-peso/>

Manzanilla



\$ 0,75

Nota. Tomado de Salud de 180
<https://www.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/8-razones-para-decirle-si-al-te-de-manzanilla>

Desayuno

continental

Leche, café o té, jugos naturales, pan

Huevos: cocidos, revueltos

Ensalada de frutas, mermelada y mantequilla.



\$ 2,50

Nota. Tomado de Pinterest
<https://www.pinterest.com/pin/320248223479942642/>

Nota. La tabla representa las bebidas aromáticas que ofrecerá la hostería Samay Wasi.

Figura 18

Modelo del menú de la hostería Samay Wasi



Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Tabla 25*Receta estándar Mote con chicharrón*

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Mote con chicharrón	Código	Mote-1	
Fecha:		# de pax Yield	10	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Clasificación Costo U	Entrada Costo Total
Mote	g	908	0,002	1,50
Chicharrón de cerdo	g	125	0,008	1,00
Tomate riñón	u	4	0,125	0,50
Cebolla paiteña	u	3	0,083	0,25
Cilantro	g	10	0,002	0,02
Limón	u	2	0,050	0,10
Tostado	g	454	0,002	1,00
Ají	u	2	0,050	0,10
Costo total alimentos				4,47
Costo por pax				0,45
% Respaldo				0,22
Costo por porción				0,47
Beneficio bruto %			67	
PVP porción sin iva				1,42
Iva			0,18	
PVP teórico				1,59
Factor multiplicador			3,03	1,42
Margen bruto de ganancia			0,95	
Food and Beverage cost %			33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Tabla 26*Receta estándar Caldo de gallina de campo*

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Caldo de gallina de Campo		Código	CG-2
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Plato fuerte
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Pollo	kg	3	2,333	7,00
Papa chola	g	4500	0,001	4,00
Cebolla larga	g	500	0,002	0,75
Cilantro	g	125	0,002	0,25
Perejil	g	20	0,013	0,25
Apio	g	30	0,008	0,25
Sal	g	60	0,010	0,60
Zanahoria	g	200	0,001	0,250
Ajo	g	150	0,002	0,30
Costo total alimentos				14,25
Costo por pax				1,43
% Respaldo				0,71
Costo por porción				1,50
Beneficio bruto %			67	
PVP porción sin iva				4,53
Iva			0,54	
PVP teórico				5,08
Factor multiplicador			3,03	4,53
Margen bruto de ganancia				3,04
Food and Beverage cost %			33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Tabla 27*Receta estándar Almíbar de durazno*

Postre				
Nombre del plato:	Almíbar de durazno		Código	Almíbar-1
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Postre
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Durazno	g	2400	0,001	2,00
Azúcar	g	454	0,001	0,60
Canela	g	30	0,017	0,50
	Costo total alimentos			3,10
	Costo por pax			0,78
	% Respaldo			0,16
	Costo por porción			0,81
	Beneficio bruto %			67
	PVP porción sin iva			2,47
	Iva			0,30
	PVP teórico			2,76
	Factor multiplicador			3,03
	Margen bruto de ganancia			1,65
	Food and Beverage cost %			33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Tabla 28

Receta estándar Chicha de jora

Bebida Tradicional				
Nombre del plato:	Chicha de jora		Código	Chicha-J
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Bebida
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Harina de jora	g	339	0,006	2,00
Panela	g	250	0,008	2,00
Clavo de olor	g	6	0,083	0,50
Pimienta dulce	g	6	0,083	0,50
Canela en rama	g	30	0,017	0,50
Cascara de piña	g	300	0,002	0,50
Ishpingo	u	5	0,100	0,50
Jugo de naranjilla	tz	1	0,500	0,50
			Costo total alimentos	7,00
			Costo por pax	0,70
			% Respaldo	0,35
			Costo por porción	0,74
			Beneficio bruto %	67
			PVP porción sin iva	2,23
			Iva	0,27
			PVP teórico	2,49
			Factor multiplicador	3,03
			Margen bruto de ganancia	1,49
			Food and Beverage cost %	33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Tabla 29*Tratamientos a emplear en el área de Spa.*

Spa			
Tratamiento	Duración minutos	Costo huésped	Costo (personas particulares)
Masaje de espalda, cuello y brazos	45	\$ 12,00	\$ 18,00
Masaje de pies y pantorrillas.	45	\$ 12,00	\$ 18,00
Masaje de pies y pantorrillas.	45	\$ 12,00	\$ 18,00
Tratamiento de cabello y masaje de cuero cabelludo.	45	\$ 12,00	\$ 18,00
Exfoliación e hidratación de la piel con café.	45	\$ 12,00	\$ 18,00
Masaje de cuerpo completo.	65	\$ 22 ,00	\$ 25,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 30*Valor y duración de la terapia de los baños de cajón.*

Baños de cajón			
	Duración minutos	Costo huésped	Costo (personas particulares)
Terapia	45	\$ 5,00	\$ 8,50

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.**Tabla 31***Duración y costo del ritual de temazcal*

Temazcal			
	Duración horas	Costo huésped	Costo (personas particulares)
Ritual	1	\$ 5,00	\$ 8,50

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.**Tabla 32***Precio de las actividades a ofrecer en la hostería.*

Detalle	Precio total
Senderismo al volcán Imbabura y Cubilche, con guía local.	\$ 25,00
Cabalgata	\$ 15,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.3 Ingeniería del proyecto

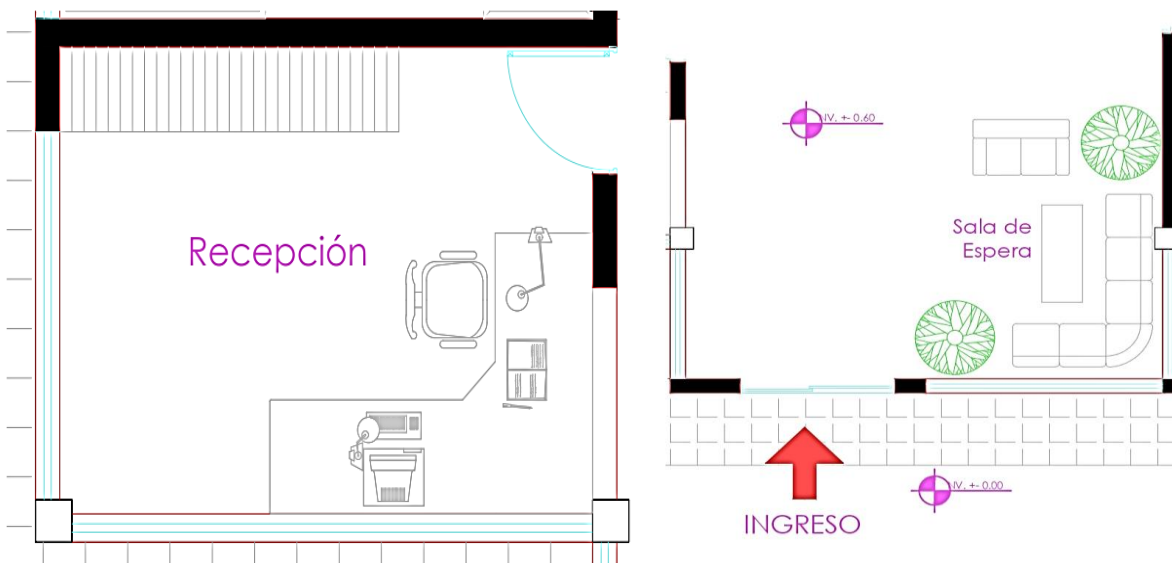
3.3.1 Distribución de la planta

Para la distribución de la planta se tomaron en cuenta las áreas necesarias para una hostería, en donde se van a realizar las actividades productivas, económicas y de turismo. La hostería estará ubicada en un área de 5.000 m², será distribuida de la siguiente manera:

- **Área de recepción:** Estará situada en la parte delantera baja de la hostería, en donde se recibirá a los huéspedes y se dará a conocer toda la información necesaria del establecimiento. Además, se contará con una sala de espera.

Figura 19

Diseño del área de recepción



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área Administrativa:** Una oficina en el cual se realizará actividades administrativas que elaborará el gerente.

Figura 20

Diseño del área de administración

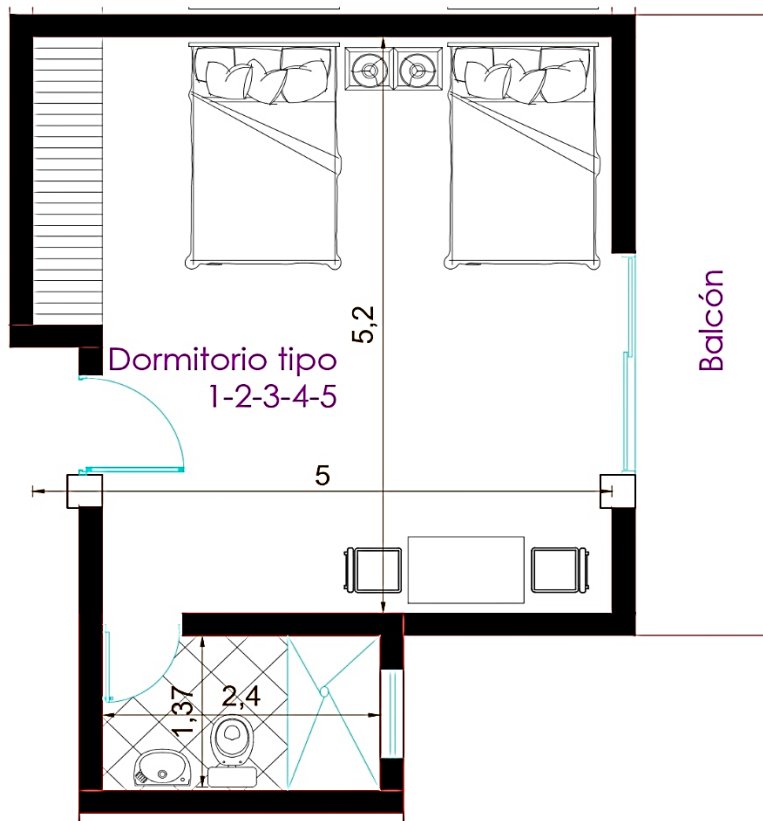


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área de alojamiento:** Se contará con un número de 12 habitaciones incluido el baño, en un área de 26,24m²; las habitaciones estarán decoradas con objetos que representan los saberes ancestrales del pueblo kichwa Karanki.

Figura 21

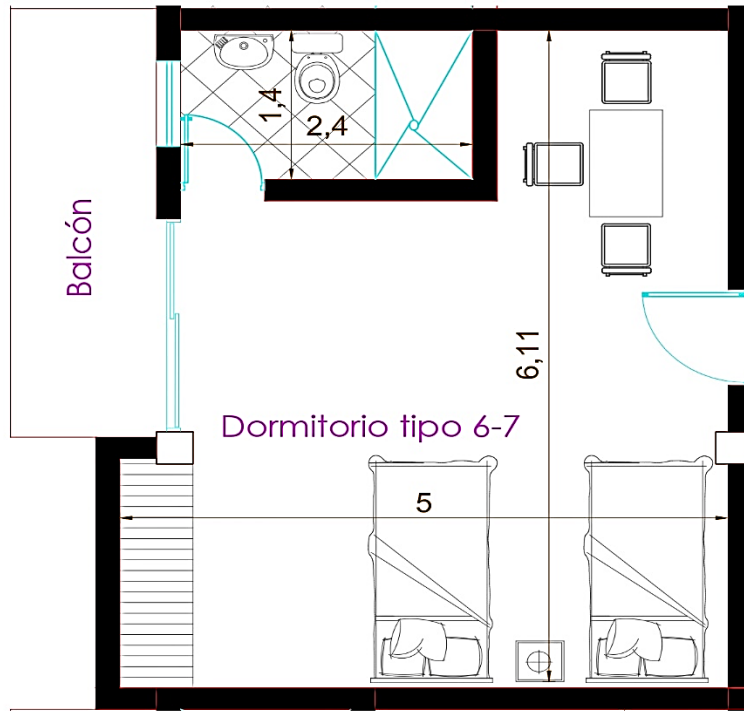
Diseño del área de las habitaciones 1, 2, 3, 4 y 5 denominadas dobles.



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

Figura 22

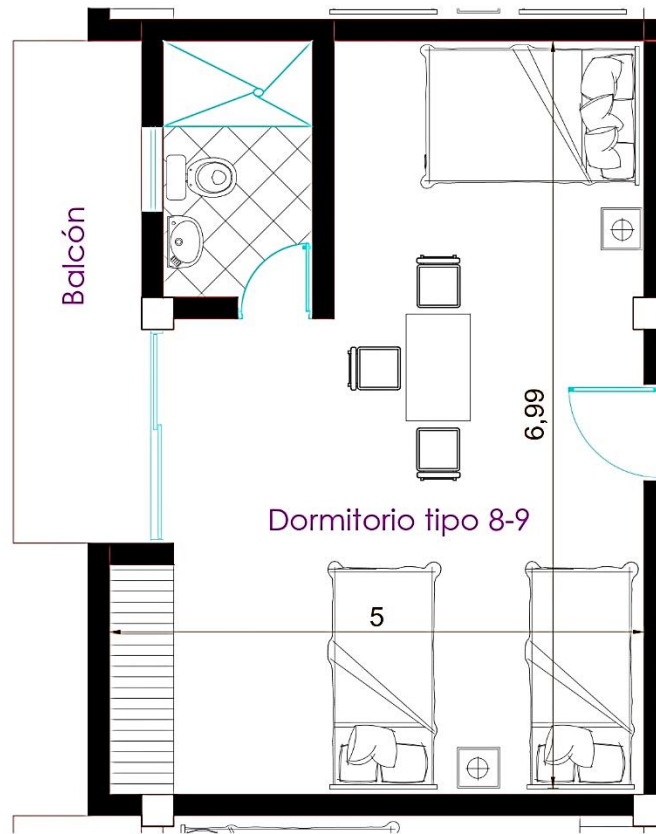
Diseño de las habitaciones 6,7 denominadas cuádruples.



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

Figura 23

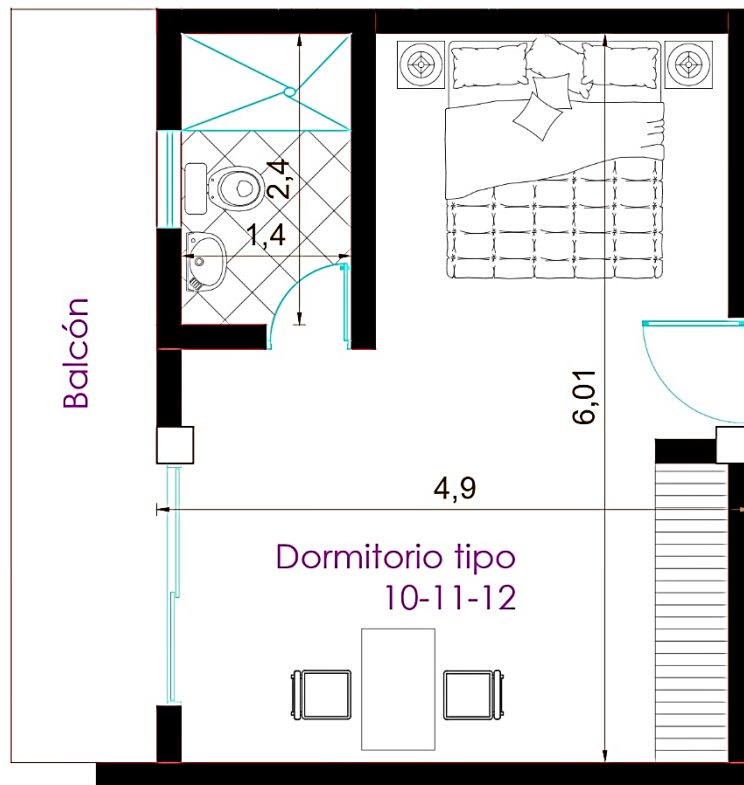
Diseño de las habitaciones 8 y 9 denominadas quíntuples.



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

Figura 24

Diseño de las habitaciones 10, 11 y 12 denominadas matrimoniales

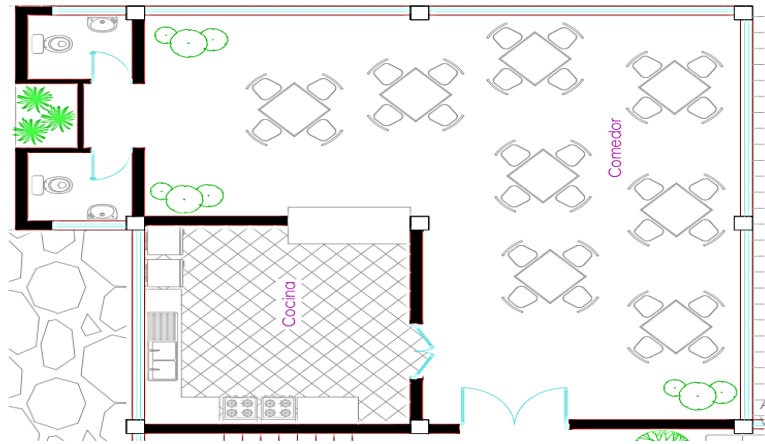


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área de restaurante:** Contará con un cuarto de cocina, con un espacio doble para servir los alimentos, para una capacidad de 32 personas, incluido servicio higiénico para damas y caballeros. Desde este sitio se podrá apreciar las áreas verdes, por lo que se cuenta con una vista panorámica.

Figura 25

Diseño del área de restaurante.

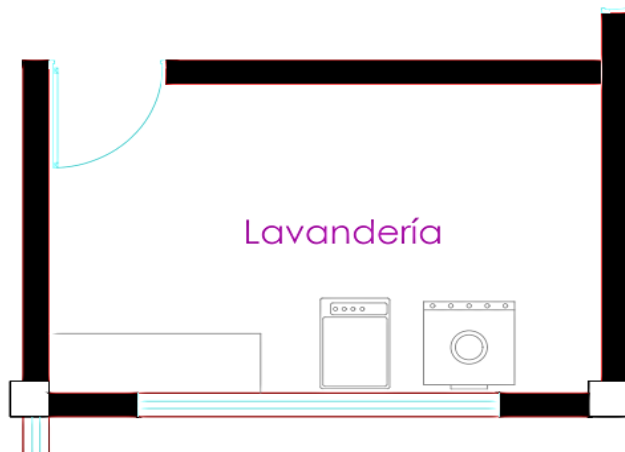


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área de lavandería:** Se contará con un cuarto para el lavado, planchado, secado de la ropa de los huéspedes y la lencería de la hostería.

Figura 26

Diseño del área de lavandería.

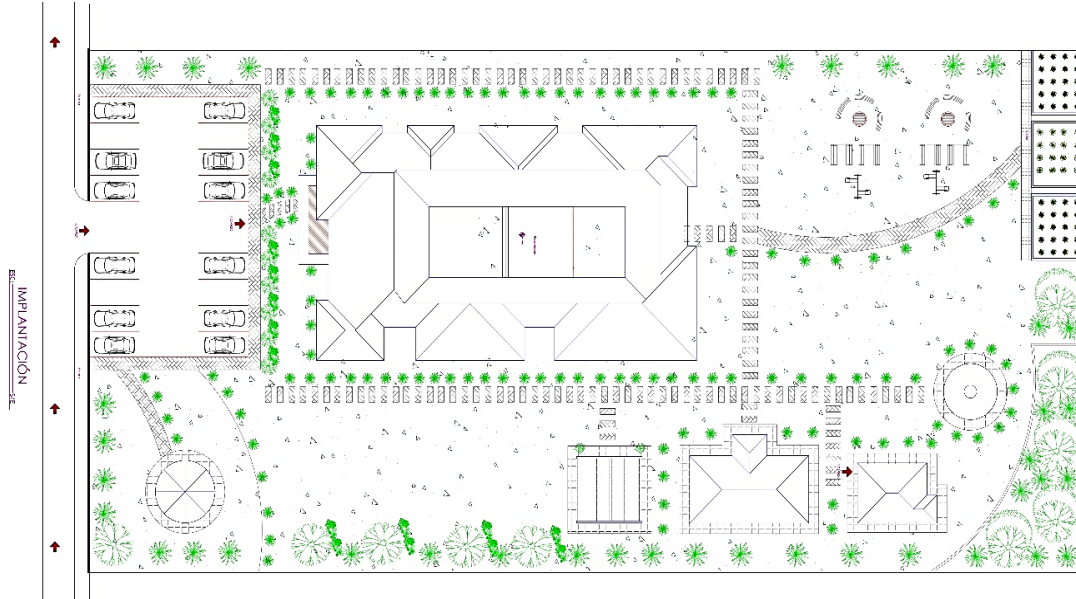


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área verde:** Espacios donde los turistas pueden sentir la sensación de tranquilidad y pueden desconectarse de los ruidos de la ciudad.

Figura 27

Diseño de las áreas verdes



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021

- **Área de esparcimiento:** Área en donde los huéspedes pueden realizar diversas actividades como yoga, picnic, parrillada, lectura, etc. Se contará con dos tipos de columpios de madera diseñados para adultos y niños, los cuales brindan confort y relajación.

Figura 28

Diseño del columpio.



Nota. La imagen representa el modelo del columpio a implementarse en el área verde. Tomado de Levelthreepip, 2019.

Figura 29

Diseño del columpio para niños.

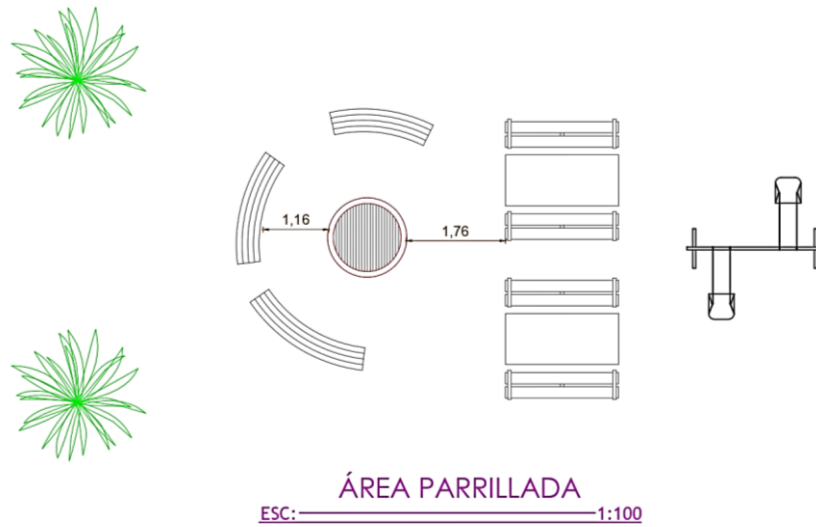


Nota. La imagen representa el modelo del columpio a implementarse en el área verde. Tomado de Mi-Deporte, 2021.

- **Área de picnic:** Sitio en dónde se degustará de la gastronomía tradicional al aire libre, en compañía de amigos y familiares. Además, se cuenta, con un sitio para realizar parrilladas, en donde el cliente puede realizar su propio plato a degustar o simplemente hacer uso de la fogata.

Figura 30

Diseño del área de picnic y parrillada

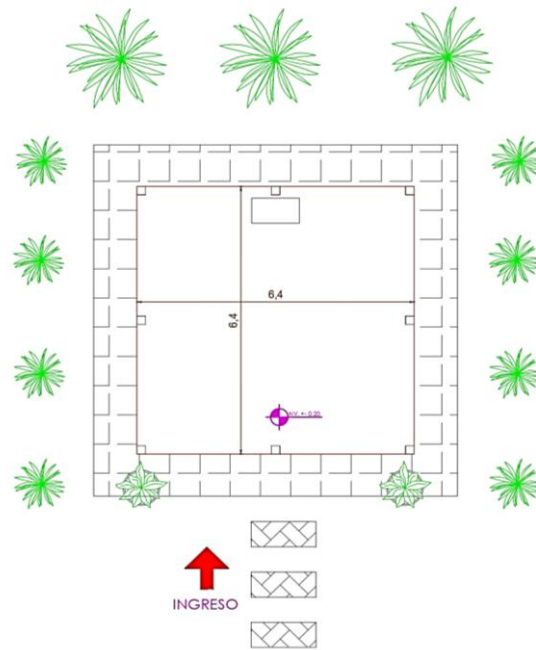


Nota. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área de yoga:** Espacio en donde le permite al cliente realizar prácticas que conecta el cuerpo, el espíritu y la mente, en la que se utiliza posturas físicas, ejercicios de respiración y meditación para mejorar la salud y reducir el estrés. También estará abierto para gente particular por un costo de 5,00 por una hora.

