



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE HOGARES PARA EXTRANJEROS EN EL CANTÓN OTAVALO,
PROVINCIA DE IMBABURA”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: CEVALLOS IBUJÉS DANIELA MABEL

DIRECTOR: ECON. LUIS CERVANTES

IBARRA, ENERO 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Carrera de Ingeniería Comercial, brinda los lineamientos para la creación de una empresa de hogares para extranjeros en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, el mismo que pretende satisfacer de mejor manera las necesidades de los turistas extranjeros en lo referente a alojamiento. Para ello se realizó un diagnóstico situacional externo, se determinó aliados, oponentes, oportunidades y amenazas. En el marco teórico se determinó los aspectos teóricos-científicos que sustentan la investigación. Dentro del estudio de mercado se determinó la existencia de un mercado insatisfecho, por lo que se puede ofertar el servicio de alojamiento dentro de viviendas de la localidad, este mercado puede ser captado a través de técnicas y métodos adecuados de mercadeo. Con el estudio técnico se determinó la macro y micro localización del proyecto, el tamaño y la infraestructura requerida para el desarrollo de las actividades del mismo, de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de los clientes. El estudio financiero permitió conocer el total de la inversión, determinando ingresos, costos y gastos, y analizando también los indicadores económicos se obtuvo resultados positivos lo que demuestra que el proyecto es factible. Sin embargo, para que tenga éxito, es necesario determinar la estructura administrativa de la empresa estableciendo misión, visión valores y políticas organizacionales, así como los aspectos funcionales y jurídicos, los mismos que ayudarán a que la empresa inicie con sus operaciones sin problemas. Al realizar el estudio de los impactos, donde se analizó aspectos económicos, socio-culturales y ambientales, se estableció que para este proyecto serán medianamente positivos en relación al tipo de servicio que se pretende brindar. Finalmente y gracias al estudio realizado a través de la investigación se determinaron las debidas conclusiones y recomendaciones que se desprenden de este.

ABSTRACT

The final work report of thesis of Administration and Economic Science Faculty – Commercial Engineering career, gives the guidelines to develop an enterprise about homes for foreigners people in Otavalo – Imbabura province. It pretends to satisfy the necessities of the foreigners tourists related to accommodation in a better way. For that was made an external diagnostic, was determined allies, opponents, opportunities and threats. In the theoretical framework were determined the theoretical Scientific aspects that support the investigation. In the market study was found an unsatisfied market, consequently can offer the service of accommodation in the city's homes, this market can be attracted through suitable marketing techniques and methods. With the technique of study was established the macro and micro project location, the size and infrastructure required to the develop of the clients. The financial study permitted to know the total of the investment, determining incomes, costs and expenses, analyzing the economic indicator were obtained positive results showing that this project is possible. However to be successful is necessary to establish the administrative structure of the enterprise, developing the mission, vision and organizational values and politics as well as the functions and legal aspects, which help to start the enterprise operations without problems. Doing the study of impacts, analyzing economics, socio cultures and environment aspects were established for this project those ones will be medium term positive related to the services that pretends offer. Finally and thanks that study through the investigation was given the conclusions and recommendations.

AUTORÍA

Yo, **Daniela Mabel Cevallos Ibijés**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100422734-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HOGARES PARA EXTRANJEROS EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Daniela Mabel Cevallos Ibijés

C.I. 100422734-2

Atentamente,

CERTIFICACIÓN

Ibarra, julio 22 de 2016

Señores

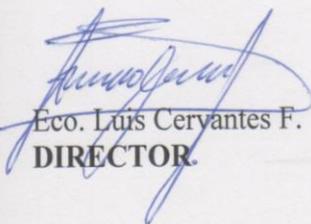
Honorable Consejo Directivo

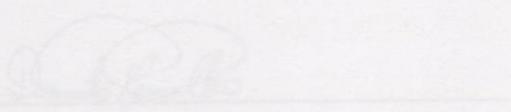
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Señores miembros:

En calidad de Director de trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HOGARES PARA EXTRANJEROS EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**; de autoría de la señorita **CEVALLOS IBUJÉS DANIELA MABEL** y para el trámite pertinente comunico que dicho trabajo cumple con los requerimientos exigidos por la legislación universitaria; razón por la que le otorgo la calificación de 9/10 (nueve sobre diez).

Atentamente,


Eco. Luis Cervantes F.
DIRECTOR.

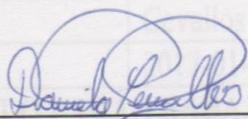

Daniela Mabel Cevallos Ijujés
C.I. 100422734-2

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Daniela Mabel Cevallos Ibujés, portadora de la cedula de ciudadanía No. 100422734-2, manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HOGARES PARA EXTRANJEROS EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERIA COMERCIAL, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad en la facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de Enero año 2017.



Daniela Mabel Cevallos Ibujés
C.I. 100422734-2

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

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA	100422734-2		
APELLIDOS Y NOMBRES	Cevallos Ibujés Daniela Mabel		
DIRECCIÓN	San Pablo del Lago. Calle Ascázubi e Isidro Ayora		
E-MAIL	dmcevallosi@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO	062 918 463	TELÉFONO MOVIL	099 133 9893

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HOGARES PARA EXTRANJEROS EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”
AUTOR	Cevallos Ibujés Daniela Mabel
FECHA	2017-01-27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERÍA COMERCIAL
ASESOR / DIRECTOR	Econ. Luis Cervantes

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Cevallos Ibujés Daniela Mabel, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100422734-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 144.

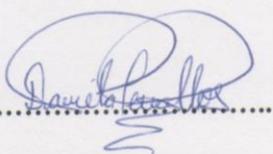
3.- CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente investigación es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de Enero año 2017.

Daniela M. Cevallos I.

FIRMA.....



Nombre: Cevallos Ibujés Daniela Mabel

Facultado por resolución del Consejo Universitario.....

DEDICATORIA

La presente investigación tiene su esfuerzo, trabajo y dedicación que va retribuido con amor a MIS PADRES, por su cálida presencia en el desarrollo de cada una de mis actividades estudiantiles, por la confianza depositada en mí y por su apoyo incondicional.

A MIS FAMILIARES, por vivenciar mis alegrías, mis esfuerzos y sacrificios brindándome su compañía cariñosa y desinteresada.

Daniela M. Cevallos I.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por permitirme un instante más en el gran milagro de la vida y poder disfrutar de este momento tan deseado.

A la Universidad Técnica del Norte y de manera especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a sus autoridades y docentes, por su invaluable aporte académico y de formación profesional.

Finalmente agradezco a quienes mi corazón ama que de una u otra forma contribuyeron para poder culminar con otra meta más de las trazadas en mi vida.

Daniela M. Cevallos I.

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo	ii
Abstract.....	iii
Auroría.....	iv
Certificación.....	v
Cesión de Derechos de Autor de Trabajo de Grado a favor de la Universidad del Técnica del Norte.....	vi
Autorización de Uso y Publicación a Favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vii
Dedicatoria.....	ix
Agradecimiento.....	x
Índice General.....	xi
Índice De Tablas	xviii
Índice De Cuadros.....	xx
Índice De Gráficos	xxi
Índice De Ilustraciones	xxii
Presentación	xxiii
Justificación	xxv
Objetivos.....	xxvii
Diagnóstico Situacional	28
Antecedentes Del Diagnóstico.....	28
Objetivos Del Diagnóstico.....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos.....	29
Variables	30
Indicadores.....	30
Matriz Relación Diagnóstica.....	32
Análisis De Variables Diagnósticas.....	33
Matriz Aoor.....	50
Determinación De La Oportunidad De Inversión.....	51
Marco Teórico.....	52
Empresa	52
Clasificación De Las Empresas	52
Turismo	53

Importancia Del Turismo	53
Clasificación Del Turismo	54
Viajero, Visitante, Turista Y Excursionista	55
Empresas De Alojamiento	56
Hospedaje.....	56
Residencias	57
Hoteles	57
Hostales	57
Pensiones.....	57
Albergues Turísticos	58
Casa De Huéspedes.....	58
Viviendas Vacacionales O Viviendas Turísticas De Vacaciones	58
Hogares	59
Convivencia	59
Extranjero.....	59
Estudio De Mercado	59
Mercado	60
Segmentación De Mercado	60
Mercado Meta	60
Población.....	60
Muestra	61
Demanda	61
Oferta	61
Demanda Potencial Insatisfecha	61
Precio	62
Producto	62
Servicio	62
Comercialización	62
Promoción	63
Plaza	63
Estudio Técnico	63
Localización Óptima Del Proyecto	63
Macro Localización	64
Micro Localización	64

Tamaño De Proyecto.....	64
Ingeniería Del Proyecto	64
Flujograma De Procesos	65
Capacidad Instalada	65
Inversión	65
Inversión Fija	66
Depreciación	66
Amortizacion.....	66
Costo De Ventas	66
Gastos Administrativos.....	67
Gastos Financieros	67
Gastos De Venta	67
Capital De Trabajo.....	68
Capital Fijo.....	68
Capital Variable	68
Estudio Financiero	68
Presupuesto De Ingresos	69
Presupuesto De Gastos.....	69
Estado De Situación Financiera	69
Estado De Resultados	69
Estado De Flujo De Efectivo	70
Tasa De Rendimiento Media	70
Valor Actual Neto.....	70
Tasa Interna De Retorno	71
Período De Recuperación De La Inversión	71
Punto De Equilibrio	71
Relación Costo Beneficio	71
Propuesta Administrativa Y Funcional.....	72
Misión	72
Visión	72
Principios Y Valores	72
Objetivos Empresariales	72
Estructura Orgánica	73
Estructura Funcional	73

Estudio De Mercado	74
Introducción	74
Objetivos Del Estudio De Mercado	74
Objetivo General	74
Objetivos Específicos.....	74
Variables	75
Indicadores.....	75
Matriz De Variables Del Estudio De Mercado	76
Identificación Del Servicio	77
Usuarios Del Servicio	78
Segmentación De Mercado	78
Población.....	78
Mercado Meta	79
Fórmula	80
Muestra	80
Evaluación Y Análisis De La Información	80
Resultados De La Encuesta Realizada A Turistas	81
Resultados De La Entrevista Realizada A Familias Del Cantón Otavalo	96
Identificación De La Oferta	111
De La Oferta	111
Oferta Actual.....	111
Proyección De La Oferta	111
Identificación De La Demanda	112
Análisis De La Demanda	112
Demanda Actual.....	113
Proyección De La Demanda	113
Demanda Potencial Insatisfecha	114
Porcentaje De Captación.....	114
Análisis De Precios	115
Proyección De Precios	115
Estrategias De Comercialización	116
Estrategias De Servicio	116
Estrategias De Precio	116
Estrategias De Plaza.....	116

Estrategias De Promoción.....	117
Conclusiones Del Estudio De Mercado	117
Estudio Técnico	119
Objetivos General	119
Localización Del Proyecto.....	119
Macro Localización	119
Micro Localización	122
Tamaño Del Proyecto	124
Inversión	124
Disponibilidad De Capital.....	124
Demanda	124
Disponibilidad De Mano De Obra	124
Capacidad Operativa.....	124
Descripción De La Planta	125
Distribución De La Planta.....	126
Ingeniería Del Proyecto	126
Proceso Productivo	126
Flujograma De Procesos	126
Flujograma De La Venta Del Servicio A Través De Medios Electrónicos	128
Flujograma De La Venta Del Servicio Realizado En La Oficina.....	129
Flujograma De La Asignación De Viviendas	130
Flujograma De La Contratación Del Servicio Con Las Familias	131
Presupuesto Técnico	132
Requerimiento De Activos.....	132
Muebles Y Enseres	132
Equipo De Oficina	132
Equipo De Cómputo	133
Vehículo.....	133
Depreciación De Activos	135
Requerimiento De Personal	136
Costos De Producción.....	136
Adquisición Del Servicio.....	136
Gastos Administrativos.....	137
Gastos De Ventas.....	140

Gastos De Constitución.....	141
Capital De Trabajo.....	142
Estudio Financiero	143
Introducción	143
Objetivo General.....	143
Inversión	143
Financiamiento.....	143
Proyecciones	144
Proyección De Ingresos	144
Proyección De Gastos	145
Proyección Del Costo De Ventas.....	145
Proyección De Los Gastos Administrativos	146
Proyección De Los Gastos De Ventas	147
Proyección De Los Gastos Financieros	148
Amortización Gastos De Constitución.....	148
Estados Financieros	148
Estado De Situación Inicial.....	148
Estado De Resultados	149
Flujo De Caja	150
Evaluación Financiera.....	151
Tasa De Rendimiento Media	151
Valor Actual Neto.....	151
Tasa Interna De Retorno	152
Costo Beneficio.....	153
Período De Recuperación De La Inversión	155
Punto De Equilibrio	156
Estructura Organizacional Y Funcional.....	158
Objetivo General.....	158
Aspectos Legales Para La Operación De La Empresa.....	158
Figura Jurídica De La Empresa.....	158
Aporte De Capital	158
Requisitos Para Su Funcionamiento	159
Nombre O Razon Social De La Empresa	160
Logotipo Y Eslogan	161

Base Filosófica Empresarial	162
Misión	162
Visión	162
Objetivos Organizacionales	163
Principios Y Valores	163
Políticas	165
Estructura Organizacional.....	166
Organigrama Estructural.....	166
Estructura Funcional	167
Niveles Administrativos.....	167
Descripción De Puestos Y Funciones	168
Análisis De Impactos	171
Introducción	171
Objetivo General.....	171
Valoración De Impactos	171
Impactos A Analizar	172
Impacto Económico	172
Impacto Socio – Cultural	174
Impacto Ambiental.....	175
Impactos Generales	176
Conclusiones Y Recomendaciones	177
Bibliografía	181
Linkografía.....	183
Anexos:.....	184

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Pisos Climáticos del Cantón Otavalo	34
Tabla 2: Población del Cantón Otavalo	35
Tabla 3: Distribución Étnica de la Población del Cantón Otavalo	35
Tabla 4: Indicadores Laborales del Cantón Otavalo	37
Tabla 5: Familias del Cantón Otavalo	79
Tabla 6: Género Población Extranjera Encuestada.....	81
Tabla 7: Edad Población Extranjera Encuestada	82
Tabla 8: Procedencia Población Extranjera Encuestada.....	83
Tabla 9: Motivos por los que viaja	84
Tabla 10: Motivo principal para elegir Otavalo.....	85
Tabla 11: Medios para elegir lugares de hospedaje	86
Tabla 12: Preferencias de ubicación	87
Tabla 13: Permanencia en Otavalo	88
Tabla 14: Número de personas que viajan	89
Tabla 15 : Lugares de hospedaje.....	90
Tabla 16: Motivos para elegir el lugar de hospedaje	91
Tabla 17: Presupuesto destinado para hospedaje.....	92
Tabla 18: Disposición de turistas para alojarse dentro de un hogar de la localidad	93
Tabla 19: Disposición del turista para compartir la comida con una familia otavaleña	94
Tabla 20: Sugerencias para estadía perfecta	95
Tabla 21: Oferta actual de alojamiento tipo familiar	111
Tabla 22: Proyección de la oferta	112
Tabla 23: Cálculo de turistas que prefieren hospedaje familiar.....	113
Tabla 24: Proyección de la demanda	114
Tabla 25: Demanda Potencial Insatisfecha	114
Tabla 26: Porcentaje de captación de la demanda insatisfecha	115
Tabla 27: Proyección de precios	115
Tabla 28: Factores de la Micro Localización.....	122
Tabla 29: Capacidad Operativa.....	125
Tabla 30: Muebles y Enseres	132
Tabla 31: Equipo de oficina.....	133
Tabla 32: Equipo de Computo	133

Tabla 33: Vehículo.....	134
Tabla 34: Depreciación de activos fijos.....	135
Tabla 35: Requerimiento de personal	136
Tabla 36: Rol de pagos año 1.....	136
Tabla 37: Rol de pagos año 2.....	136
Tabla 38: Precio adquisición servicio de alojamiento	137
Tabla 39: Adquisición mensual del servicio	137
Tabla 40: Adquisición anual del servicio.....	137
Tabla 41: Gastos Administrativos.....	137
Tabla 42: Gastos de Ventas.....	140
Tabla 43: Gastos de Constitución	141
Tabla 44: Capital de Trabajo.....	142
Tabla 45: Inversión	143
Tabla 46: Financiamiento	144
Tabla 47: Tabla de Amortización	144
Tabla 48: Presupuesto de Ingresos.....	145
Tabla 49: Proyección de Gastos.....	145
Tabla 50: Proyección de adquisición del servicio de hospedaje.....	145
Tabla 51: Proyección Gastos Administrativos.....	146
Tabla 52: Proyección de Gastos de Ventas.....	147
Tabla 53: Gastos Financieros.....	148
Tabla 54: Amortización Gastos de Constitución	148
Tabla 55: Estado de Situación Inicial	149
Tabla 56: Estado de Resultados	149
Tabla 57: Flujo de Caja.....	150
Tabla 58: Tasa de Rendimiento Media	151
Tabla 59: Valor Actual Neto.....	152
Tabla 60: Determinación de la TIR	153
Tabla 61: Relación Costo Beneficio	154
Tabla 62: Período de Recuperación de la Inversión (Flujos Netos Actualizados)	155
Tabla 63: Período de Recuperación	156
Tabla 64: Costos Fijos	156
Tabla 65: Costos Variables	157
Tabla 66: Punto de Equilibrio	157

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz Diagnóstica.....	32
Cuadro 2: Parroquias del Cantón Otavalo	34
Cuadro 3: Procedencia y Destino de los Migrantes	41
Cuadro 4: Atractivos Turísticos del Cantón Otavalo.....	47
Cuadro 5: Servicios que Brinda el Cantón Otavalo.....	48
Cuadro 6: Matriz AOOD.....	50
Cuadro 7: Matriz de Variables del Estudio de Mercado.....	76
Cuadro 8: Datos Familia Anfitriona 1	99
Cuadro 9: Datos Familia Anfitriona 2	100
Cuadro 10: Datos Familia Anfitriona 3	101
Cuadro 11: Datos Familia Anfitriona 4	102
Cuadro 12: Datos Familia Anfitriona 5	103
Cuadro 13: Datos Familia Anfitriona 6	104
Cuadro 14: Datos Familia Anfitriona 7	105
Cuadro 15: Datos Familia Anfitriona 8	106
Cuadro 16: Datos Familia Anfitriona 9	107
Cuadro 17: Datos Familia Anfitriona 10	108
Cuadro 18: Datos Familia Anfitriona 11	109
Cuadro 19: Datos Familia Anfitriona 12	110
Cuadro 20: Flujograma venta del servicio a través de medios electrónicos.....	128
Cuadro 21: Flujograma venta del servicio realizado en la oficina.....	129
Cuadro 22: Flujograma asignación de viviendas	130
Cuadro 23: Flujograma contratación del servicio con las familias.....	131
Cuadro 24: Descripción del Puesto de Gerente	168
Cuadro 25: Descripción del Puesto de Jefe de Ventas/Vendedor.....	169
Cuadro 26: Descripción del Puesto de Contador	170
Cuadro 27: Valoración de Impactos	171
Cuadro 28: Matriz de Impacto Económico	172
Cuadro 29: Matriz de Impacto Socio - Cultural.....	174
Cuadro 30: Impacto Ambiental.....	175
Cuadro 31: Matriz de Impactos Generales.....	176

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Población Económicamente Activa del Cantón Otavalo.....	36
Gráfico 2: Indicadores Laborales del Cantón Otavalo.....	38
Gráfico 3: Nacionalidad de Turistas Extranjeros que Visitan el Cantón Otavalo	45
Gráfico 4: Lugar de Residencia de los Turistas Nacionales que Visitan el Cantón Otavalo.....	46
Gráfico 5: Género Población Extranjera Encuestada.....	81
Gráfico 6: Edades Población Extranjera Encuestada.....	82
Gráfico 7: Procedencia Población Extranjera Encuestada.....	83
Gráfico 8: Motivos por los que viaja	84
Gráfico 9: Motivo principal para elegir Otavalo.....	85
Gráfico 10: Motivos para elegir lugares de hospedaje.....	86
Gráfico 11: Preferencias de ubicación	87
Gráfico 12: Permanencia en Otavalo	88
Gráfico 13: Número de personas que viajan.....	89
Gráfico 14: Lugares de hospedaje.....	90
Gráfico 15: Motivos para elegir el lugar de hospedaje	91
Gráfico 16: Presupuesto destinado para hospedaje.....	92
Gráfico 17: Disposición de turistas para alojarse dentro de un hogar de la localidad	93
Gráfico 18: Disposición del turista para compartir la comida con una familia otavaleña	94
Gráfico 19: Sugerencias para estadía perfecta	95
Gráfico 20: Organigrama Estructural de la Empresa "El Mejor Tambo"	166

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Imbabura en relación a la República del Ecuador	120
Ilustración 2: Otavalo en relación a la Provincia de Imbabura	121
Ilustración 3: Mapa del Cantón Otavalo	121
Ilustración 4: Distribución de la oficina.....	126
Ilustración 5: Logotipo Empresa "El Mejor Tambo"	161
Ilustración 6: Modelo de banner publicitario	162

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la oportunidad de crear una empresa que aloje a turistas que visiten Otavalo; por lo que se diseñará en un documento que constará de siete capítulos, los mismos que se detallan a continuación:

En el capítulo I, se realizará un diagnóstico situacional, estableciendo objetivos, variables e indicadores, mismos que nos servirán de base para el desarrollo del mismo.

Además se determinarán las características generales del cantón Otavalo, su cultura, tradiciones, su gente, su clima, entre otros; así como la descripción del por qué Otavalo es uno de los lugares preferidos para vacacionar por turistas nacionales y extranjeros.

En el capítulo II, el establecimiento de un marco teórico permitirá sustentar los términos que se incluirán en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de hogares para extranjeros.

Para su construcción se debe establecer de forma concreta y precisa los términos que constituyen como parte del problema y la investigación. En esta etapa se reunirá la información que considere la conceptualización específica de las operaciones del negocio.

En el capítulo III, se determinará el mercado meta, y el comportamiento de la oferta y demanda existente en el mercado local.

Al finalizar el estudio de mercado obtendremos información que ayudará a determinar la demanda insatisfecha y la demanda potencial la cual acogerá la empresa, asimismo se determinará el precio del servicio, los canales de comercialización y la publicidad que utilizará el negocio, mismo que servirá para que la población lo conozca y se posicione en el mercado.

En el capítulo IV, se definirá la localización del proyecto, es decir la macro y micro localización, la infraestructura, la distribución, el diseño, la tecnología y la maquinaria que se utilizará en la puesta en marcha del negocio.

Por otro lado también se estudiará la necesidad de mano de obra, la determinación de presupuesto e inversión del mismo, por lo que obtendremos información valiosa que servirá de guía para el desarrollo del análisis financiero.

En el capítulo V, es importante realizar un análisis detallado de las inversiones y manejo financiero.

Se realizará las proyecciones de ingresos y gastos que incidirán en el negocio, se elaborará los estados financieros y finalizaremos el análisis con el establecimiento de indicadores financieros que nos ayudarán a determinar la factibilidad del proyecto.

En el capítulo VI, se definirá la estructura orgánica y funcional, analizando las funciones, responsabilidades y competencias que deberá tener el recurso humano que conformará la organización; con las respectivas bases legales, las mismas que son esenciales para el funcionamiento y manejo del negocio.

Asimismo se determinará la misión, visión, valores, objetivos, metas y políticas que acogerá al instaurar una filosofía organizacional propia.

En el capítulo VII, se realizará el análisis de los impactos positivos o negativos que generará la implementación de hogares para extranjeros, además se analizará los indicadores dentro de cada impacto.

Para este proyecto se tomará en consideración los impactos económicos, socio-cultural y ambientales.

JUSTIFICACIÓN

El hecho de ofrecer la casa de uno es la invitación a realizar un viaje por un mundo particular, lleno de sueños, expectativas y experiencias únicas e irrepetibles, donde en el intercambio surgirán coincidencias y diferencias, alegrías y sorpresas, que siempre dejarán una marca en el viajero.

Al ser un lugar turístico, personas de todo el mundo están interesadas en conocer Otavalo. A pesar de la existencia de hoteles de calidad dentro del cantón, quienes visitan este lugar desean adentrarse más en él y es por ello que buscan interactuar con personas del medio. Los turistas buscan sentirse en casa, hacer de Otavalo su hogar por el tiempo que permanecen ahí.

Pese al cúmulo de ventajas que el turista encuentra en este lugar y a la comodidad de los hoteles, estancias, hostales, haciendas y demás; la solitaria habitación de éstas hace que el turista añore la calidez del hogar por lo que nace la necesidad de ofertar hogares de familias dispuestas a convivir con ellos. La propuesta implica el trato amable, ambientación, gastronomía, interrelación con los miembros de la familia y el intercambio cultural.

Al establecer esta relación de amistad con el turista, se abren puertas al desarrollo social, económico, ambiental y cultural; por lo tanto debemos procurar que la atención brindada sea de calidad y con miras hacia un futuro prometedor.

Las experiencias en casas de familias locales ofrecen un valor verdadero, que llevará al turista al corazón de destino que está visitando, mostrándole que realmente significa vivir allí. Las estancias en casa de una familia son una gran opción de alojamiento de calidad para personas de todas las edades que quieran experimentar el mundo viviendo con gente real en sus hogares, haciendo que sus expectativas se queden cortas a comparación con los que vivirán en sus familias.

Con la puesta en marcha del presente proyecto los beneficiarios directos serán las familias que recibirán a uno o varios extranjeros, ya que no solo mejorarán su nivel de vida y trabajo, si no también vivirán experiencias nuevas con cada visitante en sus hogares; por otro lado los turistas que se alojen en estos hogares, recibirán la atención necesaria y serán considerados como un miembro más de nuestras familias.

Este proyecto permitirá no solo el desarrollo económico de las familias del cantón si no también el desarrollo en diversos sectores como el turismo, ambiental, social, cultural e

intelectual, debido a la interacción con personas de todo el mundo que diariamente llegan hasta nuestro cantón con la finalidad de conocerlo y poder vacacionar.

OBJETIVOS

- GENERAL

Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de hogares para extranjeros en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

- ESPECIFICOS

- ✓ Realizar el diagnóstico situacional del entorno para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la creación de una empresa de hogares para extranjeros en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.
- ✓ Establecer las bases teóricas, científicas y legales que permitan sustentar la creación de una empresa de hogares para extranjeros.
- ✓ Efectuar un estudio de mercado a fin de determinar la oferta, demanda, precios y comercialización del servicio.
- ✓ Realizar un estudio técnico para establecer la macro y micro localización del proyecto, el tamaño y las inversiones requeridas para su implementación.
- ✓ Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores financieros.
- ✓ Realizar la propuesta administrativa de la estructura organizacional y funcional, para la eficiente administración del proyecto.
- ✓ Identificar los principales impactos económicos, socio-culturales y ambientales que se derivan de la implantación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO

Ecuador es conocido mundialmente por los atractivos turísticos que posee; tenemos una vasta e inigualable riqueza histórica, natural, cultural, ancestral, gastronómica, entre otros componentes primordiales que hacen que todo el mundo desee conocernos. Las cuatro regiones de nuestro país ostentan una inmensa biodiversidad que atrae e impresiona.

En la región norte de la serranía ecuatoriana, en la provincia de Imbabura, se encuentra Otavalo “Capital de las Artesanías Ecuatorianas o Capital Turística del Ecuador”, nombres que se le han dado al cantón por la variedad y calidad de productos que se ofrece a los visitantes que llegan al sector. Se lo conoce mundialmente debido al famoso mercado indígena por lo cual los turistas se ven atraídos y lo establecen como primera opción dentro de sus viajes de placer o de negocios.

El origen de la palabra OTAVALO tiene varias interpretaciones, en base al idioma Chaima (Caribe-Antillano) Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa “lugar de los antepasados”. Si es el Cara el generativo, del Panzaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como “casa”. Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUA-LO daría el significado “en lo alto grande laguna” y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría como “cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”.

Por medio de la Ley de División Territorial de Colombia, Otavalo fue cantonizado el 25 de Junio de 1824 por el General Francisco de Paula Santander. La eleva a la categoría de ciudad el Libertador Simón Bolívar, por su contribución a la causa de independencia americana, mediante Decreto del 31 de Octubre de 1829.

Es el corazón de la provincia de Imbabura, se caracteriza por las artesanías, los paisajes, sus fiestas, historias, comida y el trabajo, afecto y generosidad con que la gente del cantón recibe a propios y extraños durante todo el año. El turismo es una actividad fundamental para el desarrollo económico y social del cantón por lo que se está aprovechando los recursos que tenemos, a fin de mejorar la calidad de vida de la población.

El cantón cuenta con una enorme riqueza cultural, la misma que es fortalecida por mitos, leyendas, costumbres y tradiciones; sus habitantes mantienen su identidad por lo que son representativos en todo el mundo. Está rodeado de montañas, lagunas, ríos, quebradas y vertientes que hacen de este lugar un paraíso al que siempre se vuelve.

La ciudad está localizada a 110 km de la capital Quito y a 20 km de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 m.s.n.m. La temperatura promedio es de 14° centígrados y su clima es variado. Está rodeado por los cerros Cotacachi, Imbabura, Mojanda, las lomas de Yambiro y Pucará. Limita con los cantones Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Cayambe y Quito.

La demanda del hospedaje más el deseo de aprender sobre cosmovisión indígena, mestiza y negra hace que el extranjero busquen la inclusión, debiendo para ello ubicarse en el seno familiar de éstos grupos sociales.

Al ser un cantón que cuenta con gran afluencia de turistas extranjeros, que buscan la interacción con la comunidad y su riqueza natural y cultural, hace que la demanda de hospedaje sea alta. Es por ello que nace la necesidad de crear una empresa que brinde hospedaje dentro de hogares de las mismas familias del sector, las mismas que acogerán al turista como a un miembro de su familia y que a más de brindar confort crea espacios de convivencia debiendo dar seguridad y satisfacción. Esta modalidad de hospedaje es innovadora ya que no es común la existencia de estas empresas dentro del cantón, el propósito de ésta es que satisfaga las necesidades de los turistas con el fin de brindar una excelente experiencia y momentos únicos en su estancia en Otavalo. Asimismo mejorar la economía y desarrollo de las familias del cantón ya que los ingresos obtenidos serán para beneficio de las mismas familias y su sector.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico situacional del entorno para conocer el nivel de aceptación del extranjero en la creación de una empresa de hogares en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar los antecedentes geográficos y demográficos del cantón Otavalo, los mismos que permitan conocer la ubicación, superficie, clima, población, entre otros.

- ✓ Analizar los aspectos económicos y sociales del entorno en el que se desarrolla el proyecto.
- ✓ Determinar los aspectos legales y normativos que serán de ayuda para el desarrollo del proyecto.
- ✓ Analizar los aspectos políticos que pueden influir en el proyecto.
- ✓ Conocer la infraestructura física disponible como servicios básicos, vías de acceso y comunicación al cantón y a sus atractivos turísticos.
- ✓ Analizar los aspectos turísticos del cantón Otavalo para potencializar la aceptación de los turistas.

1.3. VARIABLES

- Antecedentes Geográficos y Demográficos
- Aspecto Económico – Social
- Aspecto Legal
- Aspecto Político
- Infraestructura
- Turismo

1.4. INDICADORES

a) Antecedentes Geográficos y Demográficos

- Ubicación
- Superficie
- Límites
- Altitud
- Clima
- División Política
- Población
- Grupos Étnicos

b) Aspecto Económico – Social

- Población Económicamente Activa
- Empleo, Desempleo y Subempleo
- Actividades Económicas del cantón
- Sector Primario del cantón (Agrícola, ganadero, etc)

- Sector Secundario del cantón (Industrial)
- Sector Terciario del cantón (Servicios)
- Movimientos Migratorios

c) Aspecto Legal

- Ley de Turismo
- Reglamento General de Actividades Turísticas
- Permisos de Funcionamiento

d) Aspecto Político

- Potencialización del Turismo

e) Infraestructura

- Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento
- Servicios de Energía Eléctrica
- Servicios de Telecomunicaciones y Acceso a Internet
- Sistema Vial y Conectividad
- Accesibilidad a Atractivos Turísticos
- Accesibilidad para Personas con Discapacidad

f) Turismo

- Atractivos Turísticos
- Turistas
- Servicios
- Gastronomía

1.5. MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 1: Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
Determinar los antecedentes del entorno en los aspectos geográficos y demográficos del cantón Otavalo.	Geografía y Demografía	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Superficie • Límites • Altitud • Clima • División Política • Población • Grupos Étnicos 	Secundaria	Análisis Documental GAD Otavalo Datos INEC
Analizar los aspectos económicos – sociales del cantón Otavalo.	Económico – Social	<ul style="list-style-type: none"> • Población Económicamente Activa • Empleo, Desempleo y Subempleo • Actividades Económicas del Cantón • Sector Primario del cantón (Agrícola, ganadero, etc) • Sector Secundario del cantón (Industrial) • Sector Terciario del cantón (Servicios) • Movimientos Migratorios 	Secundaria	Análisis Documental GAD Otavalo Datos INEC Páginas Web
Determinar los aspectos legales y normativos para el desarrollo del proyecto.	Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de Turismo • Reglamento General de Actividades Turísticas • Permisos de Funcionamiento 	Secundaria	Análisis Documental Páginas Web
Analizar los aspectos políticos que pueden influir en el proyecto.	Político	<ul style="list-style-type: none"> • Potencialización del Turismo 	Secundaria	Análisis Documental GAD Otavalo Páginas Web
Realizar un análisis de la infraestructura física del cantón.	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento • Servicios de Energía Eléctrica • Servicios de Telecomunicaciones y Acceso a Internet • Sistema Vial y Conectividad • Accesibilidad a Atractivos Turísticos • Accesibilidad para Personas con Discapacidad 	Secundaria	Análisis Documental GAD Otavalo Datos INEC Páginas Web
Analizar los aspectos turísticos del cantón Otavalo.	Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos Turísticos • Turistas • Servicios • Gastronomía 	Secundaria	Análisis Documental GAD Otavalo

Elaborado por: La Autora

1.6. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

a) ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS Y DEMOGRÁFICOS

▪ UBICACIÓN

El cantón Otavalo se encuentra ubicado al sur oriente de la provincia de Imbabura, a 110 km al norte de la ciudad capital, Quito y a 20 km al sur de la ciudad de Ibarra, capital de la provincia.

▪ SUPERFICIE

El cantón tiene una superficie de 579 km², según los nuevos datos otorgados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo; los mismos que se encuentran distribuidos así:

- Zona Urbana: 74 km²
- Zona Rural: 505 km²

▪ LÍMITES

Los límites de cantón son:

- **Norte:** La confluencia de la quebrada de Agualongo o Tamborhuaico y el río Ambi; los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra.
- **Sur:** El cerro Negro o Yanarumi en el nudo de Mojanda; los cantones Quito (Pichincha) y Pedro Moncayo (Pichincha).
- **Este:** La cima del cerro Cubilche; los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha).
- **Oeste:** La confluencia con los ríos Llumiragua y Guayllabamba; los cantones Cotacachi y Quito.

▪ ALTITUD

La altitud del cantón Otavalo oscila entre los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre hasta los 4.560 m.s.n.m. en el cerro Imbabura. La zona urbana se encuentra a 2.556 m.s.n.m.

▪ CLIMA

La temperatura media anual del cantón varía entre los 9° y 14° C. Los pisos climáticos de la zona, se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 1: Pisos Climáticos del Cantón Otavalo

CLIMA	ALTITUD
Frío	Entre 3.800 a 4.560 m.s.n.m.
Sub-Temperado	Entre 3.200 a 3.800 m.s.n.m.
Temperado	Entre 2.000 a 3.200 m.s.n.m.
Sub-Cálido	Entre 1.100 a 2.000 m.s.n.m.

Fuente: Plan de Turismo 2015. GAD Otavalo

Elaborado por: La Autora

▪ DIVISIÓN POLÍTICA

El cantón Otavalo se encuentra dividido en dos parroquias urbanas y nueve parroquias rurales; las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro 2: Parroquias del Cantón Otavalo

PARROQUIAS URBANAS	- San Luis - El Jordán
PARROQUIAS RURALES	- San José de Quichinche - San Juan de Ilumán - San Pablo del Lago - San Rafael de la Laguna - Eugenio Espejo - Miguel Egas Cabezas (Peguiche) - Selva Alegre - San José de Pataquí - Gonzales Suárez

Fuente: Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. GAD Otavalo

Elaborado por: La Autora

▪ POBLACIÓN

Según el INEC, en el censo 2010, se registra que la población es de 104.874 habitantes; de los cuales 54.428 son mujeres y 50.446 son hombres.

A continuación se presenta la tabla con el detalle de la población del cantón:

Tabla 2: Población del Cantón Otavalo

POBLACIÓN DEL CANTON OTAVALO				
ÁREA	PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Urbano	Otavalo	25.274	27.479	52.753
Rural	San José de Quichinche	4.142	4.334	8.476
	Eugenio Espejo	3.499	3.858	7.357
	San Pablo del Lago	4.701	5.200	9.901
	San Juan de Ilumán	4.186	4.398	8.584
	San Rafael de la Laguna	2.561	2.860	5.421
	Gonzáles Suárez	2.753	2.877	5.630
	Miguel Egas Cabezas (Peguiche)	2.344	2.539	4.883
	San José de Pataquí	128	141	269
	Selva Alegre	742	858	1.600
TOTAL		50.330	54.544	104.874

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaborado por: La Autora

▪ GRUPOS ÉTNICOS

El cantón Otavalo, posee una diversidad étnica y cultural, al igual que varios poblados de la sierra ecuatoriana. La población indígena se encuentra asentada en todo el cantón, siendo el área rural donde existe más afluencia.

En la siguiente tabla se detalla la distribución étnica de la población del cantón Otavalo:

Tabla 3: Distribución Étnica de la Población del Cantón Otavalo

ÉTNIAS	N° DE HABITANTES	%
Indígena	60.032	57,24%
Mestizo/a	42.260	40,30%
Blanco/a	1.192	1,14%
Afroecuatoriano/a	544	0,52%
Mulato/a	319	0,30%
Montubio/a	242	0,23%
Negro/a	178	0,17%
Otro/a	107	0,10%

Fuente: SIISE 2013

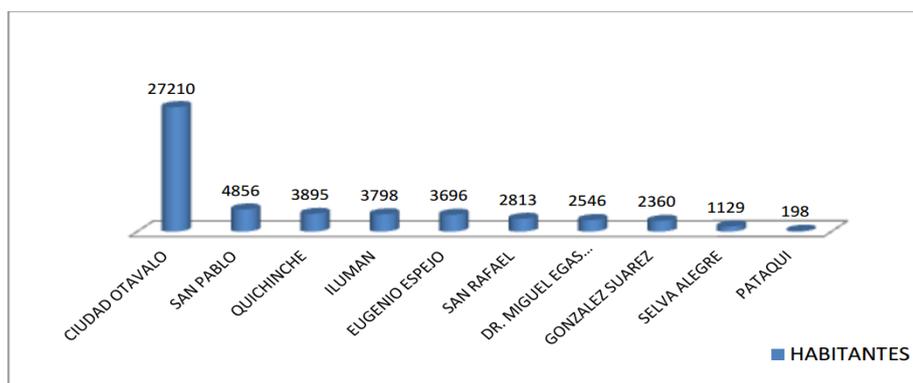
Elaborado por: La Autora

b) ASPECTO ECONÓMICO-SOCIAL

▪ POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Según los datos del INEC la población económicamente activa representa el 50.06% del número total de habitantes del mismo por tanto 52.501 habitantes se encuentran dentro de este grupo.

Gráfico 1: Población Económicamente Activa del Cantón Otavalo



Fuente: INEC, Censo 2010

Elaborado por: GAD Otavalo

En el cantón Otavalo como muestra el Grafico 1: Población Económicamente Activa, se concentra en la ciudad de Otavalo con un 51,82% que representa 27.210 habitantes, que en su mayoría son personas que han migrado de comunidades cercanas hacia la ciudad por los servicios disponibles y los movimientos comerciales que giran en su interior, seguido de San Pablo con 9,25% equivalente a 4.856 habitantes, Quichinche con 7,42% con 3.895 habitantes, Ilumán con una concentración de 7,23% que representa 3.798 habitantes, Eugenio Espejo 7,04% con 3.696 habitantes, San Rafael 5,36% con 2.813 habitantes, entre otras.

Existe un factor común entre la población activa ubicada en la cuenca del Imbakucha, Lago San Pablo y es que emplea su mano de obra en municipios vecinos como Tabacundo, Cayambe e Ibarra quienes retornan diariamente a sus hogares luego de largas jornadas laborales, en cambio otra parte de la población migra temporalmente fuera de la ciudad e incluso del país.

▪ EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO

A la población con empleo se la divide en tres grupos: empleo adecuado, empleo inadecuado y empleo no clasificado.

La población que se encuentra dentro del grupo de empleo adecuado son quienes no tienen problemas ni con las horas de trabajo ni con los ingresos obtenidos por el mismo. Por otro lado al hablar del grupo de empleo inadecuado, se refiere a la población que tiene inconvenientes ya sea con las horas de trabajo y/o los ingresos que percibe por el mismo; dentro de este grupo se distinguen tres subgrupos: los subempleados, el empleo no remunerado y otro empleo inadecuado.

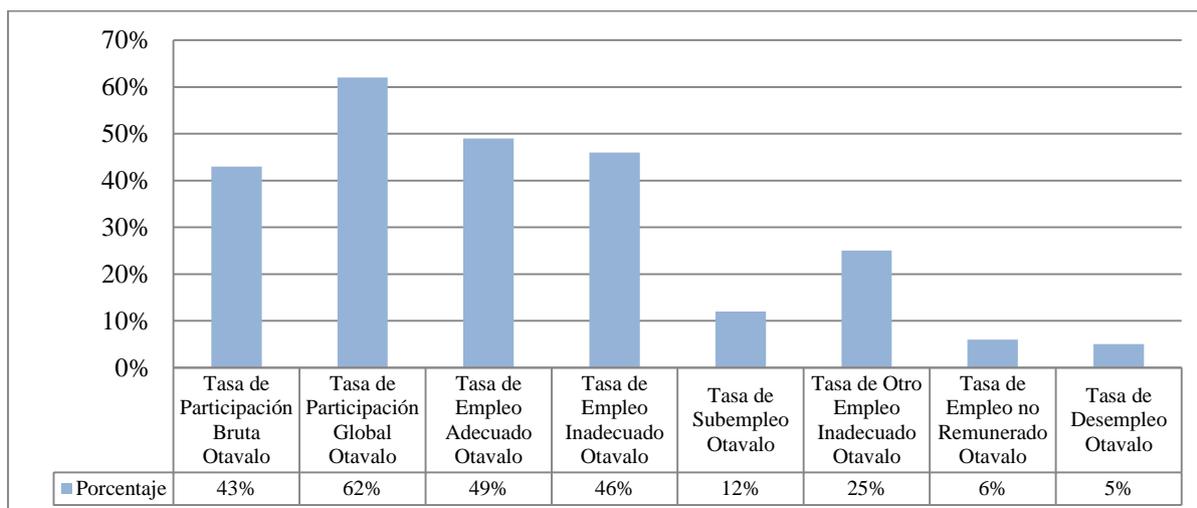
En la siguiente tabla se detallan los indicadores laborales del cantón, los mismos que se debe considerar en relación a la población económicamente activa.

Tabla 4: Indicadores Laborales del Cantón Otavalo

INDICADORES LABORALES DEL CANTÓN OTAVALO	
Tasa de participación bruta	43%
Tasa de participación global	62%
Tasa de empleo adecuado	49%
Tasa de empleo inadecuado	46%
Tasa de subempleo	12%
Tasa de otro empleo inadecuado	25%
Tasa de empleo no remunerado	6%
Tasa de desempleo	5%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. GAD Otavalo 2015.

Elaborado por: La Autora

Gráfico 2: Indicadores Laborales del Cantón Otavalo

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. GAD Otavalo 2015.

Elaborado por: La Autora

▪ ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CANTÓN

El sector económico se encuentra caracterizado por las diferentes actividades a las que se dedican los habitantes del sector. Estas actividades los ayudan a mantener en pie al entorno y mejorar constantemente la calidad de vida de las familias que habitan en el cantón.

Las actividades económicas más importantes dentro del cantón son las siguientes:

- Comercio 22%
- Industria y Manufactura 19%
- Turismo 10%
- Financieras 8%
- Agropecuarias 7%
- Construcción 7%
- Transporte 9%
- Otras Actividades 18%

▪ SECTOR PRIMARIO DEL CANTÓN (AGRÍCOLA, GANADERO, ETC)

En el cantón se desarrollan actividades agrícolas, pecuarias, forestales y de conservación de espacios verdes; siendo las más significativas las actividades agrícolas y pecuarias ya que tienen un gran potencial para la generación de servicios ambientales y para el consumo de la misma población. Entre los productos que se cultivan en el sector está: el maíz, papas, habas,

cebada, arveja, frejol, chochos, frutillas, pasto, totora, flores, entre otros. El cultivo de estos productos es tradicional y se lo realiza de manera artesanal ya que hasta el momento no se ha implementado tecnología para el mejoramiento de procesos.

La crianza de animales de corral también es importante para el sector, por un lado sirven de ayuda económica para las familias que en su momento comercializan con ellos en el mercado de animales de la ciudad o sirven para el autoconsumo.

▪ **SECTOR SECUNDARIO DEL CANTÓN (INDUSTRIA)**

Es inmensa la posibilidad de elaborar productos utilizando materia prima local y de otros tantos lugares. Las hábiles manos junto con el talento de los artesanos otavaleños transforman piedras sencillas o preciosas, palitos de madera, mullos, botellas, lienzos, telas, entre otros en productos hermosos elaborados en talleres artesanales o en un rincón de su local comercial ubicados en su gran mayoría en calles, plazas y mercados.

Estos productos elaborados a mano requieren también herramientas, instrumentos u objetos creados, fabricados o adaptados a la necesidad por ellos mismos, no obstante es grandiosa la expresión cultural de los pueblos en los bordados, tejidos, tallados, graficados y más, a riqueza y magia de su cosmovisión plasmada en cada uno de los objetos que se puede adquirir a precios muy cómodos.

A más de éstos productos se elaboran también en mediana y gran escala productos que por su textura y finos acabados son codiciados, pedidos y buscados en otras regiones del país y del extranjero por lo que se hace necesaria la utilización de maquinaria compleja requiriendo también técnicos especializados. Estas industrias elaboran desde productos básicos que se emplean nuevamente en la elaboración de otros productos más sofisticados como el caso de tinturas, hilos, piezas de instrumentos artesanales y musicales, etc.

La tecnología también tiene su espacio cuando de productos novedosos se trata, la preparación empírica enriquecida por la experiencia profesional de los indígenas otavaleños les permite estar capacitados para crear material gráfico, eléctrico, informático, todos ellos únicos y novedosos que al hacerse conocer también se convierten en ofertas comerciales.

▪ **SECTOR TERCIARIO DEL CANTÓN (SERVICIOS)**

Otavalo, despliega sus atractivos naturales, turísticos, etnológicos, culturales para que todo aquel que aquí llegue quiera informarse y convivir en un ambiente de calidad y calidez sin importar el tiempo que para ello disponga.

Por esta razón la población otavaleña está preparada para ofrecer servicios para todos los gustos como los de ocio y cultura presentando para ello los parques temáticos, museos, shows musicales, teatros de la calle, conciertos, conferencias que en su mayoría son gratuitos; los de turismo, para esto la publicidad apoya a la escogencia de hoteles, guías turísticos, restaurantes que han sido merecedores del reconocimiento de turistas nacionales y extranjeros por su agilidad, comodidad, elegancia, belleza, estilo y creatividad; los sociales, donde el trato preferente y ágil a las personas con discapacidad ya que los empleados mantienen valores como la humildad, comedimiento, nobleza, solidaridad; se ofrecen también servicios de justicia, sanidad, distribución de personas y mercancías; venta de productos en mercados, almacenes y la comunicación de las novedades del entorno y el mundo a través de los medios de comunicación.

▪ **MOVIMIENTOS MIGRATORIOS**

Dentro del cantón existe gran movimiento migratorio debido a que se ha vuelto parte de la identidad y cultura del pueblo indígena viajar a otro país para obtener recursos monetarios para salvaguardar el bienestar de sus familias.

Desde su niñez sueñan, tienen como meta e incluso como requisito de su identidad viajar fuera del país. Existe por lo menos un otavaleño en cada rincón del mundo; viajan especialmente con fines de comercio a países de América Latina, Norte América, Europa y Asia. No obstante también existe migración de las comunidades rurales hacia el casco urbano o sus poblaciones cercanas.

En el siguiente cuadro dado por el GAD Otavalo se muestra la procedencia y destino de los migrantes:

Cuadro 3: Procedencia y Destino de los Migrantes

MIGRACIÓN	PROCEDENCIA	DESTINO	MOTIVOS	
Local	- Zona de Intag - Parroquias de Pataquí y Selva Alegre - Comunidades altas de la parroquia Quichinche	Comunidades y barrios periféricos de la ciudad de Otavalo	- Trabajo - Estudio - Mejorar las condiciones de vida	
Nacional	- Comunidades - Parroquias - Ciudad de Otavalo	- Quito - Cuenca - Guayaquil - Galápagos - Otras ciudades del país	- Coca - Riobamba - Tulcán	- Comercio - Trabajo - Estudio
Internacional	- Comunidades, parroquias y ciudad de Otavalo	- España - Italia - Brasil - México - Chile - Estados Unidos - Algunos países de Asia	- Venezuela - Suiza - Bélgica - Alemania - Colombia	- Comercio - Arte - Trabajo - Estudio - Intercambios Culturales

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. GAD Otavalo 2015.

Elaborado por: La Autora

c) ASPECTOS LEGALES

Entre los aspectos más importantes que se considera para el desarrollo de una empresa turística es necesario recurrir a la Ley de Turismo y al Reglamento de la Ley de Turismo, de los cuales se extraen los siguientes artículos que son de suma importancia.

▪ LEY DE TURISMO

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

Esto hará que las empresas que fomentan el desarrollo turístico dentro del cantón se encuentren dentro del marco legal establecido, brindando así más credibilidad y confianza para el turista.

▪ **REGLAMENTO GENERAL DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS**

“Art. 141.- Obligación del Registro y Licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas en la Ley y en el presente Reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documento exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Art. 149.- Licencia anual de funcionamiento.- La licencia anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos; sin la cual no podrán operar, y tendrá validez durante el año que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente”.

Gracias a la obligatoriedad de la obtención del registro y la licencia se garantiza un mejor servicio para los turistas debido a que las empresas están mejor estructuradas y con personal capacitado para atender al turista como se merece y asegurar un pronto retorno hacia la empresa y al sector de estancia.

▪ **PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

Los permisos que deberán tener los establecimientos de alojamiento son:

- Registro de Actividad Turística
- Licencia Única de Funcionamiento Turístico
- Patentes
- Rótulos y publicidad exterior
- Permiso de Bomberos
- Todos los aspectos legales para la conformación de la organización.

d) ASPECTOS POLITICOS

▪ **POTENCIALIZACIÓN DEL TURISMO**

Ecuador en busca de mejorar el turismo en el país y que nos conozcan alrededor del mundo lanzo en el 2015 la campaña “All you need Ecuador” la misma que a través del tema: Like

nowhere else, All in one place, So close (Como ningún otro, Todo en un solo lugar y Todo tan cerca), invita a que el turista descubra nuevos lugares, escapar de la rutina y reencontrarse con ellos mismos y con la naturaleza.

Gracias a esta nueva política el ingreso de turistas extranjeros al país ha incrementado entre el 15% y 20% en comparación con años pasados. Durante este año se prevé llegar con esta campaña a más países de Europa y Asia.

e) INFRAESTRUCTURA

▪ SERVICIO DE AGUA POTABLE, ALCANTARILLADO Y SANEAMIENTO

Según datos del GAD Otavalo, el cantón cuenta con una cobertura de la red de agua potable en un 98% en el área urbana y 37% en el área rural lo que significa que gran porcentaje de la población cuenta con disponibilidad de líquido vital en cantidad, calidad y abundancia.

La cobertura del servicio de alcantarillado es el 96,64% en la zona urbana mientras que en el área rural es muy baja, ya que cada comunidad tiene soluciones individuales.

Para la eliminación de desechos sólidos, el GAD Otavalo brinda el servicio de recolección de los desechos con una cobertura del 76% a nivel cantonal, el mismo que se realiza mediante una recolección diferenciada por lo que los habitantes del cantón deben separar los residuos orgánicos de los inorgánicos y respetar los horarios para garantizar un mejor servicio.

▪ SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

La cobertura de servicio eléctrico en el cantón es eficiente por lo que el área urbana cuenta con una cobertura de 99% y el área rural del 93,37%. El cantón cuenta con un fluido eléctrico permanente y con fortuitos cortes.

Con respecto al alumbrado público el área urbana cuenta con una cobertura del 100% lo que conjuntamente con el fluido eléctrico en las viviendas y locales comerciales mejora los procesos productivos, ofrece seguridad y condiciones positivas para atención a la población otavaleña y al turista.

▪ SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES Y ACCESO A INTERNET

Los servicios de telefonía pública se encuentran al alcance de toda la población, tanto en el área urbana como en el área rural. La telefonía móvil cuenta con cobertura en todo el cantón;

asimismo existen tres operadoras de servicios móviles (claro, movistar y CNT). En cualquier poblado del cantón se encuentran locales donde adquirir teléfonos móviles y pago de servicios.

Con respecto al servicio de internet aún se experimenta un déficit general, debido a que el servicio de banda ancha es limitado y para acceder al mismo se debe esperar varias semanas. Sin embargo todos los GAD's parroquiales cuentan con infocentros que brindan el servicio de internet a la ciudadanía.

▪ **SISTEMA VIAL Y CONECTIVIDAD**

Otavalo tiene una red vial de primer orden como es la Panamericana, troncal Sierra, siendo ésta una vía que conecta al cantón con las principales ciudades del norte del país: Atuntaqui, Ibarra, Tulcán, así como con las principales ciudades y parroquias de la provincia de Pichincha. Esta vía se encuentra en excelente estado por lo que cuenta con permanente afluencia de transportes públicos, privados y vehículos pesados.

Dentro del casco urbano las calles de la ciudad se encuentran adoquinadas por completo, lo que facilita el tránsito y los lugares de aparcamiento se los encuentra con facilidad todos los días de la semana. Sin embargo los días sábados la congestión vehicular crece debido al cierre de varias calles para que la feria artesanal y de productos de consumo puedan desarrollarse sin inconvenientes.

▪ **ACCESIBILIDAD A LOS ATRACTIVOS TURISTICOS Y RUTAS DE VISITA TURÍSTICA**

Las redes viales de segundo y tercer orden que cubren gran parte de las comunidades y parroquias del cantón, son utilizadas para llegar a los diferentes atractivos turísticos.

Por otro lado existe poca señalética turística técnica hacia los diferentes atractivos turísticos, sitios de interés y hacia la oferta turística en el área rural del cantón lo que genera cierto desconcierto para el turista.

▪ **ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD**

Dentro del cantón existe mucha limitación para la circulación de personas con discapacidad y que necesitan de ayuda permanente como sillas de ruedas o muletas. Las aceras de las calles de la ciudad cuentan con ranflas que facilitan en mínimo la circulación de estas personas.

Sin embargo los destinos turísticos, cafeterías, restaurantes, espacios recreativos, empresas públicas y servicios en general no cuentan con las facilidades para atender a las necesidades de personas con algún tipo de discapacidad.

f) TURISMO

▪ TURISTAS

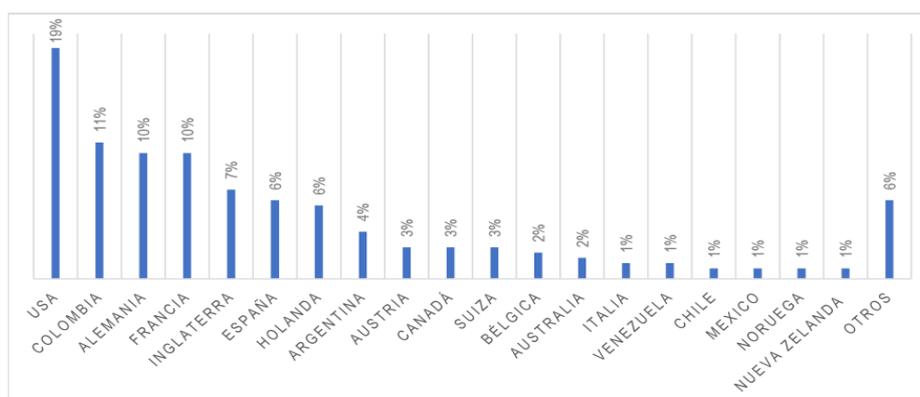
El cantón Otavalo es el primer destino turístico de la Sierra Norte del Ecuador, debido a la existencia del mercado artesanal más importante y grande de Sudamérica.

Según datos del GAD Otavalo se estima que en el cantón arriban en promedio de 250.000 visitantes al año solo con fines turísticos. La mayoría de visitantes son extranjeros (67%), siendo también significativa la visita de turistas nacionales (33%). El total de turistas que se estima llegan por mes es de 20.840, lo que figura que en la semana sean aproximadamente 5.210 personas. El turismo es uno de los ejes principales de desarrollo económico del sector ya que recibe turistas todos los días del año.

De acuerdo a los datos presentados por el GAD Otavalo, los meses en los que más afluencia de turistas extranjeros hay en el cantón son Julio, Agosto y Septiembre, debido al solsticio de Verano (Inti Raymi o fiesta del sol), las festividades de San Juan, San Pedro, el Yamor y las fiestas que se celebra en provincia; sin embargo la presencia de extranjeros es permanente durante todo el año.

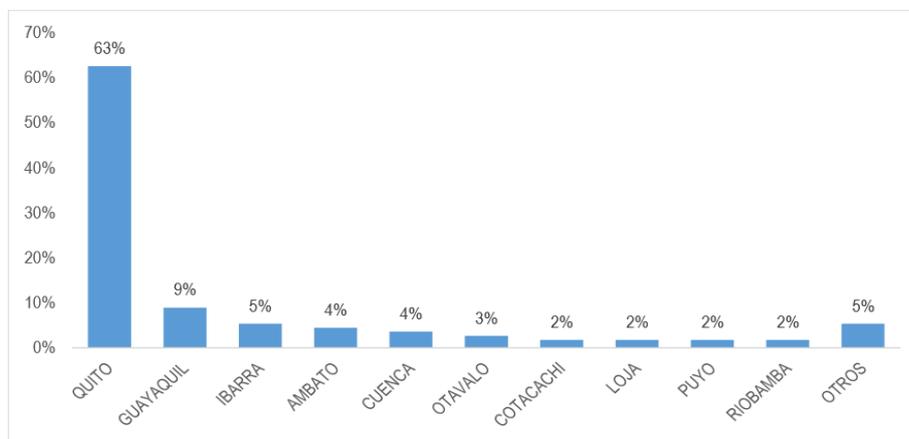
A continuación se presentan los gráficos estadísticos de las nacionalidades de los turistas extranjeros y los lugares de residencia de los turistas nacionales:

Gráfico 3: Nacionalidad de Turistas Extranjeros que Visitan el Cantón Otavalo



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Cantonal 2015, GAD Otavalo
Elaborado por: GAD Otavalo

Gráfico 4: Lugar de Residencia de los Turistas Nacionales que Visitan el Cantón Otavalo



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Cantonal 2015, GAD Otavalo
Elaborado por: GAD Otavalo

▪ ATRACTIVOS TURISTICOS

Los atractivos culturales y sitios naturales son la principal fuerza turística del cantón, debido a que son evidencia de la riqueza étnica y legado histórico. En el 2007 el Ministerio de Turismo registró 33 atractivos turísticos en el cantón.

Es muy común observar la visita de turistas nacionales y extranjeros dentro del cantón especialmente el día sábado donde se aúnan diversas ferias como la artesanal concentrada en la Plaza de Ponchos, la feria de animales, la feria de productos orgánicos, la feria textil en el Copacabana.

La producción artesanal es otro atractivo que posee Otavalo, la visita de los telares en Peguche, y los sombreros en Ilumán conjuntamente con la práctica de la medicina ancestral que aún se mantienen en esta parroquia, forman parte de los recorridos turísticos internos del cantón.

Otros sitios turísticos importantes son la Cascada de Peguche, El Lechero, Lago San Pablo, Laguna de Mojanda, entre otros.

Se mencionan a continuación las manifestaciones culturales y los sitios naturales más importantes del cantón:

Cuadro 4: Atractivos Turísticos del Cantón Otavalo

MANIFESTACIONES CULTURALES	SITIOS NATURALES
-Feria Artesanal o Plaza de Ponchos -Taller de Instrumentos Musicales Andinos en Peguche -Telares de Peguche -Telares de Carabuela -Talleres de Sombreros de Paño en Ilumán -Artesanías de Totora en San Rafael -Feria de Animales en Otavalo -Iglesia El Jordán -Iglesia San Luis de Otavalo -Iglesia San Francisco -Hacienda Cusín -Hacienda Pinsaquí -Fiestas del Yamor -Koya Raymi -Pawkar Raymi -Inty Raymi -Shamanismo de Ilumán -Museo del Instituto Antropológico -Mirador de la Cruz el Socavón -Gruta el Socavón -Hacienda El Obraje -Tren de la Libertad -Cementerio Indígena -El Coraza	-Volcán Imbabura -Laguna San Pablo -Bosque Protector “Cascada de Peguche” -Rey Loma o El Lechero -Lagunas de Mojanda -Parque “Condor” -Fuente de Punyaro -Cascada de Taxopamba -Tolas de Pinsaquí -Aguas Minerales de Tangalí -Parque Acuático de Araque

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Cantonal 2015, GAD Otavalo

Elaborado por: La Autora

▪ SERVICIOS

La población del Valle del Amanecer se caracteriza por su calidez y cordialidad con la que atienden a propios y extraños, por eso en cada una de las pequeñas empresas se brinda un servicio de calidad en los que el turista se siente satisfecho.