Figura 31

Diseño del área de yoga



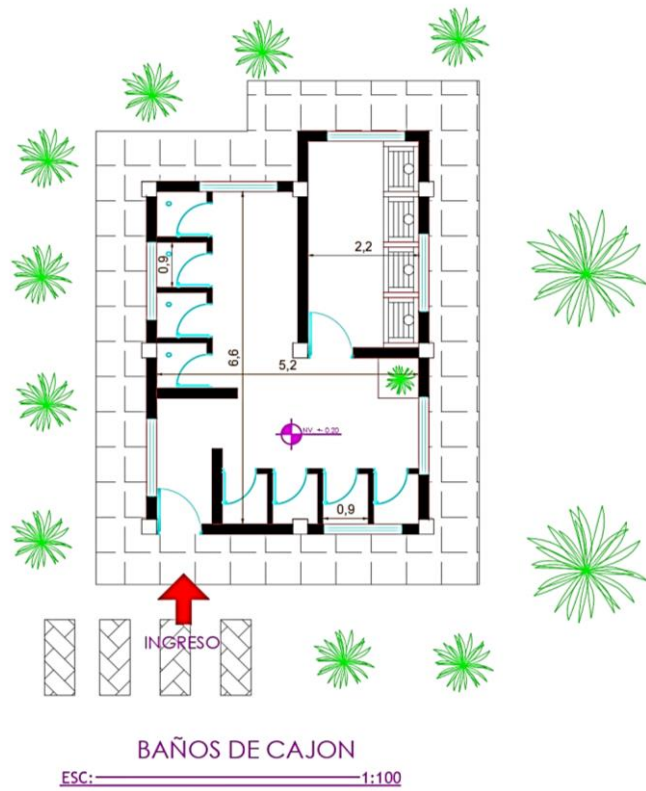
Nota. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

Área húmeda: Espacio en donde se contará con los siguientes servicios:

- **Baños de cajón:** Considerado como baños de vapor, en un ambiente más cerrado en una cabina de madera, el cual genera beneficios para la salud.

Figura 32

Diseño de los baños de cajón.

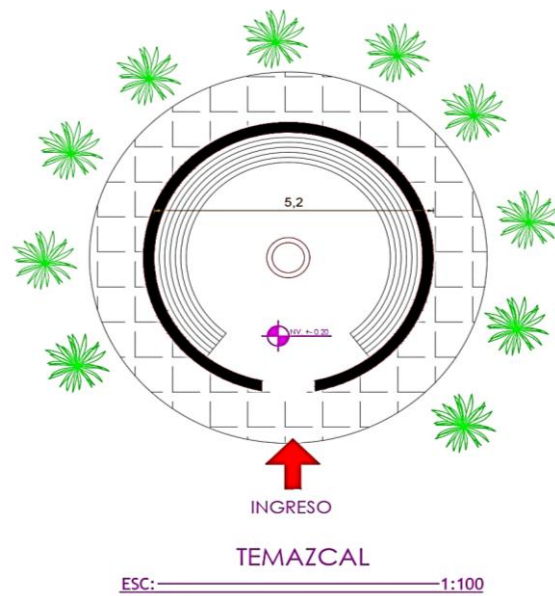


Nota. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Temazcal:** Es un baño de vapor con fines terapéuticos, higiénicos y rituales, que ayuda a relajar el sistema muscular, alivia el estrés, insomnio, la tensión nerviosa, entre otros.

Figura 33

Diseño de Temazcal.



Nota. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Spa:** Área de bienestar donde se ofrece varios tipos de masajes y tratamientos de belleza, la cual ayuda a tener un equilibrio del cuerpo, mente y espíritu.

Figura 34

Diseño del área de spa

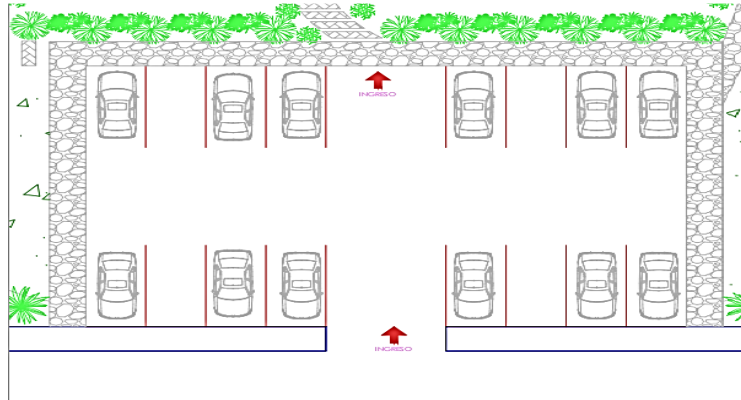


Nota. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Parqueadero:** Estará situada a un lado de la hostería, con capacidad para 16 vehículos.

Figura 35

Diseño del área de parqueadero.

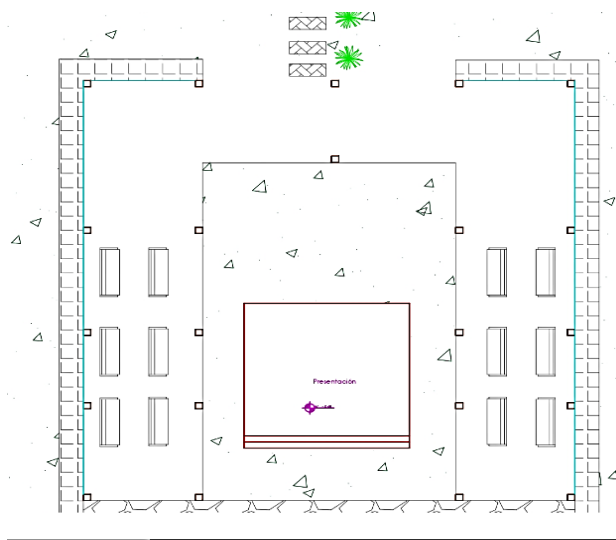


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Área de convivencia:** Se realizará noches culturales con los huéspedes en dónde existirá la convivencia directa durante la presentación de: danza, música y narración de leyendas.

Figura 36

Diseño del área de convivencia.

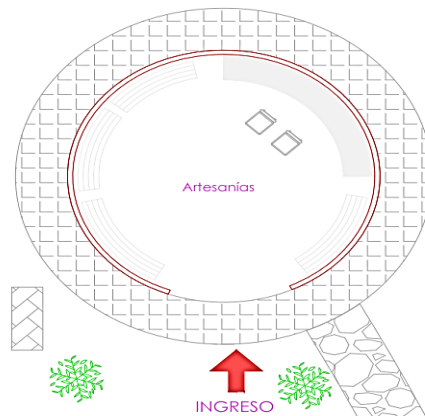


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Taller artesanal:** Espacio innovador tipo cabaña, en donde se realizará talleres demostrativos en base a la elaboración de bordados a mano, canastas a base de carrizo y puedan adquirir el producto como un recuerdo del lugar visitado.

Figura 37

Diseño del taller artesanal

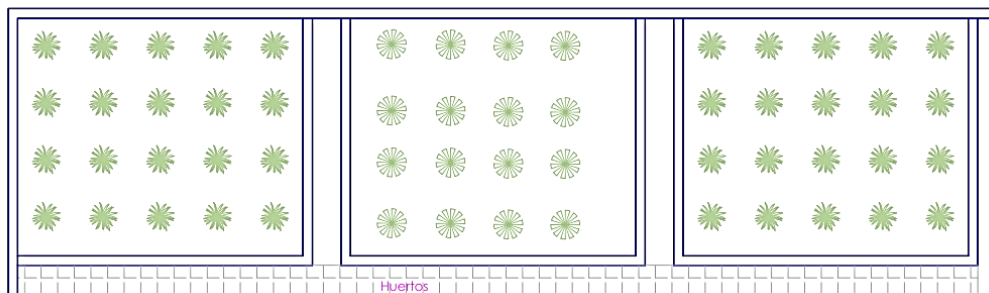


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

- **Huertos:** Contará con 3 huertos con una medida de 90 m², en donde se ejecutarán labores como: siembra y cosecha de productos orgánicos, para la elaboración de platos a ofertar dentro de la hostería.

Figura 38

Diseño del área de los huertos

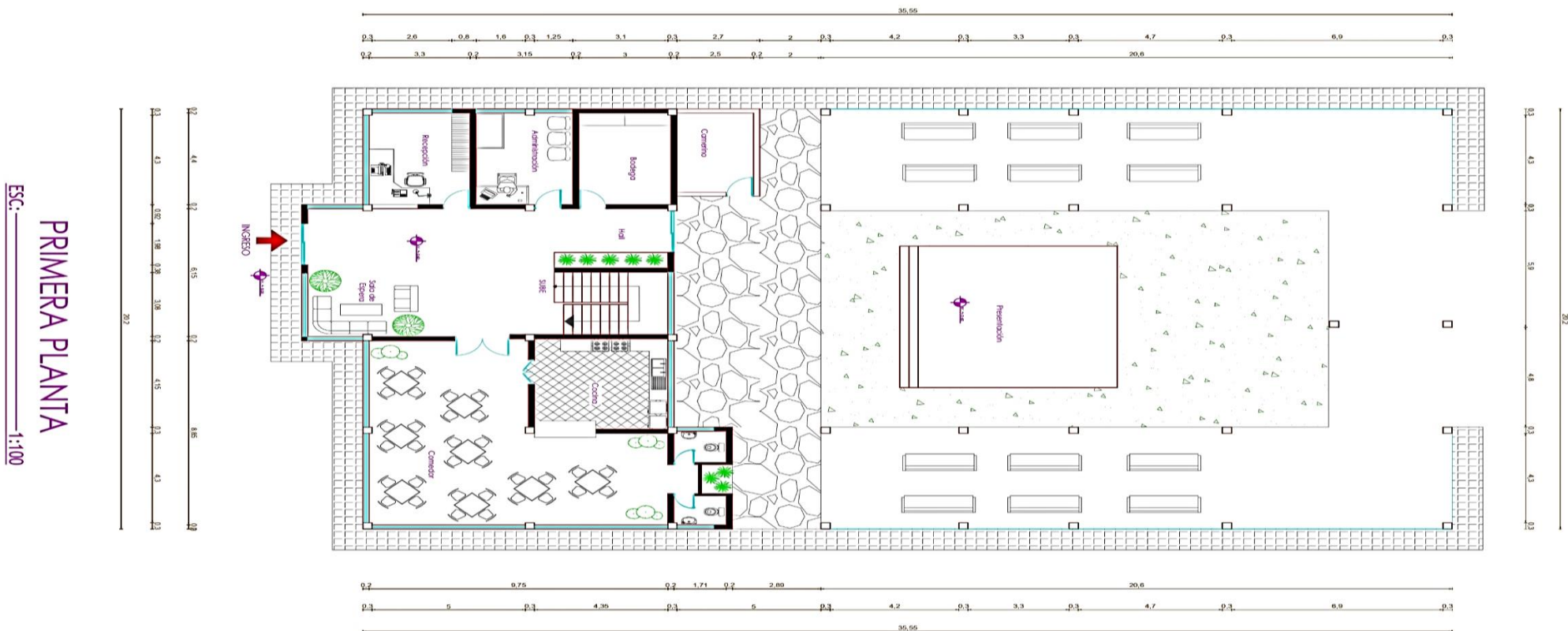


Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

3.3.2 Diseño planimétrico de la planta

Figura 39

Primera planta de las áreas de administración, cocina, restaurante, recepción, convivencia.



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

Figura 40

Segunda planta área de alojamiento.



Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

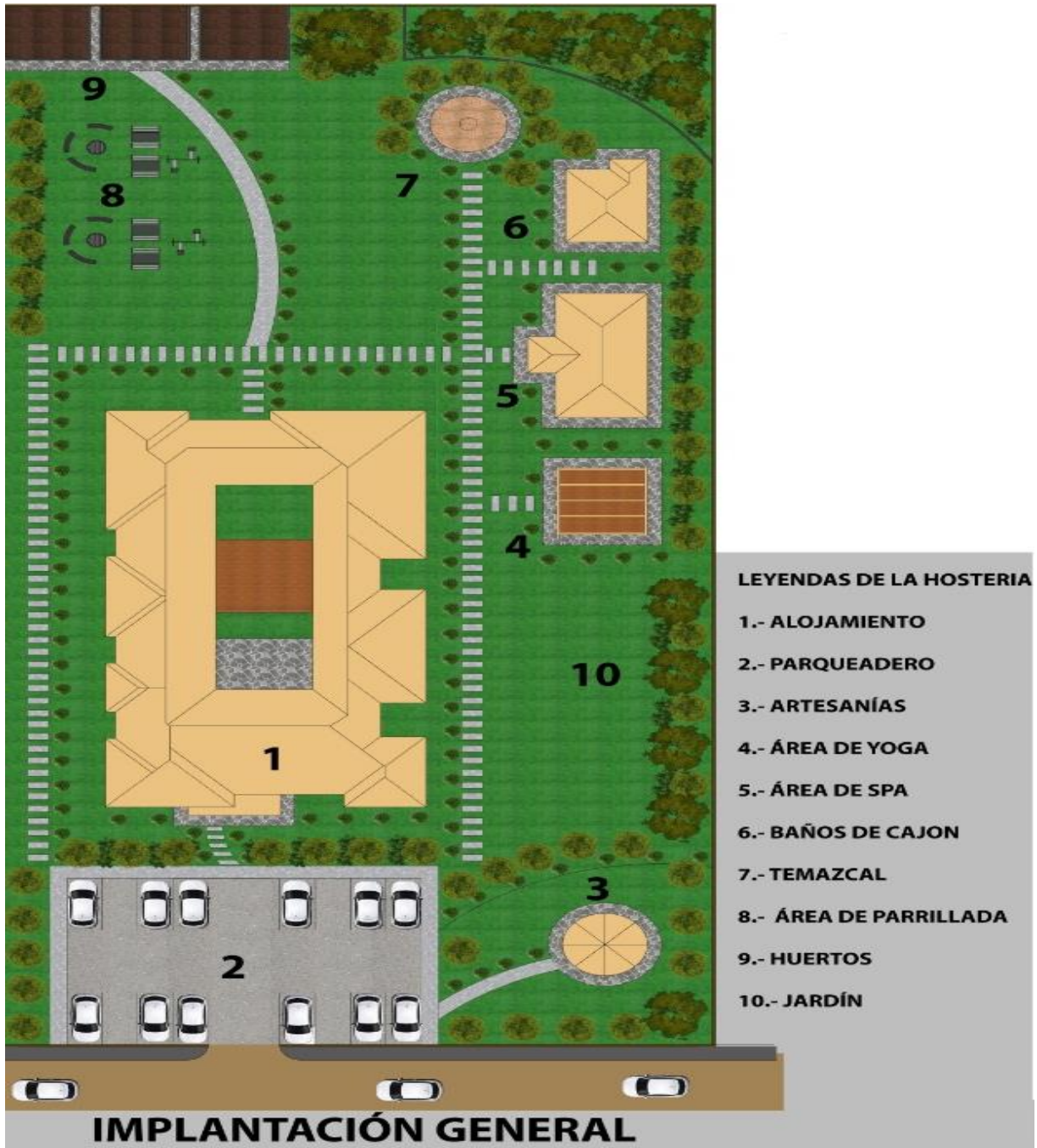
Figura 41

Plano aéreo de la Hostería Samay Wasi sin cubierta.



Nota: Diseño aéreo en donde se establecen las especificaciones de las áreas a contemplar. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

Figura 42
Plano aéreo de la Hostería Samay Wasi



Nota: Diseño aéreo en donde se establecen las especificaciones de las áreas a contemplar. Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

3.3.3 Requerimientos por áreas

Tabla 33

Maquinaria y equipo de área de recepción

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
RECEPCIÓN Y SALA DE ESPERA			
Muebles y enseres			
Counter	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Silla ejecutiva	1	\$ 59,00	\$ 59,00
Sillas de esperas	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Subtotal			\$ 639,00
Equipo de computación			
Computadora	1	\$ 469,00	\$ 469,00
Impresora	1	\$ 260,00	\$ 260,00
Subtotal			\$ 729,00
Máquinas y equipos			
Teléfono	1	\$ 31,99	\$ 31,99
Botiquín	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Subtotal			\$ 58,99
Total			\$ 1.426,99

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Tabla 34

Maquinaria y equipo de área administrativa

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
ADMINISTRATIVA			
Muebles y enseres			
Counter gerencial	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Silla ejecutiva	1	\$ 59,00	\$ 59,00

Sillas de esperas x 3	2	\$ 140, 00	\$ 280,00
		Subtotal	\$ 639,00
Equipo de computación			
Computadora	1	\$ 469,00	\$ 469,00
		Subtotal	\$ 469,00
Máquinas y equipos			
Teléfono	1	\$ 31,99	\$ 31,99
		Subtotal	\$ 31,99
		Total	\$ 1.139,99

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Tabla 35

Mobiliario y equipos para el área de restaurante

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
RESTAURANTE			
Maquinarias			
Cocina industrial 3 hornillas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Refrigeradora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Licuadaora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Cafetera	1	\$ 48,00	\$ 48,00
Congelador	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Microondas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Batidora	1	\$ 45,00	\$ 45,00
		Subtotal	\$ 1.503,00
Equipo de cocina			
Ollas grandes	3	\$ 40,00	\$120,00
Ollas medianas	6	\$ 34,00	\$ 204,00
Ollas pequeñas	6	\$ 18,00	\$ 108,00
Juegos de cucharones	2	\$ 15,00	\$ 30,00

Sartenes pequeñas	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Sartenes grandes	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Tazas	35	\$ 1,00	\$ 35,00
Vasos	35	\$ 1,00	\$ 35,00
Copas	35	\$ 1,23	\$ 43,05
Jarras	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Platos soperos	35	\$ 2,90	\$ 101,50
Platos postres	35	\$ 2,42	\$ 84,70
Platos tendidos	35	\$ 3,45	\$ 120,75
Juego de cubiertos (x 48)	5	\$ 13,00	\$ 65,00
Cuchillos	15	\$ 1,90	\$ 28,50
Tabla de picar	4	\$ 4,49	\$ 17,96
Ralladora manual	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Coladores malla	3	\$ 4,80	\$ 14,40
Salero	10	\$ 1,55	\$ 15,50
Azucarero	10	\$ 1,55	\$ 15,50
Canasta para cubiertos	10	\$ 1,80	\$ 18,00
Subtotal		\$ 1. 176,86	
Máquinas y equipos			
Tanque de gas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Extintor	1	\$ 17,00	\$ 17,00
Botiquín	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Televisor Led Samsung 32"	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Subtotal		\$ 424,00	
Muebles y enseres			
Mesa de madera con 4 sillas	8	\$ 120,00	\$ 960,00
Subtotal		\$ 960,00	
Mantelería			
Juego de manteles	15	\$ 15,00	\$ 225,00

para mesa cuadrada
de 4 puestos

Subtotal **\$ 225,00**

Total **\$ 4.288,86**

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 36

Mobiliario y equipo del área de alojamiento

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
ALOJAMIENTO / HABITACIONES			
Muebles y enseres			
Cama de 1 ½	12	\$ 95,00	\$ 1.140,00
Cama de 3 plazas	3	\$ 185,00	\$ 555,00
Literas de 1 plaza	8	\$ 85,00	\$ 680,00
Colchón 1 ½	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Colchón 3 plazas	3	\$ 140,00	\$ 420,00
Colchón 1 plaza	16	\$ 64,99	\$ 1.039,84
Armario de 4 compartimientos	12	\$ 40,00	\$ 480,00
Mesa con tres sillas	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Velador	12	\$ 25,00	\$ 300,00
		Subtotal	\$ 5.814,84
Accesorios			
Lámparas para la noche	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Espejo de baño	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Florero	12	\$ 4,00	\$ 48,00
		Subtotal	\$ 156,00
Menaje			

Protector de colchón impermeable de 1½ plaza	12	\$ 23,00	\$ 276,00
Protector de colchón impermeable de 3 plaza	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Protector de colchón impermeable de 1 plaza	16	\$ 15,00	\$ 240,00
Juegos de sábanas 3 plazas	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Juego de sábanas de 1 ½ plazas	12	\$ 14,99	\$179,88
Juego de sábanas de 1 plazas	16	\$ 12,00	\$ 192,00
Cobertores con almohadas	31	\$ 30,00	\$ 930,00
Cortinas	12	\$ 22,00	\$264,00
Juegos de toallas de algodón	31	\$ 25,00	\$ 775,00
Estera	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Tapiz artesanal	12	\$ 5,00	\$ 60,00
		Subtotal	\$ 3.222,88
		Total	\$ 9.193,72

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 37

Maquinaria y equipo del área de lavado y planchado

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
LAVADO Y PLANCHADO			
Muebles y enseres			

Tablas de planchar	2	\$ 13,90	\$ 27,80
Armario empotrado	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Armarios blancos colgados	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Subtotal		\$ 362,80	
Maquinaria y equipos			
Lavadora	1	\$ 529,99	\$ 529,99
Secadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Plancha	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Subtotal		\$ 1.039,99	
Total		\$ 1.402,79	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 38

Maquinaria y equipo del área de bodega

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
ÁREA DE BODEGA			
Muebles y enseres			
Estantería	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Subtotal		\$ 90,00	
Maquinaria y equipos			
Cortadora de césped	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Azadón	2	\$ 9,50	\$ 19,00
Rastrillo	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Machete	1	\$ 4,35	\$ 4,35
Pala multifunción	2	\$ 5,75	\$ 11,50
Carretilla	1	\$ 69,99	\$ 69,99
Manguera 30 m	1	\$ 9,48	\$ 9,48
Guantes	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Gafas protectoras de seguridad	2	\$ 1,50	\$ 3,00

Botas	2	\$ 7,00	\$ 14,00
		Subtotal \$ 302,32	
Total		\$ 392,32	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 39

Muebles y equipos del área del taller artesanal

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
TALLER ARTESANAL			
Muebles y equipos			
Estantería	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Bancas de madera	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Armadores x12 de madera	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Total			\$ 155,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 40

Muebles y equipos de las áreas húmedas

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
SPA, YOGA, BAÑOS A CAJÓN			
Muebles y equipos			
Camilla facial y corporal de madera	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Mesas auxiliares de madera de 3 pisos movibles	4	\$ 60,00	\$ 240,00

Armario de madera de dos puertas	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Bancas de madera	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Calefón de vapor	1	\$ 340,00	\$ 340,00
		Subtotal	\$ 1.560,00
Menaje			
Batas	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Toallas	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Sandalías	12	\$ 10,00	\$ 120,00
		Subtotal	\$ 470,00
		Total	\$ 2.030,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 41

Muebles y equipos del área de convivencia

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
ÁREA DE CONVIVENCIA			
Muebles y equipos			
Bancas de madera	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Micrófono inalámbrico	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Extensiones 10m	1	\$ 7,65	\$ 7,65
Parlante, pedestal, micrófono con cable, control remoto.	1	\$ 149,00	\$ 149,00
Consola de audio Berani 4 canales	1	\$ 45,99	\$ 45,99
		Total	\$ 392,64

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 42*Mobiliario del área de esparcimiento*

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
ÁREA DE ESPARCIMIENTO			
Equipos			
Columpio de madera para adultos	2	\$300,00	\$ 600,00
Columpio de madera infantil de 2 asientos.	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Total			\$ 690,00

Nota. Este equipo se realizará con materiales propios de la zona. Elaborado por las autoras, 2021.

Propaganda y publicidad

Tabla 43*Letrero de la hostería Samay Wasi*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Letrero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Total			\$ 120,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.4 Inversiones y capital de trabajo

3.4.1 Obra civil necesaria

Se describe de una manera general las necesidades en cuanto a los materiales y la mano de obra para la construcción de la hostería.