El cantón cuenta con 244 establecimientos que ofertan servicios turísticos; se ofrece servicios de Agencias de Viajes, tanto para tours locales como venta de pasajes aéreos nacionales e internacionales.

La planta hotelera existente en cantón, cuenta con 78 establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento. Por otro lado los servicios de alimentación, recreación y entretenimiento existen 156 establecimientos.

En el sector turístico los principales servicios que se encuentran en el cantón son:

Cuadro 5: Servicios que Brinda el Cantón Otavalo

Alimentos y Bebidas	Alojamiento	Entretenimiento
<ul style="list-style-type: none"> - Restaurantes - Cafeterías - Asaderos de pollos - Comidas rápidas - Comidas típicas - Heladerías 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoteles - Hostales - Hosterías - Residencias - Pensiones - Cabañas - Moteles 	<ul style="list-style-type: none"> - Bares - Karaokes - Peñas - Discotecas
Agenciamiento	Recreación	Servicios de Transporte de Pasajeros
<ul style="list-style-type: none"> - Operadores de turismo - Agencias de viaje - Servicios de transporte turístico - Servicios de guianza 	<ul style="list-style-type: none"> - Centros recreativos - Balnearios 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de taxis - Alquiler de camionetas, para desplazarse a zonas rurales - Servicio de transporte público intercantonal e interprovincial
Servicios Financieros	Comercio	Servicios Varios
<ul style="list-style-type: none"> - Bancos - Cooperativas de Ahorro y Crédito - Mutualistas - Cajeros Automáticos - Facilidad de pago con tarjetas de crédito/débito 	<ul style="list-style-type: none"> - Ropa - Supermercados - Panaderías - Tiendas - Víveres - Bisutería - Artesanías - Otros 	<ul style="list-style-type: none"> - Almacenaje, bodegaje y transporte de mercaderías y estructuras para la feria artesanal
Seguridad Ciudadana	Salud	Otros
<ul style="list-style-type: none"> - Policía Nacional - Policía Municipal - Bomberos - Prevención de desastres - Sistemas locales de seguridad privada 	<ul style="list-style-type: none"> - Hospital - Subcentros de salud - Farmacias - Laboratorios clínicos - Consultorios Médicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Productos artesanales y ferias - Gasolineras - Servicios Profesionales - Servicios de Construcción - Centros Educativos - Señalética turística - Información turística

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Cantonal 2015, GAD Otavalo

Elaborado por: La Autora

▪ GASTRONOMÍA

La amplia gastronomía con la que cuenta el cantón también es motivo para que los turistas lleguen a Otavalo. El plato típico y por el que llegan miles de visitantes sobre todo en los meses de Agosto y Septiembre es el “Yamor”, que consiste en la chicha que está compuesta por siete distintos granos que son guardados cuidadosamente para la elaboración de esta bebida, ésta va acompañada por la frita con mote, tostado, empanadas y tortillas de papa.

Muchas familias guardan sus secretos culinarios y son expertos en la preparación de algún plato tradicional, sin embargo hay un sinnúmero de platos que no son conocidos por todos los turistas, tal es el caso de las papas con cuero, mote con queso, los chochos con tostado, el caldo de 31, la mazamorra, el morocho de sal o de dulce, la quinua, el arroz de cebada, colada de maíz reventado, la colada morada, las papas con berro, el champús, entre otros que son iconos de la cultura y tradiciones de Otavalo.

1.7. MATRIZ AOOD

Cuadro 6: Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Situación geográfica del cantón es estratégico para el desarrollo turístico en el mismo. - Las tradiciones, cultura y atractivos turísticos que posee el cantón, como: la plaza de ponchos, la cascada de Peguche, las fiestas del Pawkar Raymi, Inti Raymi, Coya Raymi, entre otros. - Afluencia de turistas nacionales y extranjeros que llegan continuamente al cantón. - Las vías de acceso al cantón son de primer y segundo orden. - Diversidad étnica y cultural que posee cada parroquia del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> - Migración de otavaleños hacia otros países con fines comerciales y laborales. - Alto nivel de oferta en sistema hotelero. - Escasa señalización de los principales atractivos turísticos. - Deficiente seguridad en los atractivos turísticos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> - Imagen posicionada de Otavalo a nivel mundial. - Poca presencia de empresas que brinden el servicio de alojamiento en hogares del cantón. - El desempleo al ser una realidad social, se convierte en oportunidad debido a que se creará plazas de empleo. - Desarrollo de actividades agrícolas, ganaderas e industriales genera más turismo. - Desarrollo de ferias artesanales los fines de semana y feriados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incumplimiento de la normativa legal que desacredite al sector turístico. - Incremento de impuestos que afecten al sector turístico. - Garantías limitadas para inversiones en el sector público y privado. - Limitada infraestructura para personas con discapacidad. - Pérdida del interés del turista por llegar a Otavalo debido a que otros destinos se esfuerzan por ofrecer productos y servicios similares.

Fuente: Diagnóstico Situacional del Cantón Otavalo

Elaborado por: La Autora

1.8. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

El cantón Otavalo, ha mantenido un crecimiento y desarrollo turístico gracias a la diversidad de tradiciones, etnias, manifestaciones culturales, fiestas ancestrales, gastronomía y sus atractivos turísticos, por lo que se lo conoce a nivel mundial; asimismo esta actividad es uno de los ejes fundamentales de destino económico. Sin embargo es visto que el turista también busca interactuar con las personas del destino que está visitando y por ello luego de haber realizado el diagnóstico situacional de Otavalo, se puede concluir que el cantón cuenta con las condiciones necesarias para la implementación de una empresa que ofrezca alojamiento en distintos hogares del sector.

Por lo tanto, se puede determinar que si es factible la realización del proyecto de: **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE HOGARES PARA EXTRANJEROS EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**, la misma que mejorará sustentablemente las condiciones económicas de las familias del cantón ya que generarán un ingreso extra para éstas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EMPRESA

“Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, que al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado ya la sociedad en general.” (Zapata, 2011)

Es toda entidad que se conforma para realizar una actividad económica, cuya oferta de bienes y/o servicios permiten obtener rentabilidad a corto, mediano o largo plazo

2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Según Zapata, Pedro (2011) expresa que las empresas se clasifican de la siguiente manera:

▪ SEGÚN SU NATURALEZA

- ✓ **Industriales:** Convierten materias primas en nuevos bienes.
- ✓ **Comerciales:** Compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- ✓ **Servicios:** Generación y venta de productos intangibles.
- ✓ **Agropecuarias:** Explotan productos agrícolas y pecuarios.
- ✓ **Mineras:** Explotan los recursos del subsuelo.

▪ SEGÚN EL SECTOR O LA PROCEDENCIA DEL CAPITAL

- ✓ **Públicas:** El capital pertenece al sector público.
- ✓ **Privadas:** El capital pertenece al sector privado
- ✓ **Mixtas:** El capital es público.

▪ SEGÚN LA INTEGRACION DEL CAPITAL O NÚMERO DE SOCIOS.

- ✓ **Unipersonales:** El capital es el aporte de una sola persona.
- ✓ **Sociedades:** Aporte de capital por personas jurídicas o naturales.

▪ SEGÚN SU TAMAÑO

- ✓ **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- ✓ **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- ✓ **Pequeñas:** Se divide a su vez en
 - **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
 - **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
 - **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

2.2. TURISMO

“Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”
(Pérez, 2012)

Turismo son las actividades que se realiza a fin de vacacionar, descansar, conocer lugares, entre otros, mientras viaja y pernocta en lugares distintos a su residencia habitual

2.2.1. IMPORTANCIA DEL TURISMO

El turismo es muy importante porque es una actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo. Impulsa el desarrollo, activa la economía ocal y regional, revitaliza valores culturales y valora los recursos naturales existentes.

Hoy en día el turismo es considerado como una de las principales fuentes de ingresos con un gran potencial de crecimiento.

Algunos de los beneficios económicos de turismo citados por la OMT (Organización Mundial del Turismo) son:

- Es el primer sector de exportación en el mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.
- Es un importante generador de empleo que da trabajo a millones de personas en el mundo.
- En el sector rural, los puestos de trabajo y las empresas de turismo se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país, e incentivar a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de migrar a ciudades súper pobladas.
- Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales y al mismo tiempo la de los turistas.
- La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares a través de impuestos.

2.2.2. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

La Organización Mundial del Turismo (2009) clasifica al turismo así:

- ✓ **Turismo interno o doméstico:** Se refiere a turistas que viajan dentro de su propio país.
- ✓ **Turismo receptor:** Se refiere a turistas no residentes que viajan dentro de un país de referencia.
- ✓ **Turismo emisor:** Se refiere a turistas residentes que viajan fuera del país.

“Puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica, incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características. Se lo puede clasificar de distintas maneras de acuerdo con ciertas características: según el motivo, forma, tipo de viaje y su permanencia en el lugar de destino.” (www.fusda.org, 2014)

✓ Según el motivo de viaje

a. Turismo convencional o de tipo vacacional: es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso o con la recreación.

b. Turismo especializado: es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico.

c. Turismo de afinidad o de interés común: es el que se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica

✓ **Según la forma de viaje**

a. Turismo individual

b. Turismo de grupo

✓ **Según el tipo de viaje**

a. Turismo independiente: El propio turista compra directamente cada uno de los componentes del producto turístico final, en otras palabras, es él quien contrata la transportación para llegar hasta el destino, contrata el alojamiento, las distracciones y amenidades que desee disfrutar durante su permanencia en el lugar.

b. Turismo Organizado: El turista adquiere en un solo acto de compra todos los servicios por un precio global. Este tipo de producto es conocido en la industria de viajes con el nombre de paquete turístico o package.

✓ **Según la permanencia en el lugar de destino**

a. Turismo itinerante: Se caracteriza por mantener una permanencia muy corta en el lugar de destino y, normalmente está relacionado con un tour, un package-tour o con un circuito, aunque de hecho, puede dirigirse solamente a un único destino.

b. Turismo residencial o de estadía: Se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y, generalmente, está asociado al uso de sistemas de alojamiento extra hoteleros (residencias, apartamentos, condominios), de donde se deriva precisamente su denominación y no de su calidad migratoria.

2.2.3. VIAJERO, VISITANTE, TURISTA Y EXCURSIONISTA

- **Viajero:** *“Toda persona que se desplaza entredós o más países diferentes o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual.”* (Olmos, 2011)

Son personas que se trasladan de un lugar a otro dentro de su propio país o entre países diferentes.

- **Visitante:** *“Aquella persona que viaja de un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por un período de tiempo no superior a un año o cuyo motivo principal de la visita no es el ejercer una actividad lucrativa.”* (Olmos, 2011)

Persona que va a un lugar distinto de su residencia habitual en son de visita y que no realice ninguna actividad que genere réditos económicos, debe ser por un tiempo no mayor un año.

- **Turista:** *“Visitante que está, al menos, una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado (visitante que pernocta).”* (Olmos, 2011)

Persona que está de visita en otro lugar distinto al suyo y que pernocta por lo menos una noche en un lugar de alojamiento.

- **Excursionista:** *“Visitante que no pernocta en un lugar de alojamiento colectivo o privado del país o lugar visitado, por lo tanto, permanece menos de 24 horas en el lugar visitado (visitante que no pernocta).”* (Olmos, 2011)

Persona que visita otro lugar sin hacer uso de ningún medio de alojamiento, consecuentemente la visita durará menos de un día.

2.2.4. EMPRESAS DE ALOJAMIENTO

“Las empresas de alojamiento se pueden definir como las empresas que se dedican, de manera profesional y habitual, a proporcionar hospedaje o residencia, mediante precio, a las personas que lo demanden, con o sin prestación de otros servicios complementarios.” (Olmos, 2011)

Son entidades que proporcionan de manera organizada y profesional hospedaje a quienes lo necesitan, pueden también dar servicios adicionales.

2.2.4.1. HOSPEDAJE

“Servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Bajo el mismo término también se puede designar al lugar específico de albergue, ya sea éste una casa, un edificio, una cabaña o un departamento.” (www.definicionabc.com)

Dar albergue a personas que necesiten un lugar donde descansar a cambio de una tarifa o dinero de acuerdo a la calidad del lugar como también a otros servicios complementarios.

2.2.4.2. RESIDENCIAS

“Construcciones arquitectónicas que sirve como vivienda o como espacio para que las personas residan en ellas”. (www.definicionabc.com)

Las residencias son lugares donde un grupo de personas conviven y realizan actividades habituales de un hogar (comer, dormir, etc).

2.2.4.3. HOTELES

“Establecimiento que ofrecen alojamiento, con o sin servicio de comedor, y otros servicios complementarios, que ocupan la totalidad de un edificio o una parte independizada del mismo, y que reúnen los requisitos establecidos por la normativa”. (Olmos, 2011)

Hoteles son los establecimientos que brindan alojamiento y servicios adicionales a personas que lo requieran, deben cumplir con requisitos mínimos establecidos.

2.2.4.4. HOSTALES

“Art. 17.- Es hostel todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de 29 ni de 12 habitaciones”. (Reglamento de Actividades Turísticas, 2008)
 Por otro lado en www.definicion.de encontramos: *“Se trata de un albergue juvenil que suele caracterizarse por un bajo precio de las habitaciones, camas o literas y por promover el intercambio cultural y social entre los huéspedes. En castellano, suelen utilizarse como sinónimos términos como hostel u hostería”.*

Hostal son lugares hoteleros que prestan al público en general servicios de alojamiento y alimentación por un precio pactado (generalmente bajos), la capacidad no debe ser menor de doce habitaciones tampoco mayor de veinte y nueve.

2.2.4.5. PENSIONES

“Art. 18.- Es pensión todo establecimiento hotelero que mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea

mayor de once habitaciones ni menor de seis". (Reglamento de Actividades Turísticas, 2008)

Pensiones son establecimientos que por estructura y capacidad son más pequeños que un hostel, brindan servicio de hospedaje y alimentación.

2.2.4.6. ALBERGUES TURÍSTICOS

"Empresa de alojamiento turístico que facilita al público en general, mediante precio, servicios de alojamiento en habitaciones de capacidad múltiple, con o sin otros servicios complementarios de manutención, pudiendo ofertar la práctica de alguna actividad de ocio o actividades de educación o en contacto con la naturaleza". (Olmos, 2011)

Los albergues turísticos son establecimientos hoteleros que disponen de habitaciones que pueden ser compartidas con otros clientes, estos cuentan con espacios comunes, pueden ofrecer la práctica de algunas actividades sean estas recreativas, de educación, entre otras.

2.2.4.7. CASA DE HUÉSPEDES

"Art. 12. Casa de Huéspedes. Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes." (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015)

Las casas de huéspedes son establecimientos donde se presta el servicio de alojamiento dentro de viviendas, donde los clientes pagan por ocupar habitaciones independientes y en ocasiones también por comida.

2.2.4.8. VIVIENDAS VACACIONALES O VIVIENDAS TURÍSTICAS DE VACACIONES

"Establecimiento unifamiliar aislado en el que se preste servicio de alojamiento, con un número limitado de plazas, que dispone por estructura y servicios de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro del establecimiento, y que utiliza las vías habituales de comercialización turística o que ofrece servicios turísticos". (Olmos, 2011)

Viviendas vacacionales son los domicilios donde se dispone de habitaciones independientes con servicios básicos para acoger a una o varias personas, las mismas que hacen de éstas un miembro más de la familia.

2.3. HOGARES

“Es el lugar donde viven personas y que está estrechamente relacionado con una sensación de seguridad, confort, pertenencia y calma”. (www.definicionabc.com)

Un hogar es el lugar donde una familia convive, se siente segura, en calma y mantiene un sentimiento de pertenencia.

2.3.1. CONVIVENCIA

“Se conoce a la coexistencia física y pacífica entre individuos o grupos que deben compartir un espacio. Se trata entonces de la vida en común y de la armonía que se busca en la relación de personas que por alguna razón deben pasar mucho tiempo juntas”. (<http://concepto.de>)

La convivencia es socializar y compartir en armonía con otros individuos dentro de un espacio común, manteniendo valores como el respeto, la honestidad, la solidaridad, la tolerancia, entre otros.

2.3.2. EXTRANJERO

“Persona que no goza de la nacionalidad del país en el que se encuentra”.
(Enciclopedia Jurídica, 2014)

El extranjero es la persona que no tiene la nacionalidad del país en el que se encuentra.

2.4. ESTUDIO DE MERCADO

“Estudio que proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto”. (Baca, 2013)

El estudio de mercado es el análisis de datos con relación a los clientes, competidores, entre otros con el fin de determinar las necesidades y deseos de los potenciales clientes, quienes van a adquirir nuestro producto o servicio.

2.4.1. MERCADO

“Área geográfica a la cual concurren compradores y vendedores de mercancías y servicios con el objeto de realizar transacciones de tipo comercial, de tal manera que el o los precios de las mercancías y servicios tienden a unificarse”. (Ortega, 2010)

El mercado es el lugar donde se encuentra la oferta y la demanda de productos o servicios que son comercializados con el público a cambio de un precio determinado.

2.4.1.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado en varios subgrupos más pequeños e intrínsecamente homogéneos de consumidores con necesidades y características comunes y que responderán de forma paralela ante una mezcla de marketing (producto, precio, plaza, promoción)”. (Limas, 2011)

La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se separa a los posibles compradores de un producto o servicio, en distintos grupos o segmentos de acuerdo a características que los asemejen unos de otros.

2.4.1.2. MERCADO META

“Grupo de clientes (personas u organizaciones) para que el vendedor proyecte una mezcla de marketing particular”. (Walker, 2010)

Mercado meta es el grupo de clientes a los cuales va dirigido un producto o servicio que oferta una empresa.

2.4.2. POBLACIÓN

“Población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación”. (Bernal, 2010)

La población son todos los elementos de los que se espera obtener información en una investigación.

2.4.3. MUESTRA

“Es una porción o subconjunto de unidades extraídas del universo, que deben presentar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con el fin de estudiarlos y medirlos”: (Ortega, 2010)

Es una parte representativa de la población en los cuales se dan los mismos fenómenos y que nos servirán para estudiarlos, analizarlos y medirlos.

2.4.4. DEMANDA

“La demanda es la cantidad de mercancías y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores”. (Limas, 2011)

La demanda es el número de productos o servicios que los clientes van a adquirir y satisfarán las necesidades y deseos de los mismos.

2.4.5. OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Baca, 2013)

La oferta se define como el número de productos o servicios que son puestos en el mercado por los distintos productores para su comercialización.

2.4.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (Baca, 2013)

La demanda potencial insatisfecha son todos los bienes y servicios que no logran ser adquiridos por los posibles demandantes, pero que pueden ser consumidos en un futuro.

2.4.7. PRECIO

“El coeficiente de cambio de las cosas, expresado en términos de un valor monetario”, de igual manera es: “Termino con el que se indica el valor de los bienes y servicios expresados en moneda”. (Ortega, 2010)

El precio es un valor expresado en dinero, que lo establece el productor para sus productos o servicios que son puestos en el mercado y que los mismos serán impuestos de acuerdo a los costos y precios del mercado.

2.4.8. PRODUCTO

“Es el conjunto de atributos fundamentales, ya sean tangibles (como la etiqueta, empaque, empaque) o intangibles (como calidad, imagen) representados en beneficios que la empresa ofrece al mercado meta, satisfaciendo necesidades y deseos a los consumidores”. (Fernández, 2013)

El producto es el bien que está en el mercado para ser comercializado, este puede ser tangible o intangible y tiene como propósito satisfacer las necesidades del consumidor.

2.4.9. SERVICIO

“Productos intangibles, es decir aquellas actividades o acciones que no se pueden tocar, oler, gustar, oír o ver, antes de ser comprados pero que si se pueden calificar una vez se utilizan. Ejemplo: la educación, un hotel, un hospital, el transporte, asesorías”. (Limas, 2011)

Los servicios son el conjunto de actividades intangibles que desarrolla una empresa para satisfacer las necesidades de los clientes y que se las puede clasificar una vez utilizadas. Ejemplo: salud, educación, hospedaje, transporte, entre otros.

2.4.10. COMERCIALIZACIÓN

“La comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Baca, 2013)

La comercialización es el conjunto de actividades que desarrolla el empresario para hacer llegar su mercancía, sean estos bienes o servicios, al consumidor en las condiciones más óptimas.

2.4.11. PROMOCIÓN

“Esta variable hace referencia a todas aquellas actividades que desarrolla la empresa para dar a conocer, recordar o informar sobre el producto al mercado objetivo con el fin de estimular la compra y uso del mismo”. (Limas, 2011)

La promoción es iniciar un proceso en el cual se da a conocer un producto o servicio durante un tiempo determinado. Asimismo esto permitirá que tanto el producto o servicio como la empresa puedan introducirse en la mente de los clientes y lograr posicionarse en el mercado.

2.4.12. PLAZA

“Es un conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición de consumidor o de un usuario industrial”. (Kloter, 2013)

La plaza es el lugar donde se ubicara la empresa, de preferencia debe estar cerca al mercado meta; considerando que los canales de distribución sean los adecuados.

2.5. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos ¿Cuánto?, ¿Dónde?, ¿Cómo? y ¿Con qué? producirá mi empresa, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”. (Córdova, 2011)

Estudio técnico es el estudio que permite conocer ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la empresa? Es decir determina los requerimientos del tamaño, localización, instalación y equipamiento que son necesarios para la ejecución de un proyecto; así también es una herramienta que ayuda a fijar el monto de la inversión, materia prima e insumos necesarios para la elaboración de un producto.

2.5.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

“La localización óptima del proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”. (Baca, 2013)

Es identificar las características que favorezcan positivamente en la implementación del proyecto para obtener mayor rentabilidad al más bajo costo.

2.5.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

“Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y demanda y en la infraestructura existente. Además compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto”. (Córdova, 2011)

La macro localización determina la zona geográfica general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la región, el país, la provincia y el cantón.

2.5.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

“Es aquella que indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida”. (Córdova, 2011)

La micro localización consiste en determinar aspectos de ubicación geográfica exactos como la ciudad, parroquia y dirección de donde se ubicará la empresa.

2.5.2. TAMAÑO DE PROYECTO

“La capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un período de operación, considerada normal para las condiciones y tipo de proyecto en cuestión. Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaborado, por ciclo de operación o período definido”. (Araujo, 2012)

El tamaño del proyecto es la capacidad a instalarse, la misma que da una idea del alcance de los productos o servicios a producir u ofrecer en la empresa en un período de tiempo determinado.

2.5.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

“El estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso,

adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva". (Baca, 2013)

La ingeniería del proyecto es la descripción de la infraestructura y el equipamiento que necesita la empresa para que el producto o servicio que oferta sea de excelente calidad, es decir ¿cómo producir?, ¿cuándo hacerlo?, ¿dónde se lo va a realizar?.

2.5.4. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

"Son representaciones gráficas del conjunto de operaciones que se realizan en un proceso productivo de repetición continua, en razón de cada uno de los productos que se obtienen de ellos". (Hernández S. &, 2011)

Flujograma de procesos es la descripción de las actividades que se deben realizar para la elaboración de un producto o prestación de un servicio a través de representaciones gráficas.

2.5.5. CAPACIDAD INSTALADA

"Es la producción máxima de un artículo específico o una combinación de productos que el sistema de trabajadores y máquinas pueden generar, trabajando en forma integrada, por unidad de tiempo". (Araujo, 2012)

La capacidad instalada corresponde a la cantidad máxima de producción o prestación de servicios que la empresa oferta, esta dependerá de la cantidad de inversión que se realice.

2.5.6. INVERSIÓN

"La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo". (Posso, 2011)

A inversión es la colocación de capital para la obtención de ganancia a futuro. Esta inversión comprende activos fijos tangibles e intangibles que son necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa.

2.5.7. INVERSIÓN FIJA

“Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, se entiende por activo tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros”. (Baca, 2013)

La inversión fija son todos los activos fijos con los que contara la empresa y que serán de suma importancia para poder iniciar las actividades de la misma con total normalidad.

2.5.8. DEPRECIACIÓN

“Es el proceso de asignar al gasto o costo de un activo tangible o activo fijo durante el período que se usa el mismo”. (Bravo, 2011)

La depreciación es la disminución periódica del valor de un activo a través del tiempo. Estas pérdidas del valor de dichos activos se puede dar por el uso, desuso y abuso de estos en el proceso productivo de la empresa.

2.5.9. AMORTIZACION

“En las finanzas, la expresión amortizar se utiliza para determinar un proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes”. (Bravo, 2011)

La amortización permite conocer en detalle los pagos, intereses, tiempo y demás que la empresa necesita, para estar al corriente sobre la situación financiera de la empresa. Además se entiende como reducciones del valor de los activos o pasivos para reflejar en el sistema contable los cambios que han sufrido estos.

2.5.10. COSTO DE VENTAS

“Es el costo del producto o servicio que se entrega al cliente y puede ser el costo de producción o el de adquisición del artículo o servicio”. (Rodríguez, 2012)

Son los costos que incurren en la producción de un bien o servicio, cada producto vendido tiene un costo de venta o costo de los bienes vendidos, en los que incurren valores como materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

2.5.11. GASTOS ADMINISTRATIVOS

“Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales se incluyen en esta rúbrica”. (www.encyclopediainfinanciera.com)

Son todos los gastos que permiten solventar los gastos de la parte administrativa de la empresa, son importantes pero no están relacionados directamente con el producto servicio, como son los sueldos del personal administrativo, pago de servicios básicos, mantenimiento, entre otros.

2.5.12. GASTOS FINANCIEROS

“Los gastos financieros son aquellos que incurren una organización para la obtención de financiación. Los más característicos son las comisiones de préstamos y los intereses de préstamos y bonos, pero existen otros como las comisiones de colocación de acciones y/o bonos en mercados financieros o los gastos por coberturas con derivados”. (www.encyclopediainfinanciera.com)

Son todos los gastos que se deben realizar para la obtención de créditos. Se tomara en consideración a las cuentas: intereses de obligaciones, intereses de deudas, intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, comisiones, etc.

2.5.13. GASTOS DE VENTA

“Los gastos de venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre los beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta”. (NIC, 2010)

Son los gastos en los que se incurre para poner el bien o servicio en las manos del cliente, estos pueden ser: de almacenamiento, transporte, publicidad, es decir actividades que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

2.6. CAPITAL DE TRABAJO

“Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión entre el activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa”. (Baca, 2013)

Es una parte de la inversión que se debe entregar para que la empresa comience a desarrollar con normalidad sus actividades. Así también se lo conoce como activos corrientes (efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

2.6.1. CAPITAL FIJO

“Parte del capital destinado a la compra de terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc”. (Córdova, 2011)

Es una parte del capital de una empresa que se invierte en bienes o servicios que quedarán vinculados a ella de forma permanente, como maquinaria, patentes, etc.

2.6.2. CAPITAL VARIABLE

“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, estructura organizativa”. (Córdova, 2011)

El capital variable es el capital que la empresa invierte en los activos intangibles, son necesarios para el funcionamiento de esta como las investigaciones preliminares, gastos de estudio, etc.

2.7. ESTUDIO FINANCIERO

“Tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implementación y contar con suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales”. (Ortega, 2010)

El estudio financiero tiene el propósito aportar una estrategia que permita reunir los recursos necesarios para la ejecución del proyecto. Se analiza la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

2.7.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

“Es aquel presupuesto que permite efectuar las estimaciones de ingresos para el período de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto”. (Córdova, 2011)

Es aquel presupuesto que permite tasar los ingresos que la empresa va a tener en un período de tiempo determinado en función de las ventas de los productos o servicios demandados por los clientes.

2.7.2. PRESUPUESTO DE GASTOS

“Los presupuestos de gastos están integrados principalmente por los siguientes rubros: costos de producción, costos de operación, gastos de administración y ventas, así como gastos financieros”. (Ortega, 2010)

Son todos los gastos que se realizan para producir y colocar en el mercado un bien o servicio.

2.7.3. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

“El estado de situación financiera, presenta en un mismo reporte la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento.” (Guajardo, 2014)

Es un estado financiero que presenta los activos, pasivos y patrimonio, cuya información indica la posición financiera de la empresa, con la finalidad de facilitar la toma de decisiones.

2.7.4. ESTADO DE RESULTADOS

“El estado de resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa”. (Sarmiento, 2010)

El estado financiero nos permite determinar si la empresa en un periodo determinado ha obtenido utilidades o pérdidas en unidades monetarias. En este estado se enlistan todo lo

referente a gastos e ingresos del cual se puede determinar la existencia de pérdida o ganancia con la cual cuenta o no la empresa.

2.7.5. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

“Es un informe que desglosa los cambios de la situación financiera de un periodo a otro que incluye, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio”.
(Guajardo, 2014)

El flujo de caja es la entrada y salida de efectivo en un periodo determinado de tiempo, es el factor decisivo al evaluar la liquidez de la empresa.

2.7.6. TASA DE RENDIMIENTO MEDIA

“Es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa, es la tasa de crecimiento real de la empresa, también conocida como premio al riesgo, de forma que su valor debe reflejar el riesgo que corre el inversionista de no obtener las ganancias pronosticadas y que eventualmente vaya a bancarrota” (Urbina, 2010)

Es la tasa que nos permite determinar el aporte del capital propio y financiado, además que nos ayuda a conocer el pronóstico de la ganancia anual que aspira ganar el inversionista para instalar y poner en operación la empresa.

2.7.7. VALOR ACTUAL NETO

“Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión”. (Zapag, 2011)

El valor actual neto (VAN) permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$\text{Flujos Netos Actualizados} = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNn}{(1+i)^n}$$

2.7.8. TASA INTERNA DE RETORNO

“Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio”. (Ortega, 2010)

La tasa interna de retorno TIR es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad; por lo que se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

2.7.9. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

“Tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión incluyendo el costo de capital involucrado”. (Zapag, 2011)

Es un indicador que nos permite conocer con exactitud el tiempo en el que se recuperará la inversión. También se puede tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto.

2.7.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

“Es el nivel de producción en los que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de costos fijos y los variables”. (Baca, 2013)

El punto de equilibrio es el punto donde, tanto los ingresos como los costos son iguales. Para determinar el punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$PEQ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta Unit.} - \text{Costo Variable Unit.}}$$

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unit.}}{\text{Precio de Venta Unit.}}}$$

2.7.11. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

“La relación costo beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos incluida la inversión”. (Zapag, 2011)

Es la comparación del valor actual de las ganancias proyectadas con el valor de todos los costos conjuntamente con la inversión.

2.8. PROPUESTA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL

2.8.1. MISIÓN

“La misión tiene la responsabilidad de cumplir con el propósito establecido. Corresponde a la filosofía de la empresa y/o su razón de ser (¿Por qué existe?)”.
(Anzola, 2010)

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización. Es lo que pretende ofrecer y cumplir la organización y para quienes está dirigido los productos o servicios que oferta.

2.8.2. VISIÓN

“Es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere que su empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la permanencia de todos los miembros de la organización”.
(Palacios, 2012)

Es la manifestación amplia y clara de a dónde queremos que nuestra empresa o negocio se ubique dentro de un período de tiempo generalmente cinco años, debe ser suficientemente clara y promover la estabilidad de todos aquellos quienes integran la organización.

2.8.3. PRINCIPIOS Y VALORES

“Son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocio. Definen lo importante para una empresa”. (Palacios, 2012)

Son las normas de comportamiento que guían la vida de una organización o empresa, se constituyen en la parte importante de la empresa.

2.8.4. OBJETIVOS EMPRESARIALES

“Son la base para determinar qué actividades se deben ejecutar, con qué criterios se deben evaluar y qué tan bien se han ejecutado”. (Palacios, 2012)

Los objetivos empresariales son los lineamientos que determinan las actividades que se deben realizar, con qué criterios se hacen y qué tan efectivos han sido en su ejecución.

2.8.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA

“Es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contienen las principales áreas dentro del organismo”. (Koontz, 2013)

Es el gráfico que indica las principales áreas que existen dentro de la organización; es un sistema que se utiliza para definir de manera clara la jerarquía existente, se desarrolla para establecer cómo opera una organización.

2.8.6. ESTRUCTURA FUNCIONAL

“Declara la función básica del puesto, los principales resultados de los que es responsable el administrador y las relaciones de información”. (Córdova, 2011) Así también se la define como *“Es la descripción de forma ordenada de departamentos y funciones que debe ejecutar la organización basado en las habilidades y competencias”.* (Hernández A. &, 2008)

Es la representación ordenada de los departamentos con las respectivas funciones a ejecutarse, apoyados en las capacidades, habilidades, aptitudes y competencias que posee cada trabajador de la organización.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

La rutina, los problemas y las situaciones inesperadas del día a día de las personas en todo el mundo genera una desconcentración en el desarrollo de las actividades que se realiza diariamente, por ello es que se busca actividades que permitan encontrar un punto de relajación y olvidarse de los problemas, tener un espacio de tiempo libre para disfrutar de nuevos lugares, recrearse y descansar. Sin embargo la llegada a un lugar donde se pueda experimentar el día a día de una persona de la localidad a la que se visita es una experiencia enriquecedora, el interactuar con el entorno al que se llega deja experiencias inolvidables.

Otavalo es un cantón lleno de encanto natural, cultural y étnico con el que el turista extranjero puede interactuar, enriquecerse de sus tradiciones y disfrutar de momentos especiales. Es por ello que se ha visto la necesidad de crear una empresa que brinde hospedaje a turistas extranjeros, los mismos que podrán convivir con la familia que lo acogerá como un miembro más durante el tiempo que se quedará en el cantón y la provincia.

El presente estudio determinará las posibilidades de creación de una empresa de este tipo, tomando en consideración la competencia existente, además permitirá determinar el número de personas que estarían dispuestas a hacer uso de este servicio y el nivel de aceptación.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Efectuar el estudio de mercado para establecer la demanda, oferta, precios y comercialización del servicio.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la oferta del servicio de hospedaje que se pondrá a disposición de los turistas, considerando los servicios similares que se encuentran dentro del cantón.
- Establecer la potencial demanda que tendría la empresa que brinda el servicio de hospedaje dentro de familias.
- Determinar los precios adecuados del servicio de hospedaje dentro de hogares realizando el análisis de los precios existentes en el mercado.

- Formular las estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio en el mercado turístico.

3.3. VARIABLES

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Comercialización

3.4. INDICADORES

a) Oferta

- Análisis de la Competencia
- Cantidad Total Ofertada
- Proyección de la Oferta

b) Demanda

- Población
- Mercado Meta
- Cantidad Total Demandada
- Proyección de la Demanda

c) Precio

- Análisis de precios actuales
- Proyección de precios

d) Comercialización

- Estrategias de Servicio
- Estrategias de Precio
- Estrategias de Plaza
- Estrategias de Promoción

3.5. MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro 7: Matriz de Variables del Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS
Analizar la oferta del servicio de hospedaje que se pondrá a disposición de los turistas en el cantón.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de la Competencia ▪ Cantidad Total Ofertada ▪ Proyección de la Oferta 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primaria ▪ Secundaria ▪ Secundaria 	Observación Investigación Investigación
Establecer la potencial demande del servicio de hospedaje dentro de las familias del cantón Otavalo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Población ▪ Mercado Meta ▪ Cantidad Total Demanda ▪ Proyección de la Demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secundaria ▪ Primaria ▪ Secundaria ▪ Secundaria 	Investigación Encuesta Investigación Investigación
Determinar los precios adecuados del servicio.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de precios actuales ▪ Proyección de Precios 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primaria 	Observación
Formular las estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio en el mercado turístico de Otavalo.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias de Servicio ▪ Estrategias de Precio ▪ Estrategias de Plaza ▪ Estrategias de Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primaria 	Encuesta

Elaborado por: La Autora

3.6. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Al hablar de empresas de alojamiento, se lo relaciona con un lugar de estancia confortable y encantador que brinde los servicios adecuados para un descanso placentero. Por otro lado la libertad de realizar diversas actividades sin sujetarse a itinerarios, observar el mundo de manera distinta y descubrir auténticos y maravillosos lugares serán los beneficios que obtendrán tanto el turista como el anfitrión.

Al intentar cumplir con expectativas de calidad y calidez familiar a más de ofertar la comodidad del dormitorio (alojamiento) debemos también suplir espacios de nostalgia con momentos compartidos en el hogar, con la familia que les incluirán como un miembro más.

Por ello los servicios que el proyecto ofrecerá tanto en el área urbana como rural son:

- Alojamiento individual o familiar
- Gastronomía
- Interacción con familias del sector

a) ALOJAMIENTO INDIVIDUAL O FAMILIAR

Para alojar a los huéspedes se contará con los espacios sociales de la vivienda a su disposición (sala, comedor, cocina, jardines, estacionamiento, etc) y de manera muy particular su habitación, la que debe contar con los muebles de dormitorio completos, un escritorio, TV, acceso a internet, las respectivas conexiones eléctricas para adaptar su equipo móvil; la debida asepsia y la mayor tranquilidad posible.

b) GASTRONOMÍA

Ventajosamente se pueden ofertar un abanico de posibilidades culinarias para estructurar un menú diario para cautivar hasta los más finos paladares con productos naturales o elaborados en nuestro medio como el maíz tierno, quinua, cebada, trigo, mermeladas, postres, verduras, hortalizas, frutas, productos orgánicos, ancestrales y elaborados artesanalmente que combinados estratégicamente a más de los truquitos caseros, harán de cada comida un placer.

c) INTERACCIÓN CON FAMILIAS DEL SECTOR

La convivencia familiar elimina la soledad y la comunicación atrae a la alegría; compartir actividades de interacción familiar como las comidas, los juegos, ayudar en labores diarias,

escuchar experiencias anteriores o del día a día estrechan sentimientos de pertenencia y afecto que perdurarán en algunos casos con el tiempo.

La familia tendrá la oportunidad de compartir con el turista las vivencias, costumbres y tradiciones del sector. El idioma no es una barrera entre el turista y la familia, debido a que el indígena otavaleño por su trabajo, que es el comercio artesanal itinerante tienen la oportunidad de poder comunicarse básicamente con el idioma inglés.

3.6.1. USUARIOS DEL SERVICIO

Los usuarios del servicio serán la población extranjera que visite Otavalo y que permanezcan en el mismo por más de un día, sin distinción de sexo, edad, procedencia o religión.

El mercado cada vez es más exigente por lo que se debe considerar aspectos muy importantes como las preferencias de los usuarios, gustos y necesidades, la tendencia de consumo, el factor económico en lo que se refiere a costos de producción y precio de venta, así como también la publicidad que se empleará.

3.7. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.7.1. POBLACIÓN

La población universo con la que trabajará el proyecto es la comunidad extranjera, quienes buscan con más frecuencia la interacción con otras culturas y desarrollar lazos de amistad y buena convivencia con el resto del mundo, se pone a consideración el número de visitantes que llegan por año a Otavalo, la misma que está comprendida por 250.000 personas, de los cuales el 67% de ellos son extranjeros, por tanto son 167.500 visitantes.

Asimismo se trabajará con familias del cantón; según datos del INEC, las familias del cantón son 25.556.

El número de familias por parroquias proyectadas al 2016 se presenta a continuación:

Tabla 5: Familias del Cantón Otavalo

ÁREA	PARROQUIA	FAMILIAS	
		2010	2016
URBANO	Otavalo	13.258	13.982
RURAL	San José de Quichinche	1.827	1.927
	Eugenio Espejo	1.795	1.893
	San Pablo del Lago	2.447	2.581
	San Juan de Ilumán	1.932	2.037
	San Rafael de la Laguna	1.367	1.442
	Gonzáles Suárez	1.319	1.391
	Miguel Egas Cabezas (Peguche)	1.124	1.185
	San José de Pataquí	78	82
	Selva Alegre	409	431
TOTAL		25.556	26.951

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: La Autora

De este número de familias 26.951 el 64%, (17.248 familias) tienen viviendas propias, de ellos el 83,46%, (14.395 familias) poseen viviendas tipo casa o villa, de estas el 20,23%, (2.912 familias) tienen entre 4 y 5 habitaciones en sus viviendas, de ellos el 57,24%, (1.666 familias) se autodenominan indígenas y el 32,60% de dicha población no son pobres es decir 543 familias.

3.7.2. MERCADO META

Los extranjeros que visitan Otavalo al año y que consideran que involucrarse con la cultura, tradiciones, la gastronomía y el sin fin de atractivos que ofrece el Valle del Amanecer son 167.500 personas. Sin embargo de ellos el 48% (80.400 extranjeros) pernoctan por lo menos una noche en cantón, según datos obtenidos del GAD Otavalo.

Considerando dicha información los 80.400 extranjeros; concluimos que ellos serán el mercado meta para el estudio del presente proyecto.

3.7.3. FÓRMULA

Debido a que el mercado meta está compuesto por 80.400 extranjeros que representan la población a quienes se les realizará las encuestas; para el presente proyecto se aplicará la fórmula para la población finita (menos de 100.000 elementos).

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \sigma^2}{e^2(N - 1) + Z^2 \times \sigma^2}$$

Donde:

TURISTAS		
n	Muestra	
N	Población	80.400
Z	Nivel de Confianza	1,96
σ^2	Varianza	0,5
e	Error	5%

3.7.4. MUESTRA

Reemplazando los datos tenemos:

$$n = \frac{80.400 \times (1,96)^2 \times (0,5)^2}{(0,05)^2 (80.400-1) + (1,96)^2 \times (0,5)^2}$$

$$n = \frac{77.216,16}{201,9579}$$

n= 382 encuestas

3.8. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Al finalizar la aplicación de las encuestas a la población determinada, se procede con el análisis e interpretación de los datos recopilados. Por tanto se presenta a continuación los resultados obtenidos:

3.8.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS

▪ DATOS TÉCNICOS

a) GÉNERO

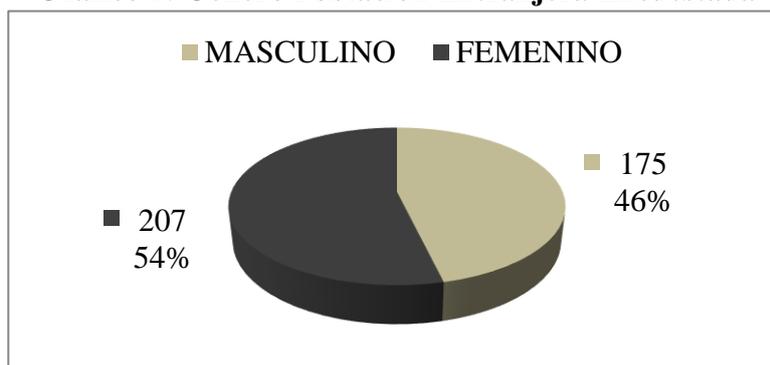
Tabla 6: Género Población Extranjera Encuestada

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	175	46%
FEMENINO	207	54%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 5: Género Población Extranjera Encuestada



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la población encuestada podemos resolver que la mayoría de ellos pertenece al género femenino, mientras que un porcentaje menor representa al género masculino.

b) EDAD

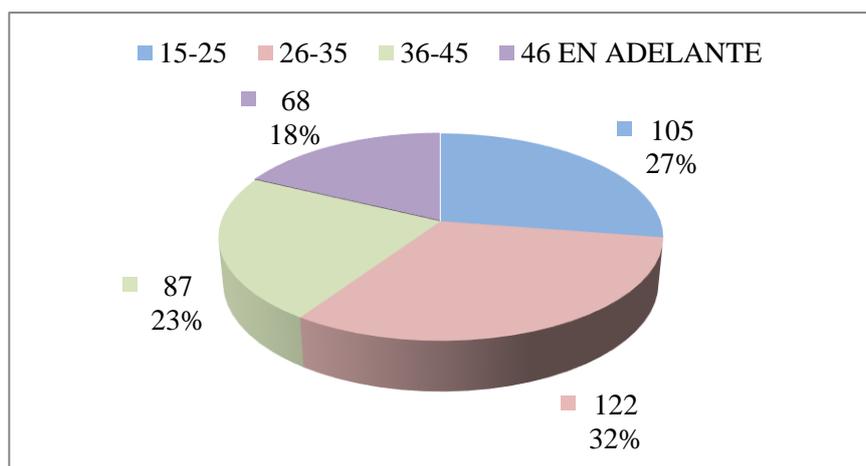
Tabla 7: Edad Población Extranjera Encuestada

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-25	105	27%
26-35	122	32%
36-45	87	23%
46 EN ADELANTE	68	18%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6: Edades Población Extranjera Encuestada



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de las personas encuestadas son jóvenes, las edades oscilan entre los 15 y 35 años que representa el 59%, mientras que el porcentaje restante son personas que tienen de 36 años en adelante.

c) PROCEDENCIA

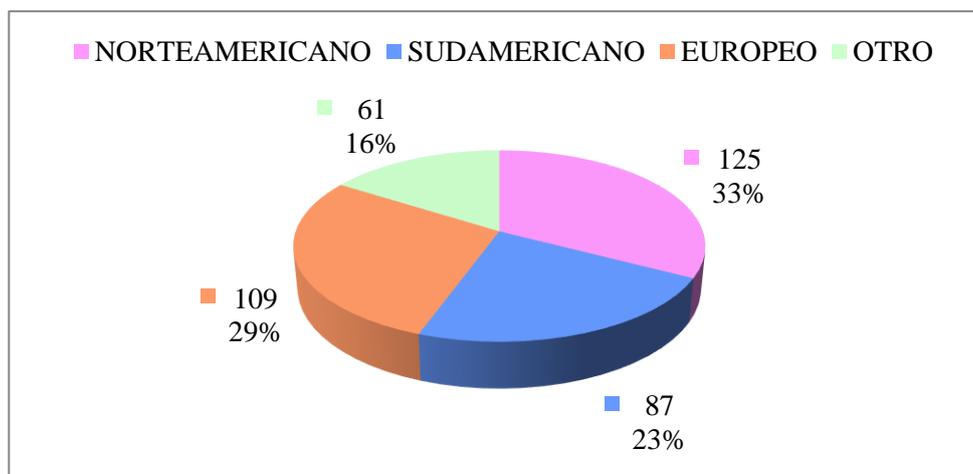
Tabla 8: Procedencia Población Extranjera Encuestada

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NORTEAMERICANO	125	33%
SUDAMERICANO	87	23%
EUROPEO	109	29%
OTRO	61	16%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 7: Procedencia Población Extranjera Encuestada



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se puede observar que la mayoría de extranjeros que visitan Otavalo por diferentes motivos son de procedencia de países Norteamericanos y Europeos, en menor porcentaje se encuentran los extranjeros procedentes de otros países de mundo.

1.- ¿Cuál es el motivo por el que usted viaja?

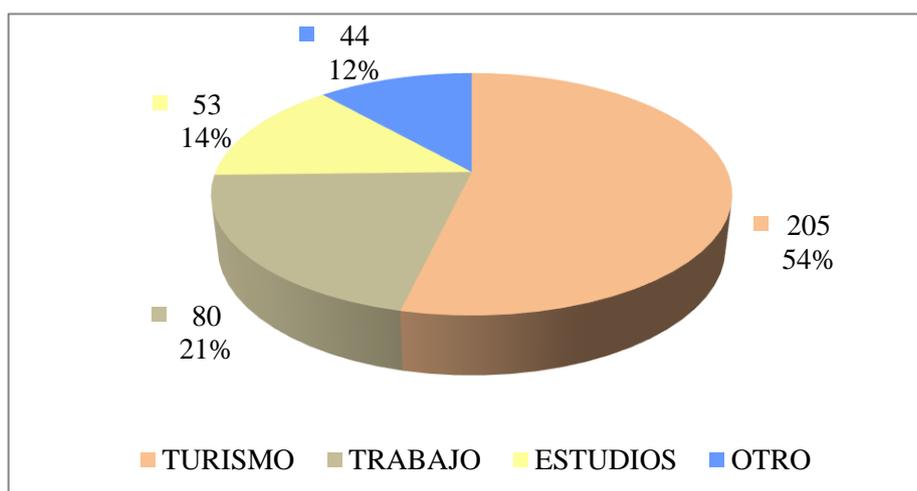
Tabla 9: Motivos por los que viaja

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TURISMO	205	54%
TRABAJO	80	21%
ESTUDIOS	53	14%
OTRO	44	12%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8: Motivos por los que viaja



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las personas encuestadas un 54% manifiestan que generalmente los motivos por los que salen de viaje es para hacer turismo, un 21% por trabajo y en porcentajes menores salen por estudios y otros motivos entre los cuales figuran los voluntariados, misiones eclesiásticas o para aprender el idioma.

2.- ¿Por qué eligió Otavalo? Seleccione el motivo principal

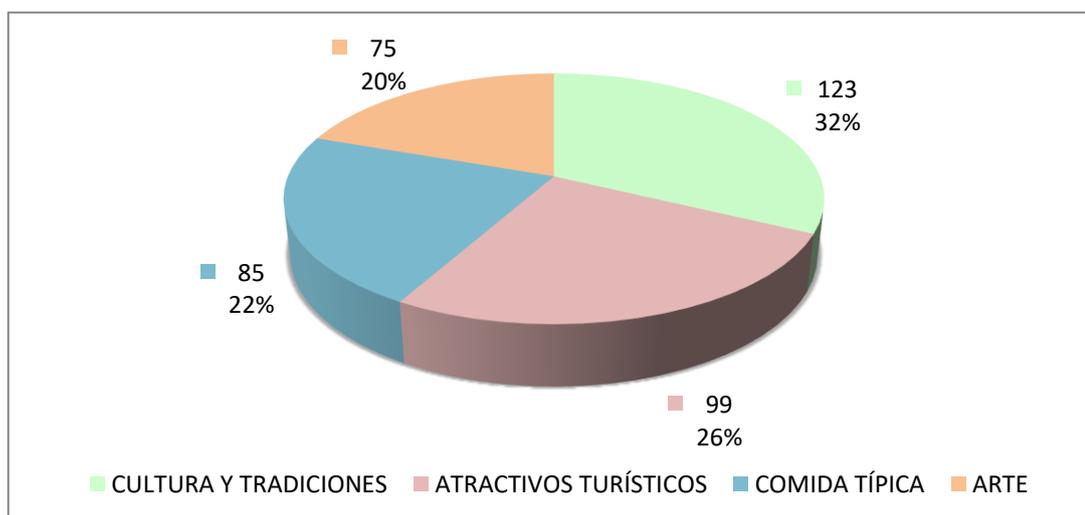
Tabla 10: Motivo principal para elegir Otavalo

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CULTURA Y TRADICIONES	123	32%
ATRATIVOS TURÍSTICOS	99	26%
COMIDA TÍPICA	85	22%
ARTE	75	20%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9: Motivo principal para elegir Otavalo



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la población encuestada un 32% manifiesta que el principal motivo para elegir Otavalo es por su cultura y tradiciones, el 26% eligió Otavalo por sus atractivos turísticos, el 22% declara que la comida típica es lo que prima para elegir al Valle del Amanecer y el 20% restante expresa que el arte que ofrece no solo la ciudad sino también sus parroquias rurales es lo que llama más su atención al elegir Otavalo.

3.- ¿A través de qué medio elige los lugares en los que se hospeda?

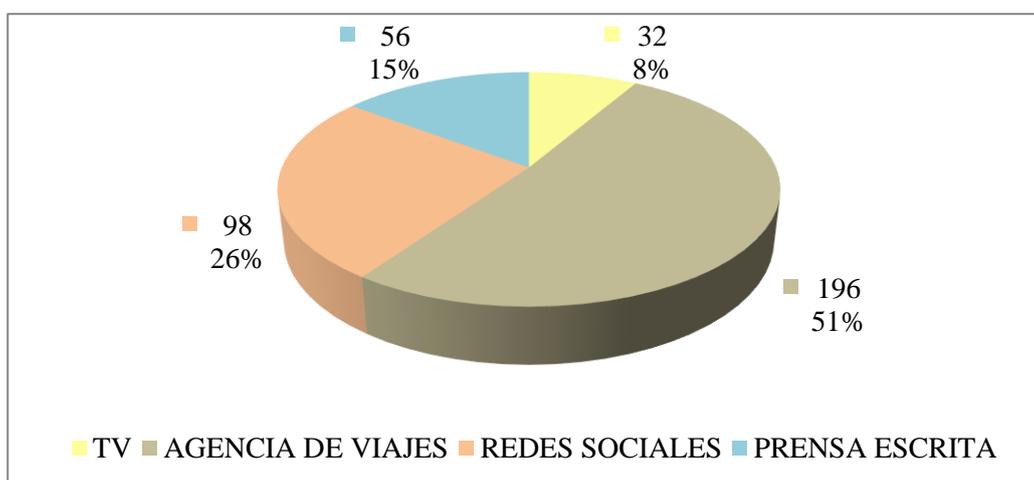
Tabla 11: Medios para elegir lugares de hospedaje

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	32	8%
AGENCIAS DE VIAJE	196	51%
REDES SOCIALES	98	26%
PRENSA ESCRITA	56	15%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10: Motivos para elegir lugares de hospedaje



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las personas encuestadas, en su mayoría expresan que eligen lugares de hospedaje a través de agencias de viajes y redes sociales, mientras que en un menor porcentaje eligen lugares para hospedarse a través de anuncios televisivos y prensa escrita.

4.- ¿En qué lugar le gustaría alojarse?

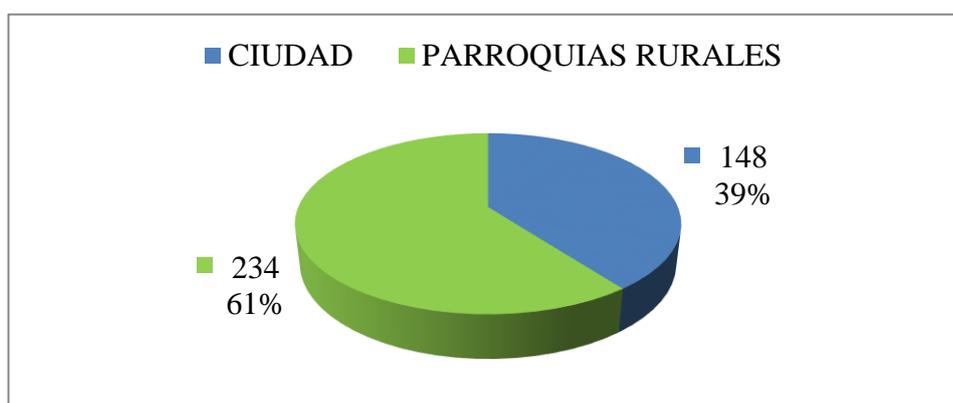
Tabla 12: Preferencias de ubicación

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CIUDAD	148	39%
PARROQUIAS RURALES	234	61%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 11: Preferencias de ubicación



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la población encuestada el 61% manifiesta que prefiere alojarse en el sector rural; mientras que el 39% expresa que opta por hospedarse dentro del casco urbano.

5.- ¿Cuánto tiempo permanecerá en Otavalo?

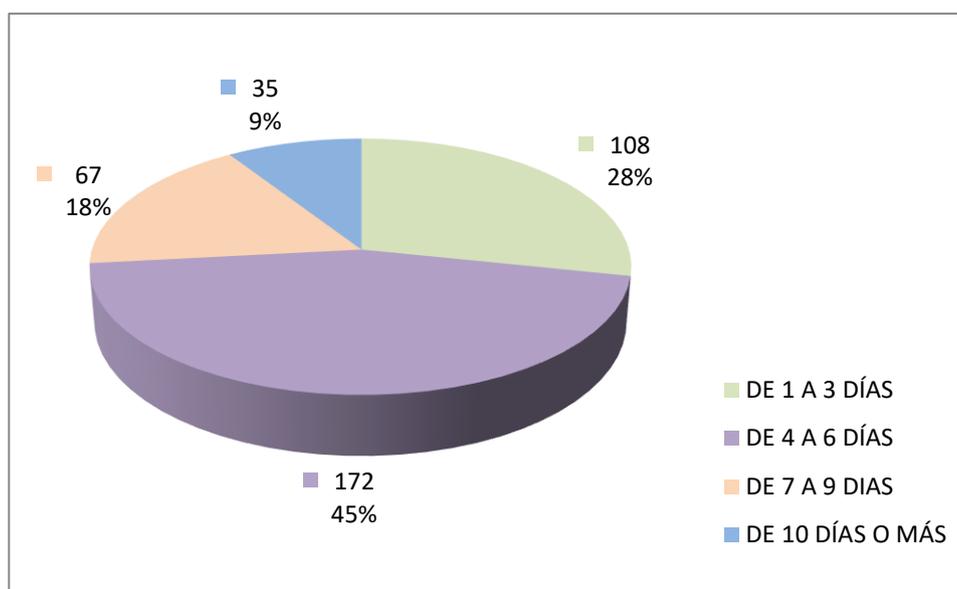
Tabla 13: Permanencia en Otavalo

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 3 DÍAS	108	28%
DE 4 A 6 DÍAS	172	45%
DE 7 A 9 DIAS	67	18%
DE 10 DÍAS O MÁS	35	9%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 12: Permanencia en Otavalo



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la población encuestada el 45% manifiesta que permanece en Otavalo entre 4 y 6 días, el 28% lo hace entre 1 y 3 días, el 18% de 7 a 9 días y el 9% menciona que permanece en el cantón de 10 días en adelante llegando incluso a dos años por motivos de voluntariado.

6.- ¿Cuántas personas viajan junto a usted?

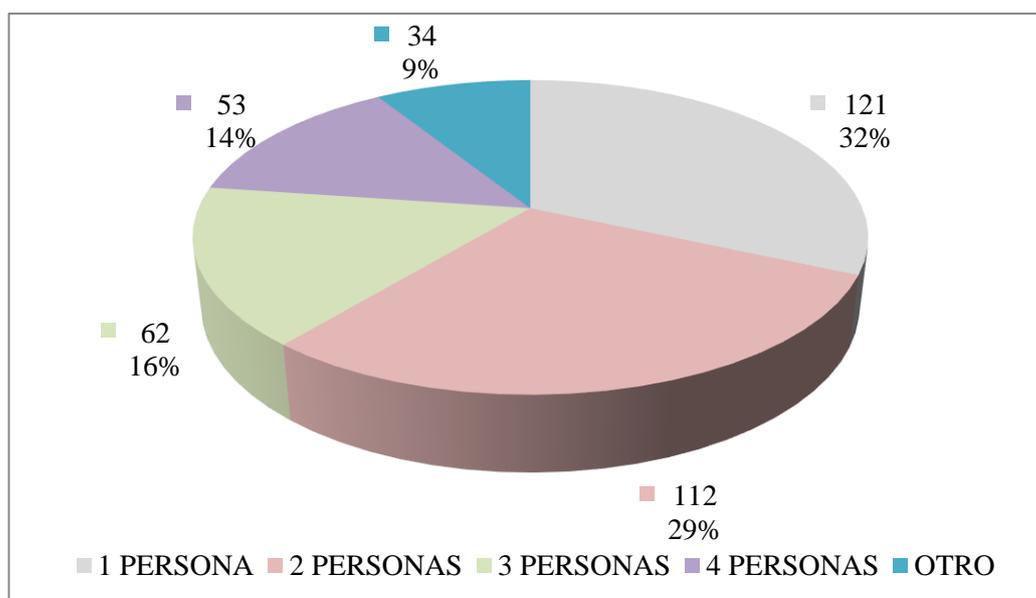
Tabla 14: Número de personas que viajan

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 PERSONA	121	32%
2 PERSONAS	112	29%
3 PERSONAS	62	16%
4 PERSONAS	53	14%
OTRO	34	9%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 13: Número de personas que viajan



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro de la población encuestada expresan que el 32% de ellos viajan junto a una sola persona, el 29% viaja junto a 2 personas, el 16% lo hace junto a 3 personas, el 14% junto a 4 personas y el 9% restante lo hace con un grupo de hasta 30 personas.

7.- ¿En qué lugar prefiere hospedarse?

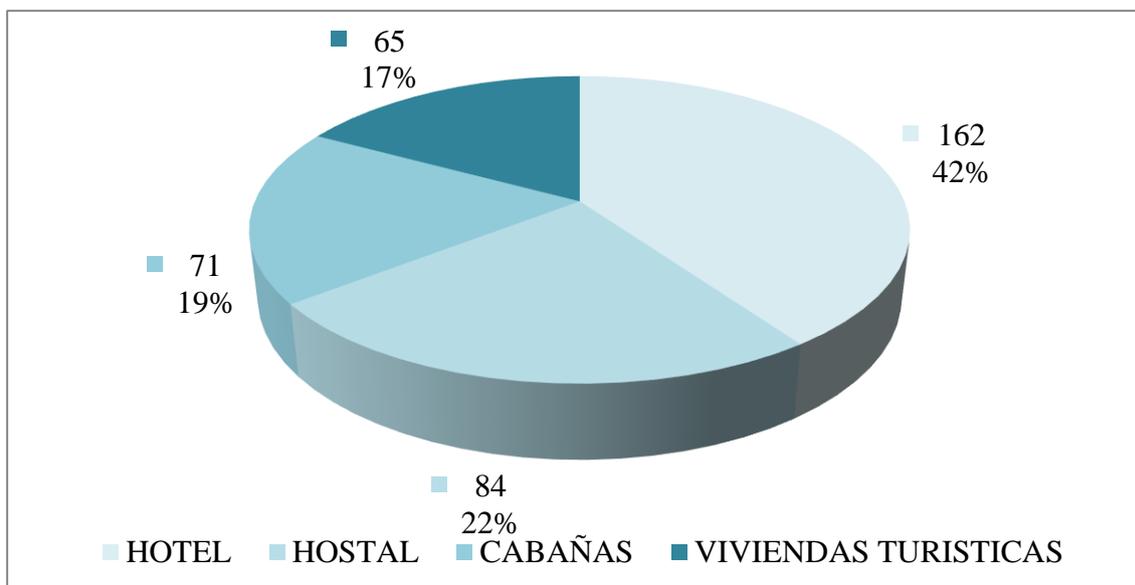
Tabla 15 : Lugares de hospedaje

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOTEL	162	42%
HOSTAL	84	22%
CABAÑAS	71	19%
VIVIENDAS TURISTICAS	65	17%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 14: Lugares de hospedaje



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 42% de la población encuestada manifiesta que prefiere hospedarse en un hotel, el 22% en hostales, el 19% en cabañas y el 17% restante prefieren alojamiento con familias del sector.