Tabla 44*Terreno*

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Terreno 5.000m2	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00

Total	\$ 40.000,00
--------------	---------------------

Nota: Valor estimado del terreno que se utilizara para la implementación del proyecto, elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 45

Distribución y costo de la obra civil de la hostería Samay Wasi

AREAS	AREAS M2		
	Total m2	Costo unitario	Costo total
RECEPCIÓN	13	500	6.500,00
GERENCIA	12	500	6.000,00
ALOJAMIENTO Y BAÑO	25	500	150.000,00
RESTAURANTE	72	500	36.000,00
LAVANDERÍA	11	300	3.300,00
HUERTOS	90	5	450,00
ARTESANÍAS	28	120	3.360,00
PARQUEADERO	400	15	6.000,00
BODEGA	12	300	3.600,00
PICNIC	14	120	1.680,00
YOJA	20	120	2.400,00
SPA	49	500	24.500,00
TEMAZCAL	16	300	4.800,00
BAÑOS EN CAJONES	35	300	10.500,00
CONVIVENCIA	40	15	600,00
Total			\$259.690,00

Nota: Elaborado por el Arq. Samir Picuasi, 2021.

3.4.2 Maquinaria y equipos

En esta tabla se detalla las maquinarias y equipos generales que van a ser necesarios dentro de la hostería Samay Wasi, debido a que en la tabla anterior se detalla los requerimientos por cada área a implementar de forma específica.

Tabla 46

Maquinaria y equipos de la hostería

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Cocina industrial 3 hornillas	1	\$ 250,00	\$250,00
Refrigeradora	1	\$ 700,00	\$700,00
Licuadora	1	\$ 50,00	\$50,00
Cafetera	1	\$ 48,00	\$48,00
Congelador	1	\$ 290,00	\$290,00
Microondas	1	\$ 120,00	\$120,00
Batidora	1	\$ 45,00	\$45,00
Lavadora	1	\$ 529,99	\$529,99
Secadora	1	\$ 450,00	\$450,00
Plancha	2	\$ 30,00	\$60,00
Cortadora de césped	1	\$ 160,00	\$160,00
Calefón de vapor	1	\$ 340,00	\$340,00

Nota. Elaborado por las autoras

3.4.3 Capital de trabajo

Tabla 47

Resumen de materia prima para la hostería Samay Wasi

Materia prima			
Tipo	Producto	Costo unitario	Costo mensual
			Costo (4 meses)
Entrada	Mote con chicharrón	\$ 0,45	\$ 13,50
	Pepa de zambo con tostado	\$ 0,59	\$ 17,70
	Chochos con tostado	\$ 0,42	\$ 12,60
	Berro con papas	\$ 0,58	\$ 17,40
	Cuzo con tostado	\$ 0,65	\$ 19,50
Plato fuerte	Caldo de gallina de campo	\$ 1,45	\$ 43,50
	Locro de oca	\$ 0,78	\$ 23,40
	Cuy asado	\$ 1,23	\$ 36,90
	Asado de borrego	\$ 1,75	\$ 52,50
	Fritada	\$ 1,98	\$ 59,40
Postre	Almíbar de durazno	\$ 0,70	\$ 21,00
	Dulce de zambo	\$ 0,53	\$ 15,90
	Dulce de chamburo	\$ 0,40	\$ 12,00
	Dulce de higos	\$ 0,45	\$ 13,50
	Cake de zanahoria	\$ 0,58	\$ 17,40
	Cake de uvilla	\$ 0,58	\$ 17,40

Bebida tradicional	Chicha de jora	\$ 0,70	\$ 21,00	\$84,00
	Chicha de arroz	\$ 0,38	\$ 11,40	\$45,60
	Colada morada	\$ 0,44	\$ 13,20	\$52,80
	Colada de zambo	\$ 0,64	\$ 19,20	\$76,80
	Chicha de avena	\$ 0,53	\$ 15,90	\$63,60
	Aguas aromáticas	Toronjil	\$0,75	\$ 22,50
Orégano		\$0,75	\$ 22,50	\$90,00
Hierba luisa		\$0,75	\$ 22,50	\$90,00
Cedrón		\$0,75	\$ 22,50	\$90,00
Menta		\$0,75	\$ 22,50	\$90,00
Manzanilla		\$0,75	\$ 22,50	\$90,00
Total de costo				\$2.437,20

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Dispensador de jabón líquido 500ml	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Dispensador gel y alcohol	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Recarga de jabón 500ml	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Papel higiénico 12 u	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Papel industrial (rollo)	10	\$ 2,25	\$ 22,50
Servilletas paquete	15	\$ 0,50	\$ 7,50
Palillos caja	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Lavavajilla balde	3	\$ 10,50	\$ 31,50
Desengrasante	4	\$ 5,14	\$ 20,56
Estropajo verde	20	\$ 0,25	\$ 5,00
Estropajo amarillo	15	\$ 0,45	\$ 6,75
Estropajo fino	20	\$ 0,30	\$ 6,00
Cloro liquido caneca	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Escoba	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Trapeador	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Guantes látex/nitrilo caja x 50	3	\$ 11,50	\$ 34,50
Guantes lavaplatos	15	\$ 1,50	\$ 22,50
Recogedor de basura	5	\$ 2,99	\$ 14,95
Desinfectante liquido galón	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Limpiones de cocina	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Cesto de ropa	9	\$ 3,89	\$ 35,01
Detergente de ropa (galón)	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Quitamanchas (galón)	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Suavizante (galón)	2	\$ 12,90	\$ 25,80
Jabón en barra	40	\$ 0,65	\$ 26,00
Aromatizante (caneca)	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Pinzas (24 unidades)	10	\$ 1,20	\$ 12,00
Cepillo de ropa	4	\$ 1,24	\$ 4,96
Bolsa para lavar la ropa delicada pack 3	5	\$ 12,00	\$ 60,00

Desinfectante	8	\$ 2,00	\$16,00
Detergente	8	\$ 1,00	\$ 8,00
Ambientador	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Balde	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Limpia vidrio (galón)	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Lustra muebles	4	\$ 2,18	\$ 8,72
Cepillo para inodoro	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Destapador de baño	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Franelas	10	\$ 1,00	\$ 10,00
		Subtotal	\$ 835,33
Accesorios			
Aceites	10	\$ 18,00	\$ 180,00
Esencias	12	\$ 2,50	\$ 30,00
Cremas	6	\$ 13,00	\$ 78,00
Productos de belleza kit	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Piedras volcánicas para masaje set	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Jabón y shampoo	100	\$ 0,80	\$ 24,00
Gel antibacterial (galón)	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Alcohol (galón)	2	\$ 8,99	\$ 17,98
		Subtotal	\$ 493,98
Total			\$ 1. 329,31

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

GASTOS DE SUMINISTRO DE OFICINA

Tabla 50

Suministro de oficina para la hostería Samay Wasi

Suministros			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
6 meses			

Resma de papel (500 hojas)	3	\$ 2,99	\$ 8,97
Grapadora	2	\$ 4,51	\$ 9,02
Perforadora	2	\$ 1,96	\$ 3,92
Bolígrafos (caja)	2	\$ 2,52	\$ 5,04
Resaltadores (caja)	2	\$ 3,70	\$ 7,40
Corrector (caja)	1	\$ 6,38	\$ 6,38
Marcadores (caja)	1	\$ 2,20	\$ 2,20
Calculadora	2	\$ 6,25	\$ 12,50
Notes	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Archivador (carpetas)	5	\$ 1,20	\$ 6,00
Lápices (caja)	2	\$ 2,40	\$ 4,80
Borradores (caja)	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Clips (cajas)	2	\$ 3,60	\$ 7,20
Sacapuntas (caja)	1	\$ 2,20	\$ 2,20
Tijeras	4	\$ 0,50	\$ 2,00
Sello personalizado	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Facturas libreto de 100	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Recibos libreto de 100	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Aguja paquete	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Tela Panamá metro	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Hilos caja	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Lápiz B2 caja	1	\$ 4,20	\$ 4,20
Tijeras	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Sacapuntas	3	\$ 0,25	\$ 0,75
Estilete	4	\$ 0,50	\$ 2,00
Total			\$ 195,08

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 51

Servicios básicos para el funcionamiento de la hostería

Operativo		
Descripción	Costo mensual	Costo (6 meses)
Agua	\$80,00	\$480,00
Luz	\$110,00	\$660,00
Internet	\$45,00	\$270,00
Teléfono	\$25,00	\$150,00
Total	\$260,00	\$1. 560,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

GASTOS DE VENTAS

Tabla 52

Gastos de marketing para la hostería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total (6meses)
Página web		\$12,50	\$75,00
Instagram ADS		\$15,00	\$90,00
Facebook ADS		\$15,00	\$90,00
Tarjeta de presentación	1000	\$60,00	\$60,00
Flyers	100	\$30,00	\$30,00
Imagen corporativa		\$60,00	\$60,00
Diseño de página en redes		\$120,00	\$120,00
Administración de publicaciones		\$120,00	\$720,00
Total			\$1.245,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 53*Trámites para la constitución de la hostería Samay Wasi*

Gastos de constitución	Valor
Licencia Anual de Funcionamiento turístico	\$ 80,00
Inscripción en el Registro Mercantil	\$ 25,00
Patente Municipal	\$ 51,00
Permiso de construcción	\$139,50
Permiso de Bomberos	\$ 3,50
Permiso de ARCSA	\$ 254,00
Total	\$ 553,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.**Tabla 54***Capital de trabajo*

Descripción	Valor (6 meses)
Materia prima	\$2.437,20
Mano de obra directa e indirecta	\$14.400,00
Servicios básicos	\$1.560,00
Constitución	\$ 553,00
Publicidad	\$1.245,00
Gastos de insumos	\$1.329,31
Gastos de suministro de oficina	\$195,08
Total	\$ 21. 719,59

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.4.4 Total de inversión

Tabla 55

Inversión Total

Detalle	Valor
Terreno (-)	\$ 40. 000,00
Costo infraestructura	\$ 259.690,00
Are de recepción	\$ 1.426,99
Área administrativa	\$ 1.139,99
Área de restaurante	\$ 4.288,86
Área de alojamiento	\$ 9.193,72
Área de lavado y planchado	\$ 1.402,79
Área de bodega	\$ 392,32
Taller artesanal	\$ 155,00
Área de convivencia	\$ 392,64
Áreas de esparcimiento	\$ 690,00
Áreas húmedas	\$ 2. 030,00
Propaganda publicidad	\$ 120,00
Capital de trabajo	\$ 21.719,59
Total de inversión	\$ 302.642,00

Nota: Elaborado por las autoras, 2021.

3.4.5 Plan de financiación

Para poner en marcha la idea del negocio se ha previsto una fuente de financiamiento la misma que cubrirá el 100% de la inversión inicial. Este plan de financiación se lo va realizar mediante recursos propios del valor que corresponde a un bien inmueble (terreno) \$ 40.000,00, y aporte de socios de \$ 60.000,00 y por otra parte se necesitará un financiamiento de una Institución financiera.

BanEcuador es una entidad financiera que ayuda a este tipo de proyectos productivos para que se los pueda ejecutar. El crédito es de tipo pequeña y mediana empresa, el cual se lo va a utilizar para poner en marcha la hostería. Aproximadamente el 70.82% de la inversión requerida es de \$ 242.642,00 con una tasa nominal de 9,76%, para un plazo de 10 años, con una cuota de pago mensual de \$ 3.174,37.

Tabla 56

Financiamiento del proyecto

Detalle	Porcentaje	Valor
Capital propio	29%	\$ 100.000,00
Inversión BanEcuador	71%	\$ 242.642,00
Total	100%	\$ 342.642,00

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 57

Simulador BanEcuador

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		Tasa Nominal(%)	9.76
Destino	Activo Fijo		Tasa Efectiva(%)	10.21
Sector Económico	N/A		Monto(USD)	242,642.00
Facilidad	Pequeña y		Plazo(Años)	10
Tipo Amortización	Mediana		Fecha Simulación	2021-07-20
Forma de Pago	Cuota Fija Mensual			
Periodo	Saldo		Interés	Cuota
0	242642.00			
1	241441.12	1200.88	1973.49	3174.37

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.5 Estructura organizativa y administrativa

3.5.1 Misión

Somos una empresa dedicada a la prestación de servicios de hospedaje, alimentación a turistas nacionales y extranjeros, brindando servicios de calidad y personalizados en instalaciones cómodas y agradables.

3.5.2 Visión

En el año 2026 la Hostería Samay Wasi será uno de los puntos turísticos más llamativos por brindar un excelente servicio, atención personalizada, contar con una alta calidad en el diseño de espacios habitacionales y gastronomía tradicional, para los turistas locales, nacionales e internacionales en la Zona 1 del país.

3.5.3 Políticas

Trabajadores

- El trabajador debe usar el uniforme correctamente dentro del establecimiento.
- El trabajador debe mantener un comportamiento ético con el fin de mejorar las relaciones laborales.
- Puntualidad y cumplimiento de sus labores en tiempos establecidos.
- No debe presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.
- Debe comunicar a su empleador en caso de ausencia por una necesidad o calamidad doméstica y justificar con un respectivo certificado.
- Prohibido sustraer objetos de la propiedad de la hostería.
- Prohibido hacer uso de productos y alimentos de la hostería para uso personal del trabajador.
- El trabajador debe presentarse 15 minutos antes de la jornada laboral.
- El uso de celulares será exclusivamente en horarios de descanso, salvo casos de emergencia.

Huéspedes

- La hora de entrada *check in* es las 12:30 y la hora de salida *check out* 11:00 a.m. (con una tolerancia de 10 minutos).
- No se permite el ingreso de las personas no registradas a las habitaciones.
- No está permitido fumar en las habitaciones o espacios cerrados.
- Procurar apagar la luz una vez que salga de la habitación.
- Depositar los desechos de acuerdo a la debida clasificación.
- Al salir de la hostería tendrá que entregar las llaves de la habitación en la recepción, para que el personal pueda realizar la limpieza y el control de la habitación.
- Si el huésped pierde las llaves de la habitación tendrá un costo de \$ 8.00
- Uso de mascarilla obligatorio.
- No se permiten mascotas en las habitaciones.
- Cualquier daño causado por los huéspedes a la propiedad del hotel será cancelado por el huésped.

Políticas de cancelación

Tome en consideración las siguientes formalidades:

- Cancelaciones antes de las 72 horas 100% de reembolso a favor del cliente.
- Cancelaciones entre las 72 a 24 horas, se facturará el 50% del valor de una noche de estadía.
- Cancelaciones entre las 24 horas a 0 horas, se facturará el 100% del valor de una noche de estadía.

Políticas de pago

Se acepta:

- Pagos en efectivo.
- Depósitos bancarios.
- Tarjeta de crédito.

3.5.4 Valores

Los valores son muy importantes para la hostería porque son grandes fuerzas impulsoras para realizar un buen trabajo, sentirse parte de la empresa y trabajar por el cumplimiento de las mismas metas y objetivos.

- **Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos, tanto de la entrada y salida de la hostería.
- **Responsabilidad:** Cada uno de los empleados desempeñan todas las actividades asignadas, obteniendo siempre los mejores resultados.
- **Respeto:** Promover el respeto entre los trabajadores y el huésped para así evitar conflictos.
- **Honradez:** Los empleados al realizar sus actividades siempre cumplen de manera íntegra.
- **Compromiso:** Realizar sus actividades de la mejor manera.
- **Calidad:** La empresa trabaja con eficiencia para brindar la mejor atención a todos los requerimientos del huésped.

3.5.5 Imagen corporativa

La imagen corporativa ayuda a que el cliente tenga un acercamiento de lo que se trata el proyecto, la primera impresión que se lleva, es por eso que debe ser llamativo y completo con la información adecuada.

Figura 43

Imagen corporativa

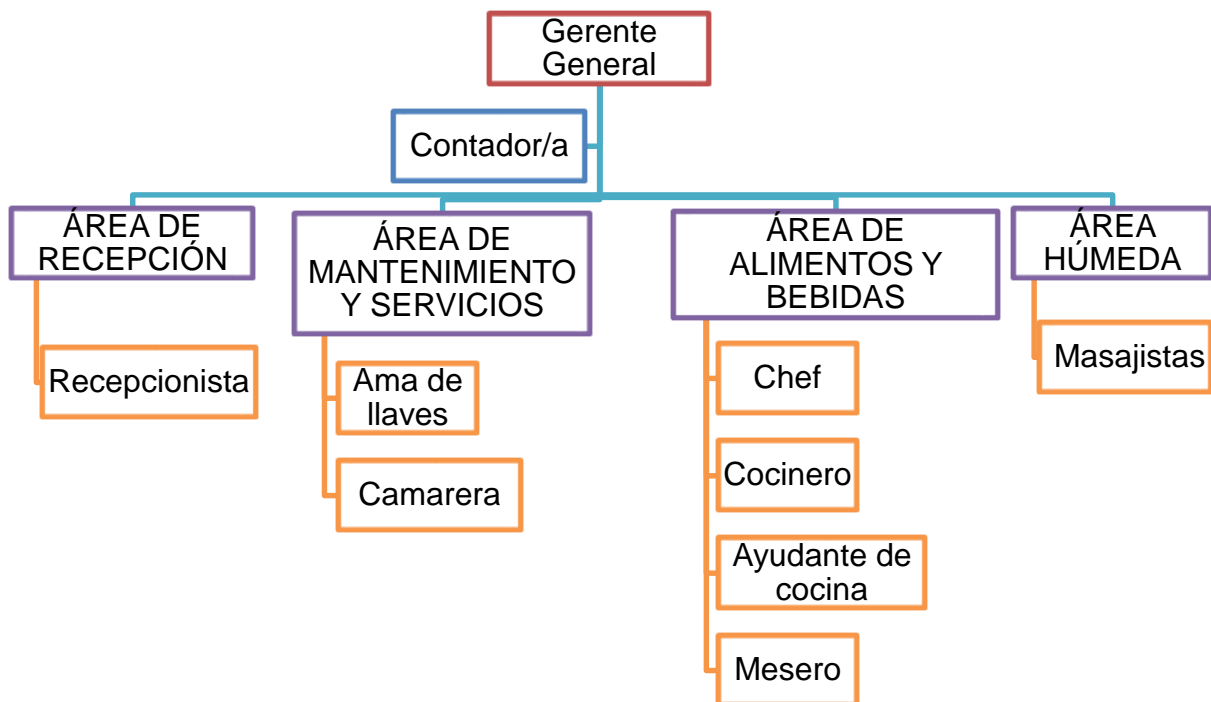


Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.5.6 Organigrama

Figura 44

Organigrama




Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

3.5.7 Manual de funciones

Para el manual de funciones se toma como referencia a las Normas Técnicas del Sistema Ecuatoriano de Normalización INEN (2015).

Tabla 58

Función del Gerente General

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	

Gerente General

El gerente se ocupa, principalmente, de gestionar las actividades económicas, administrativas, de personal y de recursos tecnológicos, actuando empresarialmente para la satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.

Edad	Género	Experiencia laboral	Formación	Idioma
28 años	Femenino Masculino	3 años	Turismo Hotelería Administración Contabilidad	Ingles B2

Requisitos

El gerente debe:

- Representar a la organización
- Definir estrategias de desarrollo
- Administrar el negocio
- Realizar actividades de mercadeo (marketing) y ventas.
- Supervisar la operación de sistemas y equipos
- Inspeccionar la presentación del personal

-
- Cerciorar la satisfacción del cliente
 - Liderar al equipo de trabajo
-

Competencias

Conocimientos

- Herramientas básicas de planificación, control y optimización de resultados.
- Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales.
- Técnicas básicas de negociación y administración de contratos.
- Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas.
- Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal.
- Planificación de paquetes turísticos.

Habilidades

- Comunicación oral y escrita clara.
- Toma de decisiones en situaciones críticas.
- Capacidad para solucionar conflictos.
- Capacidad para evaluar ideas.
- Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales.

Actitudes

- Previsor
- Equilibrado emocionalmente
- Persuasivo
- Innovador
- Optimista

Observaciones:


Firma:

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 59

Manual de función del contador

	Código: FT.01			
	Edición: 2			
	Fecha:			
FICHA DE PUESTO DE TRABAJO				
Contador/a				
Responsable de la contabilización y cierre mensual de estados financieros, del análisis y control contable de las operaciones de la hostería.				
Edad	Género	Experiencia	Formación	Idioma
		laboral		
28 años	Femenino	2 años	Contabilidad	Ingles B1
	Masculino		Administración	
Requisitos				
<ul style="list-style-type: none">• El contador debe:• Identificar y corregir posibles errores.• Realizar informes.• Analizar y registrar las novedades.• Mantener comunicación con otras áreas.• Analizar los registros contables.				
Competencias				
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Procesos y procedimientos contables y financieros.• Elaboración de planillas y gráficos para análisis de control.• Técnicas de auditoría en sistemas de empresas de alojamiento.• Funcionamiento y procedimientos de empresas de alojamiento.			
	<ul style="list-style-type: none">• Cálculos matemáticos.			

Habilidades

- Memoria de corto y mediano plazo, para recordar los detalles del cierre de caja.
- Raciocinio lógico y capacidad de decisión para argumentar oralmente o en forma escrita.

Actitudes

- Equilibrado emocionalmente
- Honesto
- Razonador con datos

Observaciones: Firma:

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 60

Manual de función del Recepcionista



FICHA DE PUESTO DE TRABAJO

Código: FT.01

Edición: 3

Fecha:

Recepcionista

Se ocupa, principalmente de recibir y registrar al cliente su llegada *Check in*, relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped *Check out*.

Edad	Genero	Experiencia laboral	Formación	Idioma
28 años	Femenino Masculino	2 años	Turismo Hotelería Administración Contabilidad	Ingles B2 y nivel B1 en otro idioma

Requisitos

El recepcionista debe:

- Registrar el ingreso del huésped (*check in*).
- Controlar el acceso a las habitaciones.
- Apoyar al huésped.

-
- Efectuar los procesos de salida del huésped (*check out*).
 - Coordinar el trabajo con el equipo humano de recepción.
 - Actualizar los sistemas administrativos.
 - Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento.
 - Asegurar la satisfacción del cliente.
 - Cuidar de la apariencia personal.
-

Competencias

Conocimientos

- Dominio del sistema tarifario.
 - Procesos de ingreso (*check in*) y salida (*check out*) del huésped.
 - Manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional.
 - Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad, costos, horarios y reservas.
 - Manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras e internet.
 - Contabilidad general.
 - Manejo de efectivo u otros.
 - Primeros auxilios básicos.
-

Habilidades

- Debatir afablemente en discusiones.
 - Comunicación verbal clara y articulada.
 - Predisposición para integrarse al trabajo en equipo.
 - Comprender las necesidades del cliente.
 - Dar prioridad al huésped.
-

Actitudes

- Innovador
 - Equilibrado emocionalmente
 - Atento
-

Observaciones:


Firma:

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 61

Manual de función de la Ama de llaves


	Código:	FT.01		
	Edición:	4		
	Fecha:			
FICHA DE PUESTO DE TRABAJO				
Ama de llaves				
<p>Se ocupa, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.</p>				
Edad	Género	Experiencia laboral	Formación	Idioma
27 años	Femenino Masculino	1 año	Turismo Hotelería Administración	Ingles B1
Requisitos				
El Ama de llaves debe:				
<ul style="list-style-type: none">• Planificar el trabajo de su departamento.• Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo.• Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo.• Administrar materiales a su cargo.• Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo.• Asegurar la satisfacción del huésped.• Interactuar con los demás departamentos.• Apoyar a la gestión del negocio.				
Competencias				
<ul style="list-style-type: none">• Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de persona.• Técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales.• Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento				

Conocimientos	<p>aplicables a empresas de alojamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de servicio al cliente. • Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo del color. • Requisitos para trabajo en equipo
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de argumentar con lógica verbalmente o por escrito. • Tomar decisiones complejas. • Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control. • Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Innovador • Detallista • Práctico • Controlador • Democrático • Equilibrado emocionalmente
Observaciones:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 62

Manual de función de la Camarera

	Código:	FT.01
	Edición:	5
	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	
Camarera		
<p>La camarera se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.</p>		

Edad	Género	Experiencia laboral	Formación	idioma
27 años	Femenino Masculino	1 año	Turismo Hotelería Administración	Ingles B1
Requisitos				
La camarera debe:				
<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar y ordenar las habitaciones. • Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación. • Brindar información del establecimiento al huésped. • Velar por la seguridad y privacidad del huésped. • Asegurar la satisfacción del cliente. 				
Competencias				
<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones. • Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos. • requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo. • procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped; • Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo. • Manejo de formularios. 				
Conocimientos				
<ul style="list-style-type: none"> • Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. • Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples. • Tomar decisiones rápidas bajo presión. • Comunicarse claramente de manera verbal. • Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz. 				
Habilidades				
<ul style="list-style-type: none"> • Práctico • Detallista 				
Actitudes				

- Tradicional
- Equilibrado emocionalmente
- Discreto
- Atento

Observaciones:

Firma:

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 63

Manual de función del Chef

	Código: FT.01
	Edición: 6
	Fecha:

FICHA DE PUESTO DE TRABAJO

Chef

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

Edad	Genero	Experiencia laboral	Formación	Idioma
28 años	Femenino	3 años	Gastronomía	Ingles B1
	Masculino		Hotelería	

Requisitos

El chef debe:

- Planificar y controlar la cocina.
- Manejar sistemas computacionales de costeo y diseño de menús.
- Supervisar la realización de mise en place a materias primas e insumos requeridos para producción.
- Elaborar y crear menú o carta, recetas y preparar platos.
- Aplicar técnicas de cocción de acuerdo al requerimiento establecido, considerando las BPM (Buenas prácticas de manufactura).
- Administrar al equipo.