8.- ¿Cuál es el motivo predominante al momento de elegir un lugar de alojamiento?

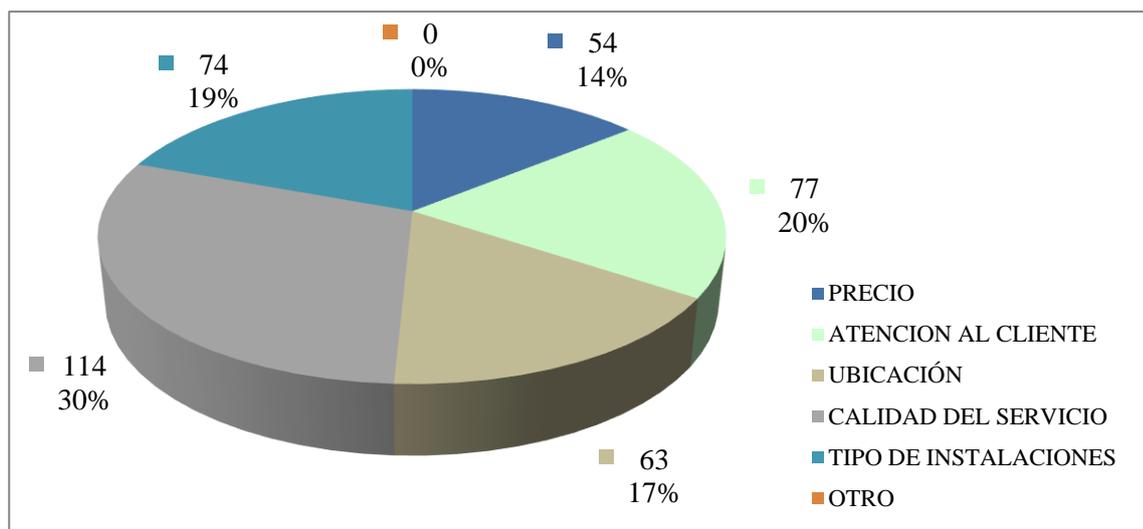
Tabla 16: Motivos para elegir el lugar de hospedaje

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	54	14%
ATENCION AL CLIENTE	77	20%
UBICACIÓN	63	16%
CALIDAD DEL SERVICIO	114	30%
TIPO DE INSTALACIONES	74	19%
OTRO	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15: Motivos para elegir el lugar de hospedaje



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la población encuestada supo manifestar que de entre los diversos motivos por los cuales eligen el lugar de hospedaje los que predominan son la calidad del servicio y la atención al cliente, sin dejar de lado al tipo de instalaciones, la ubicación y el precio. Siendo estos factores que son importantes para decidir en qué lugar hospedarse.

9.- ¿Cuál es el presupuesto destinado por persona y por día para hospedaje?

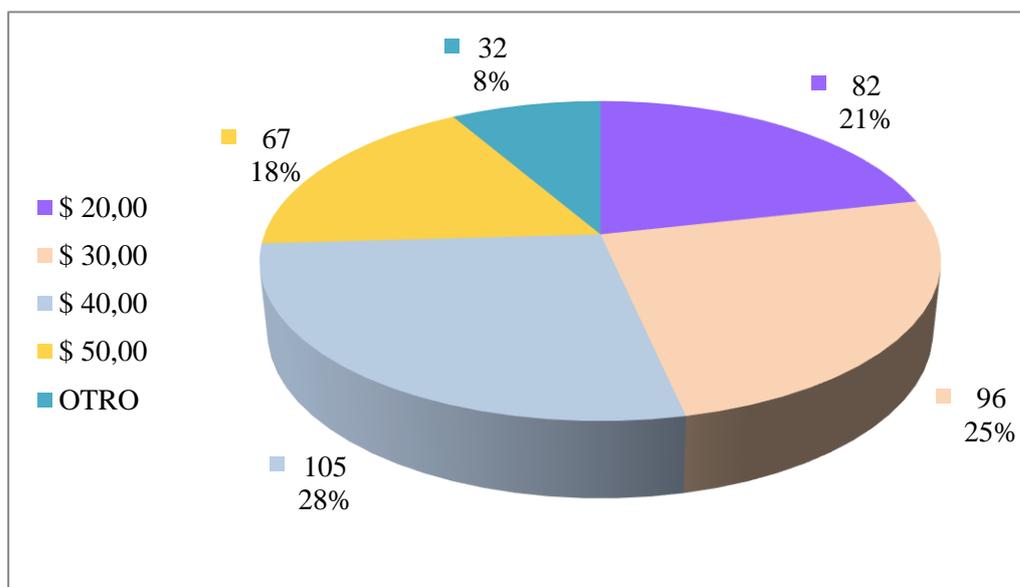
Tabla 17: Presupuesto destinado para hospedaje

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20,00	82	21%
\$ 30,00	96	25%
\$ 40,00	105	27%
\$ 50,00	67	18%
OTRO	32	8%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 16: Presupuesto destinado para hospedaje



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos, el 28% manifiesta que destinan para hospedaje por persona y por noche \$ 40,00, el 25% destina \$ 30,00, el 21% consigna \$ 20,00, el 18% lo hace con \$ 50,00 y el 8% restante asignan un presupuesto mayor a los \$ 50,00 o incluso tan solo \$ 10,00.

10.- ¿Estaría dispuesto a alojarse dentro de un hogar de la localidad y compartir experiencias con una familia?

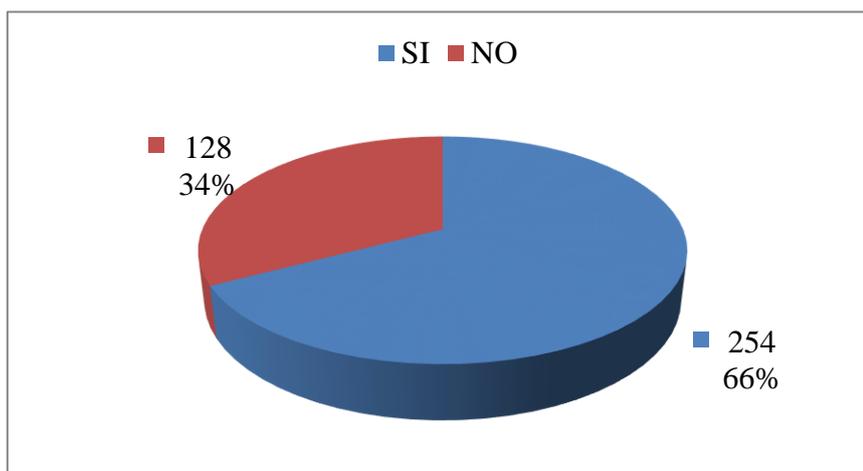
Tabla 18: Disposición de turistas para alojarse dentro de un hogar de la localidad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	254	66%
NO	128	34%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 17: Disposición de turistas para alojarse dentro de un hogar de la localidad



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 66% de la población encuestada manifiesta que si estarían dispuestos a alojarse con una familia otavaleña, mientras que al 34% sobrante no le gustaría alojarse con una familia del cantón.

11.- ¿Está dispuesto a que la alimentación sea ofrecida y compartida con la familia?

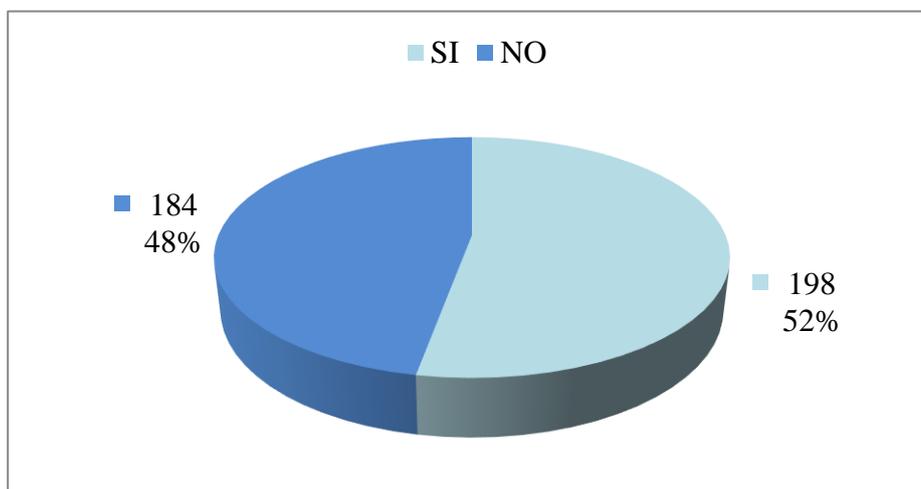
Tabla 19: Disposición del turista para compartir la comida con una familia otavaleña

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	198	52%
NO	184	48%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 18: Disposición del turista para compartir la comida con una familia otavaleña



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E ITERPRETACIÓN

El 48% de la población encuestada ha mencionado que estaría gustoso de compartir la comida junto a una familia de la localidad, mientras que el otro 52% restante ha expresado que rechaza el compartir la comida junto a una familia del cantón.

12.- ¿Qué sugerencias daría usted para que su estadía sea perfecta?

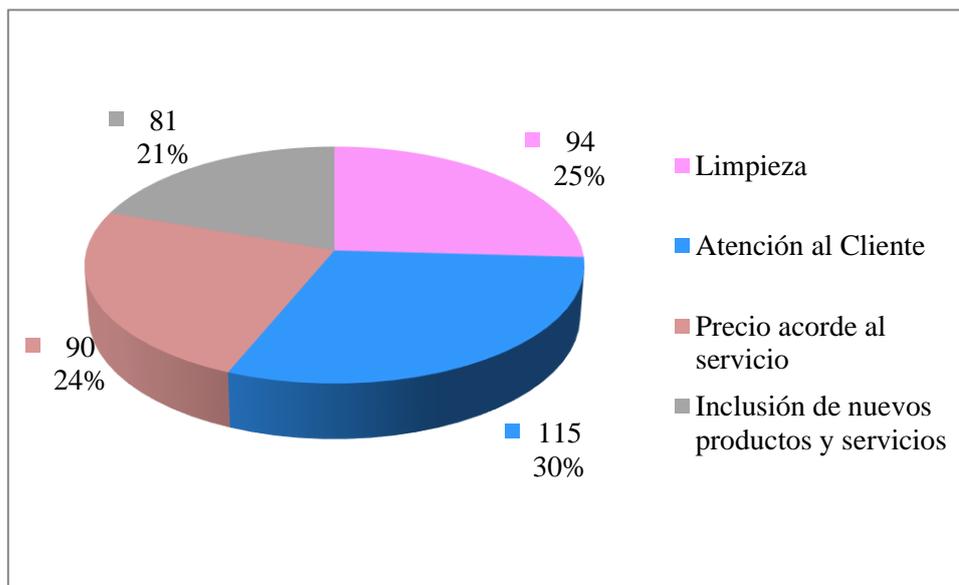
Tabla 20: Sugerencias para estadía perfecta

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpieza	94	25%
Atención al Cliente	115	30%
Precio acorde al servicio	90	24%
Inclusión de nuevos productos y servicios	81	21%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas extranjeros

Elaborado por: La Autora

Gráfico 19: Sugerencias para estadía perfecta



Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro de las sugerencias emitidas por los turistas para una estadía perfecta mencionan la limpieza de las instalaciones de los lugares de alojamiento, una mejor atención al cliente, la concordancia de los precios con el servicio que ofrecen y la inclusión de nuevos productos y servicios.

3.8.2. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A FAMILIAS DEL CANTÓN OTAVALO

Las entrevistas se realizó a 12 familias del cantón, las parroquias que se tomó en consideración para el desarrollo de las mismas son Miguel Egas Cabezas, San Juan de Ilumán, San Pablo del Lago, San Rafael y San José de Quichichne.

A continuación el desarrollo de las mismas:

FAMILIA LEMA SANTACRUZ - PARROQUIA MIGUEL EGAS CABEZAS

1.- ¿Tienen conocimiento sobre alojamiento de extranjeros con familias indígenas?

“Sabemos que en comunidades de Cotacachi albergan a turistas extranjeros en viviendas de familias indígenas, no conocemos muy bien sobre el tema pero hemos conversado con ciertas familias del sector sobre ello y nos gustaría hacer lo mismo en la parroquia”

2.- ¿Estaría dispuesto a recibir y alojar en su vivienda a extranjeros y compartir su cosmovisión con ellos?

“Si, nuestra familia realmente ha pensado en recibir a extranjeros pero al no existir una empresa que nos respalde no podíamos hacerlo. Si nos dieran la oportunidad nosotros acogeríamos al extranjero como a un miembro más de la familia y compartir con ellos nuestras costumbres, ritos, tradiciones para rescatar y revivir nuestra cultura y que las personas que nos visitan se sientan a gusto en los lugares que visitan. Nuestras costumbres y tradiciones son amplias, tenemos las fiestas del Inti Raymi en la que agradecemos al Dios Sol por la cosecha, asimismo hay otras fiestas como el Koya Raymi, Kapak Raymi, Kulla Raymi que son fiestas que de una u otra forma atraen a los turistas nacionales y extranjeros”

3.- En cuanto a atractivos turísticos. ¿Cuáles son los que se encuentran en su parroquia y cómo pueden llegar los turistas a ellos?

“Mi parroquia tiene uno de los mejores atractivos turísticos del cantón, la Cascada de Peguche, el calendario solar, el museo, también se puede hacer un recorrido artesanal por distintas casas donde tejen en telares, elaboran artesanías con mullos, pintura, tejidos e instrumentos musicales, el Imbabura.

Hay turistas que vienen a Peguche a pie porque no estamos lejos de la ciudad, disponemos de buses urbanos, taxis o incluso los buses interprovinciales.

También se puede visitar otros atractivos turísticos de Otavalo y de otros cantones de la provincia porque no nos toma más de 45 minutos para llegar hasta ellos gracias a las vías en buen estado y si no se tiene vehículo propio está el transporte público.”

4.- ¿Cuánto tiempo dispondría la familia para la atención al extranjero?

“El trabajar en casa nos da la ventaja de atenderles casi todo el tiempo y el sábado en la mañana que salimos a la feria se quedan nuestros hijos, ellos podrían atenderles hasta que nosotros lleguemos a la casa en la tarde.”

5.- ¿Cuál es su actividad laboral y cuáles son sus ingresos mensuales?

“Nosotros somos artesanos comerciantes, vendemos aquí en Peguche y el sábado lo hacemos en Otavalo, pero cuando conseguimos un lugar en las ferias artesanales en Madrid o Estados Unidos vamos a vender allá.

Nuestros ingresos mensuales son más o menos \$800,00 usd.”

6.- ¿Cuántos idiomas habla?

“El Kichwa como lengua materna lo hablamos muy bien pero también hablamos español y un poco de inglés.”

7.- Con relación a su vivienda ¿Cómo es esta? ¿Dispondría de habitaciones para alojar a un extranjero?

“Mi vivienda es de dos pisos, construcción mixta y los pisos son de cerámica. En el primer piso tenemos una sala amplia, un baño, un comedor, una cocina y el garaje, en el segundo piso están los cuartos de mis hijos, el mío el baño y dos cuartos libres y en la parte trasera una cocina y horno de leña.

Si se nos da la oportunidad se adecuaría los cuartos que están libres para que los extranjeros se sientan cómodos.”

8.- ¿Cuáles son los servicios básicos de la vivienda y servicios públicos que se encuentran cerca de ella?

SERVICIOS BÁSICOS	AGUA POTABLE	X	INTERNET	X	CABLE	X
	LUZ ELÉCTRICA	X	TELÉFONO	X	TV ABIERTA	X

SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	SERVICIOS DE SALUD	X	BOMBEROS		ESPACIOS RECREATIVOS	X
	ASISTENCIA BANCARIA	X	POLICIA	X	CENTRO DE ABASTOS	X

ANÁLISIS

La familia Lema Santacruz si estaría en condiciones para alojar a extranjeros debido a que la vivienda tiene las características adecuadas para prestar el servicio, la familia está dispuesta a compartir con el huésped sobre su cosmovisión y cultura además de incluir al turista en su vida cotidiana y por otra parte la parroquia también tienen las condiciones adecuadas para la atención a los turistas.

Se aplicó la misma entrevista a las 12 familias del cantón y se obtuvo los siguientes datos:

Cuadro 8: Datos Familia Anfitriona 1

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Lema Santacruz
NUMERO DE MIEMBROS	5
PARROQUIA	Santa Lucía de Peguche
DIRECCION DOMICILIARIA	Barrio Obraje
ACTIVIDAD LABORAL	Artesanos- Comerciantes
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, español, inglés básico

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
		Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón	X	Duela, parquet, tablón, piso flotante
	Teja		Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o mármol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	X
	Comedor	X	Baños completos	3	Bodega	X
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	6	Lavandería	X	Taller artesanal	X
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Dos habitaciones para una persona cada una					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asistencia bancaria	X	Policía	X	Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS
Sitios Naturales
El Imbabura. La cascada. El río. El calendario solar. El museo. La plaza artesanal.
¿Cómo llegar hasta ellos?
La mayoría de extranjeros hacen caminatas para disfrutar de los paisajes y tomar fotografías. Los atractivos turísticos están prácticamente a pocos minutos a pie y en bus se puede acceder a todos los atractivos turísticos que ofrece el cantón Otavalo.
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales
Fiestas del Inty Raymi, Koya Raymi, Kapak Raymi, Kulla Raymi. Fiesta de Santa Lucía. De parroquialización.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 9: Datos Familia Anfitriona 2

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Farinango Muenala
NUMERO DE MIEMBROS	3
PARROQUIA	Santa Lucía de Peguche
DIRECCION DOMICILIARIA	Kawsay e Imbaqui
ACTIVIDAD LABORAL	Músico- Comerciante
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, español, inglés y un poco de alemán

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón		Duela, parquet, tablón, piso flotante	
	Teja		Ladrillo	X	Cerámica, baldosa, vinil o mármol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	2	Horno de leña	
	Comedor	X	Baños completos	2	Bodega	X
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación para dos personas					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asistencia bancaria	X	Policía	X	Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS	
Sitios Naturales	La cascada. El río. El Imbabura. El calendario solar. El museo. La plaza artesanal
¿Cómo llegar hasta ellos?	A pie, en bicicletas, cabalgatas. Hay buses urbanos que pasan por la entrada a la cascada. Taxis. Camionetas.
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales	Fiestas del Inty Raymi, Koya Raymi, Kapak Raymi, Kulla Raymi. Fiesta de Santa Lucía. De parroquialización.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 10: Datos Familia Anfitriona 3

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Santillán Conejo
NUMERO DE MIEMBROS	4
PARROQUIA	Santa Lucía de Peguche
DIRECCION DOMICILIARIA	Facchañan y Peguche
ACTIVIDAD LABORAL	Artisanos- Tejedores
IDIOMAS QUE CONOCE	Español, kichwa e inglés básico

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	A					
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón		Duela, parquet, tablon, piso flotante	
Teja		Ladrillo	x	Cerámica, baldosa, vinil o marmol		x
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	x	Baños simples	1	Horno de leña	
	Comedor	x	Baños completos	3	Bodega	x
	Cocina	x	Garaje	x	Huerta	
	Dormitorios	5	Lavandería	x	Taller artesanal	x
	Jardines	x	Patio/terraza	x	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación para tres personas					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia	X	Centro de abastos	X

ATRACTIVOS TURÍSTICOS
Sitios naturales
Rutas de ascenso al Imbabura. La cascada. El río. El calendario solar. El museo. La plaza artesanal
¿Cómo llegar hasta ellos?
A pie. En bus. Cabalgatas. Bicicletas.
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales
Inti Raymi. Koya Raymi. Kapak Raymi .Kulla Raymi. Fiestas de Santa Lucía. De parroquialización.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 11: Datos Familia Anfitriona 4

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Fichamba Cachimuel
NUMERO DE MIEMBROS	5
PARROQUIA	Santa Lucía de Peguche
DIRECCION DOMICILIARIA	Entrada a la cascada
ACTIVIDAD LABORAL	Artesanos- Comerciantes
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, español e inglés básico.

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón	X	Duela, parquet, tablon, piso flotante	
	Teja		Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o marmol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	X
	Comedor	X	Baños completos	3	Bodega	
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	5	Lavandería	X	Taller artesanal	X
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación bipersonal					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia	X	Centro de abastos	X

ATRACTIVOS TURÍSTICOS
Sitios Naturales
La cascada. El río. La plaza artesanal. El calendario solar. El museo.
¿Cómo llegar hasta ellos?
Todo el recorrido se lo puede hacer a pie en 60 o 90'
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales
Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi. Fiesta de Santa Lucía.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 12: Datos Familia Anfitriona 5

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Sosa Yaselga
NUMERO DE MIEMBROS	3
PARROQUIA	San Juan de Ilumán
DIRECCION DOMICILIARIA	1° de Mayo e Inti
ACTIVIDAD LABORAL	Yachay (curandero)
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, español e inglés básico (hija)

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)		Hormigón	X	Duela, parquet, tablon, piso flotante	
	Teja	X	Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o marmol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	2	Horno de leña	X
	Comedor	X	Baños completos	3	Bodega	
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	X
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación personal y una habitación bipersonal					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia	X	Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS	
Sitios Naturales	Rutas de ascenso al Imbabura. El pogyo.
¿Cómo llegar hasta ellos?	Caminatas cortas de 30-60-90'
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales	La fiesta a Nuestra Señora del Carmen. De parroquialización. Ritos ceremoniales de limpias, energéticos, de sanación. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi

Elaborado por: La Autora

Cuadro 13: Datos Familia Anfitriona 6

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Artos Yaselga
NUMERO DE MIEMBROS	5
PARROQUIA	San Juan de Ilumán
DIRECCION DOMICILIARIA	Barrio Santa Teresita
ACTIVIDAD LABORAL	Sombrerero
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, español e inglés básico.

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)		Hormigón		Duela, parquet, tablon, piso flotante	X
	Teja	X	Ladrillo	X	Cerámica, baldosa, vinil o marmol	
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	2	Horno de leña	X
	Comedor	X	Baños completos	2	Bodega	X
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	X
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación bipersonal					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia	X	Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS	
Sitios Naturales	
El parque central. La iglesia. El pogyo	
¿Cómo llegar hasta ellos?	
Por ser tan cerca a pie o un recorrido en auto particular	
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales	
Fiestas de Nuestra Señora del Carmen. Ritos de sanación y energéticos. Fiestas de parroquialización. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi	

Elaborado por: La Autora

Cuadro 14: Datos Familia Anfitriona 7

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Albarrán Túquerres
NUMERO DE MIEMBROS	4
PARROQUIA	San Juan de Ilumán
DIRECCION DOMICILIARIA	Línea férrea
ACTIVIDAD LABORAL	Yachay (curandero) y comerciante
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, español.

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)		Hormigón		Duela, parquet, tablon, piso flotante	X
	Teja	X	Ladrillo	X	Cerámica, baldosa, vinil o marmol	
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	2	Horno de leña	X
	Comedor	X	Baños completos	2	Bodega	
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Dos habitaciones personales					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia	X	Centro de abastos	X

ATRACTIVOS TURÍSTICOS	
Sítios Naturales	El pogyo. La iglesia. El Imbabura.
¿Cómo llegar hasta ellos?	Son tan cercanos que se llega a pie en 5' y al Imbabura en 90'
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales	Fiestas de Nuestra Señora del Carmen. Ritos energéticos y de sanación. De parroquialización. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi

Elaborado por: La Autora

Cuadro 15: Datos Familia Anfitriona 8

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Fuéres Toapanta
NUMERO DE MIEMBROS	4
PARROQUIA	San Rafael
DIRECCION DOMICILIARIA	Panamericana Sur
ACTIVIDAD LABORAL	Elaboración y comercialización de artículos de totora.
IDIOMAS QUE CONOCE	Kichwa, Español e Inglés básico

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón	X	Duela, parquet, tablon, piso flotante	
	Teja		Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o marmol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	X
	Comedor	X	Baños completos	2	Bodega	X
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	X
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Dos habitaciones personales					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia		Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS
Sitios Naturales
La laguna. Los totorales. La plaza artesanal de la totora. La iglesia. El parque central. Paisajes, bosques, lomas, planicies.
¿Cómo llegar hasta ellos?
A la población se llega por cualquier medio de transporte y para conocer sus atractivos podemos caminar desde los 5' o en 30' llegamos en bus a cualquier atractivo turístico del cantón.
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales
Fiestas del Señor de las Angustias. Del coraza. Los pendoneros. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi

Elaborado por: La Autora

Cuadro 16: Datos Familia Anfitriona 9

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Toapanta Zapata
NUMERO DE MIEMBROS	4
PARROQUIA	San Rafael
DIRECCION DOMICILIARIA	Panamericana Sur
ACTIVIDAD LABORAL	Elaboración y comercialización de artículos en totora.
IDIOMAS QUE CONOCE	Español, Kichwa, Inglés básico.

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)		Hormigón		Duela, parquet, tablon, piso flotante	
	Teja	X	Ladrillo	X	Cerámica, baldosa, vinil o marmol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	
	Comedor	X	Baños completos	3	Bodega	
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	X
	Jardines		Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación para tres personas					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia		Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS
¿Cuáles son? (atractivos naturales)
La laguna. Plaza artesanal de totora. Iglesia. El muelle. Bosques, lomas , planicies.
¿Cómo llegar hasta ellos?
Desde los 5' a pie y hasta 30' en bus hasta cualquier lugar turístico del cantón.
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales
Fiestas del Señor de las Angustias. Del coraza. Pendoneros. De parroquialización. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi

Elaborado por: La Autora

Cuadro 17: Datos Familia Anfitriona 10

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Guamaní Oña
NUMERO DE MIEMBROS	4
PARROQUIA	San Rafael
DIRECCION DOMICILIARIA	Panamericana Sur
ACTIVIDAD LABORAL	Chofer buseta escolar- Ama de casa.
IDIOMAS QUE CONOCE	Español, Kichwa e Inglés básico.

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón	X	Duela, parquet, tablon, piso flotante	
	Teja		Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o marmol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	
	Comedor	X	Baños completos	2	Bodega	X
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	
	Jardines	1	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación personal y una habitación bipersonal					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia		Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS	
¿Cuáles son? (atractivos naturales)	
La laguna. La iglesia. Plaza artesanal de totora. Bosques, lomas, planicies.	
¿Cómo llegar hasta ellos?	
Desde los 5' a pie y hasta 30' en bus a cualquier lugar turístico del cantón	
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales	
Fiestas del Señor de las Angustias. Del coraza. Pendoneros. De parroquialización. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi	

Elaborado por: La Autora

Cuadro 18: Datos Familia Anfitriona 11

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Izama Gualsaquí
NUMERO DE MIEMBROS	4
PARROQUIA	San José de Quichinche
DIRECCION DOMICILIARIA	Barrio Santa Clara
ACTIVIDAD LABORAL	Confección y comercialización de prendas de vestir
IDIOMAS QUE CONOCE	Español, kichwa

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón	X	Duela, parquet, tablon, piso flotante	
	Teja		Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o marmol	X
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	
	Comedor	X	Baños completos	2	Bodega	
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	4	Lavandería	X	Taller artesanal	
	Jardines	X	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación bipersonal					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos		Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia		Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS	
Sitios Naturales	
El parque central. La iglesia. Bosques, lomas y al estar tan cerca de Otavalo tiene acceso a todos sus atractivos turísticos.	
¿Cómo llegar hasta ellos?	
En bus urbano, taxis, bicicletas, cabalgatas o a pie.	
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales	
Fiestas al patrono de la parroquia- San José. De parroquialización. Koya Raymi. Kapak Raymi. Kulla Raymi. Inty Raymi	

Elaborado por: La Autora

Cuadro 19: Datos Familia Anfitriona 12

DATOS GENERALES DE LA FAMILIA ANFITRIONA	
FAMILIA	Antamba Yaselga
NUMERO DE MIEMBROS	5
PARROQUIA	San Pablo
DIRECCION DOMICILIARIA	El Lago y Sucre
ACTIVIDAD LABORAL	Policía- Ama de casa
IDIOMAS QUE CONOCE	Español, Inglés básico.

DATOS DE LA VIVIENDA						
TIPO DE VIVIENDA	TECHO/CUBIERTA		PAREDES		PISOS	
	Hormigón (losa, cemento)	X	Hormigón	X	Duela, parquet, tablon, piso flotante	X
	Teja		Ladrillo		Cerámica, baldosa, vinil o marmol	
DEPENDENCIAS DE LA VIVIENDA	Sala	X	Baños simples	1	Horno de leña	
	Comedor	X	Baños completos	3	Bodega	X
	Cocina	X	Garaje	X	Huerta	X
	Dormitorios	5	Lavandería	X	Taller artesanal	
	Jardines	1	Patio/terraza	X	Galpones	
DORMITORIOS DESTINADOS PARA ALOJAMIENTO	Una habitación para tres personas					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable	X	Internet	X	Cable	X
	Luz eléctrica	X	Teléfono	X	Tv abierta	X
SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	Servicios de salud	X	Bomberos	X	Esp. Recreativos	X
	Asist. Bancaria	X	Policia	X	Centro de abastos	X

ATRATIVOS TURÍSTICOS
¿Cuáles son? (atractivos naturales)
La laguna de San Pablo. Parque acuático. El Imbabura. Iglesia matriz y capillas. Cubilche. Vertientes en la Rinconada. Lomas , planicies, bosques.
¿Cómo llegar hasta ellos?
Caminando desde los 5' al parque a cuático hasta 2 horas al Imbabura que es el más lejano. Y en menos de 30' llegamos en bus a cualquier atractivo del cantón.
Fiestas, ritos, ceremonias, danzas ancestrales
Entrada de gallos. Fiestas de la Virgen de Agua Santa de San Pablo del Lago. Fiestas de la Virgen de El Quinche de Araque. Fiestas de San Pedro y San Pablo

Elaborado por: La Autora

3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

3.9.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Dentro del cantón Otavalo existen empresas que si bien no brindan el mismo servicio que propone el proyecto, si ofrecen alojamiento en comunidades rurales, las mismas que cuentan con paquetes especiales y para cada tipo de turista y su modalidad de viaje.

Asimismo, de acuerdo a datos proporcionados por el GAD Otavalo, existen 79 establecimientos de alojamiento registrados en el Ministerio de Turismo para el año 2015, con un total de 1.267 habitaciones y 2.699 plazas.

3.9.2. OFERTA ACTUAL

En el cantón las empresas Runa Tupari, Sumak Kawsay, Runa Pacha y La Garza son quienes ofrecen servicios de hospedaje tipo familiar, las mismas que tienen un total de 70 plazas en distintas zonas del cantón; quienes en un hogar albergan entre 2 y 4 personas.

A continuación se presenta el detalle de las Operadoras de Turismo Comunitario existentes en el cantón:

Tabla 21: Oferta actual de alojamiento tipo familiar

OPERADORA DE TURISMO COMUNITARIO	HABITACIONES	PLAZAS
Runa Tupari	1	2
Sumak Kawsay	4	10
Runa Pacha	17	36
La Garza	9	22
TOTAL	31	70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Por tanto la oferta anual es de 25.200 plazas de hospedaje dentro de comunidades del cantón Otavalo.