- Planificar horarios, turnos de trabajo, días libres y vacaciones del personal de cocina.
- Utilizar los elementos de protección personal exigidos por el sector productivo.

Competencias

- | | |
|---------------|--|
| Conocimientos | <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas administrativas de planificación y presupuesto. • Principios básicos en la producción de alimentos y bebidas. • Técnicas de administración del talento humano y herramientas de gestión. • Procesos para selección del personal. • Conocimiento básico de primeros auxilios. |
|---------------|--|

- | | |
|-------------|--|
| Habilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Leer e identificar hora, temperatura y peso. • Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos. • Comunicación clara y articulada. • Capaz de liderar y relacionarse con el equipo de trabajo. • Solucionar problemas. • Juzgar la apariencia de los alimentos a través de los sentidos. |
|-------------|--|


- | | |
|-----------|--|
| Actitudes | <ul style="list-style-type: none"> • Minucioso. • Confiable. • Sientan cómodos. • Atento. • Tolerante, comprometido. • Control emocional • Controlador. |
|-----------|--|

Observaciones:	Firma:
----------------	--------

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 64*Manual de función del Cocinero*


				Código:	FT.01
				Edición:	7
				Fecha:	
FICHA DE PUESTO DE TRABAJO					
Cocinero					
El cocinero se ocupa, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.					
Edad	Género	Experiencia	Formación	Idioma	
		laboral			
28 años	Femenino	2 años	Gastronomía	Inglés B1	
	Masculino		Hotelería		
Requisitos					
El cocinero debe:					
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (<i>stock</i>) y control de consumo de la cocina • Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta. • Realizar corte y preparación de comestibles variados. • Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos. • Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria • Cuidar del área de trabajo • Operar equipos y maquinaria. • Orientar, asistir, supervisar y entrenar a los ayudantes durante el trabajo. • Mantener al equipo de trabajo motivado 					
Competencias					
<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia (<i>stock</i>); • Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos; • Procedimientos de emergencia; • Procedimientos de apertura y cierre del área de 					

Conocimientos	<p>trabajo;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y formas de temperar y marinar alimentos; • Tener conocimiento de datos históricos y recetas básicas de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios. • Técnicas de descongelación, cocción y flambeo, con observación de punto, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos; • Técnicas de combinación de alimentos.
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. • Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios. • Lectura e identificación de hora, temperatura y peso. • Memoria de corto y largo plazo. • Reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objeto, instrumento y equipo leve. • Motricidad fina. • Capacidad para resistir largas jornadas de trabajo y gran espíritu de adaptación.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Detallista. • Confiable • Equilibrado emocionalmente.
Observaciones:	Firma:
Fecha: __/__/__	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 65

Manual de función del Ayudante de cocina

	Código:	FT.01
	Edición:	8
	Fecha:	
FICHA DE PUESTO DE TRABAJO		
Ayudante de cocina		
<p>El ayudante de cocina, también conocido como auxiliar de cocina de cocina, son los que ayudan en la elaboración y preparación de los platos en una cocina. Éstos trabajan bajo la supervisión de los chefs o cocineros y los ayudan con todo lo necesario para la ejecución de los platos.</p>		
Edad	Género	Experiencia laboral
27 años	Femenino Masculino	2 años
		Formación
		Turismo Gastronomía Hotelería
		Idioma
		Inglés B1
Requisitos		
<p>El ayudante de cocina debe:</p> <ul style="list-style-type: none">• Limpiar, pelar y cortar los alimentos.• Picar o pelar alimentos, tales como carne, pescado o verduras.• Pesar los alimentos.• Ayudar en la preparación de los alimentos.• Limpiar y ordenar la cocina y los utensilios.• Llevar un seguimiento del <i>stock</i> de alimentos.• Gestionar el control de los pedidos.		
Competencias		
Conocimientos		<ul style="list-style-type: none">• Nutrición y dietética.• Conservación de alimentos.• Normas de Higiene y Seguridad Integral
Habilidades		<ul style="list-style-type: none">• Establecer relaciones interpersonales.• Captar instrucciones orales y escritas.• Calcular raciones o cantidades para preparar los alimentos.• Manejo y mantenimiento de utensilios de cocina.

	<ul style="list-style-type: none"> • Manipulación de alimentos.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Interés por la cocina • Interés en el aprendizaje continuo • Iniciativa y dinamismo • Flexible y polivalente • Capaz de trabajar en equipo • Creativo • Rápido y eficiente • Meticuloso y responsable • Limpio, ordenado y metódico

Observaciones:


Firma:

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 66

Manual de función del Mesero

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.0 1
		Edición:	9
		Fecha:	

Mesero

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

Edad	Género	Experiencia laboral	Formación	Idioma
27 años	Femenino	1 año	Turismo	Ingles B1
	Masculino		Gastronomía	

Requisitos

El mesero debe:

- Atender al cliente
- Presentar el menú o carta.
- Servir al cliente

-
- Finalizar la atención y recibir el pago
 - Cuidar de la seguridad de los alimentos.
 - Cuidar de la presentación personal.
-

Competencias

- Conocimientos
- Tipos de servicio a la mesa y al cliente según puntos de venta.
 - Normas de etiqueta a la mesa y en el salón.
 - Preparación básica de alimentos y bebidas.
 - Técnicas para servir bebidas, licores, bajativos, digestivos y vino.
 - Procedimientos de emergencia.
 - Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación.
 - Técnicas de comunicación en el servicio, de trabajo en equipo y de servicio.
-

- Habilidades
- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas.
 - Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible.
 - Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados.
 - Trabajo en equipo.
 - Interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual.
-

- Actitudes
- Detallista.
 - Confiable.
 - Equilibrado emocionalmente.
-

Observaciones:

Firma:

Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 67

Manual de función del Masajista

	Código: FT.01			
	Edición: 10			
	Fecha:			
FICHA DE PUESTO DE TRABAJO				
Masajista				
Realiza tratamientos y técnicas hidrotermales, faciales y corporales. Enfocados a obtener tranquilidad, armonía y relajación de los huéspedes.				
Edad	Género	Experiencia laboral	Formación	Idioma
27 años	Femenino Masculino	2 año	Fisioterapia	Ingles B1
Requisitos				
La masajista debe:				
<ul style="list-style-type: none">• Saber de la anatomía humana.• Tener capacidad de escuchar y entender los problemas y necesidades de cada cliente.• Ofrecer una experiencia renovadora, que brinde calma y sosiego al huésped.				
Competencias				
			<ul style="list-style-type: none">• Conocer bien la técnica del masaje.• Conocimiento del cuerpo humano.	
Conocimientos				
Actitudes			<ul style="list-style-type: none">• Empatía• Capacidad para saber escuchar• Compromiso con la capacitación• Profesionalismo	
Observaciones:		Firma:		
		Fecha: __/__/__		

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.


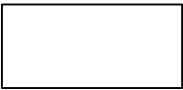
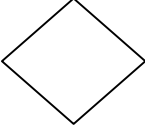



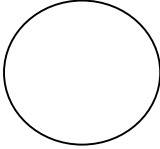
3.5.8 Flujograma de actividades

Símbolos del diagrama de flujo

El diagrama de flujo es una representación gráfica de la secuencia de las actividades para realizar el trabajo de una manera más eficiente, estandarizar los procesos y así cumplir con las expectativas de los clientes

Tabla 68

Símbolos del diagrama de flujo

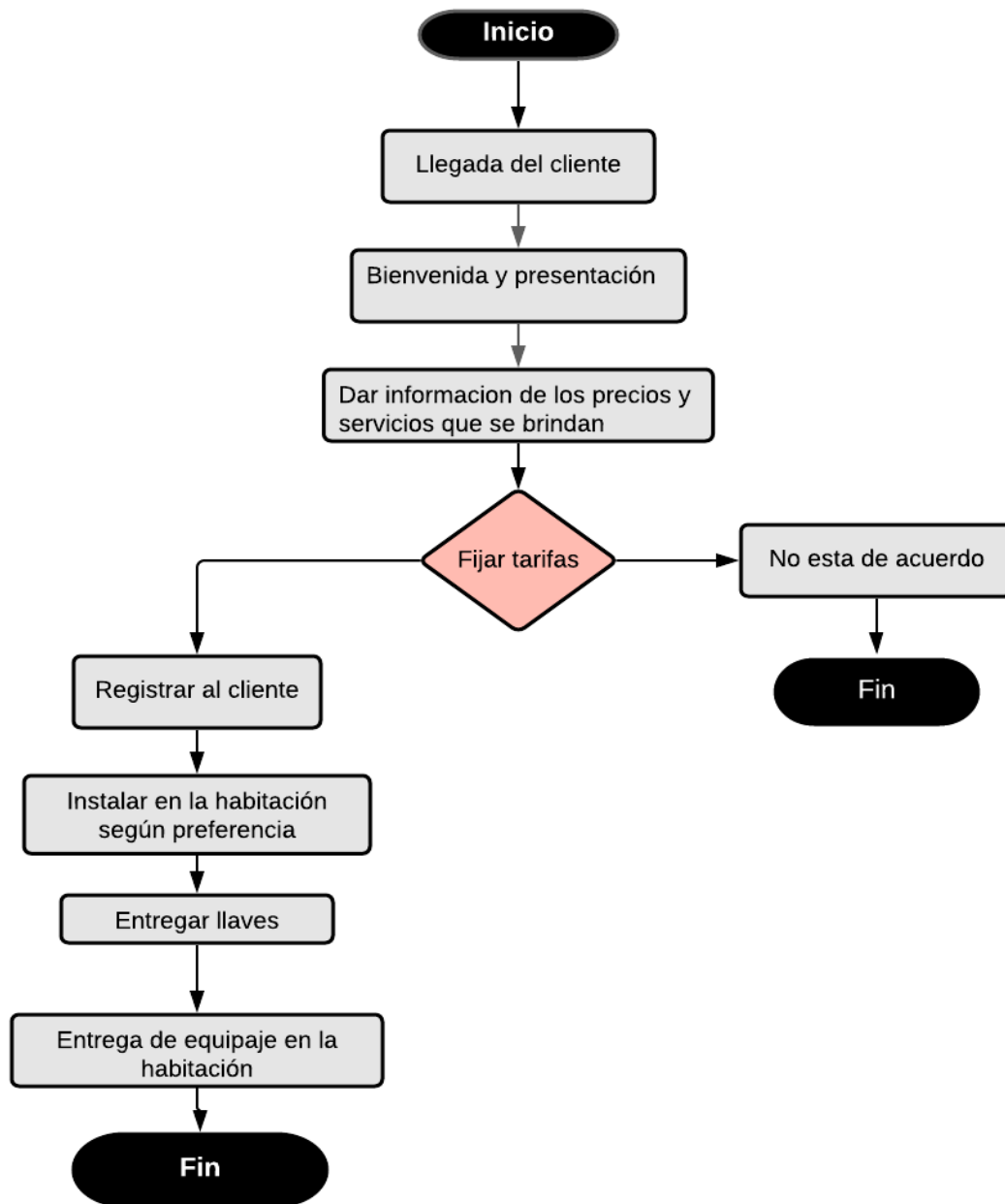
Simbología	Significado
	Indica el inicio o fin del proceso
	Indica cada actividad que debe ser ejecutada
	Indica un punto de toma de decisión
	Indica la dirección de flujo
	Indica los documentos utilizados en el proceso
	Indica una espera
	Indica que el flujograma continúa a partir de ese punto en otro círculo, con la misma letra o número que aparece en su interior.

Nota. Indica el significado de cada uno de los símbolos a aplicarse en el flujograma, elaborado por las autoras, 2021.

Figura 45

Proceso de alojamiento

Flujograma del servicio de alojamiento

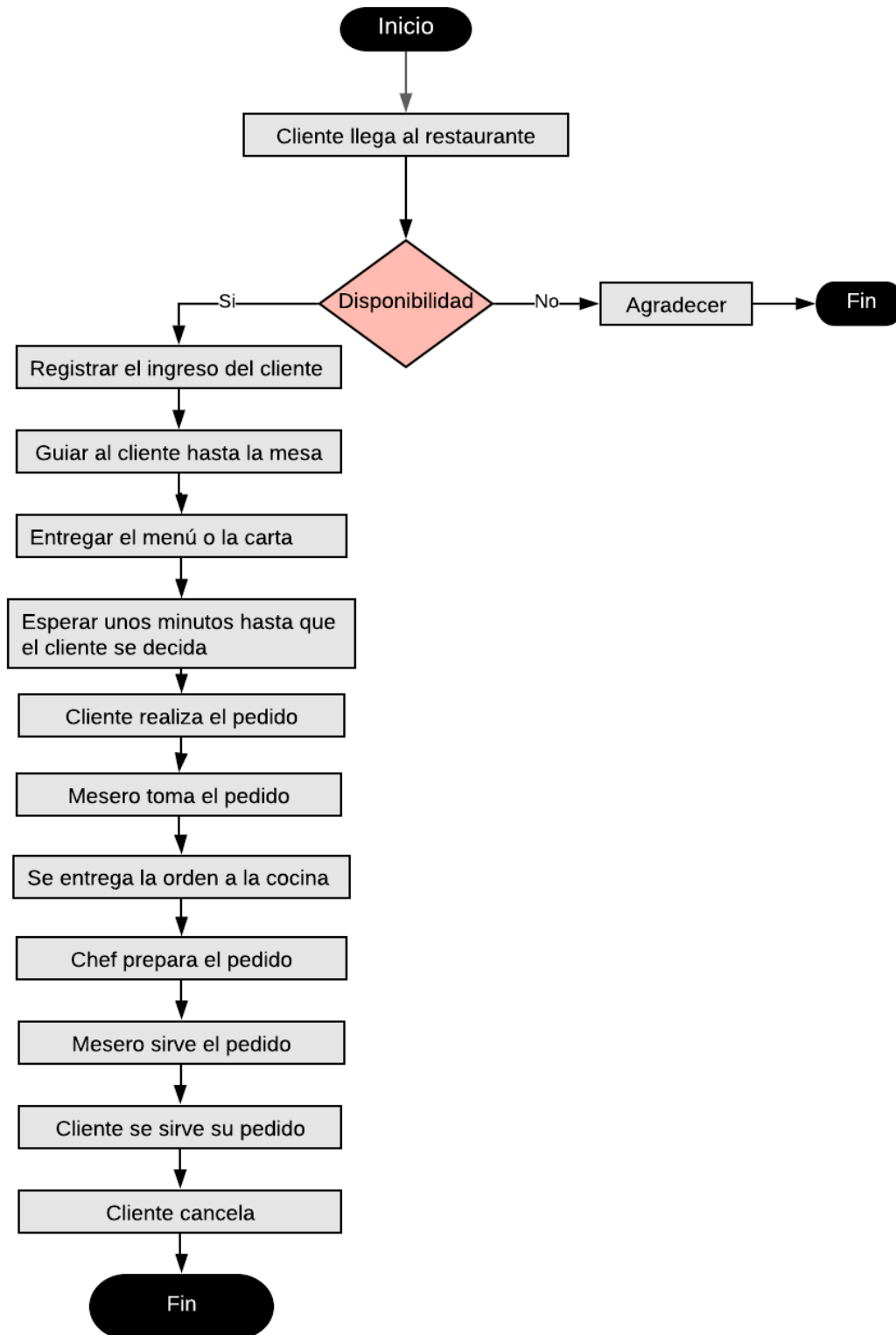


Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 46

Proceso de restauración.

Flujograma del servicio de restaurante



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

3.5. 9 Descripción del diagrama de flujo

- Servicio de alojamiento

Una vez que el cliente llega a la hostería la recepcionista lo primero que debe realizar es saludar y dar la bienvenida, dar información de los precios y servicios que se brindan, se debe confirmar la reserva y la disponibilidad, si el huésped está de acuerdo con las tarifas fijadas, se procede a registrarlo e informar el número de la habitación, entregar las llaves y el equipaje, por último, se emite la factura correspondiente.

- Servicio de restauración

En el proceso de servicio de alimentación se sigue una secuencia de actividades para dar una mejor atención a los clientes, en este orden:

Una vez que el cliente llega al restaurante el mesero deberá dar la bienvenida de forma atenta, informar de la disponibilidad, en caso de que exista se procede a registrarlo, guiarle hasta una de las mesas, entregar el menú o carta y esperar un tiempo para que el cliente se decida por un plato.

Posterior a eso el cliente selecciona el plato y realiza su pedido al mesero. El chef prepara los alimentos, una vez que termina de emplatar, el mesero sirve al cliente, consume el pedido realizado y cuando ya termina lo cancela.

3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

La empresa se constituirá como sociedad anónima que según la Ley de Compañías (2017) “es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (p. 35). Entonces el nombre del establecimiento será Hostería Samay Wasi en base al Art. 144 que trata sobre la denominación de la compañía.

Para el registro de la Hostería Samay Wasi en el Sistema Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) se deben cumplir los siguientes pasos:

Requisitos Obligatorios

- Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
- Comprobante de pago de tasa.
- Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

Requisitos Especiales

- Certificado Financiero para descuento.
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite.
- Documento de Prioridad.

Proceso del trámite

1. Solicitar asesoría en las ventanillas.
2. Generar la solicitud en línea en el Portal del SENADI, con los requisitos básicos necesarios a fin de reproducir el comprobante de pago.
3. Pagar la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico.
4. Iniciar el proceso de registro de la marca en el portal del SENADI.
5. Retirar el título, en el caso de ser concedido.

Inscripción en el Registro único de contribuyente

Los requisitos de cumplimiento se lo hacen de acuerdo con el Portal único de trámites ciudadanos (2020) manifestados a continuación.

Requisitos obligatorios

Requisitos para el trámite presencial.

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Requisitos alternativos para el canal presencial

- Pasaporte ordinario
- Certificado de presentación
- Certificado de exención

Requisitos para realizar el trámite en línea

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

Requisitos para realizar el trámite a través de Quipux

- Usuario en Quipux ciudadano
- Firma electrónica
- Requisitos habilitantes establecidos para el canal presencial

Requisitos Especiales

- Carnet de refugiado
- Carta de autorización en línea
- Poder general o especial

Procedimiento para realizar el trámite presencial

1. Acudir al centro de atención del SRI.
2. Solicitar el turno.
3. Esperar el turno.
4. Acudir a la ventanilla de atención.
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo.
6. Recibir contestación

Procedimiento para realizar el trámite en línea

1. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec.
2. Ingresar a SRI en línea.
3. Escoger RUC.
4. Seleccionar Registro.
5. Ingresar número de identificación y clave.
6. Completar información.
7. Inscribir el RUC

Inscripción en el Registro Mercantil o Superintendencia de Compañía

Trámite en línea

1. Pago a favor del Registro Mercantil del cantón en donde solicite su inscripción a través del Banco del Pacífico.

2. Escritura pública de constitución de la compañía o sociedad, emitida por el notario, mediante el cual se da fe del acto de constitución y en la que consten las firmas de los socios, en formato PDF.
3. Presentar la Reserva de denominación (Reserva del nombre) emitida por la Superintendencia de Compañías, en formato PDF.

Para inscribir compañías constituidas de forma presencial en la Superintendencia de Compañías

Trámite en línea

1. Ingresar en la opción "trámite en línea"
2. Llenar el formulario web, adjuntando el pago y los requisitos (debe ser legible y acorde al trámite).

En el formulario debe seleccionar una de las siguientes opciones:

- NUEVO TRÁMITE: En caso de que usted este ingresando su solicitud por primera vez o su trámite aún no haya sido facturado.
 - REINGRESO DE TRÁMITE: Para ingresar pagos o subsanar documentos de un trámite ya solicitado anteriormente.
3. Recibir proforma por parte del Registro Mercantil.
 4. Registrar el comprobante de pago reingresando el trámite en la plataforma gob.ec (opción trámite en línea
 5. Recibir la factura.
 6. Subsanar observaciones reingresando el trámite en la plataforma gob.ec (opción trámite en línea).
 7. Recibir su inscripción.

Patente Municipal

Requisitos

- Copia del RUC
- Copia de la cédula del representante legal
- Copia de la escritura de Constitución de la empresa
- Croquis de ubicación del establecimiento

Requisitos para la construcción

- Informe de Reglamentación urbana
- Copia de escrituras y/o certificado del registro de la Propiedad
- Copia de las cédulas del propietario
- Comprobante de pago del impuesto y certificación de no adeudar al IMI
- Hoja de estadística del INEC
- Dos copias del plano Arquitectónico
- Plano y documentos digitalizados en formato PDF.

Nota: Indicar la inscripción profesional de la Municipalidad en los planos y formularios. En los planos arquitectónicos se incluirán el cuadro de áreas de construcción, indicando su uso y porcentaje del COS y CUS. TIEMPO DE ENTREGA: 3 DIAS LABORABLES.

CAPÍTULO IV

4. COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

En este capítulo de comercialización y marketing, se da a conocer sobre los canales de distribución del servicio, los medios publicitarios y las estrategias y métodos de mercadeo a utilizar para la hostería Samay Wasi.

4.1. Nombre comercial de la empresa

La imagen corporativa ayuda a que el cliente tenga un acercamiento de lo que se trata el proyecto. En sí, consiste en la primera impresión que se llevan los visitantes, sobre el lugar. Es por eso, que el logotipo debe ser llamativo y completo con la información necesaria y muy adecuada, para que a simple vista tenga una idea de lo que puede encontrar dentro del establecimiento en cuanto al producto y servicio que se les va a brindar.

4.1.1. Marca

Con la marca se pretende presentar el establecimiento al público consumidor. La *Hostería Samay Wasi* está formada por dos vocablos kichwa, la primera es Samay la cual significa descansar, y la palabra Wasi, que significa casa, uniendo las dos palabras sería “casa de descanso”.

El ícono de la montaña representa al volcán Imbabura, debido a que la hostería se encuentra ubicada en las faldas del mismo, por otra parte, al permanecer en el establecimiento los huéspedes pueden admirar la increíble belleza que tiene las veces que deseen. La tonalidad es verde que hace referencia a la naturaleza, y según la psicología del color genera seguridad, armonía y frescura.

La casa representa al diseño de la hostería, con tonalidad naranja que significa alegría, entusiasmo y calor. En cuanto a la alegría, se asemeja a la convivencia que se va a tener con las personas del lugar que darán a conocer sobre la elaboración de bordados a mano y artesanías a base de carrizo. Por otro lado, el entusiasmo, se obtiene a través de la experiencia única que va tener dentro del establecimiento,

cuando son participes en las actividades agrícolas como siembra y cosecha de productos orgánicos para la elaboración de los platos típicos a degustar. La convivencia de las culturas va a representar el calor familiar y un escenario acogedor muy singular de lo que quiere transmitir la hostería.

En cuanto al slogan, se estableció la frase “*Un lugar tranquilo y acogedor*” haciendo referencia a la convivencia directa con la naturaleza y el diario vivir de las personas. Además, los turistas podrán desconectarse del ruido de la ciudad, lema que será fácil de tener en mente por los huéspedes. La fuente utilizada es Amarante en tamaño 14 y color negro, la cual transmite elegancia. Respecto a la ambientación que va a tener la hostería y el misterio, en cuanto a la temática que van a tener las habitaciones.

Figura 47

Hostería Samay Wasi



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

4.1.2. Señalética

La implementación de la señalética ayudará a que el huésped se desplace con mayor facilidad dentro de las instalaciones de la hostería. En las cuales, se da a conocer sobre la ubicación de los servicios y las medidas de bioseguridad que deben tener en cuenta durante el tiempo de estadía. Por encontrarse ubicado en una zona rural serán hechos en madera de pino los cuales son predominantes en el lugar.

4.1.2.2. Señales de evacuación

Las señales de evacuación, informa al cliente sobre los puntos de concentración, ruta de evacuación en el caso de desastres naturales, para prevenir accidentes y controlar el flujo de las personas hacia las salidas de emergencia.

Figura 49

Señales de evacuación



Nota. Tomado de Google, 2021

4.1.2.3. Señalética de bioseguridad

Esta señalética ha sido diseñada con la finalidad de indicar al turista todas las medidas de bioseguridad que se deben tener en cuenta durante el tiempo de su permanencia en el establecimiento, para prevenir la actual situación que vive el país por la emergencia sanitaria COVID-19. Tienen como objetivo proteger la salud y la seguridad tanto de los huéspedes y el personal que conforma la hostería.

Según el Manual de señalética turística en áreas rurales (2013), las señales verticales no deben exceder de 4 flechas y la dimensión de cada una debe ser de 20 x 110 cm.

Figura 50

Señalética de bioseguridad



Nota. Elaborado por las autoras,2021

4.1.3. Nombre de las habitaciones

Esta figura representa el nombre de las habitaciones las cuales se encontrarán ubicadas en la puerta y mediante gráficos da a conocer el porqué de la denominación de los mismos. En sí, constituye los cuatro elementos de la pachamama como: agua, tierra, fuego y aire; al igual que la naturaleza como flor y picaflor; y la magia del día y la noche. Las medidas aproximadas de cada uno de los pictogramas son de 500 mm x 500 mm, según lo que manifiesta el Manual de señalética turística, (2017).

Figura 51

Nombre de las ocho habitaciones de la hostería



Nota: Elaborado por las autoras, 2021.

4.1.4. Uniforme para el personal

El uniforme del personal será de la vestimenta tradicional de la cultura Kichwa karanki y Otavaleña, y en la parte superior izquierda de la blusa o el poncho contará con una escarapela en donde estará el logotipo de la empresa con sus respectivos nombres y el cargo que ocupa dentro del establecimiento.

Figura 52

Uniforme tradicional del personal



Nota: Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 53

Uniforme diario del personal



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 54

Uniforme para el chef y mesero



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.1.5. Servilletas del restaurante

Figura 55

Servilletas del restaurante de la hostería



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

4.1.6. Toallas de las habitaciones

Figura 56

Toallas de las habitaciones de la hostería

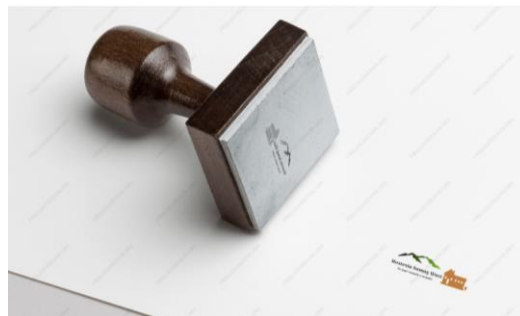


Nota. Elaborado por las autoras, 2021

4.1.7. Hojas membretadas

Figura 57

Hojas membretadas



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

4.1.8. Menaje del restaurante

El menaje a utilizar dentro de la hostería, son vasijas de barro, las cuales son más representativas de la zona y ayuda a que los nutrientes del menú se conserven.

Figura 58

Menaje del restaurante



Plato tendido



Platos hondos



Tazas de café



Juego de platos



Olla de barro



Callana de tiesto

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.2. Canales de distribución

Saber cómo llegar a los clientes es un importante desafío de la comercialización online en el sector hotelero, por lo que es necesario estar al tanto de las necesidades que van teniendo los clientes en el día a día para de una u otra manera satisfacer las mismas. Es por ello, que se pretende la venta a través de los canales directos e indirectos de distribución, cuando un producto sigue desde su producción hasta el consumidor final. A través de estos canales se pretende ampliar el mercado.

Según Acosta (2017) expresa que “un canal de distribución no es otra cosa que la forma de hacer llegar un producto o servicio desde su punto de origen hasta el consumidor final” (pág. 9).

Dentro de la clasificación de los canales de distribución existen diferentes tipos, de los cuales se trabajará con:

4.2.1 Canal directo

Con respecto al canal directo la intermediación entre el consumidor y el establecimiento no existe.

Según Acosta (2017) expresa que:

Su característica principal es que carece de intermediarios, es decir, la relación se origina entre productor y consumidor. Se utiliza con regularidad en el sector de servicios, ya que, por tratarse de bienes intangibles, la producción y el consumo se realizan de forma simultánea. Además, tienen un número reducido tanto de fabricantes como de usuarios, pues se trata de compras esporádicas donde se hace imperativo ofrecer información al cliente antes y después de la venta. (pág. 16)

Hosteria Samay Wasi al ser considerado como fabricante venderá el servicio de alojamiento y alimentación directamente al consumidor, sin la existencia de

intermediarios, realizando una venta cara a cara, a través de la página web y por medio del teléfono, donde el cliente puede llamar directamente al establecimiento para hacer la reserva de habitaciones.

4.2.2. Canal indirecto

En este tipo de canal existe la intervención de intermediarios para la compra del servicio.

- **Canal Indirecto corto**

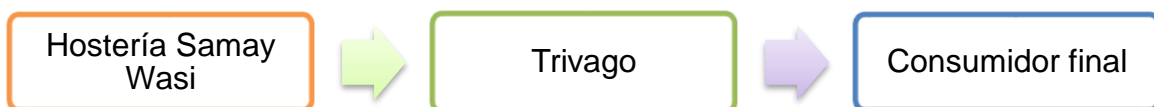
Según Acosta (2017) manifiesta que el canal indirecto corto está conformado por tres niveles:

El fabricante, el detallista y el consumidor final. Este tipo de canal se caracteriza porque la oferta se encuentra centralizada tanto en el fabricante como en el detallista y entre los dos se encargan de cubrir la necesidad del mercado. (pág. 16)

Para lo cual se utilizará las plataformas como: Trivago, Kayak y Tripadvisor que a través de su metabuscador puede realizar las reservaciones y conocer los lugares de viajes. Al mismo tiempo, con la ayuda de agencias de viajes tales como Yura tours, Intipungo, Wasipunko Tours.

Figura 59

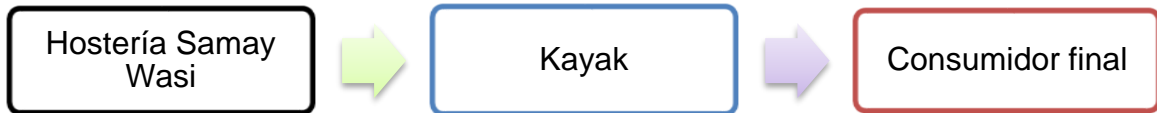
Canal indirecto corto: Trivago.



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 60

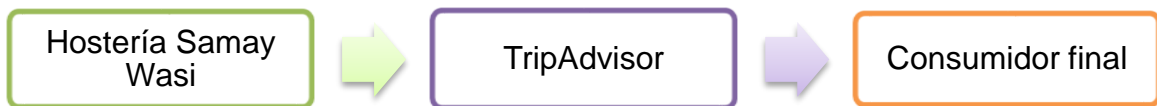
Canal indirecto corto: KAYAK.



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 61

Canal indirecto corto: TripAdvisor.



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 62

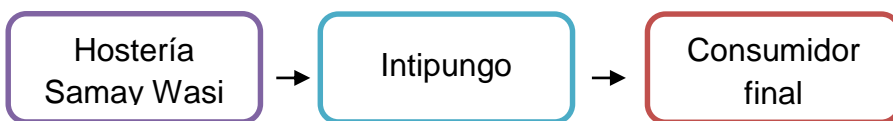
Canal indirecto corto: Yura Tours



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 63

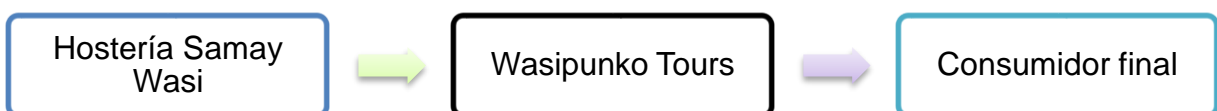
Canal indirecto corto: Intipungo



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 64

Canal indirecto corto: Wasipunko Tours



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.3. Publicidad

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercado, los turistas respondieron que los medios que utilizan para informarse de las ofertas turísticas existentes es a través de internet, es por ello, que el establecimiento se dará a conocer por medio de las redes sociales de mayor utilización como Facebook, Instagram y por una página web del emprendimiento.

4.3.1. Creación de cuentas en las redes sociales Facebook e Instagram.

Para la creación de las cuentas en las redes sociales se tomó en cuenta las siguientes características: transmitir información visual clara, asequible, que sea amigable con el usuario, imágenes limpias y no colocar mucho contraste de colores.

Facebook: Hostería Samay Wasi

Se crea con la finalidad de promocionar los servicios que oferta la hostería, en la cual podrá encontrar videos publicitarios, fotografías de la infraestructura del establecimiento, actividades a ofertar y toda la información necesaria para llegar al contacto

Figura 65

Página de Facebook del emprendimiento



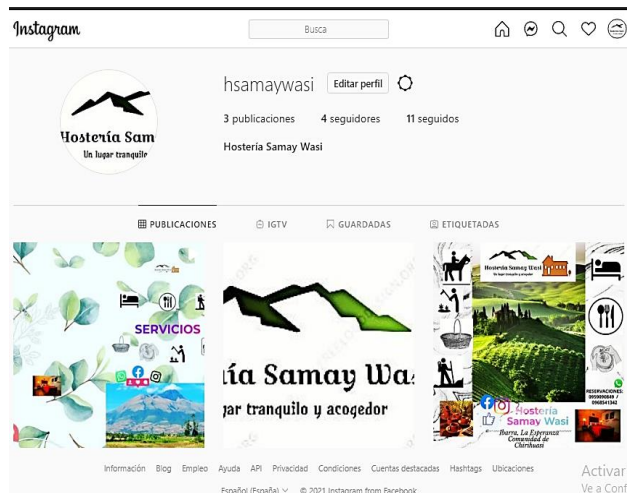
Nota. Elaborado por las autoras, 2021. Link: <https://www.facebook.com/hosteria.samaywasi>

Instagram: hsamaywasi

Tiene mayor atracción de los usuarios de los diferentes lugares en los que se encuentren, por lo cual la hostería crea este medio para difundir de la marca y cada uno de los productos y servicios que oferta.

Figura 66

Cuenta oficial de instagram de la hostería Samay Wasi



Nota. Elaborado por las autoras,2021. Link: <https://www.instagram.com/hsamaywasi/>

Página web: Hostería Samay Wasi

Se dará a conocer detalladamente la misión, visión, políticas, ubicación, las características de cada una de las habitaciones con su respectivo valor, platos a degustar y las diferentes actividades complementarias. Con la finalidad de estar en contacto con los clientes y de esta manera fidelizarlos, manteniéndolos siempre informados de las novedades que se van a presentar.

Figura 67

Página web de la hostería Samay Wasi



Nota. Elaborado por las autoras, 2021. Link: <https://hsamaywasilaespera.wixsite.com/my-site-1>

Tarjeta de presentación de la hostería Samay Wasi

Muestra los principales datos de la hostería, en donde, en la parte frontal se especifica el nombre de la hostería y los servicios que ofrece y en la parte posterior se coloca los contactos y la dirección.

Figura 68

Diseño de la tarjeta de presentación de la hostería Samay Wasi



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Flyers de la hostería Samay Wasi

Muestra los principales datos de la hostería, con el fin de transmitir, vender o promocionar los productos y servicios que oferta Samay Wasi.

Figura 69

Diseño de la tarjeta de presentación de la hostería Samay Wasi



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.3.2. Artículos de merchandising

Para promocionar la hostería Samay Wasi, existirán artículos a la venta como llaveros, libretas, bolígrafos y tarjetas bordadas a mano, que estarán plasmadas la imagen corporativa, con la finalidad de posicionar la marca en la mente de los consumidores que visitan la hostería.

Figura 70

Llavero, libreta, bolígrafos, tarjetas, vasos y mascarillas



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

4.4. Ampliación posible de la gama de productos en el futuro.

En el futuro, si la hostería Samay Wasi va posicionándose en el mercado turístico, se implementará servicios tales como:

- Sala de eventos: tipo cabaña para cualquier compromiso social, tales como cumpleaños, matrimonio, bautizos, aniversarios, etc.
- Ampliación de 2 cabañas tipo glamping, las cuales se ubicarán en los alrededores de la hostería y contarán con una vista hacia el volcán Imbabura.

- Área de camping: con una capacidad para 10 carpas de 2 personas, la adquisición del sleeping se lo puede realizar en el establecimiento.
- Implementación de piscina, sauna e hidromasaje en la cual podrán realizar baños a vapor con plantas medicinales.
- Áreas deportivas en cuanto a la implementación de espacios grandes para realizar deportes como: vóley, fútbol, etc.

4.5. Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

A continuación, se detallan las estrategias de mercadeo que se utilizaran en la Hostería Samay Wasi.

Tabla 69

Estrategias de mercadeo para implementar en la Hostería Samay Wasi

Marketing Mix (4P)	Estrategias
Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Cada habitación contará con un mapa turístico de la ciudad, para que el turista pueda desplazarse a los diferentes sitios de interés. - Dar un buen servicio personalizado a los huéspedes que llegan a la hostería. - Brindar un producto de cortesía elaborado a mano a grupos de visitantes. - Realizar un <i>Fam Trip</i>, con una tarifa reducida dirigida a agencias de viaje y operadoras turísticas que se desempeñen dentro de la provincia y la ciudad de Quito.
Precio	<ul style="list-style-type: none"> - Manejar precios accesibles para los clientes y competitivos con el entorno. - Descuentos para clientes frecuentes y grupos grandes. - Diferenciar ofertas para temporadas bajas y altas.

Plaza

- Crear alianzas estratégicas con las agencias de viajes y operadoras más conocidas que operan dentro de la provincia.
- Actualización periódica de la página web y de los perfiles de las redes sociales.

Promoción

- Entregar trípticos, flyers, de los servicios que ofrece la hostería en ferias turísticas.
 - Video promocional de los servicios que ofrece la hostería, por medio de los youtubers y la aplicación de tiktok.
 - Cuñas radiales, por la emisora de "Radio Cotacachi 93.5 FM".
-

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

CAPITULO V

5. ESTUDIO AMBIENTAL

En esta sección se realizará el estudio de impacto ambiental con la finalidad de identificar, valorar y evaluar los posibles impactos ambientales que se generará por la implementación de la hostería “Samay Wasi”, durante la etapa de construcción y operación, ubicado en la parroquia La Esperanza, comunidad de Chirihuasi y posterior a ello, se elaborará un plan de manejo ambiental que contendrá alternativas de mitigación.

5.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento

A continuación, se presenta la descripción de las acciones/actividades que conlleva la implementación de la hostería “Samay Wasi”, durante la etapa de construcción y operación.

Tabla 70

Actividades del proyecto durante la etapa de construcción y operación

Etapa de construcción			
Actividades	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Contratación del personal especializado	Generación de fuentes de empleo	-	Contratación del equipo de trabajo (maestro y albañiles), para la ejecución de la infraestructura de la Hostería Samay Wasi.

Nivelación del suelo	Generación de empleo (temporal)	Contaminación del agua.	Se realiza la nivelación del terreno formando una planicie adecuada para implementar los cimientos de cada una de las instalaciones.
		Pérdida de la cobertura vegetal.	
		Destrucción del hábitat	
		Pérdida de fertilidad.	
		Esparcimiento de partículas de polvo.	
		Generación de ruido y vibraciones.	
		Generación de emisiones gaseosas.	
	Perturbación de las especies.		
	Generación de empleo (temporal)	Contaminación del agua	El uso de la maquinaria pesada en esta etapa se requiere al

Uso de maquinaria pesada	Optimización de recursos	Pérdida de la cobertura vegetal.	momento de transportar los materiales para la construcción de la hostería Samay Wasi.
	Eficiencia en el uso de tiempo	Pérdida de fertilidad.	
		Perturbación de las especies.	
		Esparcimiento de partículas de polvo.	
		Generación de ruido y vibraciones.	
		Generación de emisiones gaseosas.	
Cimentación	-	Contaminación del agua.	Se procede a realizar la cimentación estructural de la hostería Samay Wasi.
		Pérdida de la cobertura vegetal.	
		Perturbación de las especies.	

		Esparcimiento de partículas de polvo.	
		Generación de ruido y vibraciones.	
		Generación de gases contaminantes.	
		Modificación del paisaje con infraestructura rústica.	
Construcción de infraestructura (habitaciones, restaurante, área de recepción, administrativa, taller artesanal, lavandería, parqueadero, esparcimiento y área húmeda)	Generación de empleo (temporal) Alteración visual del paisaje	Contaminación del agua. Esparcimiento de partículas de polvo. Pérdida de fertilidad. Pérdida de la cobertura vegetal.	Se procede a implementar el área de habitaciones, restaurante, recepción, administrativa, artesanía, lavado y planchado y parqueadero de acuerdo a las medidas establecidas en el plano arquitecto

	Generación de ruido y vibraciones.		
	Generación de gases contaminantes.		
	Pérdida de la cobertura vegetal		
	Perturbación de las especies		
	Generación de residuos.		
	Modificación del paisaje con infraestructura rústica		
Limpieza del área	Generación de empleo (temporal)	Contaminación del agua.	Se realiza la limpieza en cuanto a los materiales de construcción, escombros, desechos; para dar continuidad a la etapa de operación de la hostería Samay Wasi.
	Modificación del paisaje con infraestructura rústica.	Esparcimiento de partículas de polvo.	
	Alteración visual del paisaje	Generación de ruido y vibraciones.	

		Generación de residuos.	
		Generación de desechos sólidos.	
Ornamentación	Alteración visual del paisaje	Perturbación de especies.	Las áreas verdes y jardinería se decoraran con especies propias de la zona a fin de mejorar el entorno paisajístico dentro de la hostería Samay Wasi.
	Modificación del entorno	Perdida de la cobertura vegetal.	
	Generación de empleo (temporal)	Esparcimiento de partículas de polvo.	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 71

Etapa de Operacion

Etapa de Operación			
Actividades	Impacto		Descripción
	Positivo	Negativo	
Servicio de alojamiento	Generación de empleo (permanente)	Generación de aguas residuales	La hostería Samay Wasi ofrece un servicio de alojamiento con habitaciones temáticas del pueblo Kichwa Karaki.
	Modificación del paisaje con infraestructura rustica.	Perturbación de las especies.	
		Generación de desechos sólidos.	

	Alteración visual del paisaje	Generación de ruido.	
	Transformación de las actividades económicas tradicionales.	Esparcimiento de partículas de polvo.	
	Vinculación con la población local.		
	Mejoramiento de la calidad de vida.		
	Mejoramiento de la calidad de servicios		
Servicio de alimentación	Generación de empleo (permanente) Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales. Desarrollo económico del sector.	Generación de aguas residuales Generación de residuos. Generación de ruido. Generación de desechos sólidos, orgánicos e inorgánicos.	El servicio de restauración oferta gastronomía típica a base de productos orgánicos.

Servicio parqueadero	de	Generación de empleo (permanente)	Esparcimiento de partículas de polvo. Generación de gases contaminantes. Generación de ruido y vibraciones. Pérdida de fertilidad. Pérdida de la cobertura vegetal. Perturbación de las especies.	Uso exclusivo para clientes y empleados del establecimiento hostería Samay Wasi.
Servicio recepción y administrativa	de y	Generación de empleo permanente	Generación de residuos.	Área donde se recibe a los huéspedes y además se realiza la respectiva asignación de las habitaciones.
Servicio lavandería planchado	de y	Generación de empleo permanente	Generación de residuos.	Área en donde se efectúa el servicio de lavado,

				planchado, secado de la ropa de los huéspedes y la lencería de la hostería.
Servicio de área verde	Generación de empleo permanente	Perturbación de las especies Generación de ruido.		Espacio en donde los turistas pueden desconectarse de la ciudad y sentir la tranquilidad.
Servicio de esparcimiento (Yoga, Picnic, Parrillada, Columpios)	Generación de empleo permanente.	Perturbación de las especies Generación de ruido. Generación de residuos. Pérdida de fertilidad. Pérdida de la cobertura vegetal.		Área en donde los huéspedes pueden realizar actividades como yoga, picnic, parrillada, jugar con pelotas, leer, entre otras.
Servicio de zonas húmedas (Spa, Temazcal y Baños de cajón)	Generación de empleo.	Contaminación de agua. Generación de residuos.		Áreas húmedas de la hostería Samay Wasi, donde ayuda a tener un equilibrio del

	Desarrollo económico del sector.	Modificación del paisaje	cuerpo, mente y espíritu de cada uno de los clientes.
Manejo de residuos solidos	-	Generación de gases contaminantes Perturbación de las especies.	Se cumplirá con la ordenanza del GAD de Ibarra para su respectiva recolección.
Mantenimiento de la infraestructura hostería Samay Wasi.	Generación de empleo permanente. Modificación del paisaje con infraestructura rustico.	Esparcimiento d partículas de polvo. Generación de ruidos	Consiste en aquellas acciones que se deben realizar de forma periódica en las áreas de la hostería Samay Wasi para retrasar o evitar deterioros del establecimiento.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

5.2. Factores Ambientales para interrelacionar en el EIA

Tabla 72

Factores de estudio de impactos ambientales para el funcionamiento de la hostería Samay Wasi

Biofísico	Agua
	Suelo
	Atmosfera
Biótico	Flora
	Fauna
	Paisaje
Cultura	Hostelería
	Restauración
	Áreas de recreación

Nota. La tabla refleja los factores y componentes de la EIA en las etapas de construcción y operación. Elaborado por las autoras, 2021.

5.2.1. Factores Ambientales

Tabla 73

Identificación de impactos ambientales para el funcionamiento de la hostería Samay Wasi

ACTIVIDADES			Fase de construcción								Fase de Operación													
			Contratación del personal	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura(habitaciones, restaurante, recepción, administrativa)	Construcción de área húmeda	Limpieza del área	Ornamentación	Impactos positivos	Impactos negativos	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de parqueadero	Servicio de recepción y administrativa	Servicio de lavandería y planchado	Servicio de área verde	Servicio de esparcimiento(picnic, parrilla, yoga, columpio)	Servicio de áreas húmedas (spa, baños de cajón, temazcal)	Manejo de residuos sólidos	Mantenimiento de la infraestructura	Impactos positivos	Impactos negativos
Biofísico	Agua	Contaminación del agua	X	X	X		X	X	X	0	-6	X	X			X			X			0	-4	
		Generación de aguas residuales									0	0	X	X									0	-2
	Suelo	Vibraciones	X	X	X		X	X			0	-5			X								0	-1
		Perdida de fertilidad	X	X	X						0	-3			X		x	X					0	-3
	Atmósfera	Generación de gases contaminantes	X	X	X		X	X			0	-5			X						X		0	-2
		Esparcimiento de partículas de polvo	X	X	X		X	X	X	X	0	-7	X		X		X					X	0	-4
Biótico	Flora	Perdida de la cobertura vegetal	X	X	X				X	0	-4			X		X	X					0	-3	
		Destrucción del hábitat	X								0	-1											0	0
	Fauna	Perturbación de especies	X	X	X		X	X	X	X	0	-7	X	X	X			X	X			X	0	-6
		Paisaje				X	X	X	X	X	2	-3										X	1	0
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	X	X	X	X	X	X	X	8	0	X	X	X	X	X		X	X		X	8	0	
		Generación de residuos									0	0	X	X	X					X		X	0	-5
	Restauración	Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales.									0	0		X									1	0
		Desarrollo económico del sector					X	X			2	0	X	X	X	X	X			X		X	7	0
	Área recreación	Generación de ruido	X	X	X		X	X	X		0	-6			X		X	X	X				0	-4
Suma de Interacciones										12	-47										17	-34		

Nota: La tabla refleja los impactos y los números de las interacciones tanto positivas y negativas para la etapa construcción y operación de la hostería Samay Wasi.

5.3. Definición Método EIA

5.3.1. Método de Leopold

El método a utilizar, para la evaluación de impactos ambientales es el de Leopold.

(Orea & Villarino, 2013, como lo citó en Tigre 2017) expresa que:

La matriz de Leopold se desarrolló durante los años 70 por el Doctor Luna Leopold y colaboradores. Inicialmente tenía el objetivo de ser utilizada en proyectos de construcción, pues maneja un enfoque y contenido muy útil para la evaluación de actividades con potencial de causar grandes impactos ambientales. La matriz permite identificar los impactos y los evalúa a través de variables como la importancia y magnitud. (p.37)

La matriz de Leopold es un cuadro de doble entrada, estructurado por filas donde se colocan las acciones que se realizarán en el proyecto durante la etapa a evaluar, mientras que en las columnas se describen los factores ambientales que pueden ser afectados por cada acción (Gomez,2019).