3.9.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Esta proyección permitirá identificar a futuro, cuál será el comportamiento de la oferta; esta se realizará con la tasa de crecimiento poblacional del cantón Otavalo, la cual es el 0,89% en

promedio anual. Dicha proyección se la realizará para un período de cinco años, para lo cual se utilizará a siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Dónde:

Q _n	Oferta Futura
Q ₀	Oferta Inicial
i	Tasa de Crecimiento Poblacional
n	Año Proyectado

Tabla 22: Proyección de la oferta

AÑO	TOTAL PLAZAS DÍA	DÍAS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA
1	70	360	25.200
2	71	360	25.424
3	71	360	25.651
4	72	360	25.879
5	73	360	26.109

Elaborado por: La Autora

3.10. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.10.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda es de suma importancia dentro del estudio de mercado ya que permite determinar la cantidad de personas que podrían hacer uso del servicio de hospedaje dentro de familias otavaleñas.

Los factores que determinan la demanda son el precio del bien o servicio, el precio de los bienes o servicios relacionados (complementarios y sustitutos), las expectativas del cliente o usuario y los gustos.

Por otro lado, al considerar la opinión de la población encuestada, podemos determinar que los extranjeros se están interesados en insertarse, convivir, conocer la cultura, tradiciones y modo de vida de las familias otavaleñas, sin necesidad de mantener un itinerario, aun cuando el mayor porcentaje de turistas prefiere alojarse en empresas de alojamiento común (hoteles, hostales, cabañas, etc).

3.10.2. DEMANDA ACTUAL

De acuerdo a datos proporcionados por el GAD de Otavalo, se estima que Otavalo recibe alrededor de 250.000 turistas al año, de los cuales el 67% corresponde a turistas extranjeros y tan solo el 33% son turistas nacionales. Asimismo un 48% de ellos permanece más de un día dentro del cantón; y, tomando en consideración la tabla 16, de ellos el 17% prefieren el hospedaje de tipo familiar.

Tabla 23: Cálculo de turistas que prefieren hospedaje familiar

Total Turistas al Año	Turistas Extranjeros (67%)	Turistas que pernoctan en Otavalo (48%)	Turistas que prefieren hospedaje tipo familiar (17%)
250.000	167.500	80.400	13.668

Elaborado por: La Autora

Por tanto la demanda de turistas extranjeros que buscan hospedaje de tipo familiar es de 13.668 al año.

3.10.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda permitirá determinar a futuro un acercamiento a datos reales de lo que podría ser la demanda en años posteriores; este se la realizará con la tasa de crecimiento del turismo, la cual es el 6% en promedio anual; según datos del Ministerio de Turismo. Dicha proyección se la realizará para un período de cinco años y se utilizará el modelo exponencial con la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Dónde:

Q _n	Demanda Futura
Q ₀	Demanda Inicial
i	Tasa de Crecimiento del Turismo
n	Año Proyectado

Tabla 24: Proyección de la demanda

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	DEMANDA POR EL TIEMPO DE ESTANCIA (5 DÍAS)
1	13.668	68.340
2	14.488	72.440
3	15.357	76.787
4	16.279	81.394
5	17.256	86.278

Elaborado por: La Autora

3.11. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Posteriormente al análisis de la oferta y demanda, se realizará un balance de las mismas para determinar la demanda insatisfecha.

Tabla 25: Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
1	25.200	68.340	-43.140
2	25.424	72.440	-47.016
3	25.651	76.787	-51.136
4	25.879	81.394	-55.515
5	26.109	86.278	-60.169

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la tabla 38 podemos determinar que si existe un mercado insatisfecho y por ende es a un porcentaje de éste al cuál vamos a enfocarnos.

3.12. PORCENTAJE DE CAPTACIÓN

La empresa tendrá un 7% de captación de la demanda potencial insatisfecha del primer año, la misma que ha sido detallada anteriormente.

Tabla 26: Porcentaje de captación de la demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	PORCENTAJE DE CAPTACIÓN	CAPTACIÓN ANUAL
1	43.140	7%	3.020

Elaborado por: La Autora

3.13. ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio que manejan las operadoras de turismo comunitario oscila entre los \$30,00 y \$35,00 usd por día, estos precios incluyen el alojamiento desayuno y cena. Este precio es referencial debido a que de acuerdo a la tabla 18, la mayoría de la población encuestada manifestó que destinan \$40,00 usd para hospedaje por día.

3.13.1. PROYECCIÓN DE PRECIOS

La proyección de precios se la realizará con la tasa de inflación, la cual es el 3,38% para el año 2015, según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador. Dicha proyección se la realizará para un período de cinco años y se utilizará el modelo exponencial con la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Dónde:

Q _n	Precio Futuro
Q ₀	Precio Inicial
i	Tasa de Inflación
n	Año Proyectado

Tabla 27: Proyección de precios

AÑO	PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS
1	30,00
2	31,01
3	32,06
4	33,14
5	34,26

Elaborado por: La Autora

3.14. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.14.1. ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Como estrategia de marketing para el servicio, la empresa implementará lo siguiente:

- Entregar un servicio de calidad, en un ambiente acogedor, en el que predominará el respeto, amabilidad y confianza.
- Permitirá que el usuario disfrute de la gastronomía propia del sector, conociendo y participando del proceso de elaboración de los mismos.
- Convivir con la familia otavaleña conociendo su entorno, cultura, modo de vida; compartir experiencias y sobre todo estrechar lasos de amistad.

3.14.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Para la determinación de precios, las estrategias que se implementarán se basarán en los costos, la competencia, la temporada y la diferenciación:

- **Costos:** Se analizará los costos para determinar un porcentaje de utilidad que sea conveniente para la empresa.
- **Competencia:** Se realizará un análisis de los precios de la competencia para poder determinar un precio adecuado y accesible para el servicio que se está ofertando.
- **Temporada:** Durante feriados y temporadas altas la empresa continuará manteniendo su precio del servicio.
- **Diferenciación:** Se brindará servicios con estándares de calidad y calidez permitiendo el posicionamiento en el mercado.

3.14.3. ESTRATEGIAS DE PLAZA

La distribución de la empresa se la realizará de la siguiente manera:

- a) La planta administrativa desarrollará sus actividades en el centro de la ciudad de Otavalo que es la cabecera cantonal, ya que es un lugar estratégico para que tanto los turistas que llegan independientemente o los que llegan a través de tours tengan la opción de acercarse y solicitar información presentar sus inquietudes y sugerencias.

b) Las familias que brindarán el alojamiento a los turistas estarán ubicadas en distintos sectores del cantón, proporcionando así al turista la oportunidad de conocer a profundidad a Otavalo, especialmente al sector en el que vivirá por el tiempo que permanecerá en el cantón.

3.14.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las estrategias de publicidad y promoción están relacionadas con el servicio, precio y plaza antes mencionados. Por tanto las estrategias que se presentan a continuación servirán para atraer a los turistas que harán uso del servicio ofertado:

- Diseñar una página Web llamativa e informativa con el fin de que los turistas tengan acceso a comunicarse en tiempo real con la empresa y permitir que estos conozcan a las personas que los recibirán en sus hogares, antes de que lleguen al cantón.
- Realizar alianzas estratégicas con agencias de viaje y operadoras turísticas.
- Diseñar estrategias comunicacionales en medios televisivos, escritos, radiales de acuerdo a las posibilidades financieras y presupuestarias.
- Incitar a nuevas visitas, comprometiendo al cliente con nuevos, incentivos, promociones o descuentos.

3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Una vez realizado el estudio de mercado se presentan las siguientes conclusiones:

- La afluencia de turistas en Otavalo es extensa, miles de personas llegan a este cantón anualmente debido a su amplia gama de lugares turísticos, su gastronomía, tradiciones, costumbres y más; por lo que es necesario la existencia de lugares que brinden alojamiento mientras dure su permanencia en este, dichos lugares deben ser acogedores, confortables y que satisfagan las necesidades y expectativas del turista.
- El turista busca espacios nuevos donde pernoctar, pasar de lo tradicional a lo innovador, buscan la interacción con el medio al que visitan por ello la necesidad de crear un empresa nueva, que les brinde alojamiento mientras disfrutan del calor del hogar y la familia mientras descubren los encantos que posee Otavalo.

- Se debe aprovechar la demanda insatisfecha, que es la que nos permitirá ingresar en el mercado y darle sostenibilidad y desarrollo a la empresa.
- Para que el proyecto tenga éxito se tiene previsto realizar alianzas estratégicas con agencias de viajes, las mismas que le darán soporte a la empresa, con el único fin de satisfacer las exigencias del usuario.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. OBJETIVOS GENERAL

Determinar la micro y macro localización, el tamaño y las inversiones que requerirá el proyecto.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Especificar la localización del proyecto implica realizar un análisis de macro y micro localización de las zonas geográficas del lugar donde se pretende establecer la empresa, definiendo el sitio adecuado que permita prestar el servicio con eficiencia y que contribuya a una mayor rentabilidad y minimización de costos de producción.

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto estará localizado en la República del Ecuador, en la provincia de Imbabura que se encuentra ubicada en la Sierra Norte del país, cantón Otavalo. Posee una superficie de 579 km², ubicado a 110 km al norte de la ciudad capital, Quito y a 20 km al sur de Ibarra, capital de la provincia; ésta es una zona donde la diversidad de actividades económicas y sobre todo el turismo son elementos fundamentales para el desarrollo económico y social del mismo.



**Ilustración 1: Imbabura en
relación a la República del
Ecuador**



Ilustración 2: Otavalo en relación a la Provincia de Imbabura

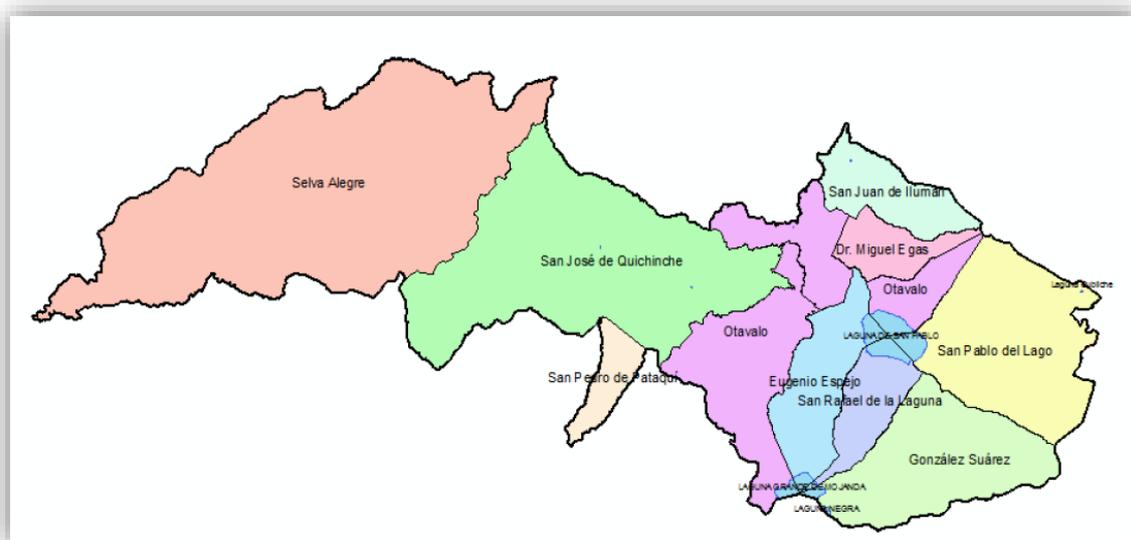


Ilustración 3: Mapa del Cantón Otavalo

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se establecerá en el cantón Otavalo y para determinar la ubicación de las viviendas se consideran los siguientes factores tanto de la ciudad como de las distintas parroquias pertenecientes al mismo.

Tabla 28: Factores de la Micro Localización

FACTOR	PESO	CUIDAD		SAN PABLO		EUGENIO ESPEJO		SAN RAFAEL		SAN JUAN DE ILUMÁN	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Servicios Básicos	15%	9,5	1,425	8,5	1,275	8,5	1,275	8,5	1,275	8,5	1,275
Infraestructura	15%	9	1,350	8,5	1,275	8,5	1,275	8,5	1,275	8	1,200
Seguridad	12%	9	1,080	8,5	1,020	8	0,960	8,5	1,020	8	0,960
Medios de Transporte	11%	9	0,990	9	0,990	8	0,880	9	0,990	9	0,990
Sistema Vial	15%	9,5	1,425	8,5	1,275	8,5	1,275	8,5	1,275	8,5	1,275
Accesibilidad a Atractivos Turísticos	12%	9	1,080	9	1,08	8	0,960	8	0,960	8,5	1,020
Ubicación Comercial	10%	9	0,900	8	0,800	8	0,800	8	0,800	8,5	0,850
Servicios Turísticos	10%	9	0,900	8	0,800	7,5	0,750	7,5	0,750	7,5	0,750
TOTAL	100%		9,150		8,515		8,175		8,345		8,320

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

FACTOR	PESO	SAN JOSÉ DE QUICHINCHE		MIGUEL EGAS CABEZAS		SAN JOSÉ DE PATAQUI		SELVA ALEGRE		GONZALES SUAREZ	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Servicios Básicos	15%	8,5	1,275	8,5	1,275	7	1,050	7	1,050	8,5	1,275
Infraestructura	15%	8	1,200	8,5	1,275	7	1,050	7	1,050	8,5	1,275
Seguridad	12%	8,5	1,020	8	0,960	7	0,840	7	0,840	8	0,960
Medios de Transporte	11%	8,5	0,935	8,5	0,935	7,5	0,825	7,5	0,825	9	0,990
Sistema Vial	15%	8,5	1,275	8,5	1,275	8	1,200	8	1,200	8,5	1,275
Accesibilidad a Atractivos Turísticos	12%	8	0,960	9	1,080	6	0,720	6	0,720	9	1,080
Ubicación Comercial	10%	8	0,800	8	0,800	6	0,600	6	0,600	8	0,800
Servicios Turísticos	10%	8	0,800	8,5	0,850	5	0,500	5	0,500	7	0,700
TOTAL	100%		8,265		8,450		6,785		6,785		8,355

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Considerando los factores antes expuestos podemos determinar que en la ciudad de Otavalo se ubicará la oficina, en la calle Quito, entre Sucre y Simón Bolívar, y en las parroquias de San Pablo del Lago, San Rafael, San Juan de Ilumán, San José de Quichinche y Miguel Egas Cabezas tienen las condiciones adecuadas para que existan dichas viviendas.

4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto tomaremos en consideración la localización, la disponibilidad de insumos, la demanda, la disponibilidad de recursos financieros, entre otras.

4.3.1. INVERSIÓN

La inversión requerida para el presente proyecto es de \$27.871,27 dólares americanos, los mismos que se cubrirán con recursos propios y financiados; para adquirir el préstamo se analizarán las distintas tasas de interés de las diferentes instituciones financieras y se considerará la alternativa más conveniente.

4.3.2. DISPONIBILIDAD DE CAPITAL

Para que un negocio pueda empezar con sus actividades debe contar con el capital necesario, ya que este servirá para la instalación de dicho negocio y solventar gastos que genere este. La disponibilidad de capital necesario para emprender esta empresa es de \$13.555,27 dólares americanos.

4.3.3. DEMANDA

De acuerdo a la información analizada en el estudio de mercado, y por tanto, para el primer año la empresa atenderá alrededor de 603 usuarios, es decir 3.020 plazas, esta cantidad de usuarios irá incrementando de acuerdo a la tasa de crecimiento del turismo.

4.3.4. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

El presente proyecto no demandará la contratación de demasiado personal, debido a que se trata de la prestación de servicios, comercialización de alojamiento dentro de viviendas en distintas parroquias de la localidad, por lo que será necesario contratar personal que se encargue de la atención al cliente y la administración.

4.3.5. CAPACIDAD OPERATIVA

La empresa contará con 29 plazas diarias, distribuidas en 12 viviendas. A continuación se presenta una tabla con el detalle:

Tabla 29: Capacidad Operativa

NÚMERO DE VIVIENDAS	PLAZAS POR VIVIENDA	PLAZAS DIARIAS	PLAZAS MENSUALES	PLAZAS AL AÑO
7	2	14	420	5.040
5	3	15	250	5.400
TOTAL		29	870	10.440

Elaborado por: La Autora

El cálculo de las plazas al año es producto de las plazas diarias por los 360 días de año comercial. ($14 \times 360 = 5.040$)

4.3.6. DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA

La planta en la que se operará se describe a continuación, tomando en consideración el área administrativa y las condiciones de las viviendas en las que se alojarán los extranjeros.

- ÁREA ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

El área administrativa y comercial dispondrá de 1 oficina (Gerencia, Contabilidad y Ventas), un espacio para que las personas puedan esperar cómodamente mientras son atendidos y las baterías sanitarias pertinentes.

Dentro de la oficina se encontraran los muebles e insumos necesarios para que las actividades que se desarrollan en cada puesto de trabajo puedan ser desarrolladas de manera eficaz y eficiente.

- VIVIENDAS TURÍSTICAS

Las viviendas tendrán la capacidad de acoger a los turistas en un espacio independiente sin perder el contacto con las demás dependencias del hogar. Por tanto las habitaciones contarán con dos o tres camas simples, literas y/o matrimoniales, veladores, un escritorio, baño privado y los servicios básicos necesarios.

4.3.7. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Ilustración 4: Distribución de la oficina

4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

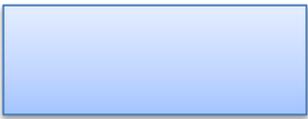
Debemos considerar aspectos propios de la ingeniería o requerimientos para la instalación y funcionamiento de la empresa, como: infraestructura civil, edificios, procesos de producción, equipo de oficina, tecnología, recursos humanos, entre otros.

4.4.1. PROCESO PRODUCTIVO

Son aquellas actividades u operaciones que se llevan a cabo en la organización y que son necesarias para la celebración de un bien o la prestación de servicios de calidad a fin de satisfacer las exigencias de los usuarios.

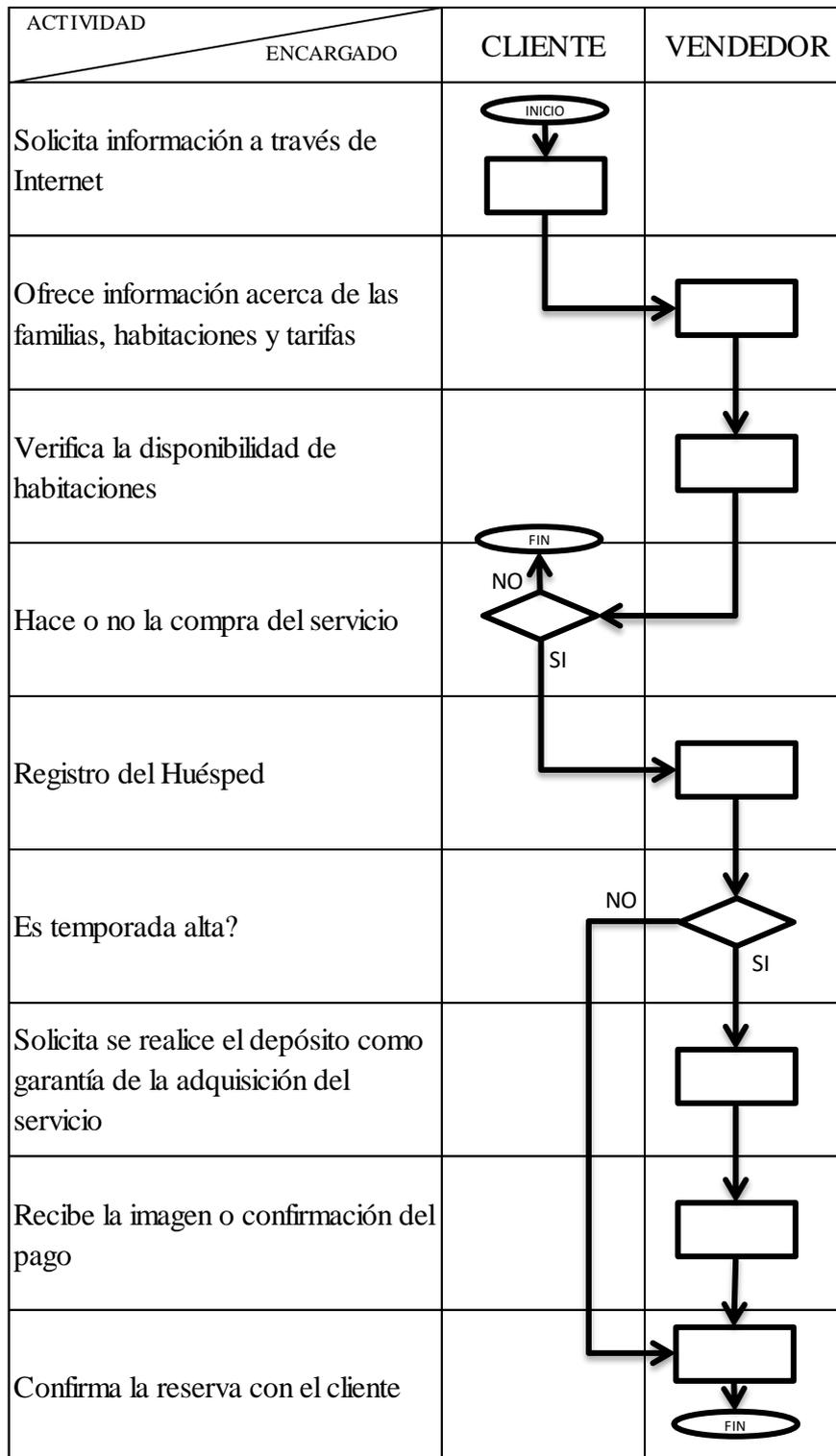
4.4.1.1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Símbolos y diagramas que son utilizados para representar a las actividades desarrolladas dentro de la empresa para el correcto funcionamiento de la misma.

SIMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Determina tanto el inicio como el fin de un proceso.
	Muestra las actividades de un proceso.
	Decisión
	Documento
	Conector (flecha)

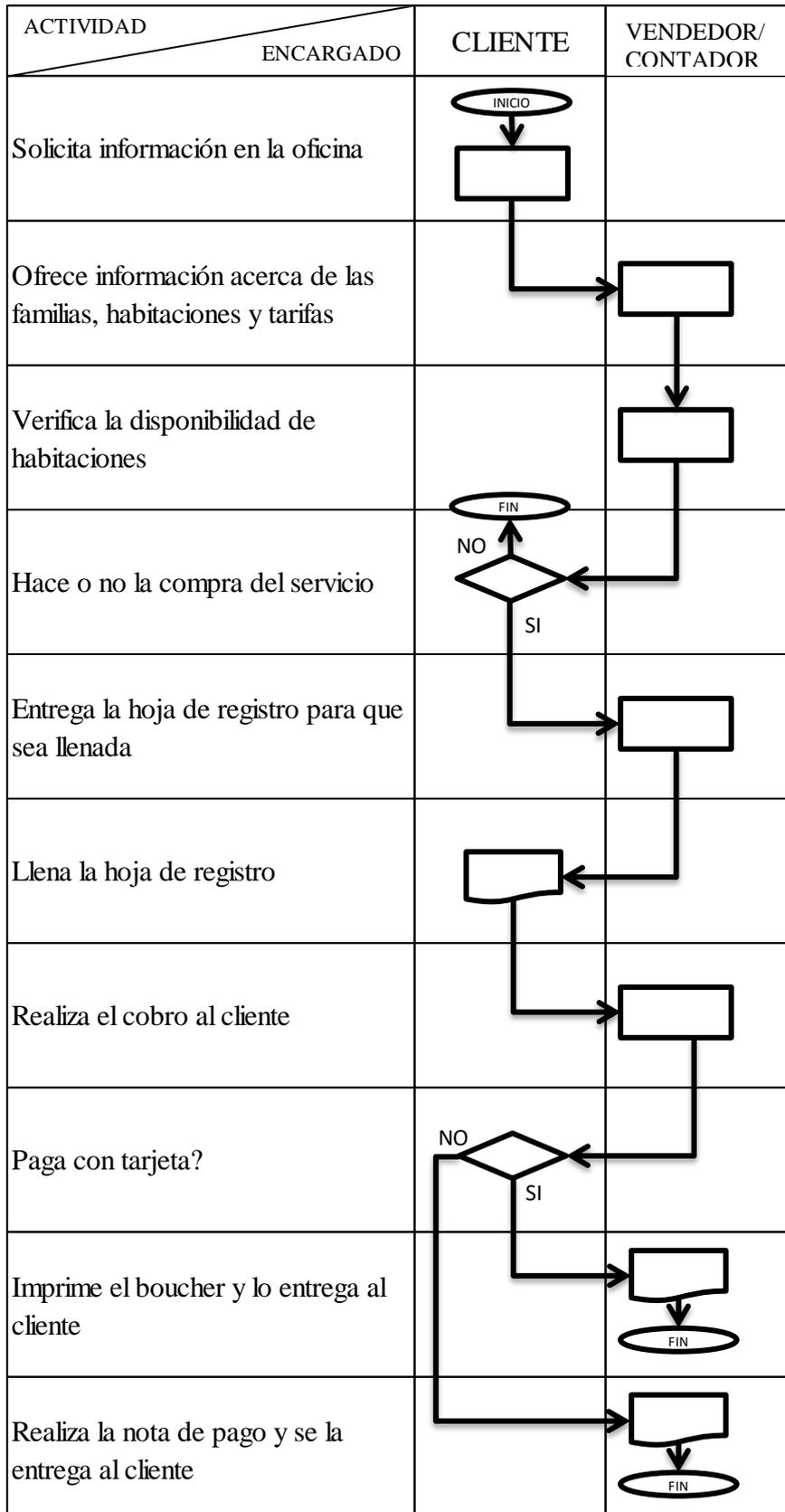
4.4.1.2. FLUJOGRAMA DE LA VENTA DEL SERVICIO A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

Cuadro 20: Flujograma venta del servicio a través de medios electrónicos



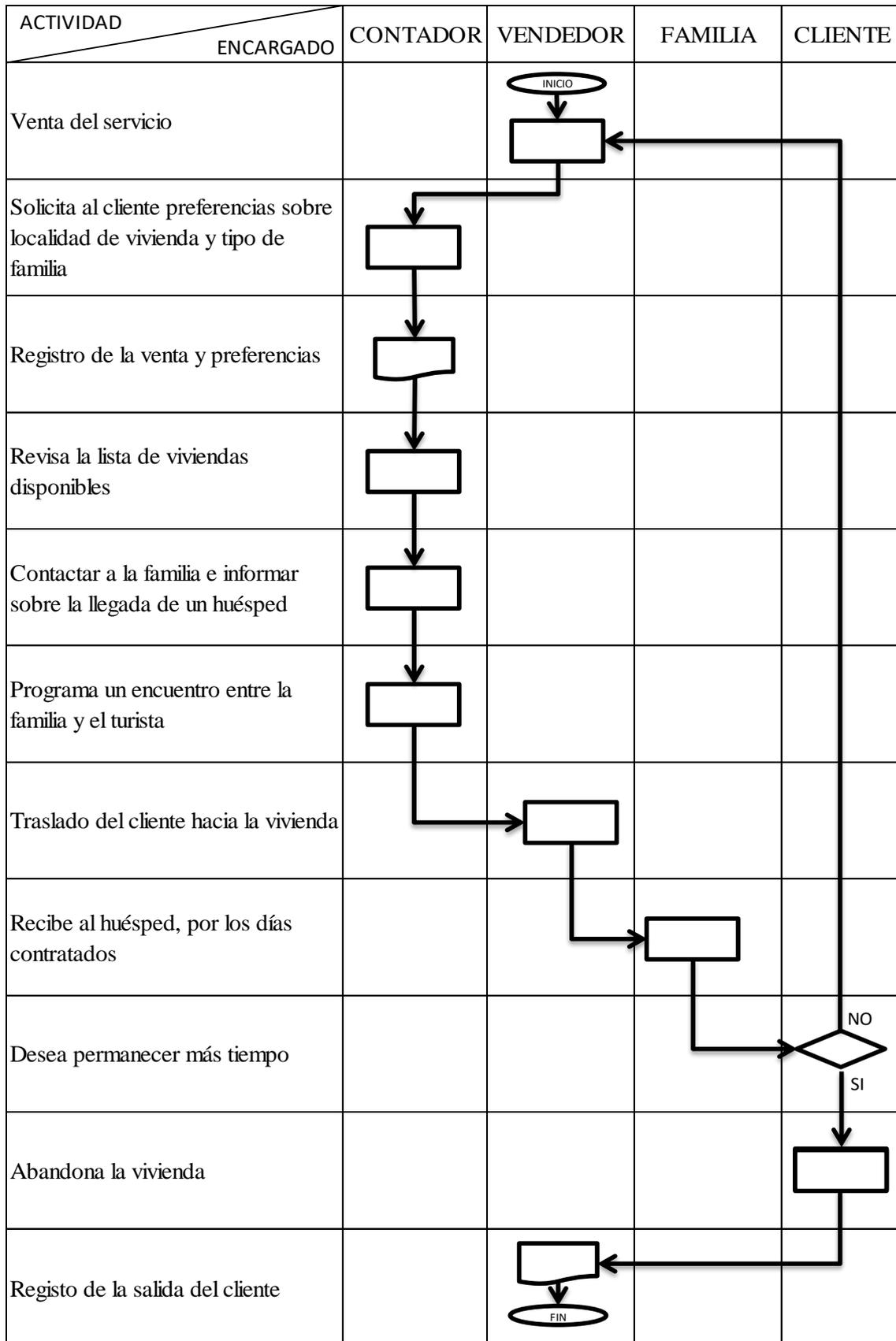
4.4.1.3. FLUJOGRAMA DE LA VENTA DEL SERVICIO REALIZADO EN LA OFICINA

Cuadro 21: Flujograma venta del servicio realizado en la oficina



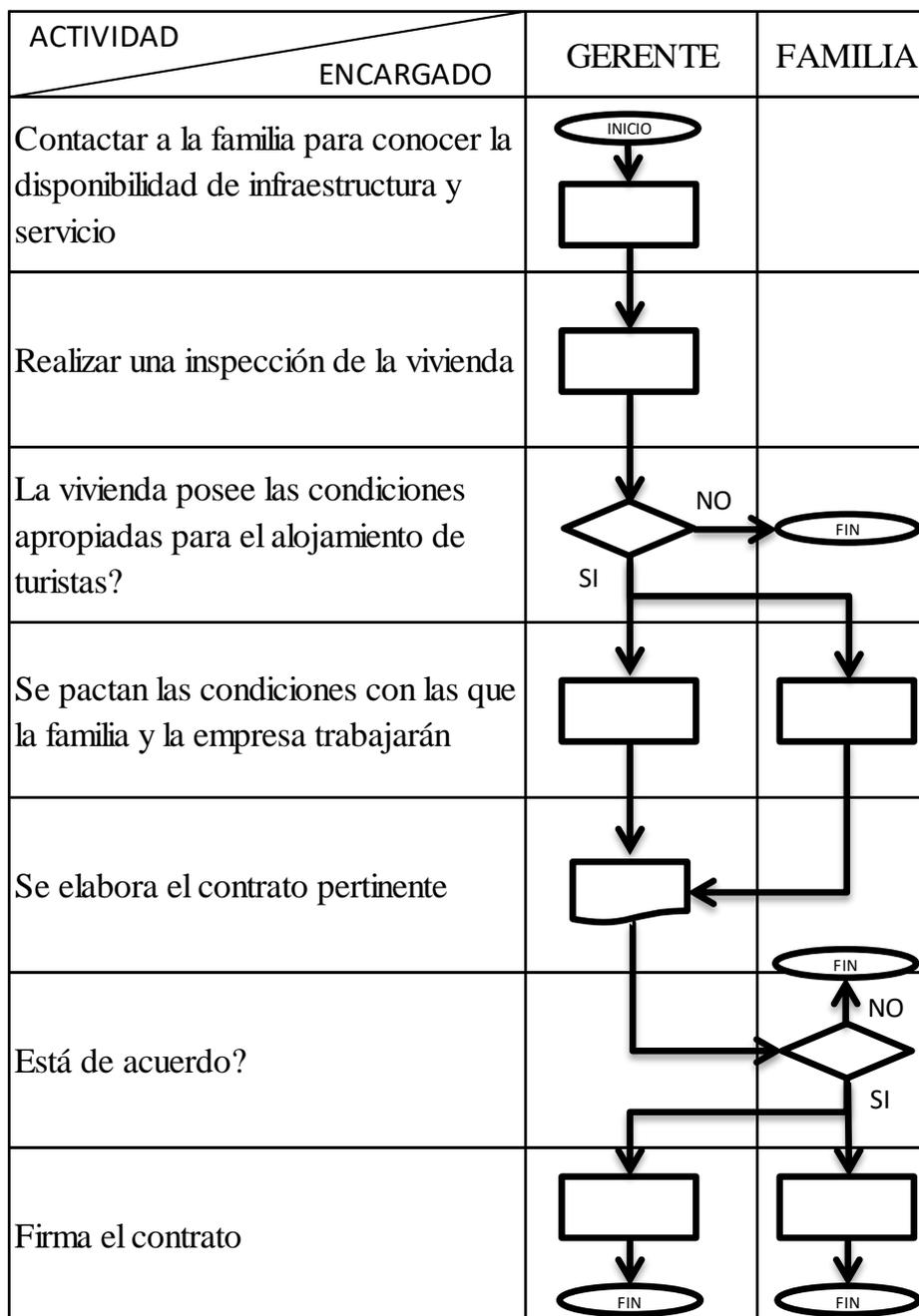
4.4.1.4. FLUJOGRAMA DE LA ASIGNACIÓN DE VIVIENDAS