Así mismo, este método permite calcular la severidad o gravedad que según Tigre (2017), afirma que “es el nivel de impacto ocasionado sobre el componente ambiental. Este valor se obtiene multiplicando la magnitud por la importancia calculada” (p. 47).

5.3.2. Tipología

Según Español (2016) la valoración se realiza mediante dos tipologías; La magnitud y la importancia. “La magnitud representa la dimensión, el tamaño del impacto, mientras que la importancia representa la relevancia que ese impacto tiene para el medio ambiente y la sociedad” (pág. 128).

5.3.3 Valoración de los Impactos Ambientales

Tabla 74

Rangos para evaluar la magnitud de los impactos ambientales

Magnitud	
Total	$\begin{matrix} + \\ - \end{matrix} 3$
Parcial	$\begin{matrix} + \\ - \end{matrix} 2$
Puntual	$\begin{matrix} + \\ - \end{matrix} 1$

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Tabla 75

Rangos para evaluar la importancia de los impactos ambientales

Valor de importancia	
Bajo	1
Medio	2
Alto	3

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

5.3 Aplicación del método de Leopold y la valoración de los impactos ambientales.

Tabla 76

Aplicación de la escala de valores con el Método Leopold

ACTIVIDADES			Fase de construcción							Fase de Operación											
			Contratación del personal	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura (habitaciones, restaurante,)	Construcción de áreas húmedas	Limpieza del área	Ornamentación	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de parqueadero	Servicio de recepción y administrativa	Servicio de lavandería y planchado	Servicio de área verde	Servicio de esparcimiento	Servicio de áreas húmedas	Manejo de residuos sólidos	Mantenimiento de la infraestructura.	Impactos positivos
Biofísico	Agua	Contaminación del agua		(-1) 1	(-1) 1	(-1) 1	(-2) 2	(-2) 2	(-2) 2		(-2) 3	(-2) 3				(-2) 3			0	-10	0
		Generación de aguas residuales									(-3) 3	(-3) 3							0	-2	0
	Suelo	Vibraciones		(-2) 3	(-2) 3	(-1) 3	(-1) 3	(-1) 3				(-1) 2							0	-6	0
		Perdida de fertilidad		(-2) 3	(-2) 3	(-2) 3						(-1) 2			(-2) 2	(-2) 2			0	-6	0
	Atmósfera	Generación de gases contaminantes		(-2) 2	(-3) 3	(-2) 2	(-2) 2	(-2) 2				(-2) 2						(-2) 2	0	-6	0
		Esparcimiento de partículas de polvo		(-2) 3	(-3) 3	(-2) 3	(-2) 3	(-2) 3	(-2) 3	(-2) 2	(-2) 1	(-2) 2			(-2) 2				(-2) 2	0	-11
Biótico	Flora	Perdida de la cobertura vegetal		(-2) 3	(-2) 3	(-2) 3			(-2) 1		(-2) 2			(-2) 1	(-2) 1			0	-7	0	
		Destrucción del hábitat		(-1) 2															0	-1	0
	Fauna	Perturbación de especies		(-2) 3	(-2) 3	(-1) 3	(-1) 3	-1 3	(-1) 3	(-2) 1	(-1) 2	(-1) 2	(-1) 3		(-2) 2	(-2) 2		(-2) 2	0	-13	0
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica				(-1) 3	(-1) 3	(-1) 3	1 2	1 2								1 2	3	-3	0
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3	16	0	16
		Generación de residuos					1 3	1 3	1 3		(-1) 1	(-1) 1		(-1) 2	(-1) 2			(-1) 2	0	-8	0
	Restauración	Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales.									1 3								1	0	1
		Desarrollo económico del sector				3 2	3 2			3 2	3 2	3 2	3 2	3 2			3 2		3 2	9	0
	Área de recreación	Generación de ruido		(-2) 2	(-2) 3	(-2) 2	(-2) 2	(-2) 2	(-2) 2			(-2) 2		(-2) 2	(-2) 2	(-2) 2			0	-10	0

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

5.4. Severidad

Tabla 77

Determinación de severidad

ACTIVIDADES		Fase de construcción										Fase de Operación													
		Contratación del personal	Nivelación del suelo	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Construcción de la infraestructura(habitaciones, restaurante, recepción, administrativa etc)	Construcción de áreas húmedas	Limpieza del área	Ornamentación	Suma de positivos	Suma de negativos	Suma total	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de parqueadero	Servicio de recepción y administrativa	Servicio de lavandería y planchado	Servicio de área verde	Servicio de esparcimiento	Servicio de áreas húmedas	Manejo de residuos solidos	Mantenimiento de la infraestructura	Impactos positivos	Impactos negativos	Suma total
IMPACTOS AMBIENTALES																									
Biofísico	Agua	Contaminación del agua	-1	-1	-1	-4	-4	-4		0	-15	-15	-6	-6			-6			-6			0	-24	0
		Generación de aguas residuales								0	0	0	-9	-9									0	-18	0
	Suelo	Vibraciones	-6	-6	-3	-3	-3			0	-21	-21			-2								0	-2	-2
		Perdida de fertilidad	-6	-6	-6					0	-18	-18			-2			-4	-4				0	-10	-10
	Atmósfera	Generación de gases contaminantes	-4	-9	-4	-4	-4			0	-25	-25			-4					-4			0	-8	-8
Esparcimiento de partículas de polvo		-6	-9	-6	-6	-6	-6	-4	0	-43	-43	-2		-4			-4				-4	0	-14	-14	
Biótico	Flora	-6	-6	-6				-2	0	-20	-20			-4			-2	-2				0	-8	-8	
	Fauna	Destrucción del hábitat	-4							0	-4	-4											0	0	0
		Perturbación de especies	-6	-6	-3	-3	-3	-3	-2	0	-26	-26	-2	-2	-3			-4	-4				-4	0	-19
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica				-3	-3	-3	2	2	4	-9	-5										2	2	0	2
Cultural	Hostelería	Generación de empleo	3	3	3	3	3	3	3	24	0	24	3	3	3	3	3		3	3		3	24	0	24
		Generación de residuos					-3	-3	-3		0	-9	-9	-1	-1		-1	-2					-2	0	-7
	Restauración	Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales.								0	0	0				3							3	0	3
		Desarrollo económico del sector				6	6	6	6	12	0	12	6	6	6	6	6		6			6	6	42	0
Área de recreación	Generación de ruido	-4	-6	-4	-4	-4	-4		0	-26	-26			-4		-4	-4	-4				0	-16	-16	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Interpretación de resultados

Tabla 78

Interpretación de los resultados en escala de colores

Severidad del Impacto	Escala	Descripción
Leve	0 – 5	No se necesita medidas mitigadoras.
Moderado	6 – 15	La recuperación requiere un tiempo determinado y se requiere de medidas mitigadoras simples.
Severo	16 – 39	La recuperación exige un periodo extenso y se requieren medidas mitigadoras.
Crítico	40 – 100	La magnitud del impacto es sumamente superior, el cual provoca pérdida de la calidad ambiental, e incluso con las medidas protectoras y correctoras.
Representativo (Impacto Beneficioso o positivo)	0 – 100	Impactos positivos que aportan beneficios ambientales, sociales, económicos y técnicos.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

5.5. Jerarquización

La jerarquización de impactos ambientales que se detalla a continuación se obtuvo a partir de la matriz de severidad.

5.5.1. Etapa de construcción

Tabla 79

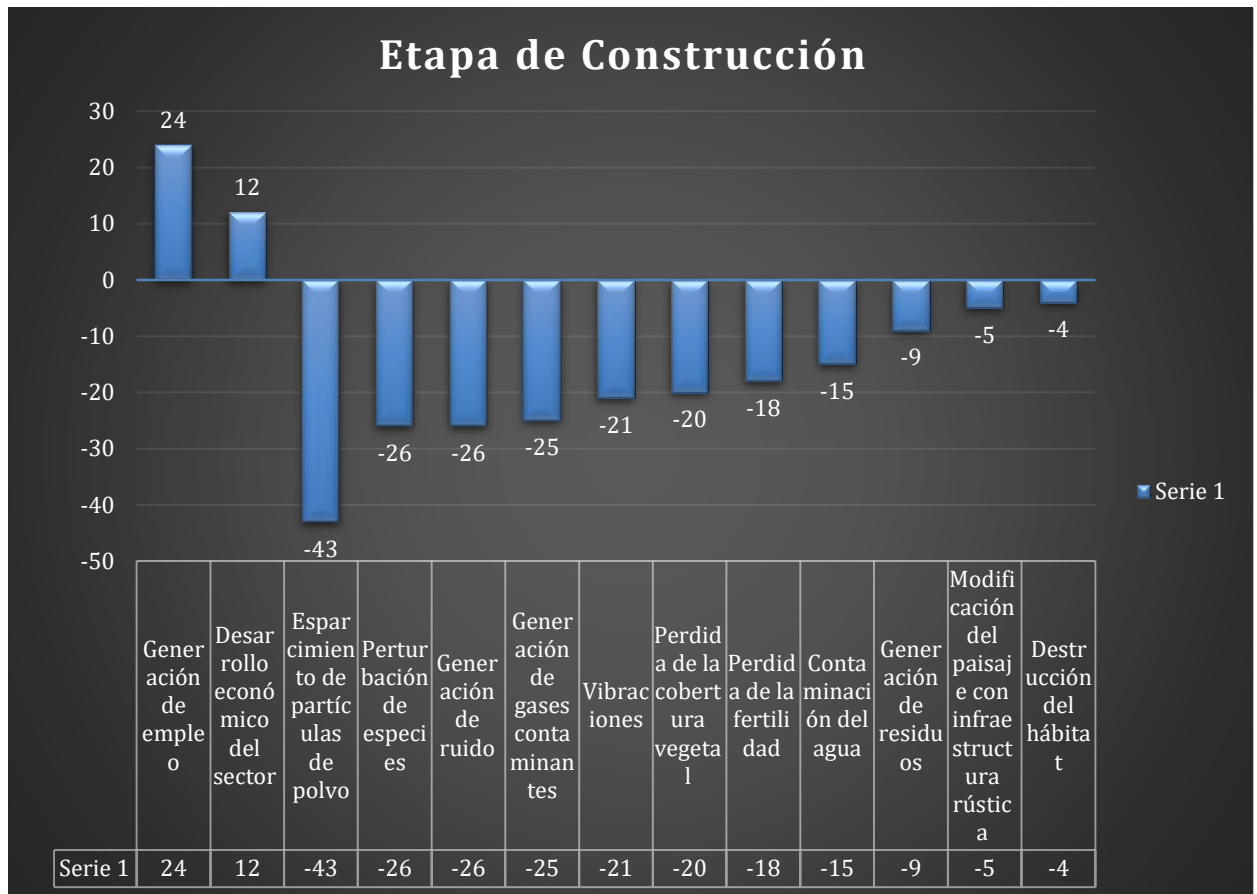
Jerarquización de impactos ambientales positivos y negativos identificados en la etapa de construcción.

Factores ambientales	Impactos ambientales	Jerarquización
Positivo		
Hostelería	Generación de empleo	24 IA
Restauración	Desarrollo económico del sector	12 IA
Negativo		
Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-43 IA
Fauna	Perturbación de especies	-26 IA
Área de recreación	Generación de ruido	-26 IA
Atmósfera	Generación de gases contaminantes	-25 IA
Suelo	Vibraciones	-21 IA
Flora	Perdida de la cobertura vegetal	-20 IA
Suelo	Perdida de la fertilidad	-18 IA
Agua	Contaminación del agua	-15 IA
Hostelería	Generación de residuos	-9 IA
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica	-5 IA
Fauna	Destrucción del hábitat	-4 IA

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 71

Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de construcción



Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Los impactos positivos más sobresalientes en la etapa de construcción son:

- Generación de empleo.
- Desarrollo económico del sector.

Los impactos negativos más sobresalientes en la etapa de construcción son:

- Esparcimiento de partículas de polvo.
- Perturbación de especies.
- Generación de ruidos.
- Generación de gases contaminantes.
- Vibraciones.
- Pérdida de la cobertura vegetal.

5.5.2. Etapa de Operación

Figura 72

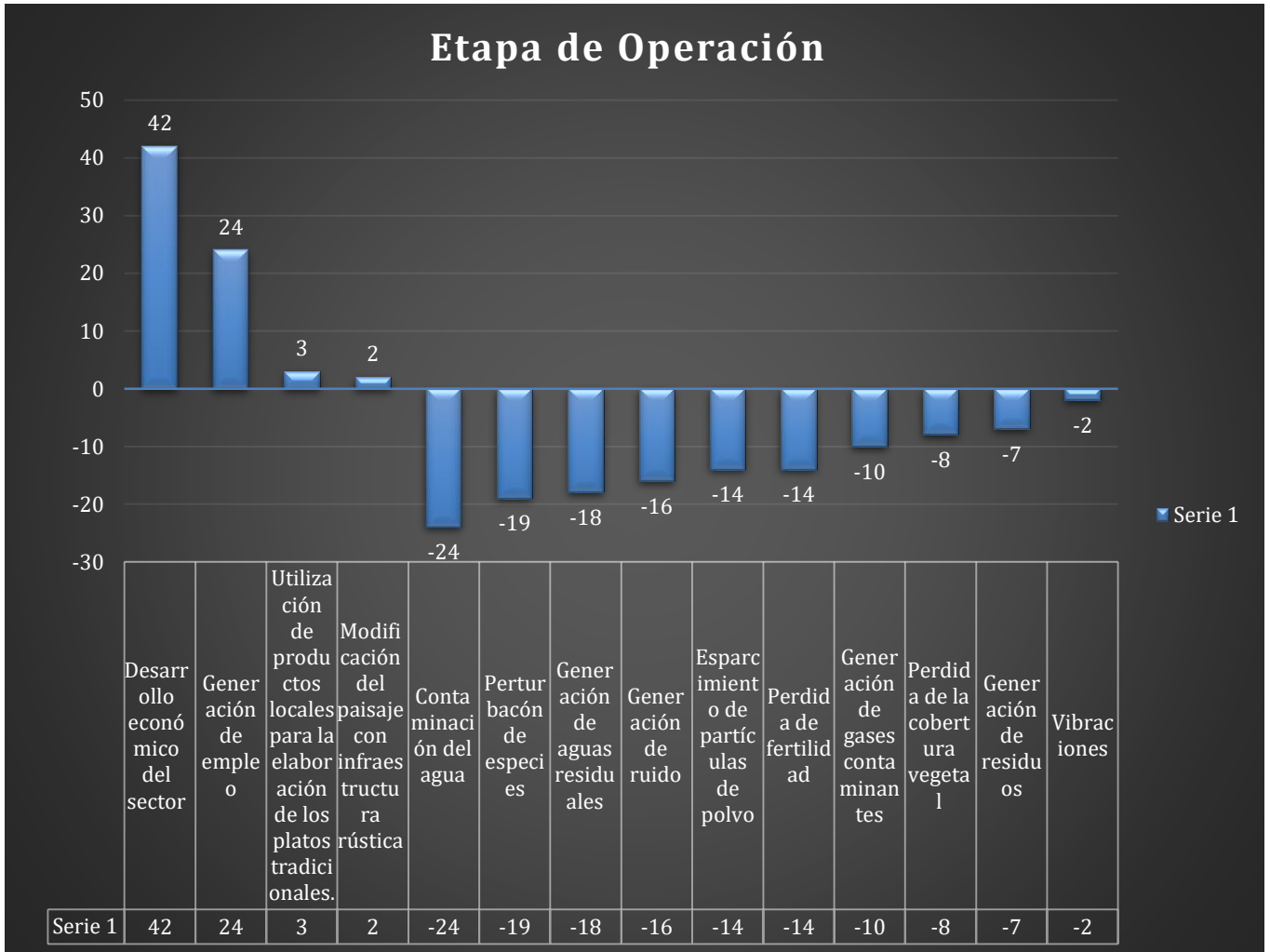
Jerarquización de impactos ambientales positivos y negativos identificados en la etapa de operación.

Factores ambientales	Impactos ambientales	Jerarquización
Positivos		
Restauración	Desarrollo económico del sector	42 IA
Hostelería	Generación de empleo	24 IA
Restauración	Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales.	3 IA
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica	2 IA
Negativos		
Agua	Contaminación del agua	-24 IA
Fauna	Perturbación de especies.	-19 IA
Agua	Generación de aguas residuales	-18 IA
Área de recreación	Generación de ruido	-16 IA
Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-14 IA
Suelo	Perdida de fertilidad	-10 IA
Atmosfera	Generación de gases contaminantes	-8 IA
Fauna	Perdida de la cobertura vegetal	-8 IA
Hostelería	Generación de residuos	-7 IA
Suelo	Vibraciones	-2 IA

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

Figura 73

Jerarquización de impactos positivos y negativos en la etapa de operación



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Los impactos positivos más sobresalientes en la etapa de operación son:

- Desarrollo económico del sector
- Generación de empleo
- Utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales.
- Modificación del paisaje con infraestructura rústica

Los impactos negativos más sobresalientes en la etapa de operación son:

- Contaminación del agua.
- Perturbación de especies.
- Generación de aguas residuales.
- Generación de ruido.

5.6. Plan de manejo ambiental

Tabla 80

Plan de manejo ambiental

Plan de Manejo Ambiental							
	Impacto ambiental	Medidas de mitigación	Presupuesto	Responsable	Tiempo	Observación	
Biofísico	Agua	Evitar lavar vehículos y maquinarias en los cursos de agua.		Contratista Obreros			
		Contaminación del agua	Evitar el desperdicio innecesario del agua.	\$ 75,00		Durante la etapa de construcción.	El tiempo del curso de capacitaciones es de 60 horas, de un lapso de 15 días.
			Asistir a capacitaciones que incentiven y promuevan el ahorro y uso eficiente del recurso agua.		Gerente general		
	Generación de aguas residuales	Tratamiento adecuado de aguas servidas mediante la compra de una miniplanta de tratamiento.	\$6.300	Arquitecto Contratista Obrero	Segunda semana de la etapa de operación	El precio fijado es por la compra de una miniplanta de tratamiento.	

Capacidad: 450
alones
Dimensión:
Ancho: 112/44
(cm/pulg.)
Longitud: 216/85
(cm/pulg.)
Altura: 157/62
(cm/pulg.)

Suelo	Vibraciones	Elegir maquinarias que cuente con suspensión de neumáticos y niveles mínimos de vibración.	-----	Arquitecto Contratista	2 semanas antes de la etapa de construcción,	-----
	Perdida de la fertilidad	Elaborar rutas de desplazamiento de las maquinarias para evitar la compactación y degradación del suelo.		Arquitecto Contratista	Durante la etapa de construcción.

Implementación de un cronograma y horario de operación de la maquinaria.

Atmósfera

Generación de gases contaminantes

Revisión previa de que las maquinarias contratadas cuente con la documentación que certifique que es amigable con el medio ambiente.

Verificar el correcto funcionamiento de los motores a explosión para evitar desajustes en la combustión que pudieran producir emisiones de gases fuera de lo normal.

Arquitecto
Contratista

2 semanas antes de la etapa de construcción.

			Humedecer las áreas para evitar la elevación de partículas de polvo.				Se utilizará agua de riego. Costo de manguera de 100 metros.
		Esparcimiento de partículas de polvo.	Se debe realizar un cerramiento perimetral en las zonas donde se están realizando excavaciones o demoliciones, con el fin de evitar el esparcimiento de polvo.	\$ 90,00 \$ 4.000,00	Contratista Obrero	Durante la etapa de construcción	La compra del material de yute, se utilizará para realizar el cerramiento en el área, con una dimensión de 500m.
Biótico	Flora	Perdida de la cobertura vegetal	Zonificar el área de la obra para los diferentes usos. Abrir una red de camino para las maquinarias.		Arquitecto Contratista	Una semana durante la etapa de construcción.	La zonificación ayudará a conocer sobre el área geográfica en sectores heterogéneos conforme a ciertos

		Señalar las áreas donde se va a realizar la construcción evitando el tránsito innecesario.	\$ 100,00			criterios: de capacidad productiva, tipo de construcciones permitidas, grado de riesgo, etc. -----
Fauna	Perturbación de especies	Implementar señaléticas de advertencia de silencio.	\$ 100,00	Arquitecto Contratista	Segunda semana de operación, cuando ingresan los turistas.	Las especies huyen de su hábitat por el ruido generado.
	Destrucción del hábitat	Señalar espacios y accesos por los cuales únicamente las maquinarias podrán moverse.	-----	Arquitecto Contratista	2 semanas antes de la etapa de la construcción.	-----

	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura rústica	Una vez terminada la etapa de construcción se deberá dejar el área de trabajo totalmente limpia, de residuos peligrosos y materiales de construcción.	-----	Contratista Obreros	Hasta el último plazo de la etapa de construcción	Área limpia de residuos y materiales de construcción.
Cultural	Hostelería	Generación de residuos	Implementar basureros de reciclaje en todas las áreas de la hostería.	\$ 1560,00	Gerente general Contratista	Durante el funcionamiento de la hostería.	El precio detallado corresponde a los basureros de reciclaje, Costo unitario: \$ 260.
			Manejo correcto de los residuos.				
	Área de recreación	Generación de ruido	Implementar un sistema de insonorización en las ventanas del alojamiento, restauración,	\$ 5.000,00	Gerente general Arquitecto	Hasta antes del quinto año de funcionamiento de la hostería.	-----

se disminuirá el ruido para
no afectar el descanso de
los huéspedes.

Contratista

Establecer horarios y
tiempos de uso o frecuencia
de la maquinaria, de forma
que la generación del ruido
no sea masiva.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

CAPITULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

En este apartado se presenta el estudio económico financiero que tiene como finalidad demostrar la factibilidad financiera de la implementación de la hostería Samay Wasi, ubicado en la parroquia La Esperanza, provincia de Imbabura.

6.1. Estado de situación inicial

La hostería Samay Wasi inicia sus actividades con una inversión total de \$342.642,00 dólares americanos, conformado por los valores de activos, de los que se desglosan \$21.719,59 para los activos circulantes y un total de \$320.922,00 para activos fijos con cuentas como terreno, edificio, mobiliario y equipo, maquinaria, propaganda y publicidad.

Como pasivo a largo plazo se tiene \$242.642,00 que pertenece al préstamo bancario obtenido en la entidad financiera BanEcuador con una tasa de interés de un 9,76% extendido a 120 meses de plazo, con una cuota de pago mensual de \$3.174,37. Finalmente, el patrimonio de la empresa se compone de bienes inmuebles y aporte de socios obteniendo un total de \$100.000.

Figura 74

Balance de situación inicial.



EMPRESA ABC

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020

ACTIVO

Activo Circulante

Caja		\$1.500
BANCOS		\$20.220
Inventarios		

Total Activo Circulante \$21.719,59

Activo Fijo

Terrenos		\$40.000
Edificios/construcciones		\$259.690
Mobiliario y equipo		\$18.069
Maquinaria		\$3.043
Propaganda o publicidad		\$120

Total Activo Fijo \$320.922

Activo diferido

Rentas pagadas por anticipado		
Derechos de marca de empresa		

Total Activo Diferido \$0

SUMA DEL ACTIVO \$342.642

PASIVO

Pasivo Circulante

Proveedores		
Prestamos		
Intereses por pagar		
ISR por pagar		
Anticipo de clientes		

Total Pasivo Circulante \$0

Pasivo a Largo Plazo

Prestamo al BanEcuador \$242.642

Documentos por pagar a largo plazo

Total Pasivo Circulante \$0

SUMA DEL PASIVO \$242.642

70,82%

PATRIMONIO

BIENES INMUEBLES		\$40.000
BIENES MUEBLES		
Aporte en efectivo		
Aporte de socios		\$60.000
Total Capital contable		\$100.000

29,18%

SUMA DEL CAPITAL CONTABLE \$100.000

SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO \$342.642

100%

Nota. Elaborado por las Autoras, 2021.

6.2. Flujo de efectivo

A continuación, se detalla la plantilla del flujo de efectivo del primer año en el cual se muestra los movimientos de dinero que posiblemente habrá en la primera etapa de operación de la hostería Samay Wasi.

Samay Wasi tiene a la venta doce habitaciones que durante temporada alta son ocupadas un 25%, en temporada media un 21% y en temporada baja un 15%. Cuenta con cinco habitaciones dobles con un valor de \$85.00, dos habitaciones cuádruples a un valor de \$128.00, dos habitaciones quíntuples a un valor de \$150.00 y tres habitaciones matrimoniales a un valor de \$85.00 cada una de las habitaciones incluye desayuno.

En lo que corresponde al servicio de alimentación se oferta un menú tradicional, con una gran diversidad de platos, para lo cual, se toma un valor promedio para cada uno; desayuno continental \$5,00, entrada \$2,00, plato fuerte \$7,00, postre \$2,76 y bebidas tradicionales \$2,50. Además, como actividades de relajación está el spa con un valor de \$22.00, baños de cajón y temazcal a un precio de \$5.00, por otra parte, se ofrece la actividad de senderismo a un precio de \$25.00 y cabalgatas por un costo de \$15.00.

Dentro de los egresos de la hostería, el alojamiento tiene un costo del 30%, la alimentación un costo del 60% y las actividades de relajación, senderismo y cabalgata un costo del 67% del precio total de venta. El mantenimiento es un costo que se generará bimensualmente con un monto fijo de \$60,00.

Los sueldos y salarios suman un monto de \$2.400,00, considerando que se contará con un personal de 6 personas bajo relación de dependencia y los décimos se mantendrán con el mismo monto en el mes de agosto y diciembre. En cuanto al aporte al IESS con un valor de \$267,60, por otra parte, el pago de permisos anualmente es de \$553,00 que será desembolsado en el mes de junio. Los pagos de los impuestos dependerán de los ingresos que generará la hostería mensualmente.

El pago de servicios básicos suma un total de \$260,00 mensuales, para los pagos destinados a publicidad se realizará un desembolso en el primer mes de \$432,50 y el resto de los meses con un monto de \$120,00. Y, por último, el pago de la cuota mensual del préstamo con un valor de \$3.174. Dando un total anual de ingresos de \$249.146,40 dólares y un egreso de \$149.414,10.

Figura 75

Flujo del primer año de la hostería Samay Wasi

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			15%	21%	21%	15%	15%	21%	25%	25%	15%	15%	25%	25%	
Habitación doble (5)	85	150	1912,5	2677,5	2677,5	1912,5	1912,5	2677,5	3187,5	3187,5	1912,5	1912,5	3187,5	3187,5	30345
Habitación cuádruple (2)	128	60	1152	1612,8	1612,8	1152	1152	1612,8	1920	1920	1152	1152	1920	1920	18278,4
Habitación quintuple (2)	150	60	1350	1890	1890	1350	1350	1890	2250	2250	1350	1350	2250	2250	21420
Habitación matrimonial (3)	85	90	1147,5	1606,5	1606,5	1147,5	1147,5	1606,5	1912,5	1912,5	1147,5	1147,5	1912,5	1912,5	18207
Desayuno continental	5	450	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000
Entrada	2	450	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Plato fuerte	7	450	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	37800
Postre	2,76	450	1242	1242	1242	1242	1242	1242	1242	1242	1242	1242	1242	1242	14904
Bebida tradicional	2,5	450	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	13500
Spa	22	28	616	616	616	616	616	616	616	616	616	616	616	616	7392
Baños de cajón	5	150	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9000
Temazcal	5	100	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Senderismo (8)	25	25	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	7500
Cabalgata (5)	15	150	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000
TOTAL INGRESOS			18970	21194,8	21194,8	18970	18970	21194,8	22678	22678	18970	18970	22678	22678	249146,4
EGRESOS															
Habitación doble (5)			573,75	803,25	803,25	573,75	573,75	803,25	956,25	956,25	573,75	573,75	956,25	956,25	9103,5
Habitación cuádruple (2)			345,6	483,84	483,84	345,6	345,6	483,84	576	576	345,6	345,6	576	576	5483,52
Habitación quintuple (2)			405	567	567	405	405	567	675	675	405	405	675	675	6426
Habitación matrimonial (3)			344,25	481,95	481,95	344,25	344,25	481,95	573,75	573,75	344,25	344,25	573,75	573,75	5462
Costo Desayuno continental			540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480
Costo Entrada			585	585	585	585	585	585	585	585	585	585	585	585	7020
Costo Plato fuerte			745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	745,2	8942,4
Costo Postre			675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
Costo Bebida tradicional			369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	369,6	4435,2
Costo Spa			187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	2250
Costo Baños de cajón			125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	1500
Costo Temazcal			156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	156,25	1875
Costo Senderismo			562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	562,5	6750
Costo Cabalgata			1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	1500,075	18000,9
Mantenimiento			60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	400
Sueldos y salarios			2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	28800
IESS			267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	267,6	3211,2
Decimos										2400				2400	4800
Permisos								553							553
Impuestos			1138,2	1271,688	1271,688	1138,2	1138,2	1271,688	1360,68	1360,68	1138,2	1138,2	1360,68	1360,68	14948,784
Publicidad			432,5	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1752,5
Servicios Básicos			260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3120
Prestamo			3174	3174	3174	3174	3174	3174	3174	3174	3174	3174	3174	3174	
TOTAL EGRESOS			14847,40	15275,82	15335,82	14474,90	14534,90	15828,82	15869,78	18209,78	14534,90	14474,90	15809,78	18309,78	149414,10
FLUJO DE CAJA			4122,60	5918,98	5858,98	4495,10	4435,10	5365,98	6808,22	4468,22	4435,10	4495,10	6868,22	4368,22	
FLUJO ACUMULADO			4122,60	10041,58	15900,56	20395,66	24830,77	30196,74	37004,97	41473,19	45908,30	50403,40	57271,63	61639,85	99732,30


Nota. Elaborado por las autoras,2021.

6.3. Tabla de amortización

El valor requerido de financiamiento asciende a \$242.642,00, los cuales se pretende obtener a través de un préstamo bancario en el BanEcuador a una tasa de interés nominal del 9,76% a un plazo de 120 meses, con una cuota de pago mensual de \$3.174,37.

Figura 76

Tabla de amortización



Plazo	120
Monto	242.642
Tasa anual	9,76%
Tasa mensual	0,81%
Pago mensual	\$3.174,37

Nota. Elaborado por las autoras, 2021.

6.4. Proyección de ingresos y gastos

A partir de los datos totalizados en el flujo de efectivo del primer año de la hostería Samay Wasi, se realiza la proyección de ingresos y gastos para un periodo de tiempo de cinco años.


6.4. 1. Costo capital

Para el cálculo del costo de capital se tiene una inversión total de \$342.642,00, del cual el 29% corresponde al capital propio, esto es \$100.000,00 y un 71% de participación se relaciona al financiamiento de \$242.642,00. La tasa pasiva de julio del 2021 es del 5,95%, que será el costo para el capital propio y el valor financiado es

con la tasa de interés del 9,76%. Calculando estos valores se obtiene que, el total de la inversión tiene un costo de capital del 8,65%.

Figura 77

Costo del capital

 CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	342642	100%		8,648%		8,65%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	100000	29%	5,95%	1,74%		
FINANCIAMIENTO	242642	71%	9,76%	6,91%		


Nota. Elaborado por las autoras,2021.

6.4.2. Flujo económico proyectado

La Hostería Samay Wasi en el primer año obtiene \$249.146,40 de ingresos y \$149.414,10 de egresos dando como resultado un flujo de caja de \$99.732,30 y superando el monto de inversión en el cuarto año. Se estima un incremento anual del 3 %, obteniendo para el quinto año un flujo acumulado de \$529.492,304.

Figura 78

Flujo económico proyectado

		Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
	Ingresos		249146,4	256620,792	264319,416	272248,998	280416,468	
	Egresos		149414,10	153896,5271	158513,423	163268,826	168166,89	
	Flujo de caja		99732,296	102724,2649	105805,993	108980,173	112249,578	
DATOS PARA LA TIR			-342641,9	99732,296	102724,2649	105805,993	108980,173	112249,578
	FLUJO ACUMULADO		99732,296	202456,5609	308262,554	417242,726	529492,304	

Nota. Elaborado por las autoras,2021.

6.5. Cálculo de la tasa interna de retorno y valor actual neto

Según el flujo de cinco años la inversión es de \$342.642,00 con un aumento anual del 3% y un costo de capital del 8,65%. Se alcanza la tasa interna de retorno del 16,13%. De la misma manera se aplica el cálculo con la fórmula del Valor Actual Neto, obteniendo positivamente este valor de \$71.025,59, lo que permite determinar que el proyecto es factible en un período de tiempo de cinco años.

Figura 79

Cálculo de la tasa interno de retorno y valor actual neto



Incrmento anual	3%
Costo de capital	8,65%
Inversión	342641,9
VAN	71025,59
TIR	16,13%

Nota. Elaborado por las autoras,2021.

6.7. Punto de equilibrio

La Hostería Samay Wasi alcanza su punto de equilibrio en el cuarto año, para lo cual, el total de las unidades vendidas anualmente debe ser de 133.171 por sus catorce productos, con un precio promedio ponderado de \$7,48 y un costo promedio ponderado de \$2,76. Así mismo, se tiene un margen de contribución ponderado de \$4,73 lo que le permite obtener el punto de equilibrio en unidades al vender 105.887 que representan un valor por ingresos en dólares de \$792.402.

Figura 80

Punto de Equilibrio

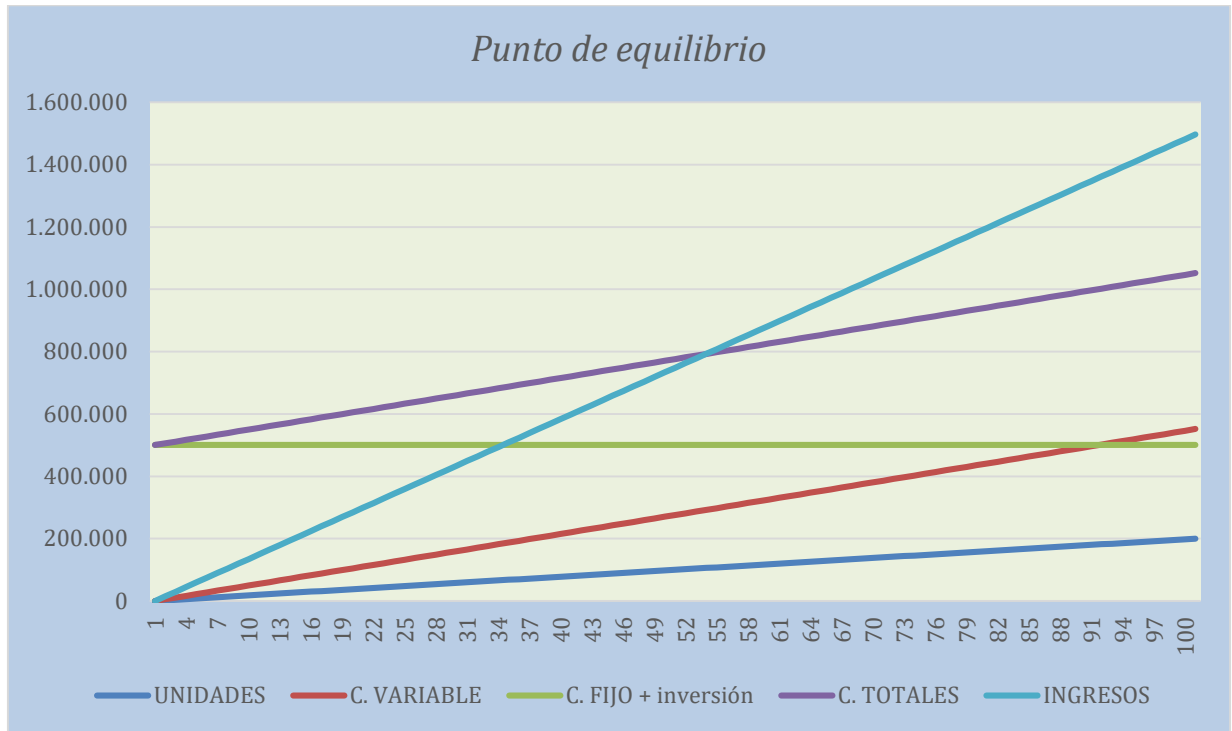


	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11	Producto 12	Producto 13	Producto 14
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	1.428	571	571	857	21.600	21.600	21.600	21.600	21.600	1.344	7.200	4.800	1.200	7.200
TOTAL UNIDADES		133.171												
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	1,07%	0,43%	0,43%	0,64%	16,22%	16,22%	16,22%	16,22%	16,22%	1,01%	5,41%	3,60%	0,90%	5,41%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$85	\$128	\$150	\$85	\$5	\$2	\$7	\$3	\$3	\$22	\$5	\$5	\$25	\$15
COSTO VENTA UNITARIO	\$25,50	\$38,40	\$45,00	\$25,50	\$1,20	\$1,30	\$1,66	\$1,50	\$0,82	\$6,70	\$0,83	\$1,56	\$22,50	\$10,00
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$7,48												
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$2,76												
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$157.702												
INVERSIÓN		\$342.642												
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$59,50	\$89,60	\$105,00	\$59,50	\$3,80	\$0,70	\$5,34	\$1,26	\$1,68	\$15,30	\$4,17	\$3,44	\$2,50	\$5,00
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$4,73												
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		105.887												
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$792.402												
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	1.135	454	454	681	17.175	17.175	17.175	17.175	17.175	1.069	5.725	3.817	954	5.725
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$96.511	\$58.134	\$68.126	\$57.907	\$85.873	\$34.349	\$120.222	\$47.402	\$42.936	\$23.510	\$28.624	\$19.083	\$23.853	\$85.873

Nota. Elaborado por las autoras,2021.

Figura 81

Representación del punto de equilibrio de la hostería Samay Wasi.



Nota. Elaborado por las autoras,2021.

CONCLUSIONES

- Se ejecutó el diagnóstico situacional de la comunidad de Chirihuasi ubicado en la provincia de Imbabura identificando las condiciones económicas, políticas, ambientales y socioculturales.
- Mediante el estudio de mercado se conoció el perfil del consumidor de la hostería en la comunidad de Chirihuasi, provenientes de las provincias de Imbabura y Pichincha, se encuentran en un rango de edad entre los 15 a más de 45 años, que perciben un ingreso mensual hasta \$700,00 USD, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio.
- La hostería Samay Wasi, será una infraestructura rústica con temática cultural andina ubicado en la parroquia La Esperanza, brinda servicios de alojamiento, restauración, actividades complementarias como: senderismo, cabalgata, taller artesanal, y actividades de relajación como: spa, baños de cajón, temazcal. Además, el personal está conformado de 6 personas, sujetos a las funciones que se establece en el organigrama, los cuales, deberán trabajar bajo la filosofía de la empresa, en cuanto a la misión, visión, políticas y valores.
- El mercado consumidor prefiere ser informado a través de redes sociales como: Facebook, Instagram, página web, tarjetas de presentación, flyers y artículos de merchandising, para posicionar la marca en la mente de los consumidores y de esta manera fomentar la compra de productos y servicios.
- Los impactos ambientales más sobresalientes identificados en las etapas evaluadas corresponden a 4 impactos positivos, siendo: generación de empleo, desarrollo económico del sector, utilización de productos locales para la elaboración de los platos tradicionales y modificación del paisaje con infraestructura rústica. Mientras que los impactos negativos más

representativos son 8: esparcimiento de partículas de polvo, generación de ruido, perturbación de especies, generación de gases contaminantes, vibraciones, pérdida de fertilidad, pérdida de la cobertura vegetal y contaminación del agua. A través, de la aplicación del Plan de Manejo Ambiental, se logrará mitigar y compensar el daño ambiental provocado.

- Tras el análisis del estudio financiero se demostró que el proyecto es viable, el punto de equilibrio se alcanza en el cuarto año de funcionamiento con una venta de 133.171 unidades vendidas que corresponde a \$ 792.402, con una tasa interna de retorno positiva de 16,13%, el cual va a superar la inversión en el cuarto año, el cual indica que a partir de un período de tiempo de cinco años la hostería será rentable. Por lo tanto, estos valores proyectados dan a entender que la hostería generará utilidades a lo largo de su operación.

RECOMENDACIONES

- En base a la situación actual sobre el ámbito turístico de la parroquia La Esperanza, se recomienda que las autoridades competentes deberían gestionar proyectos turísticos con la finalidad de promocionar, incrementar el flujo de visitantes y generar fuentes de empleo mejorando la calidad de vida de los habitantes locales.
- Considerando que en el estudio de mercado se identifica el perfil del consumidor, se debe estudiar constantemente el comportamiento de las nuevas tendencias turísticas y estar a la vanguardia de la competencia.
- La hostería deberá diversificar los productos y servicios a ofertar a los clientes, de esta manera captar nuevos segmentos de mercado para mantenerse dentro de la industria turística. Así mismo, se debe seleccionar al personal de acuerdo a las competencias laborales con la finalidad de mantener una cultura organizacional estable.
- Para fidelizar a los clientes, es necesario generar nuevas estrategias de marketing, incrementar canales de distribución y mantener actualizada las redes sociales y la página web debido a que es el primer contacto que van a tener con la empresa.
- Poner en práctica todas las medidas de mitigación planteadas para la hostería con la finalidad de prevenir y controlar los impactos negativos en el medio ambiente. Así mismo, se debe realizar un monitoreo y seguimiento del cumplimiento de las mismas.
- Para realizar el estudio financiero los valores detallados en los requerimientos de cada área deben ser reales y estar en concordancia con el estudio técnico, para que al final no exista ningún inconveniente. De la misma manera, se debe efectuar la búsqueda de tasas de interés

de las diferentes entidades financieras con el fin de elegir una opción más oportuna para la ejecución del proyecto.

Bibliografía

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- Alajo, G & Jiménez, W (2015). *Estudio Técnico*.
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2629/1/T-UTC-00166.pdf>
- Antonietti, B. (s/f). *SERVICIOS TURÍSTICOS*. <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/ServiciosTur%C3%ADsticos.pdf>
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2018). *Impacto ambiental y tipos de impacto ambiental*. <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/impacto-ambiental-ytipos-de-impacto-ambiental>
- Banco Central del Ecuador. (30 de septiembre de 2020). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 12,4% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020*.
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Barrachina, M. (2013). *VALOR ACTUAL NETO - VAN*.
<https://miguelbarrachinacubillo.jimdofree.com/valor-actual-neto-van/>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Countinho, V. (2017). *Qué es Promoción en la mezcla de mercadotecnia*.
<https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-elmarketing/>
- Ciribeli, J & Miquelito, S. (enero- junio 2015). *La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques*

psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, (19), 33-50.
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>

Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (2016). ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO. *Ventana Científica*, (7), 29 – 33.
http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf

Cornejo, V. (2017). *Punto de Equilibrio – Finanzas*.
<https://actuaria.com.ec/punto-de-equilibriofinanzas/#:~:text=Por%20definici%C3%B3n%2C%20el%20punto%20de,necesarias%20para%20evitar%20la%20p%C3%A9rdida.>

Español, I. (2016). *Evaluación del impacto ambiental. Fundamentos*. España: Dextra. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130768?fs_q=Evaluaci%C3%B3n_de_impactos&prev=fs

Feijoo, I., Guerrero, J., y Garcia, J. (2017). Marketing aplicado en el sector empresarial. Machala - Ecuador: UTMACH.

Fernández, M, V. (2015). *Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto*.
[file:///C:/Users/User/Desktop/Downloads/DialnetMarketingMixDeServiciosDeInformacion-5704542%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/Downloads/DialnetMarketingMixDeServiciosDeInformacion-5704542%20(2).pdf)

GAD Parroquial de La Esperanza. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial PDOT, de la parroquia "La Esperanza"*.
<https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20LA%20ESPERANZA.pdf>

- Huerta, R, I. (2016). *EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS*.
<http://nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,esp ec%20C3%ADfica%20que%20afrenta%20una%20organizaci%C3%B3n%E2%80%9C>.
- Kotler, P & Keller, K. (2012). *DIRECCION DE MARKETING 14E*.
<http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccionde-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- LEY DE COMPAÑIAS. (29 de diciembre de 2017).
https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf.
- Martínez, D. (2016). FACTORES CLAVE EN MARKETING ENFOQUE: EMPRESAS DE SERVICIOS. *Revista Científica Ciencias Humanas*, (12), 42-58. <https://www.redalyc.org/pdf/709/70946593003.pdf>
- Marchal, G, N. (2016). *¿Qué son las 4P del marketing?*
<https://www.nicolasmarchal.com/marketing/las-4-p-del-marketing/#Precio>
- Marco, S, F. (17 de noviembre de 2016). *Estado de flujos de efectivo*.
<https://economipedia.com/definiciones/estado-flujos-efectivo.html>
- Mesquita, R. (2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- MINTUR. (2015). *MinTur entrega el distintivo “Q” de Calidad a establecimientos turísticos*. <https://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>

- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*.
<https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Nuño, P. (7 de julio de 2017). *¿Qué es la investigación de mercado?*
<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-investigacion-de-mercado.html>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). *Glosario de Términos de Turismo*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial de Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*.
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/978928442085>
- Ortega, J. C. (2018). Obtenido de Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación.: 124
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetUnaAproximacionAlConceptoDeIdentidadCulturalAParti-6448230.pdf
- Pérez, M. (20 de junio de 2021). *Definición de Costo*.
<https://conceptodefinicion.de/costo/>.
- Reglamento de alojamiento turístico. (18 de febrero de 2016). Registro Oficial 244.Ecuador
- Reglamento General a la Ley de Turismo. (22 de enero de 2015).
<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Restrepo, M. (13 de noviembre de 2019). *¿Qué es la TIR y para qué sirve?*
<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve>

- Roldán, P. (1 de mayo de 2017). *Análisis financiero*.
<https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>
- Salas, M, J. (s/f). *Definición de Oferta*.
<https://es.scribd.com/document/272227786/Definicion-de-Oferta>
- Señalética turística en áreas rurales. (2013). Obtenido de
<http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Se%C3%B1aleticaTuristica-en-areas-rurales-17-07-2013.pdf>
- Thompson, I. (2017). *Definición y Tipos de Organigramas*.
<https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-deorganigramas.html#:~:text=Los%20organigramas%20son%20la%20representaci%C3%B3n,y%20de%20asesor%C3%ADa%20%5B1%5D>.
- Tomala, O. (2016). *Tipos de investigación*.
<https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>
- Troncoso, C., y Amaya, A. (2016). *Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud*.
https://www.researchgate.net/publication/320206573_Entrevista_guia_practica_para_la_recoleccion_de_datos_cualitativos_en_investigacion_de_salud
- Tigre, L. (2017). *Identificación de aspectos ambientales y evaluación de impactos ambientales*. Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca, Ecuador
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27207/1/Tesis.pdf>
- Velásquez, G. (2015). *ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN - PLAZA - EN LA MEZCLA DE MERCADEO*.
<https://puromarketinggermanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias->

de-distribucion-plaza

enla.html#:~:text=La%20Plaza%20o%20distribuci%C3%B3n%20es,los%20p roductos%20que%20se%20ofrecen.

Vidal, B. (5 de diciembre de 2019). *Turismo y tecnología: cómo la tecnología revoluciona el sector turístico*. <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-ytecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>

Yirda, A. (31 de enero de 2021). *Definición de Ingreso*. <https://conceptodefinicion.de/ingreso/>

Zita, A. (2018). *Impacto ambiental*. <https://www.todamateria.com/impacto-ambiental/>

Anexos

Anexo 1 Reporte Urkund



Document Information


Analyzed document	TESIS HOSTERÍA SAMAY WASI CON TEMÁTICA CULTURAL ANDINA.docx (D112597025)
Submitted	9/15/2021 1:27:00 AM
Submitted by	
Submitter email	jjguajanm@utn.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / CAFETERÍA SUBTERRÁNEA UNDER COFFEE.docx Document CAFETERÍA SUBTERRÁNEA UNDER COFFEE.docx (D112510576) Submitted by: ammontalvom1@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		13
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / GUIA-DE-EMPRENDIMIENTO oficial (Recuperado automáticamente).docx Document GUIA-DE-EMPRENDIMIENTO oficial (Recuperado automáticamente).docx (D112506670) Submitted by: mayrazuce124@gmail.com Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		11
W	URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16134/1/64331_1.pdf Fetched: 6/22/2021 5:17:02 PM		1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE TESIS FINAL.pdf Document UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE TESIS FINAL.pdf (D96575998) Submitted by: aaarevalof@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		21
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / HACIENDA TURÍSTICA MONTE VERDE-SEGOVIA CATY.docx Document HACIENDA TURÍSTICA MONTE VERDE-SEGOVIA CATY.docx (D112507696) Submitted by: cfsegoviac@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		27
W	URL: http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11171/1/84T00475.pdf Fetched: 6/16/2021 5:45:34 PM		1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / SÁNCHEZ JESSICA-SERRANO GRACE.docx Document SÁNCHEZ JESSICA-SERRANO GRACE.docx (D112459551) Submitted by: jpsancheza@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com		36
W	URL: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11044/2/02%20TUR%20187%20TRABAJO%20GRADO.pdf Fetched: 7/11/2021 8:21:31 PM		9
W	URL: https://www.nicolasmarchal.com/marketing/las-4-p-del-marketing/#PrecioMarco Fetched: 9/15/2021 1:29:00 AM		1

Anexo 2 Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo

ANEXO B: Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo.