Cuadro 22: Flujograma asignación de viviendas



4.4.1.5. FLUJOGRAMA DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO CON LAS FAMILIAS

Cuadro 23: Flujograma contratación del servicio con las familias



4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.5.1. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS

Los activos necesarios para iniciar con las actividades de la empresa se detallan a continuación:

4.5.1.1. MUEBLES Y ENSERES

Es el mobiliario que la empresa necesita para el funcionamiento diario de la misma, a continuación se detalla los siguientes muebles y enseres con los que contará la organización:

Tabla 30: Muebles y Enseres

ÁREA	DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	GERENCIA - CONTABILIDAD	Estación de trabajo	2	150,00	150,00
		Silla Operativa	2	50,00	100,00
		Archivador (gabeta y aéreo)	2	100,00	100,00
		Sillas Espera	4	20,00	80,00
		Basureros	2	2,00	4,00
COMERCIAL	VENTAS	Estación de trabajo	1	150,00	150,00
		Sillas Operativas	1	50,00	50,00
		Sillas Espera	6	20,00	120,00
		Archivador (gabeta y aéreo)	1	100,00	100,00
		Basureros	2	2,00	2,00
TOTAL					1.108,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.5.1.2. EQUIPO DE OFICINA

El equipo de oficina asciende a \$120,00 dólares los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 31: Equipo de oficina

ÁREA	DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	GERENCIA - CONTABILIDAD	Teléfono	2	15,00	30,00
		Pizarra	1	45,00	45,00
		Grapadora, perforadora y saca grapas	2	5,00	10,00
		Calculadora	2	5,00	10,00
COMERCIAL	VENTAS	Teléfono	1	15,00	15,00
		Grapadora, perforadora y saca grapas	1	5,00	5,00
		Calculadora	1	5,00	5,00
TOTAL					120,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.5.1.3. EQUIPO DE CÓMPUTO

El equipo de cómputo necesario para iniciar las actividades económicas de la empresa se presenta a continuación:

Tabla 32: Equipo de Computo

ÁREA	DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	GERENCIA - CONTABILIDAD	Computadora de Escritorio core i5	2	460,00	920,00
		Impresora Laser Multifunción Samsung	1	178,00	178,00
COMERCIAL	VENTAS	Computadora de Escritorio core i5	1	460,00	460,00
TOTAL					1.558,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.5.1.4. VEHÍCULO

Seguidamente se presenta los detalles del vehículo que es necesario para el desarrollo de la empresa; cabe destacar que se adquirirá un vehículo usado:

Tabla 33: Vehículo

ÁREA	DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	MARCA	CANT.	VALOR TOTAL
ADM-COM	TODOS	Furgoneta VanPass	CHERY	1	10.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborador por: La Autora

4.5.1.5. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

El detalle de las depreciaciones de los activos fijos que posee la empresa se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 34: Depreciación de activos fijos

DETALLE	CANT	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	% DEPREC	VALOR DEPREC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPREC MENS
VEHÍCULO	1	10.500,00	10.500,00	0,2	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	175,00
Estación de trabajo	3	150,00	450,00	0,1	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	3,75
Silla Operativa	3	50,00	150,00	0,1	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	1,25
Archivador (gabeta y aéreo)	3	100,00	300,00	0,1	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	2,50
Sillas Espera	10	20,00	200,00	0,1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	1,67
Basureros	4	2,00	8,00	0,1	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,07
MUEBLES Y ENSERES			1.108,00	0,50	110,80	110,80	110,80	110,80	110,80	110,80	9,23
Teléfono	3	15,00	45,00	0,1	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	0,38
Pizarra	1	45,00	45,00	0,1	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	0,38
Grapadora, perforadora y saca grapas	3	5,00	15,00	0,1	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	0,13
Calculadora	3	5,00	15,00	0,1	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	0,13
EQUIPO DE OFICINA			120,00		10,50	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50	0,88
Computadora de Escritorio core i5	3	460,00	1.380,00	0,333	459,95	459,95	459,95	459,95	0,00	0,00	38,33
Impresora Laser Multifunción Samsung	1	178,00	178,00	0,333	59,33	59,33	59,33	59,33	0,00	0,00	4,94
EQUIPO DE COMPUTO			1.558,00		519,28	519,28	519,28	519,28	0,00	0,00	43,27
ADM Y VENTA			13.286,00		2.740,58	2.740,58	2.740,58	2.740,58	2.221,30	2.221,30	228,38

Elaborado por: La Autora

4.5.2. REQUERIMIENTO DE PERSONAL

En las siguientes tablas se detalla el personal con el que contará la empresa, los mismos que estarán distribuidos en las áreas administrativas y de comercialización. Por tanto se presenta a continuación un detalle de los mismos junto a los roles de pago de los dos primeros años:

Tabla 35: Requerimiento de personal

NÓMINA	N°	REMUNERACIÓN
ADMINISTRADOR	1	700,00
VENDEDOR	1	400,00
CONTADOR	1	500,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 36: Rol de pagos año 1

NÓMINA	N°	REMUN	MESES	TOTAL	IESS PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	13° SUELDO	14° SUELDO	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	700,00	12	8.400,00	1.020,60	350,00	0,00	700,00	366,00	10.836,60
VENDEDOR	1	400,00	12	4.800,00	583,20	200,00	0,00	400,00	366,00	6.349,20
CONTADOR	1	500,00	12	6.000,00	729,00	250,00	0,00	500,00	366,00	7.845,00
TOTAL	3			19.200,00	2.332,80	800,00	0,00	1.600,00	1.098,00	25.030,80

Elaborado por: La Autora

Tabla 37: Rol de pagos año 2

NÓMINA	N°	REMUN	MESES	TOTAL	IESS PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	13° SUELDO	14° SUELDO	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	700,00	12	8.400,00	1.020,60	350,00	700,00	700,00	366,00	11.536,60
VENDEDOR	1	400,00	12	4.800,00	583,20	200,00	400,00	400,00	366,00	6.749,20
CONTADOR	1	500,00	12	6.000,00	729,00	250,00	500,00	500,00	366,00	8.345,00
TOTAL	3			19.200,00	2.332,80	800,00	1.600,00	1.600,00	1.098,00	26.630,80

Elaborado por: La Autora

4.5.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.5.3.1. ADQUISICIÓN DEL SERVICIO

A continuación se presenta el detalle de la adquisición del servicio de hospedaje para el primer año de funcionamiento de la empresa:

Tabla 38: Precio adquisición servicio de alojamiento

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
Habitación	13,00
Comidas	5,00
TOTAL	18,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Tabla 39: Adquisición mensual del servicio

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL
Habitación, comida por día y por persona	252	18,00	4.536,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 40: Adquisición anual del servicio

DETALLE	AÑO 1
CANTIDAD ANUAL	3.020
VALOR UNITARIO	18,00
VALOR TOTAL	54.360,00

Elaborado por: La Autora

4.5.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos se componen de los siguientes rubros:

Tabla 41: Gastos Administrativos

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1
NÓMINA	1.200,00	18.681,60
SERVICIOS BÁSICOS	441,63	5.299,60
MANTENIMIENTO VEHÍCULO	80,00	960,00
TOTAL	1.721.63	24.941,20

Elaborado por: La Autora

a) Nómina

Tabla 41a: Nómina (Gastos Administrativos)

DETALLE	REMUNERACIÓN MENSUAL	BENEFICIOS ANUAL	REMUNERACIÓN AÑO 1
GERENTE	700,00	2.436,60	10.836,60
CONTADOR	500,00	1.845,00	7.845,00
TOTAL	1.200,00	4.281,60	18.681,60

Elaborado por: La Autora

b) Servicios Básicos

Tabla 41b: Servicios Básicos (Gastos Administrativos)

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1
Arriendo	350,00	4.200,00
Luz Eléctrica	30,00	360,00
Agua Potable	10,00	120,00
Internet y Teléfono	30,00	360,00
Suministros de Oficina	16,63	199,60
Equipo de Aseo	5,00	60,00
TOTAL	441,63	5.299,60

Elaborado por: La Autora

c) Suministros de Oficina

Los suministros de oficina que serán necesarios para desarrollar diariamente las actividades de la empresa se detallan en la siguiente tabla, sin embargo hay que aclarar que la adquisición de ciertos productos se lo realizará de manera mensual, trimestral, o semestral.

Tabla 41c: Suministros de oficina (Gastos Administrativos)

ÁREA	DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA - COMERCIAL	GERENCIA - ADMINISTRATIVA - COMERCIAL -	Resma de Papel Bond	5	3,25	16,25
		Caja Esfero Gráfico Azul (24 unid)	2	5,50	11,00
		Caja Esfero Gráfico Negro (24 unid)	2	5,50	11,00
		Caja Lápices (24 unid)	2	5,00	10,00
		Carpetas de Cartón	50	0,30	15,00
		Archivador (carpeta)	5	3,50	17,50
		Toner recargable	3	30,00	90,00
		Grapas (caja)	1	2,50	2,50
		Marcadores de Tiza Líquida	6	0,60	3,60
		Resaltadores	6	0,80	4,80
		Borradores	1	3,50	3,50
		Clips	4	1,00	4,00
		Goma Adhesiva	4	0,80	3,20
		Folders y Sobres Manila (100 unid)	1	6,00	6,00
		Cinta Adhesiva	5	0,25	1,25
		TOTAL ANUAL			
TOTAL MENSUAL					16,63

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

d) Materiales de Aseo

Los materiales necesarios para el aseo diario de las instalaciones de la empresa se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 41d: Materiales de aseo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escobas	2	1,50	3,00
Trapeador	2	2,00	4,00
Recogedores	2	1,50	3,00
Desinfectante	4	3,50	14,00
Paños	8	1,00	8,00
Baldes	1	2,00	2,00
Papel Higiénico	6	1,00	6,00
Ambiental	4	2,50	10,00
Cera para Muebles	2	5,00	10,00
TOTAL ANUAL			60,00
TOTAL MENSUAL			5,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

e) Mantenimiento de Vehículo

Tabla 41e: Mantenimiento de Vehículo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento Vehículo (Furgoneta VanPass)	80,00	960,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.5.5. GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta se componen del siguiente detalle:

Tabla 42: Gastos de Ventas

DETALLE	VALOR	AÑO 1
NÓMINA	400,00	6.349,20
PUBLICIDAD	140,00	220,00
TOTAL	540,00	6.569,20

Elaborado por: La Autora

a) Nómina

Tabla 42a: Nómina (Gastos de Ventas)

DETALLE	REMUNERACIÓN MENSUAL	BENEFICIOS ANUAL	AÑO 1
VENDEDOR	400,00	1.549,20	6.349,20

Elaborado por: La Autora

b) Publicidad

Tabla 42b: Publicidad (Gastos de Ventas)

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1
Flayers 1000 u (cada 4 meses)	40,00	120,00
Banners Publicitarios	100,00	100,00
TOTAL	140,00	220,00

Elaborado por: La Autora

4.5.6. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Los gastos de constitución que son necesarios para que la empresa pueda emprender sus actividades son:

Tabla 43: Gastos de Constitución

DETALLE	VALOR
Apertura Cuenta	200,00
Registro Notaría Pública	100,00
Registro Mercantil	100,00
Pago Patente	20,00
Trámite RUC	10,00
Pago Bomberos	100,00
Otros	500,00
TOTAL	1030,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.6. CAPITAL DE TRABAJO

Es una parte de la inversión que se utiliza para iniciar las actividades de la empresa, está compuesto por los costos de venta, gastos administrativos y gastos de ventas, los rubros y valores con los que cuenta la organización se detallan así:

Tabla 44: Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR 2 MESES
COSTO DE VENTAS	4.536,00	9.072,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.721,63	3.443,27
GASTOS DE VENTA	540,00	1.040,00
TOTAL	6.797,63	13.555,27

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El estudio financiero es el procesamiento de datos financieros, contables y económicos de las investigaciones realizadas en el estudio de mercado y técnico del proyecto, los mismos que facilitarán la verificación de los resultados que generarán el presente estudio, así también los estados financieros proyectados y liquidez para poder cumplir con sus operaciones.

5.2. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores financieros.

5.3. INVERSIÓN

La inversión es el dinero utilizado en los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo que son necesarios para que la empresa pueda iniciar sus operaciones.

A continuación se presenta la tabla resumen de la inversión necesaria para el presente proyecto:

Tabla 45: Inversión

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	47,67%	13.286,00
ACTIVOS DIFERIDOS	3,70%	1.030,00
CAPITAL DE TRABAJO	48,64%	13.555,27
TOTAL	100%	27.871,27

Elaborado por: La Autora

5.3.1. FINANCIAMIENTO

Para la estructura del financiamiento, se tomará en consideración los siguientes datos, el 17,94% de la inversión es financiada y el 82,06% restante es aporte propio.

Tabla 46: Financiamiento

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR
CAPITAL PROPIO	82,06%	22.871,27
CAPITAL FINANCIADO	17,94%	5.000,00
TOTAL	100%	27.871,27

Elaborado por: La Autora

La Corporación Financiera Nacional a través del Ministerio de Turismo financia créditos para proyectos turísticos, por tanto se accede al mismo debido a los servicios que prestará la empresa. Los préstamos para este tipo de empresas tienen tasas de interés que oscilan entre el 9,75% y el 11,15%.

A continuación se presenta la tabla de amortización del crédito por un monto de \$5.000,00 usd con una tasa de interés de 11,15%, para el plazo de 5 años:

Tabla 47: Tabla de Amortización

MONTO		5.000,00			
TASA DE INTERES		11,15%			
CUOTA		\$ 1.357,96			
TIEMPO		5 AÑOS			
AÑO	MONTO DE LA DEUDA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	SALDO DE LA DEUDA
1	5.000,00	1.357,96	557,50	800,46	4.199,54
2	4.199,54	1.357,96	468,25	889,71	3.309,83
3	3.309,83	1.357,96	369,05	988,91	2.320,91
4	2.320,91	1.357,96	258,78	1.099,18	1.221,74
5	1.221,74	1.357,96	136,22	1.221,74	0,00

Elaborado por: La Autora

5.4. PROYECCIONES

5.4.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Los ingresos que obtendrá la empresa proceden de la venta del servicio de hospedaje, donde se estimó la demanda de turistas en base a la demanda insatisfecha, esta se proyectará con el 6% de la tasa de crecimiento del turismo para el cantón Otavalo.

Los precios se proyectan en relación a la tasa de inflación para el 2015 que es 3,38%:

Tabla 48: Presupuesto de Ingresos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD					
ALOJAMIENTO	3.020	3.201	3.393	3.597	3.813
VALOR UNITARIO	30,00	31,80	33,70	35,73	37,87
VALOR TOTAL	90.587,64	101.784,27	114.364,80	128.500,29	144.382,93

Elaborado por: La Autora

5.4.2. PROYECCIÓN DE GASTOS

Para los egresos se tomará en consideración los costos de la adquisición del servicio, gastos administrativos, los gastos de venta, gastos financieros y gastos de constitución que se estiman son necesarios para el desarrollo de las actividades normales de la empresa.

A continuación se presenta el detalle de los egresos y su proyección para los próximos cinco años, los valores se proyectan en relación a la tasa de inflación (3,38%):

Tabla 49: Proyección de Gastos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTAS	54.360,00	59.569,21	65.277,61	71.533,03	78.387,90
GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	24.941,20	26.117,94	27.000,72	27.913,35	28.856,82
GASTOS VENTAS	6.569,20	6.873,26	7.105,57	7.345,74	7.594,03
GASTOS FINANCIEROS	557,50	468,25	369,05	258,78	136,22
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
TOTAL	86.633,90	93.234,65	99.958,95	107.256,90	115.180,97

Elaborado por: La Autora

5.4.2.1. PROYECCIÓN DEL COSTO DE VENTAS

La adquisición del servicio de hospedaje se proyecta de acuerdo a la tasa del crecimiento del turismo y con la tasa de inflación del 3,38%:

Tabla 50: Proyección de adquisición del servicio de hospedaje

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD ANUAL	3.020	3.201	3.393	3.597	3.813
VALOR UNIT	18,00	18,61	19,24	19,89	20,56
VALOR TOTAL	54.360,00	59.569,21	65.277,61	71.533,03	78.387,90

Elaborado por: La Autora

5.4.2.2. PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos se proyectan con el 3,38% que representa la tasa de inflación, a continuación se muestra en detalle:

Tabla 51: Proyección Gastos Administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NÓMINA	18.681,60	19.646,76	20.310,82	20.997,33	21.707,04
SERVICIOS BÁSICOS	5.299,60	5.478,73	5.663,91	5.855,35	6.053,26
MANTENIMIENTO VEHÍCULO	960,00	992,45	1.025,99	1.060,67	1.096,52
TOTAL	24.941,20	26.117,94	27.000,72	27.913,35	28.856,82

Elaborado por: La Autora

- **Nómina:**

Tabla 51a: Proyección de Sueldos (Gastos Administrativos)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	10.836,60	11.536,60	11.926,54	12.329,65	12.746,40
CONTADOR	7.845,00	8.110,16	8.384,28	8.667,67	8.960,64
TOTAL	18.681,60	19.646,76	20.310,82	20.997,33	21.707,04

Elaborado por: La autora

- **Servicios Básicos:**

Tabla 51b: Proyección Servicios Básicos (Gastos Administrativos)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	4.200,00	4.341,96	4.488,72	4.640,44	4.797,28
Luz Eléctrica	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20
Agua Potable	120,00	124,06	128,25	132,58	137,07
Internet y teléfono	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20
Suministros de Oficina	199,60	206,35	213,32	220,53	227,99
Equipo de Aseo	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53
TOTAL	5.299,60	5.478,73	5.663,91	5.855,35	6.053,26

Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento Vehículo:**

Tabla 51c: Proyección Mantenimiento de Vehículo (Gastos Administrativos)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Vehículo (Furgoneta VanPass)	960,00	992,45	1.025,99	1.060,67	1.096,52

Elaborado por: La Autora

5.4.2.3. PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas se proyectan con la tasa de inflación del 3,38%:

Tabla 52: Proyección de Gastos de Ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NÓMINA	6.349,20	6.749,20	6.977,32	7.213,16	7.456,96
PUBLICIDAD	220,00	124,06	128,25	132,58	137,07
TOTAL	6.569,20	6.873,26	7.105,57	7.345,74	7.594,03

Elaborado por: La Autora

- **Nómina:**

Tabla 52a: Proyección Sueldos (Gastos de Ventas)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENDEDOR	6.349,20	6.749,20	6.977,32	7.213,16	7.456,96
TOTAL	6.349,20	6.749,20	6.977,32	7.213,16	7.456,96

Elaborado por: La Autora

- **Publicidad**

Tabla 52b: Proyección de Publicidad (Gastos de Ventas)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLAYERS 1000 (CADA 4 MESES)	120,00	124,06	128,25	132,58	137,07
BANNERS	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	220,00	124,06	128,25	132,58	137,07

Elaborado por: La Autora

5.4.2.4. PROYECCIÓN DE LOS GASTOS FINANCIEROS

Dentro de este rubro se consideran solamente los intereses que genera el crédito obtenido. Seguidamente se presenta la tabla que detalla los gastos financieros:

Tabla 53: Gastos Financieros

AÑO	INTERÉS
1	557,50
2	468,25
3	369,05
4	258,78
5	136,22
TOTAL	1.789,80

Fuente: Tabla 60

Elaborado por: La Autora

5.4.2.5. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Los gastos de constitución se determinan en base a los activos diferidos; estos gastos se amortizan a 5 años con una tasa de 20%. A continuación se presenta el detalle de dicha operación:

Tabla 54: Amortización Gastos de Constitución

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Apertura Cuenta	200,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Registro Notaría Pública	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Registro Mercantil	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Pago Patente	20,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Trámite RUC	10,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Pago Bomberos	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Otros	500,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL	1.030,00	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00

Fuente: Tabla 56

Elaborado por: La Autora

5.5. ESTADOS FINANCIEROS

5.5.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El Estado de Situación Inicial contendrá todos los rubros que constituirán los activos, pasivos y patrimonio que poseerá la empresa al momento de iniciar sus actividades comerciales.

Tabla 55: Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		Cuentas por Pagar	5.000,00
Bancos	13.555,27	TOTAL PASIVOS	5.000,00
ACTIVOS FIJOS			
Muebles y Enseres	1.108,00	PATRIMONIO	
Equipo de Computo	1.558,00	Capital	22.871,27
Equipo de Oficina	120,00	TOTAL PATRIMONIO	22.871,27
Vehículo	10.500,00		
OTROS ACTIVOS			
Activos Diferidos	1.030,00		
TOTAL ACTIVOS	27.871,27	TOTAL PASIVO + PAT	27.871,27

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS

El presente Estado de Resultados tiene como propósito mostrar los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los siguientes cinco años:

Tabla 56: Estado de Resultados

DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	90.587,64	101.784,27	114.364,80	128.500,29	144.382,93
COSTO ADQUISICIÓN SERVICIO	54.360,00	59.569,21	65.277,61	71.533,03	78.387,90
UTILIDAD BRUTA	36.227,64	42.215,06	49.087,19	56.967,26	65.995,03
GASTOS ADMINISTRATIVOS	24.941,20	26.117,94	27.000,72	27.913,35	28.856,82
GASTOS VENTAS	6.569,20	6.873,26	7.105,57	7.345,74	7.594,03
AMORTIZACION INTANGIBLES	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
DEPRECIACIONES	2.740,58	2.740,58	2.740,58	2.221,30	2.221,30
COSTOS FINANCIEROS	557,50	468,25	369,05	258,78	136,22
UTILIDAD ANTES PART. TRAB	1.213,15	5.809,04	11.665,27	19.022,09	26.980,66
PART. TRAB. 15%	181,97	871,36	1.749,79	2.853,31	4.047,10
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	1.031,18	4.937,68	9.915,48	16.168,78	22.933,56
IMPTO RENTA 22%	226,86	1.086,29	2.181,41	3.557,13	5.045,38
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	804,32	3.851,39	7.734,08	12.611,65	17.888,18

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

5.5.3. FLUJO DE CAJA

La proyección del Flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados de este. A continuación se presenta el detalle del flujo de caja:

Tabla 57: Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		90.587,64	101.784,27	114.364,80	128.500,29	144.382,93
Costo de Adquisición del servicio		-54.360,00	-59.569,21	-65.277,61	-71.533,03	-78.387,90
Gastos Administración		-24.941,20	-26.117,94	-27.000,72	-27.913,35	-28.856,82
Gastos de Ventas		-6.569,20	-6.873,26	-7.105,57	-7.345,74	-7.594,03
Interés préstamo		-557,50	-468,25	-369,05	-258,78	-136,22
Depreciación		-2.740,58	-2.740,58	-2.740,58	-2.221,30	-2.221,30
Amortización intangible		-206,00	-206,00	-206,00	-206,00	-206,00
Utilidad antes de impuesto		1.213,15	5.809,04	11.665,27	19.022,09	26.980,66
Impuesto		-408,83	-1.957,65	-3.931,20	-6.410,45	-9.092,48
Utilidad neta		804,32	3.851,39	7.734,08	12.611,65	17.888,18
Depreciación		2.740,58	2.740,58	2.740,58	2.221,30	2.221,30
Amortización intangible		206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
Inversión Inicial	-14.316,00					
Inversión capital de trabajo	-13.555,27					
Préstamo	5.000,00					
Amortización de deuda		800,46	889,71	988,91	1.099,18	1.221,74
Flujo de caja	-22.871,27	2.950,44	5.908,26	9.691,74	13.939,77	19.093,74

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1. TASA DE RENDIMIENTO MEDIA

La tasa de rendimiento media posee dos componentes los cuales son el costo de capital, tanto para el aporte de los inversionistas como para el financiamiento y el nivel de riesgo en inversiones en el país.

Tabla 58: Tasa de Rendimiento Media

CAPITAL	CANTIDAD	% DE APORT.	INTERÉS	PONDERAC.
INVERSIONISTA	22.871,27	82,06%	12,88%	10,57%
BANCO	5.000,00	17,94%	11,15%	2,00%
TASA DE RENDIMIENTO MEDIA				12,57%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

La tasa de rendimiento media es lo mínimo que se puede ganar para operar, caso contrario no se podría realizar el pago de los intereses generados por el crédito.

5.6.2. VALOR ACTUAL NETO

A través de la determinación del VAN se puede establecer el valor presente de los flujos de efectivo y también se podrá evaluar la inversión de capital utilizado en éste período, descontados a la tasa de descuento del 12,57%.

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$\text{Flujos Netos Actualizados} = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNn}{(1+i)^n}$$

Tabla 59: Valor Actual Neto

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO
1	2.950,44	2.620,98
2	5.908,26	4.662,44
3	9.691,74	6.794,10
4	13.939,77	8.680,86
5	19.093,74	10.562,70
TOTAL		33.321,07

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

Aplicación de la Fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 33.321,07 - 22.871,27$$

$$VAN = 10.449,81$$

En vista de que el Van del presente proyecto es mayor a cero (0), significa que éste si es factible y se justifica su inversión.

5.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno es la tasa de interés que permite que el VAN sea igual a cero, por lo que la TIR muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados para obtener un VAN positivo y negativo.

Para determinar la TIR se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = TM - \left[\frac{(TM - Tm) VANM}{VANM - VANm} \right]$$

Dónde:

Tm	Tasa Menor	24%
TM	Tasa Mayor	26%
VANm	VAN Menor	843,02
VANM	VAN Mayor	-420,30

Tabla 60: Determinación de la TIR

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	ACTUALIZADO CON 26%	ACTUALIZADO CON 24%
0		-22.871,27	-22.871,27
1	2.950,44	2.341,62	2.379,39
2	5.908,26	3.721,50	3.842,52
3	9.691,74	4.844,96	5.083,20
4	13.939,77	5.530,61	5.896,15
5	19.093,74	6.012,27	6.513,02
VAN		-420,30	843,02

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

Aplicación de la Fórmula:

$$TIR = TM - \left[\frac{(TM - Tm) VANM}{VANM - VANm} \right]$$

$$TIR = 26\% - \left[\frac{(26\% - 24\%) - 420,30}{-420,30 - 843,02} \right]$$

$$TIR = 25,33\%$$

Parámetros para determinar si el proyecto es viable o no:

TIR < 0; No Viable

TIR > 0; Viable

TIR = 0; Indiferente

En este caso el proyecto es viable ya que tiene una TIR de 25,33%, lo que supera al costo de oportunidad de 12,57%.

5.6.4. COSTO BENEFICIO

La relación costo – beneficio muestra el valor que tiene la inversión con relación a los beneficios y costos, así también esta relación sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos aplicando la tasa de descuento del 12,57%.

Para el cálculo de la relación costo – beneficio se aplicará las siguientes fórmulas:

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Aplicación de Fórmulas:

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{33.321,07}{27.871,27}$$

$$\frac{C}{B} = 1,20$$

Esta relación figura que por cada dólar invertido se va a tener una recuperación de 0,20 centavos de dólar.

Tabla 61: Relación Costo Beneficio

AÑO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	GASTOS	GASTOS ACTUALIZADOS
1	90.587,64	80.472,16	89.374,48	79.394,47
2	101.784,27	80.321,93	95.975,23	75.737,79
3	114.364,80	80.171,98	102.699,53	71.994,39
4	128.500,29	80.022,31	109.478,20	68.176,48
5	144.382,93	79.872,91	117.402,27	64.947,16
TOTAL	579.619,93	400.861,29	514.929,71	360.250,30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{400.861,29}{360.250,30}$$

$$\frac{C}{B} = 1,11$$

Esto significa que por cada dólar de egreso, el proyecto destinará 0,11 centavos de dólar de los ingresos para poder cubrir los gastos.

5.6.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

A continuación se presenta el período en el que se recupera la inversión:

Tabla 62: Período de Recuperación de la Inversión (Flujos Netos Actualizados)

AÑO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	2.620,98	2.620,98
2	4.662,44	7.283,42
3	6.794,10	14.077,52
4	8.680,86	22.758,38
5	10.562,70	33.321,07

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

En base al cuadro anteriormente expuesto se analiza que la recuperación de la inversión será así:

- **Inversión en años:**

$$\text{Años} = 4 = 22.758,38$$

- **Inversión en meses:**

$$\text{Meses} = (10.562,70/12) = 880,2246$$

$$= 880,2246 \times 5 \text{ meses}$$

$$= 4.401,12$$

$$\text{Inversión} = 22.758,38 + 4.401,12 = 27.159,50$$

$$= 27.871,27 - 27.159,50 = 711,77$$

- **Inversión en días:**

$$\text{Días} = (10.562,70/365) = 28,94$$

$$= (711,77/28,94) = 25 \text{ días}$$

El período de recuperación de la inversión será en 4 años, 5 meses y 25 días.