 Ministerio de Turismo							
FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO							
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS
Parroquia La Esperanza -comunidad de Chirihuasi	-Ecuatorial mesotérmico semi-húmedo - Ecuatorial de alta montaña	7 °C – 12°C	750mm - 1250 mm	2400 msnm- 4600 msnm	0.2735122	-78.1291937	Volcán Imbabura Zuleta Angochagua
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO							
<p>La Parroquia Santa María de la Esperanza, está ubicada al sur oriente de Ibarra en las faldas del volcán Imbabura con una altitud de 2430 msnm, conformada por 6 comunidades: El Abra, Paniquindra, Chirihuasi, La Florida, Punkuwayku y San José de Cacho. Chirihuasi es una de las comunas de la parroquia La Esperanza que habitan unas 300 familias, se dedican a la agricultura, crianza de animales domésticos, bordados a mano en prendas de vestir y talleres de talabartería que confeccionan monturas, maletas y artefactos finos. Además, se han tomado en cuenta otras iniciativas como el turismo comunitario en lo que los visitantes pueden observar la elaboración de artesanías y degustar de platos tradicionales.</p>							
10. DATOS RELEVANTES							

SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICA MENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE		
34,2 km ²	Norte: Ibarra Sur: Parroquia rural de San Pablo del Lago del cantón Otavalo Oriente: Angochagua	Parroquia -7363 habitantes Comunidad Chirihuasi - 300 familias 1275 habitantes	3677	49,94 %	3686	50,06 %	2.745	EGB: 72,80 %	Indígena 5182- 70,38%		
11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
94,99%	85,44%	32,94%	23,48%	x	38,48%	31.37%	x	58.16%	75.64 %	Los datos que marcan un x son con los que no cuenta la parroquia.	
12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA

2	0	1	0	1	1	0	1	1	3	0	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADORES	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
1	0	0	0	0	0	0	1				

13. ASENTAMIENTOS HUMANOS

Los asentamientos humanos de la parroquia se encuentran organizados en dos grupos:

En la parroquia existen 12 comunidades y 4 barrios en la cabecera.

Barrios: San Francisco, San Pedro, Santa Marianita.

Comunidades: San Clemente, Cashaloma, Chirihuasi, El Abra, San José de Chaupilan, Paniquindra, La Florida, Punkuhuayku, Rumipamba Grande, Rumipamba Chico, San José de Cacho, La Cadena.



14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS

11.1 TERRESTRE

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
Ibarra	Adoquinado – Empedrado/bueno	45 minutos	Bus publico	0.40 ctv.

15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA

DISTANCIA (KM)	QUITO	OTAVALO	IBARRA	OTROS	OBSERVACIONES
	104 km	32,5 km	11,4 km		

16. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

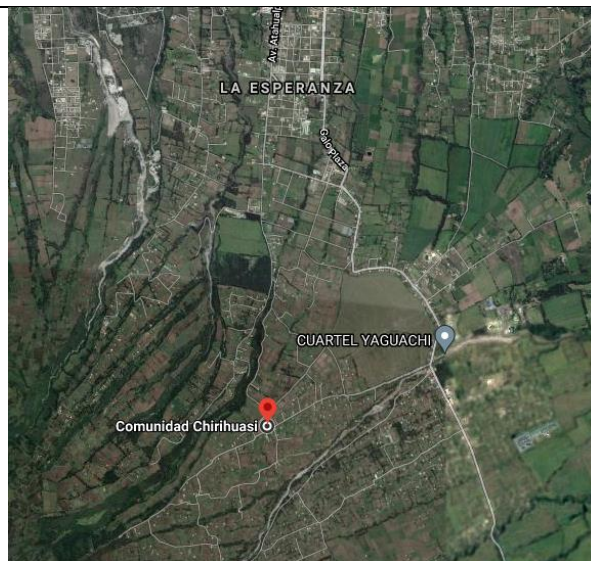
17.1 NATURALES					17.2 CULTURALES						
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV

Volcán Imbabura	1				X	Bordados a mano	1		X		
Laguna de Cubilche	1			x		Talabarte ría	1		X		
3 cascadas del Río Tahuand o	1			x							
17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS									14.4 OBSERVACIONES		
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)					
Volcán Imbabura	81381384 E	28148N		x	Turista	Nacional					
Laguna de Cubilche	819378 E	26072N		x	Turista	Nacional					
Bordados a mano	823662 E	22851 N		x	Turista	Nacional-Internacional					
17. SERVICIOS TURÍSTICOS											
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES				
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas					
			Hostal Casa Aida	8	Waykos	30					
			Quinta San Clemente	12	Restaurante La Huerta	20					

					de Doña Carmelita		
			Casa Suaya	5	El Rico Pincho	8	
			Chiriwasy Home	5			
			Tradiciones San Clemente	12			
18. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO							
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO		19.2 OBSERVACIONES	
SEÑALIZACIÓN	Si	3	San Francisco-Cadena, Rumipamba	Bueno			
SEÑALÉTICA	No						
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Si	1	Centro de la parroquia	Regular			
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	No						
CENTRO DE FACILITACIÓN	No						
SENDEROS	No						
MIRADORES	Si	1	Cashaloma	Regular			
OTROS							
19. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN							
20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD		20.2 OBSERVACIONES		
TUR. DE NATURALEZA	1	Todo el año	Tres cascadas del río Tahuando				
TURISMO COMUNITARIO	1	Junio a septiembre	Comunidad de san Clemente				
TURISMO CULTURAL	1	Junio - Julio	San Clemente, Chirihuasi, Rumipamba, San José de Cacho				
TURISMO DE DEPORTES	1	Todo el año	Cabecera parroquial				

TURISMO DE AVENTURA	3	Junio a septiembre	Volcán Imbabura, cerro Cubilche, 3 cascada del río Tahuando	
20. PRINCIPALES NECESIDADES				
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES		
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X	Escaso señalización turística que permita acceder al destino con facilidad.		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	Inexistencia de señalética informativa y preventiva		
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	Escasez de gasolineras y servicios higiénicos.		
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Escasos procesos de capacitación destinados a los prestadores de servicios turísticos		
OTROS				
23.1 OBSERVACIONES				
21. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS				
FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PDOT, DE LA PARROQUIA "LA ESPERANZA	Gubernamental	2015 – 2019	4	
Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia Rural de Esperanza de Imbabura	Tesis	2012		
22. MAPA				

Fuente: Google maps



Anexo 3 Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO



Encuesta

Tema: Hostería con temática cultural y ancestral para fortalecer la economía local en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Objetivo: Identificar la factibilidad y aceptación de la propuesta para la implementación de una Hostería con temática cultural y ancestral para fortalecer la economía local en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Estimado (a) Usuario, la presente encuesta servirá como instrumento para identificar la factibilidad y aceptación de la Propuesta para la implementación de una Hostería con temática cultural y ancestral para fortalecer la economía local en la comunidad de Chirihuasi, parroquia La Esperanza, Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Por favor lea cuidadosamente las preguntas y seleccione la respuesta según su criterio.

1 Datos del encuestado

Género

Masculino

Femenino

LGBTI

Nacionalidad

Ecuatoriano/a

Extranjero/a

Lugar de procedencia

Provincia del Carchi

Provincia de Imbabura

Provincia de Pichincha

Otro (especifique)

Edad

Menos de 15

Entre 15-24

Entre 25-34

Entre 35-44

Entre 45-55

Más de 55

Nivel de instrucción

Primaria

Secundaria

Tercer nivel o superior

Otro (especifique)

Ocupación

Estudiante

Empleado público

Empleado privado

Emprendedor

Ama de casa

Jubilado

Otro (especifique)

Promedio de ingresos mensuales

Menor a 400

De 400-700

De 701-1000

Mayor a 1000

¿Qué tipo de transporte utiliza cuando realiza actividades turísticas?

Transporte propio

Transporte público

Transporte turístico

Otro (especifique)

¿Con quién realiza habitualmente sus viajes turísticos?

Solo

Con la pareja

Con la familia

Con amigos

Otro

Al momento de elegir el lugar turístico a visitar ¿qué es lo que usted prefiere?

Turismo de aventura

Turismo de naturaleza

Turismo rural

Turismo cultural

Turismo gastronómico

Otro

¿Cuánto dinero usualmente destina a la realización de actividades turísticas, por persona?

\$ 10-\$40

\$ 41-\$70

\$71-\$100

\$101-\$200

más de \$200

¿Con qué frecuencia usted realiza actividades turísticas?

Semanalmente

Mensualmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

¿A través de qué medios usted se informa de las ofertas turísticas existentes?

Redes sociales

Radio y televisión

Prensa escrita

Operadora turística

Publicidad boca -oído

Otro

¿Conoce usted la parroquia La Esperanza? En caso de que su respuesta sea NO, la encuesta se da por finalizada.

Si

No

¿Consumiría usted la oferta de una Hostería ubicada en la Comunidad de Chirihuasi?

Si

No

En caso de que usted requiera los servicios de la hostería, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar?

De 15-30

De 31-40

De 41-50

De 51 o más

¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar al visitar la Hostería en la comunidad de Chirihuasi?

Cabalgatas guiadas

Senderismo guiadas

Gastronomía (platos tradicionales)

Excursiones

Ecoturismo
Vivencias comunitarias y culturales
Fotografía
Camping
Música y gastronomía tradicional
Recorridos nocturnos
Otro (especifique)

Gracias por su Colaboración

Anexo 4 Modelo de entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO
ENTREVISTA



Entrevista dirigida al: Sr. Gonzalo Túquerres

Propietario de: Hostería Chirihuasi

Competencia

1. ¿En el año 2019 como ha sido el incremento de los turistas?
2. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?
3. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?
4. ¿Cuántos turistas visitan el establecimiento mensualmente?
5. ¿Qué tiempo permanecen los turistas?
6. ¿Qué tipo de servicios oferta?
7. ¿Cuál es el precio del servicio?
8. ¿Cuáles son los medios que utiliza para dar a conocer los servicios que ofrece su establecimiento?
9. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?
10. ¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

Anexo 5 Receta estándar Pepa de zambo con tostado

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Pepa de zambo con tostado	Código	Pepa-2	
Fecha:		# de pax	Yield	10
		Clasificación	Entrada	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Pepas de zambo	g	1362	0,001	1,50
Tostado	g	454	0,002	1,00
Manteca de cerdo	g	400	0,003	1,00
Sal	g	5	0,150	0,75
Cebolla larga	u	1	0,100	0,10
Cuero de chancho	g	454	0,003	1,50
Costo total alimentos				5,85
Costo por pax				0,59
% Respaldo				0,29
Costo por porción				0,61
Beneficio bruto %			67	
PVP porción sin iva				1,86
Iva			0,22	
PVP teórico				2,08
Factor multiplicador			3,03	1,86
Margen bruto de ganancia			1,25	
Food and Beverage cost %			33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 6 Receta estándar chochos con tostado

Menú tradicional				
Nombre del plato:	Chochos con tostado		Código	Chochos-3
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Entrada
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Chochos	g	908	0,002	2,00
Tostado	g	454	0,002	1,00
Manteca de cerdo	g	400	0,003	1,00
Cebolla larga	u	1	0,150	0,15
				Costo total alimentos 4,15
				Costo por pax 0,42
				% Respaldo 0,21
				Costo por porción 0,44
				Beneficio bruto % 67
				PVP porción sin iva 1,32
				Iva 0,16
				PVP teórico 1,20
				Factor multiplicador 3,03 1,32
				Margen bruto de ganancia 0,88
				Food and Beverage cost % 33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 7 Receta estándar Berro con papas

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Berro con papas		Código	B.P-1
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Entrada
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Berro	g	1200	0,001	1,00
Papa chola	g	4500	0,000	0,50
cebolla	g	250	0,002	0,50
diente de ajo	g	150	0,002	0,25
aceite	ml	45	0,022	1,00
pepa de zambo	lb	1	1,000	1,00
Tostado	g	454	0,002	1,00
sal y pimienta negra	g	35	0,0143	0,50
	Costo total alimentos			5,75
	Costo por pax			0,58
	% Respaldo			0,29
	Costo por porción			0,60
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			1,83
	Iva		0,22	
	PVP teórico			2,05
	Factor multiplicador		3,03	1,83
	Margen bruto de ganancia		1,23	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 8 Receta estándar Cuzo con tostado

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Cuzo con tostado	Código	Cuzo	
Fecha:		# de pax Yield	10	
		Clasificación	Entrada	
		n		
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Cebolla	g	250	0,002	0,50
Diente de ajo	g	150	0,002	0,25
Manteca	g	45	0,022	1,00
Tostado	g	454	0,004	2,00
Sal	g	35	0,0143	0,02
Cuzo	g	400	0,007	2,75
	Costo total alimentos			6,52
	Costo por pax			0,65
	% Respaldo			0,33
	Costo por porción			0,68
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			2,07
	Iva		0,25	
	PVP teórico			2,32
	Factor multiplicador		3,03	2,07
	Margen bruto de ganancia		1,39	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 9 Receta estándar locro de oca

Menú tradicional				
Nombre del plato:	Locro de oca	Código	locro-1	
Fecha:		# de pax	10	
		Yield		
		Clasificación	Plato fuerte	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Oca	g	1363	0,002	2,50
Carne de res	lb	1	1,200	1,20
Tallo de apio	g	10	0,015	0,15
Cebolla larga	g	500	0,001	0,50
Diente de ajo	g	6	0,025	0,15
Papa chola	g	1500	0,001	2,00
Cilantro	g	50	0,003	0,15
Col verde	g	40	0,013	0,50
Sal	g	5	0,120	0,60
	Costo total alimentos			7,75
	Costo por pax			0,78
	% Respaldo			0,39
	Costo por porción			0,81
	Beneficio bruto %			67
	PVP porción sin iva			2,47
	Iva			0,30
	PVP teórico			2,76
	Factor multiplicador			3,03
	Margen bruto de ganancia			1,65
	Food and Beverage cost %			33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 10 Receta estándar Cuy asado

Menú tradicional				
Nombre del plato:	Cuy asado	Código	Cuy-1	
Fecha:		# de pax	10	
		Yield		
		Clasificación	Plato fuerte	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Cuy	g	650	0,038	25,00
Papa chola	g	1816	0,002	4,00
Tostado	g	908	0,003	3,00
Cebolla peiteña	u	10	0,150	1,50
Tomate	u	16	0,213	3,41
Lechuga	g	340	0,001	0,50
Limón	u	4	0,150	0,60
Aceite	ml	300	0,006	1,90
Diente de ajo	g	30	0,017	0,50
Sal	g	45	0,013	0,60
Cilantro	g	50	0,0050	0,25
Ají	u	4	0,125	0,50
Comino	g	30	0,0167	0,50
Costo total alimentos				42,26
Costo por pax				4,23
% Respaldo				2,11
Costo por porción				4,44
Beneficio bruto %			67	
PVP porción sin iva				13,45
Iva			1,61	
PVP teórico				15,06
Factor multiplicador			3,03	13,45
Margen bruto de ganancia			9,01	
Food and Beverage cost %			33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 11 Receta estándar Asado de borrego

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Asado de borrego		Código	Borr-2
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Plato fuerte
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Carne de borrego	kg	3	2,500	7,50
Pimiento amarillo	g	210	0,001	0,25
Pimiento rojo	g	210	0,001	0,25
Pimiento verde	g	110	0,002	0,25
Cebolla	g	250	0,002	0,50
Sal	g	35	0,017	0,600
Pimienta	g	35	0,043	1,50
Aceite	ml	150	0,001	0,15
Habas	lb	2	1,000	2,00
Choclo	lb	2	1,000	2,00
Papas	lb	2	0,500	1,00
Tostado	lb	4	0,250	1,00
Tomate riñón	g	800	0,001	0,50
	Costo total alimentos			17,50
	Costo por pax			1,75
	% Respaldo			0,88
	Costo por porción			1,84
	Beneficio bruto %			67
	PVP porción sin iva			5,57
	Iva			0,67
	PVP teórico			6,24
	Factor multiplicador			3,03
	Margen bruto de ganancia			3,73
	Food and Beverage cost %			33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 12 Receta estándar Fritada

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Fritada		Código	Fri-2
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Plato fuerte
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Carne de chancho	lb	4	0,625	2,50
Pimiento amarillo	g	200	0,001	0,25
Pimiento rojo	g	200	0,001	0,25
Pimiento verde	g	200	0,001	0,25
Cebolla	g	275	0,002	0,50
Sal	g	75	0,007	0,500
Pimienta	g	50	0,010	0,50
Aceite	l	500	0,002	1,00
Tomate árbol	g	800	0,001	1,00
Tomate riñón	g	800	0,001	1,00
Mote	lb	4	1,000	4,00
Papas	lb	2	0,500	1,00
Maduro frito	Unidad	5	0,4000	2,00
Tostado	lb	4	0,250	1,00
Queso	g	1000	0,0030	3,00
Ají	g	300	0,0033	1,00
	Costo total alimentos			19,75
	Costo por pax			1,98
	% Respaldo			0,99
	Costo por porción			2,07
	Beneficio bruto %			67
	PVP porción sin iva			6,28
	Iva			0,75
	PVP teórico			7,04
	Factor multiplicador			3,03
	Margen bruto de ganancia			4,21
	Food and Beverage cost %			33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 13 Receta estándar Dulce de zambo

Postre				
Nombre del plato:	Dulce de zambo		Código	Dulce-2
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Postre
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Zambo	g	908	0,003	3,00
Panela	g	500	0,002	1,00
Naranja	g	15	0,017	0,25
Canela	g	30	0,017	0,50
Clavo de olor	g	6	0,083	0,50
	Costo total alimentos			5,25
	Costo por pax			0,53
	% Respaldo			0,26
	Costo por porción			0,55
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			1,67
	Iva		0,20	
	PVP teórico			1,87
	Factor multiplicador		3,03	1,67
	Margen bruto de ganancia		1,12	
	Food and Beverage cost		33	
	%			

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 14 Receta estándar Mouse de fresa

Postre				
Nombre del plato:	Mousse de fresa	Código	Mous-3	
Fecha:		# de pax	10	
		Yield		
		Clasificación	Postre	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Fresa	g	1600	0,003	4,00
Huevos	g	360	0,003	0,90
Azúcar	g	454	0,001	0,60
Nata- Crema de leche	ml	200	0,008	1,50
	Costo total alimentos			7,00
	Costo por pax			0,70
	% Respaldo			0,35
	Costo por porción			0,74
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			2,23
	Iva		0,27	
	PVP teórico			2,49
	Factor multiplicador		3,03	2,23
	Margen bruto de ganancia		1,49	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 15 Receta estándar torta de zanahoria

Postre				
Nombre del plato:	Torta de zanahoria		Código	Zanah-3
Fecha:			# de pax	10
			Yield	
			Clasificación	Postre
			n	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Harina	lb	2	0,500	1,00
Vainilla	g	6	0,333	2,00
Huevos	g	220	0,001	0,13
Azúcar	lb	1	0,500	0,50
Aceite	ml	190	0,005	1,00
Sal	g	1	0,500	0,50
Canela	g	12	0,021	0,25
Polvo para hornear	g	12	0,017	0,20
Zanahoria rallada	g	270	0,001	0,25
Costo total alimentos				5,83
Costo por pax				0,58
% Respaldo				0,29
Costo por porción				0,61
Beneficio bruto %			67	
PVP porción sin iva				1,86
Iva			0,22	
PVP teórico				2,08
Factor multiplicador			3,03	1,86
Margen bruto de ganancia			1,24	
Food and Beverage cost %			33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 16 Receta estándar torta de uvilla

Postre				
Nombre del plato:	Torta de uvilla	Código	Uvi-3	
Fecha:		# de pax	10	
		Yield		
		Clasificación	Postre	
		n		
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Harina	lb	2	0,500	1,00
Vainilla	g	6	0,333	2,00
Huevos	g	220	0,001	0,13
Azúcar	lb	1	0,500	0,50
Aceite	ml	190	0,005	1,00
Sal	g	1	0,500	0,50
Canela	g	12	0,021	0,25
Uvilla	g	270	0,001	0,25
Polvo para hornear	g	12	0,017	0,20
	Costo total alimentos			5,83
	Costo por pax			0,58
	% Respaldo			0,29
	Costo por porción			0,61
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			1,86
	Iva		0,22	
	PVP teórico			2,08
	Factor multiplicador		3,03	1,86
	Margen bruto de ganancia		1,24	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 17 Receta estándar Chicha de arroz

Bebida				
Nombre del plato:	Chicha de arroz		Código	Chi-A
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Bebida
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Arroz	g	908	0,001	1,20
Azúcar	g	454	0,001	0,60
Leche	l	1	1,000	1,00
Clavo de olor	g	6	0,002	0,01
Canela	g	6	0,083	0,50
Pimienta dulce	u	5	0,100	0,50
	Costo total alimentos			3,81
	Costo por pax			0,38
	% Respaldo			0,19
	Costo por porción			0,40
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			1,21
	Iva		0,15	
	PVP teórico			1,36
	Factor multiplicador		3,03	1,21
	Margen bruto de ganancia		0,81	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 18 Receta estándar Colada Morada

Bebida tradicional				
Nombre del plato:	Colada Morada	Código	Colada-M	
Fecha:		# de pax	10	
		Yield		
		Clasificación	Bebida	
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Harina de maíz	g	300	0,003	1,00
Mora	g	454	0,002	1,00
Atado de hierbas	g	10	0,020	0,20
Anís estrellado	g	10	0,050	0,50
Canela	g	10	0,050	0,50
Pimienta dulce	g	5	0,030	0,15
Babaco	g	150	0,003	0,50
Piña	g	300	0,002	0,50
	Costo total alimentos			4,35
	Costo por pax			0,44
	% Respaldo			0,22
	Costo por porción			0,46
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			1,38
	Iva		0,17	
	PVP teórico			1,55
	Factor multiplicador		3,03	1,38
	Margen bruto de ganancia		0,93	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 19 Receta estándar Colada de zambo

Menú Tradicional				
Nombre del plato:	Colada de zambo	Código	Zam-03	
Fecha:		# de pax	10	
		Yield		
		Clasificación	Bebida	
		n		
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Zambo maduro	u	1	2,000	2,00
Panela	g	100	0,003	0,25
Leche	l	3	1,000	3,00
Canela	g	2	0,050	0,10
Clavo de olor	g	5	0,010	0,05
Harina de maíz tostada	g	454	0,002	1,00
	Costo total alimentos			6,40
	Costo por pax			0,64
	% Respaldo			0,32
	Costo por porción			0,67
	Beneficio bruto %		67	
	PVP porción sin iva			2,04
	Iva		0,24	
	PVP teórico			2,28
	Factor multiplicador		3,03	2,04
	Margen bruto de ganancia		1,36	
	Food and Beverage cost %		33	

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.

Anexo 20 Receta estándar Chicha de avena

Bebida Tradicional				
Nombre del plato:	Chicha de avena		Código	Aven-03
Fecha:			# de pax Yield	10
			Clasificación	Bebida
Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
Avena en hojuelas	g	100	0,015	1,45
Leche condensada azucarada	oz	14	0,143	2,00
Vainilla	ml	30	0,050	1,50
Canela	g	2	0,050	0,10
Panela	g	100	0,003	0,25
				0,00
			Costo total alimentos	5,30
			Costo por pax	0,53
			% Respaldo	0,27
			Costo por porción	0,56
			Beneficio bruto %	67
			PVP porción sin iva	1,69
			Iva	0,20
			PVP teórico	1,89
			Factor multiplicador	3,03
			Margen bruto de ganancia	1,13
			Food and Beverage cost %	33

Nota. Elaborada por las autoras, 2021.