Tabla 63: Período de Recuperación

PERÍODO	INVERSIÓN
4 Años	22.758,38
5 Meses	4.401,12
25 Días	711,77
TOTAL	27.871,27

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

5.6.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de este proyecto tanto en días de hospedaje como en dólares se calculará aplicando las siguientes fórmulas:

$$PEQ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta Unit.} - \text{Costo Variable Unit.}}$$

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unit.}}{\text{Precio de Venta Unit.}}}$$

Para la determinación del punto de equilibrio se calcularán los costos fijos y variables así:

- Costos Fijos

Tabla 64: Costos Fijos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	24.941,20	26.117,94	27.000,72	27.913,35	28.856,82
GASTOS DE VENTA	6.569,20	6.873,26	7.105,57	7.345,74	7.594,03
GASTOS FINANCIEROS	557,50	468,25	369,05	258,78	136,22
GASTOS DE CONSTITUCION	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
DEPRECIACIONES	2.740,58	2.740,58	2.740,58	2.221,30	2.221,30
TOTAL COSTOS FIJOS	35.014,48	36.406,02	37.421,92	37.945,17	39.014,37

Elaborado por: La Autora

- **Costos Variables**

Tabla 65: Costos Variables

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO ADQ. SERV.	54.360,00	59.569,21	65.277,61	71.533,03	78.387,90
TOTAL COSTOS VARIABLES	54.360,00	59.569,21	65.277,61	71.533,03	78.387,90

Elaborado por: La Autora

- **Punto de Equilibrio**

Tabla 66: Punto de Equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PV UNIT	30,00	31,80	33,70	35,73	37,87
COSTOS FIJOS	35.014,48	36.406,02	37.421,92	37.945,17	39.014,37
COSTOS VARIABLES	18,00	18,61	19,24	19,89	20,56
PUNTO DE EQUILIBRIO Q	2.919	2.761	2.587	2.396	2.254
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	35.013,88	87.778,16	87.186,70	85.592,41	85.355,04

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Para que la empresa sea competitiva y exitosa es de vital importancia se encuentre organizada correctamente desde el inicio, posea una estructura organizativa y funcional clara de manera que las personas que conforman la empresa tengan metas y objetivos conjuntos hacia los cuales se debe llegar como un equipo, por ello es necesario determinar los aspectos como un plan estratégico, las bases legales sobre las cuales debe registrarse la misma, entre otros.

6.1. OBJETIVO GENERAL

Efectuar la propuesta administrativa a través de la estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros del proyecto.

6.2. ASPECTOS LEGALES PARA LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA

6.2.1. FIGURA JURÍDICA DE LA EMPRESA

La empresa “El Mejor Tambo” pertenecerá al sector privado ya que el propietario es una persona natural que no tienen ninguna vinculación con el Estado, asimismo esta empresa se registrará por las leyes ecuatorianas, principalmente por la Ley de Compañías, su reglamento y estatutos.

La empresa es de nacionalidad ecuatoriana, la misma que tendrá su domicilio en la ciudad de Otavalo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

La empresa será de tipo comercial debido a que se encargará de comercializar el servicio de hospedaje dentro de familias del cantón Otavalo, este servicio será ofertado principalmente a turistas extranjeros.

6.2.2. APORTE DE CAPITAL

Para la constitución de la empresa “El Mejor Tambo” el aporte de capital se lo realizará mediante la contribución de fondos propios, sin embargo también se realizará un crédito bancario en la CFN.

6.2.3. REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

Para que la empresa funcione legalmente dentro del cantón Otavalo, se deberá cumplir con varios requisitos y trates que son primordiales. A continuación se detallan dichos requerimientos:

a) Elaboración de la Escritura Pública:

Se elaborará un documento que será firmado por un abogado, en éste se detalla la información de la empresa, nombre del propietario, el capital aportado y demás requisitos que se solicitare.

b) Servicio de Rentas Internas – Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Original y copia de la cédula de identidad y certificado de votación de los socios
- Formulario correspondiente debidamente lleno

c) Patente Municipal

- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de la cedula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Datos del representante legal: dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la empresa
- Certificado del contador del capital de operación con el que inicia las actividades

d) Permiso Cuerpo de Bomberos

- Informe favorable de inspección realizada por el inspector del cuerpo de bomberos
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la patente municipal

e) Registro Ministerio de Turismo

Este registro se lo hace a través del portal del Ministerio de Turismo (siete.turismo.gob.ec)

f) Licencia Anual de Funcionamiento

Tanto las personas naturales como jurídicas que presten servicios turísticos deben obtener o renovar la licencia anual de funcionamiento para esto los requisitos son:

- Certificado del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)
- Copia del RUC
- Copia de la escritura de constitución
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Lista de precios, original y copia
- Escritura del lugar donde funcionará la empresa

Con todos estos requisitos el MINTUR realiza una inspección y elabora un informe cumpliendo con otros requisitos que solicita la Dirección de Turismo, estos son:

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Pago del 1x1000 del MINTUR
- Permiso de suelo
- Patente municipal

6.3. NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA

La empresa se dedicará a la prestación de servicios, será un intermediario de servicios turísticos, en este caso de alojamiento en viviendas turísticas y tendrá como razón social:

“El Mejor Tambo”

Llevará este nombre debido a que los lugares de alojamiento eran conocidos por nuestros antepasados como “Tambos” y “El Mejor” por la excelencia del servicio que se prestará en cada una de las viviendas.

6.3.1. LOGOTIPO Y ESLOGAN

El logotipo de El Mejor Tambo es el diseño de una vivienda que es lo que se ofertará, un lugar de alojamiento dentro de ella, lo que concuerda con el eslogan “Home to Share” (Un hogar para compartir)



Ilustración 5: Logotipo Empresa "El Mejor Tambo"

Por otro lado la empresa también manejará publicidad, es por ello que se presenta a continuación el modelo de uno de los banners que utilizará:



Ilustración 6: Modelo de banner publicitario

6.4. BASE FILOSÓFICA EMPRESARIAL

6.4.1. MISIÓN

Ofertar alojamiento para turistas que visitan el cantón Otavalo y el norte de la serranía ecuatoriana insertando a los mismos dentro de familias otavaleñas; permitiendo así un intercambio cultural entre los visitantes y las familias del sector, afianzar lazos de amistad y el enriquecimiento y disfrute de la convivencia intercultural; contribuyendo así al desarrollo turístico del cantón.

6.4.2. VISIÓN

Para el año 2021 “El Mejor Tambo” será una de las empresas líderes en el mercado a nivel cantonal y provincial, brindando servicios de hospedaje con calidad y calidez, a través del mejoramiento continuo de procesos e instalaciones, facilitar el aprendizaje mutuo entre visitantes y habitantes así como la implantación de una actividad económica sostenible.

6.4.3. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Los objetivos organizacionales que El Mejor Tambo se propondrá a corto, mediano y largo plazo son:

- Consolidarse en el posicionamiento local.
- Garantizar la satisfacción de nuestros clientes.
- Lograr el desarrollo integral de la empresa mejorando la calidad del servicio.
- Incrementar el número de clientes en un determinado tiempo, pensando siempre en ser conocidos a nivel provincial y nacional.
- Tener un desempeño financiero eficaz a largo plazo.

6.4.4. PRINCIPIOS Y VALORES

Los principios y valores de la organización son un marco de referencia que orientará y regulará la vida de la misma, respaldarán las buenas prácticas éticas y demostrará el grado de solidez de la cultura organizacional ya que estos son la base para la identidad y mentalidad de los integrantes de ésta.

▪ PRINCIPIOS

El Mejor Tambo aplicará los siguientes principios corporativos:

a) Calidad y excelencia:

Ofrecer atención de calidad buscando siempre la excelencia, respondiendo de manera oportuna a las necesidades del cliente.

b) Trabajo en equipo:

Formar un grupo de trabajo en el que prime la colaboración, la eficiencia y la eficacia encaminadas a la consecución de metas y objetivos.

c) Mejoramiento continuo:

Perfeccionar procesos a través de la innovación y mejorar la calidad del servicio hará que la empresa sea más competitiva y sobre todo tenga más aceptación de los usuarios.

d) Compromiso:

Realizar actividades individuales y en equipo con la mejor actitud y predisposición para cumplir oportunamente con la prestación del servicio.

e) Responsabilidad Social:

La empresa está comprometida con el desarrollo individual, social y económico del cantón, impulsando el trabajo individual y familiar.

▪ VALORES

Los valores corporativos que se aplicarán dentro de El Mejor Tambo son:

a) Respeto:

Respetar la dignidad humana, valores y creencias, brindando una atención justa y amable a todos los actores de la empresa (clientes, proveedores, talento humano).

b) Honestidad:

Mantener una conducta recta y honrada que lleve a cumplir con las normas y políticas de la organización; manteniéndose siempre dentro de la verdad, lo que ostenta sinceridad en lo que se piensa, dice o hace.

c) Responsabilidad:

Cumplir con las obligaciones y compromisos adquiridos con los agentes internos y externos de la empresa, responder satisfactoriamente a los desafíos contraídos, proporcionar respuestas adecuadas y asumir las consecuencias de nuestros actos.

d) Perseverancia:

Mostrar actitud positiva y perseverante en cada uno de los miembros de la organización y en todo momento especialmente cuando se dese alcanzar una meta.

e) Lealtad:

Confiar en la empresa y mantenerse firme con ella tanto en los buenos como malos momentos.

f) Confianza:

Creer en cada persona que integra la organización, manteniendo lasos de cordialidad, respeto y confraternidad.

6.4.5. POLÍTICAS

Las políticas bajo las cuales se regirá El Mejor Tambo serán las pautas que guíen las operaciones de la organización; estas serán socializadas, entendidas y cumplidas por todos los miembros de la misma.

- Se tratará a todos y cada uno de los clientes con cordialidad y calidez sin discriminación de nacionalidad, genero, etnia, religión, entre otros, considerando sus opiniones, sugerencias, quejas y reclamos siendo estos atendidos de manera oportuna e inmediata.
- Si el cliente realiza la compra en temporada alta, se solicitará el pago total del servicio el momento de realizar la reserva para garantizar la disponibilidad de vivienda para éste.
- Se realizará siempre un trabajo eficaz y eficiente para garantizar el logro de metas y objetivos propuestos.
- Establecerá procesos de mejoramiento continuo actualizando conocimientos y habilidades de cada uno de los miembros de la organización.
- Mantener buenas relaciones interpersonales, promoviendo el respeto y la comunicación mutua entre trabajadores y clientes.
- Todos los ingresos y los egresos en los que incurriera la organización deberán tener respaldos que sustenten dichas transacciones.
- Cada seis meses se presentará informes detallados del movimiento de la empresa a los accionistas de ésta con el fin de mantener una comunicación constante y transparencia en los procesos.

- Para la adquisición del servicio de alojamiento, la empresa realizará un contrato en el que detalle las responsabilidades tanto del proveedor (familia) como de “El Mejor Tambo”.
- Se realizará visitas periódicas a las familias durante el tiempo que se aloje a un extranjero con el fin de garantizar el cumplimiento del contrato y seguridad tanto para ambas partes.

6.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

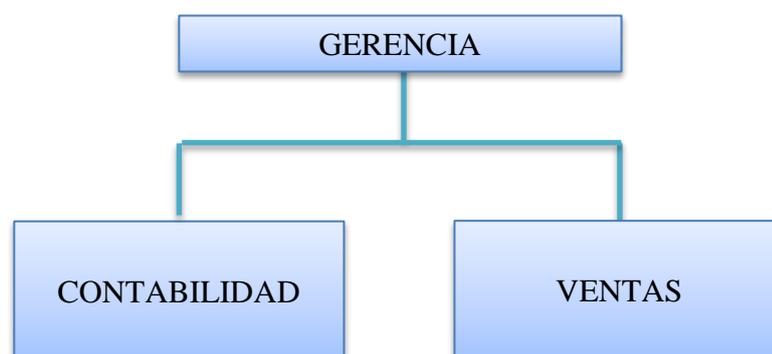
Para que la empresa desarrolle sus funciones de manera efectiva, deberá tener una estructura organizacional adecuada, establecida en función a sus necesidades y requerimientos empresariales.

6.5.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural es un gráfico que muestra de manera detallada las áreas y departamentos de los que está conformada la empresa.

A continuación se presenta el organigrama estructural con el que iniciará sus actividades la empresa El Mejor Tambo:

Gráfico 20: Organigrama Estructural de la Empresa "El Mejor Tambo"



Elaborado por: La Autora

6.6. ESTRUCTURA FUNCIONAL

En este organigrama se detalla la relación de dependencia y actividades que realizarán cada uno de los departamentos que conforman la organización.

6.6.1. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos con los que contará la empresa son los siguientes:

- **Nivel Ejecutivo**

Está representado por la Gerencia, el Gerente, quien se constituye como la máxima autoridad de la empresa, es la persona que tomará decisiones para cualquier nivel organizacional, será responsable de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades, políticas y normas de la misma.

- **Nivel Auxiliar o de Apoyo**

Está representado por Contabilidad, que corresponde al Contador, quien realizará las funciones de apoyo necesarias para toda la organización, ayudará en la toma de decisiones financieras necesarias para el desarrollo de las actividades de la empresa a través de la emisión, análisis e interpretación de la información financiera que generará la organización.

- **Nivel Operativo**

Dentro de este nivel se encuentra Ventas, correspondiente al Vendedor, quien mantendrá una relación directa con el cliente, será el responsable de ejecutar los planes para cumplir con las metas y objetivos que se trazará la empresa, mantendrá al día la página web con el fin de que el cliente se mantenga siempre informado sobre planes y promociones.

6.6.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

- Gerencia

Cuadro 24: Descripción del Puesto de Gerente

Descripción del Puesto de Administrador	
Nombre de Departamento: Gerencia	Cargo: Gerente
Jefe Inmediato: Propietario	Ubicación Jerárquica: Ejecutivo
Objetivo: Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa, encaminando todos los esfuerzos a lograr los objetivos y metas trazadas, mediante la toma de decisiones, optimizando los recursos de la empresa.	
<p><u>Funciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Representar a la organización en el ámbito legal y administrativo. - Establecer objetivos, políticas, normas, reglamentos y planes que contribuyan al correcto funcionamiento de la empresa y garantizar el cumplimiento de los mismos. - Dirigir a la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la misma. - Proveer de los recursos y servicios necesarios de manera oportuna a todas las áreas de la empresa. - Analizar los problemas de la empresa dentro de aspectos contables, administrativos, personales, entre otros. - Velar porque en todas las áreas de la empresa se brinde un servicio al cliente de manera oportuna, eficaz y eficiente. - Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad y el servicio. - Mantener una relación adecuada con proveedores y clientes. 	
<p><u>Competencias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de la Normativa Legal Vigente. - Conocimiento sobre finanzas. - Visión de negocios. - Liderazgo - Comunicación efectiva a todo nivel. - Orientación a resultados. - Poseer carácter y dinamismo. - Capacidad de trabajo en equipo. - Capacidad para trabajar bajo presión. 	
<p><u>Perfil del Cargo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Título en Administración de Empresas o afines. - Experiencia de un año. - Dominio del idioma inglés. 	

Elaborado por: La Autora

- **Departamento de Comercialización y Ventas**

Cuadro 25: Descripción del Puesto de Jefe de Ventas/Vendedor

Descripción del Puesto de Jefe de Ventas/Vendedor	
Nombre del Departamento: Ventas	Cargo: Vendedor
Jefe Inmediato: Gerente	Ubicación Jerárquica: Operativo
<p>Objetivo: Brindar un servicio de calidad y personalizado a los clientes a fin de satisfacer las necesidades de éste, además desarrollar y aplicar estrategias que garanticen el crecimiento y rentabilidad de la empresa.</p>	
<p><u>Funciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Prospección y captación de nuevos clientes. - Establecer la estructura de comunicación y servicio al cliente. - Mantenimiento de la página web de la empresa. - Asesorar a los clientes sobre cómo los servicios pueden satisfacer sus necesidades. - Retroalimentar a la empresa sobre lo que sucede con el cliente: opiniones, sugerencias, reclamos, entre otros. - Desarrollo adecuado de procesos de ventas. - Analizar los problemas para aumentar la efectividad de las operaciones y proponer soluciones rentables. - Tener un amplio conocimiento sobre proveedores y las necesidades de los distintos clientes. - Impulsar la apertura a nuevos mercados. - Encargarse del traslado de los turistas hacia los lugares de alojamiento y la presentación con la respectiva familia. 	
<p><u>Competencias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento sobre marketing turístico - Capacidad para resolver problemas - Dotes para la comunicación - Poseer carácter y dinamismo - Capacidad para tratar con diversos tipos de personas 	
<p><u>Perfil del Cargo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Egresado en marketing o afines - Experiencia de un año en venta de paquetes turísticos - Dominio del idioma inglés 	

Elaborado por: La Autora

- **Contabilidad**

Cuadro 26: Descripción del Puesto de Contador

Descripción del Puesto de Contador	
Nombre del Departamento: Contabilidad	Cargo: Contador
Jefe Inmediato: Gerente	Ubicación Jerárquica: Auxiliar
Objetivo: Dirigir, ejecutar y controlar las actividades financieras y contables de la empresa.	
<u>Funciones:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar estados financieros e informes para fines contables, fiscales, financieros y organizacionales. - Revisar reportes de ventas y compararlas con períodos anteriores. - Implementar y mantener actualizado el sistema de contabilidad de acuerdo a las necesidades de la empresa. - Declaración de impuestos. - Elaboración de roles de pago, pagos de aportes personales y patronales al IESS. - Llevar los registros contables con la respectiva documentación soporte. - Colaborar en la preparación de diversos instructivos administrativos y de operación. - Controlar el estado de los diversos bienes que son propiedad de la empresa. - Asesorar en materia contable, fiscal y financiera. - Validar la información contable con su firma. - Atender al turista y registrar las ventas realizadas. - Realizar y mantener en orden el archivo de documentos. 	
<u>Competencias:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de la Normativa Legal vigente. - Manejo de paquetes informáticos. - Perfecto dominio de aspectos tributarios. - Discreción y honestidad comprobadas. - Análisis de datos. - Toma de decisiones. 	
<u>Perfil del Cargo:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Profesional en Contabilidad Superior y Auditoría - Experiencia de un año - Dominio del idioma inglés 	

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. INTRODUCCIÓN

Realizar un estudio de los principales impactos de un proyecto es muy importante, ya que permitirá prever efectos de la materialización del mismo. Dicho estudio se realizará en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos para el presente proyecto.

Los efectos generados por los impactos pueden ser favorables o desfavorables e inciden en el desarrollo del entorno, es por ello que se debe realizar un análisis tanto cualitativo como cuantitativo.

7.2. OBJETIVO GENERAL

Establecer los impactos que generará el proyecto en relación a los aspectos económicos, socio – culturales y ambientales.

7.3. VALORACIÓN DE IMPACTOS

Para este análisis se considerará los impactos más relevantes, los que se evaluarán a través de la matriz de impactos de entrada simple, para lo cual se utilizará la siguiente escala de valores:

Cuadro 27: Valoración de Impactos

ESCALA	DESCRIPCIÓN
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No existe Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Elaborado por: La Autora

La aplicación de la metodología se la realizara mediante la sumatoria de los niveles de impactos, dividida para el numero de indicadores, el resultado que se obtiene de dicha ecuación indicará el nivel de impacto de cada área.

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

7.4. IMPACTOS A ANALIZAR

Los impactos a analizar son los siguientes:

- Económicos
- Socio – Culturales
- Ambientales

7.4.1. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro 28: Matriz de Impacto Económico

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Desarrollo económico	X							3
Generación de empleo	X							3
Incremento de ingresos		X						2
Total	6	2						8

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}} \qquad \text{Nivel de Impactos} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de Impactos} = 2,66$$

Nivel de Impacto Económico: Medio Positivo

ANÁLISIS:

- **Desarrollo económico:** El desarrollo e innovación de servicios, incentiva a la economía de un país o región, siempre que las empresas manejen su gestión administrativa y financiera eficientemente, esto evita el quiebre de las empresas a pesar de la inestabilidad de un país
- **Generación de empleo:** Este tipo de proyecto involucra la contratación de personal, por lo cual se genera fuentes de empleo no solo para el personal de la empresa sino también para nuestros proveedores del servicio

- **Incremento de ingresos para la empresa:** Con el manejo eficiente de los recursos de la Microempresa y la implementación de las estrategias propuestas en el estudio, su impacto es relevante, ya que se logrará mejores resultados en la calidad del servicio y por ende más aceptación del mismo.

7.4.2. IMPACTO SOCIO – CULTURAL

Cuadro 29: Matriz de Impacto Socio - Cultural

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Mejoramiento de la calidad de vida		X						2
Fortalecimiento del turismo		X						2
Interrelación entre culturas	X							3
Total	3	4						7

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ Impactos = \frac{\sum Niveles\ de\ Impactos}{\#\ de\ Indicadores} \qquad Nivel\ de\ Impactos = \frac{7}{3}$$

$$Nivel\ de\ Impactos = 2,33$$

Nivel de Impacto Socio – Cultural: Medio Positivo

ANÁLISIS:

- **Mejoramiento de la calidad de vida:** Con la implantación de la empresa se busca que la calidad de vida de los habitantes del cantón mejore sosteniblemente ya que debido a la concurrencia paulatina de turistas al sector se espera una dinamización en la economía del sector.
- **Fortalecimiento del turismo** Este proyecto procurará fortalecer el sector turístico del cantón a través de la generación de actividades productivas y mejoramiento del servicio al usuario
- **Interrelación entre culturas:** La creación de la empresa procurará la interrelación entre culturas, el fortalecimiento de la identidad otavaleña, una visión más amplia de otras culturas y la creación de relaciones de confraternidad y amistad con el turista.

7.4.3. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 30: Impacto Ambiental

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Manejo de desechos		X						2
Reciclaje de la basura		X						2
Conservación del medio ambiente			X					1
Total		4	1					5

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ Impactos = \frac{\sum Niveles\ de\ Impactos}{\#\ de\ Indicadores} \qquad Nivel\ de\ Impactos = \frac{2}{3}$$

$$Nivel\ de\ Impactos = 1,6$$

Nivel de Impacto Ambiental: Bajo Positivo

ANÁLISIS:

- **Manejo de desechos:** Es un tema que se debe manejar en toda empresa con mucha responsabilidad ya que si no se lo hace puede ocasionar que el entorno que rodea al sector se vea afectado y ocasione daños graves al medio ambiente.
- **Reciclaje de la basura:** Gracias a las tendencias sanitarias y al desarrollo de una creciente cultura por reciclar, que ha sido impulsada por el GAD Otavalo y ciertas empresas privadas se hace más fácil el manejo de los residuos que pueda generar la actividad del proyecto
- **Conservación del medio ambiente:** Dentro del desarrollo del proyecto se debe considerar el grado de afectación que tendrá éste en relación a la conservación del medio ambiente; basándose en que toda actividad humana genera contaminación la empresa invertirá los recursos necesarios para que ésta no sea significativa para el entorno.

7.4.4. IMPACTOS GENERALES

Cuadro 31: Matriz de Impactos Generales

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	Total
Impacto Económico	X							3
Impacto Socio –Cultural		X						2
Impacto Ambiental			X					1
Total	3	2	1					6

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}} \qquad \text{Nivel de Impactos} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Nivel de Impactos} = 2$$

Nivel de Impactos Generales: Medio Positivo

ANÁLISIS:

Considerando el análisis general de impactos, se llega a la conclusión de que estos tendrán un nivel medio positivo en todos sus aspectos, por ello podemos decir que es viable; contribuirá con el desarrollo económico, mejora de la calidad de vida del cantón, fortalecimiento del sector turístico y aplicará métodos fáciles para la conservación del medio ambiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- CONCLUSIONES

- ✓ Después de realizar el diagnóstico situacional del entorno donde se va a situar el proyecto, se concluye que el cantón Otavalo posee las características necesarias que permitan llevar a cabo este tipo de negocios, generar rentabilidad y beneficiar a la población.
- ✓ Las bases teórico – científicas proporcionaron la información necesaria sobre el tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado.
- ✓ El estudio de mercado permitió conocer quiénes van a ser los clientes principales de la empresa, sus gustos y necesidades, datos que servirán de guía para determinar los servicios que se vayan a implementar dentro de la misma.
- ✓ Como resultado del estudio técnico se pudo determinar el lugar estratégico para la ubicación tanto de la oficina como de las viviendas a las que podrían llegar los turistas. Asimismo se pudo establecer los equipos, insumos, materiales y mano de obra requeridos para la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. Se tiene una tasa interna de retorno y un valor actual neto positivo que garantizan la ejecución del proyecto para la creación de la empresa “El Mejor Tambo”.
- ✓ En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta se diseñó de manera tal que facilite el desempeño y desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa. Se definió la filosofía de la entidad y los aspectos legales para que ésta pueda iniciar sus operaciones, por lo que una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirá errores y deslindo de trabajos ni responsabilidades.

- ✓ El nivel de impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es viable en del cantón Otavalo.

- RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda aprovechar las condiciones demográficas, climáticas, culturales, sociales, de infraestructura física y turísticas, legales, políticas, entre otras que posee el cantón Otavalo para la implantación y ejecución de este tipo de proyecto.
- ✓ Se tendría que considerar que el sustento teórico sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.
- ✓ Habría que aprovechar la aceptación del proyecto y tomar especial cuidado en que los servicios que se oferte satisfagan plenamente a los usuarios, procurar que la atención al cliente sea de calidad, además planificar y poner en marcha propuestas de publicidad adecuadas para que la empresa vaya posicionándose en el mercado.
- ✓ Se debería garantizar la correcta utilización de los recursos de la empresa para que ésta pueda desarrollar sus actividades sin inconvenientes, asegurar el cumplimiento de los procesos para brindar una buena atención al cliente y cubrir el total de la inversión para contar con la liquidez y solvencia necesaria para la empresa.
- ✓ La administración de la empresa tendría que determinar estrategias financieras a corto, mediano y largo plazo, considerando la situación macroeconómica que actualmente vive el país, así también la rentabilidad que obtenga la empresa de debería reinvertir en mejorar la infraestructura de sus activos y la ampliación de la cobertura de servicios.
- ✓ Se tendría que respetar las normas y leyes que regirán a la empresa, desarrollar un plan estratégico que permita el correcto funcionamiento de la empresa, una estructura organizacional y funcional que sea soporte para una buena comunicación con todas las áreas de la empresa y actores externos.

- ✓ La empresa debe reducir los impactos negativos que generaría la ésta y optimizar los impactos positivos para de esta manera establecer estrategias para fortalecer el desarrollo económico, social, cultural y ambiental del cantón Otavalo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Anzola, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: McGraw Hill.
2. Araujo, A. D. (2012). *Proyectos de Inversión, Análisis, Formulación y Evaluación Práctica*. México: Trillas.
3. Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
4. Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson Educación.
5. Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: Editora Escobar.
6. Córdova, P. M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
7. Fernández, R. (2013). *Segmentación de Mercados*. México: McGraw Hill.
8. Guajardo, C. G. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: McGraw Hill.
9. Hernández, A. &. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Edamsa Impresiones S.A.
10. Hernández, S. &. (2011). *Administración, Teoría, Procesos, Áreas Funcionales y Estratégicas para la Competitividad*. México: McGraw Hill.
11. Kloter, P. &. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
12. Koontz, H. &. (2013). *Elementos de Administración: Un Enfoque Internacional de Información*. México: McGraw Hill.
13. NIC. (2010). *Normas Internacionales del Contabilidad*.
14. Olmos, L. &. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo.
15. Ortega, C. A. (2010). *Proyectos de Inversión*. México: CECSA.
16. Palacios, L. (2012). *Estrategias de Creación Empresarial*. Bogotá: ECOE Ediciones.
17. Pérez, M. (2012). *La Guía del Ecoturismo*. Madrid: Mundi - Prensa Libros S.A.
18. Posso, M. (2011). *Metodología para el Trabajo de Grado, Tesis y Proyectos*. Quito: Imprenta NINA Comunicaciones.

19. Reglamento de Actividades Turísticas. (2008). *Reglamento de Actividades Turísticas*. Quito.
20. Rodríguez, M. L. (2012). *Análisis de Estados Financieros*. México: McGraw Hill.
21. Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito: Andinos.
22. Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
23. Walker, S. &. (2010). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: McGraw Hill.
24. Zapag, C. N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. Santiago de Chile: Pearson Educación.
25. Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: McGraw Hill.

LINKOGRAFÍA

1. Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/>
2. Concepto.de: <http://concepto.de/>
3. Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/>
4. Enciclopedia Financiera: www.encyclopediainanciera.com/
5. Enciclopedia Jurídica: <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/extranjero/extranjero.htm>
6. Fundación por la Social Democracia de las Américas: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
7. Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo: <http://www.otavalo.gob.ec/>
8. Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/>
9. Otavalo Travel: <http://www.otavalo.travel/>

ANEXOS:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer las preferencias de los turistas extranjeros sobre alojamiento dentro del cantón Otavalo.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en el lugar donde Ud. considere necesario.

DATOS GENERALES:

GENERO: Masculino () Femenino ()

EDAD: 15-25 () 26-35 ()
 36-45 () 46 en adelante ()

NACIONALIDAD: Norteamericano () Sudamericano ()
 Europeo () Otro ()

1.- ¿Cuál es el motivo por el que viaja usted?

Turismo () Estudios ()
 Trabajo () Otro. ¿Cuál? _____

2.- ¿Por qué eligió Otavalo? Seleccione el motivo principal.

Cultura y Tradiciones () Comida Típica ()
 Atractivos Turísticos () Otro. ¿Cuál? _____
 Arte ()

3.- ¿A través de qué medio elije los lugares en los que se hospeda?

TV () Redes Sociales ()
 e-mail () Prensa Escrita ()

4.- ¿En qué sector le gustaría alojarse?

Ciudad () Parroquias Rurales ()

5.- ¿Cuánto tiempo permanecerá en Otavalo?

De uno a tres días ()
 De 4 a 6 días ()
 De 7 a 9 días ()
 De 10 días o más () ¿Cuántos? _____

6.- ¿Cuántas personas viajan junto a usted?

1 persona ()

3 personas ()

2 personas ()

4 personas ()

Otro_____

7.- ¿En qué lugar prefiere hospedarse?

Hotel ()

Cabañas ()

Hostal ()

Viviendas Turísticas ()

8.- ¿Cuál es el motivo predominante al momento de elegir un lugar de alojamiento?

Precio ()

Atención al Cliente ()

Calidad del Servicio ()

Tipo de Instalaciones ()

Otro. Cuál?_____

Ubicación ()

9.- ¿Cuál es el presupuesto destinado por persona y por día para hospedaje?

\$ 20,00 ()

\$ 40,00 ()

\$ 30,00 ()

\$ 50,00 ()

Otro_____

10.- ¿Estaría dispuesto a alojarse dentro de un hogar de la localidad y compartir experiencias con una familia?

SI () NO ()

11.- ¿Estaría dispuesto a que la alimentación la ofrezca la familia?

SI () NO ()

12.- ¿Qué sugerencias daría usted para que su estadía sea perfecta?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL

ENTREVISTA

OBJETIVO: Conocer la disponibilidad de familias que acoja a un turista extranjero dentro de su hogar.

1.- ¿Tienen conocimiento sobre alojamiento de extranjeros con familias indígenas?

2.- ¿Estaría dispuesto a recibir y alojar en su vivienda a extranjeros y compartir su cosmovisión con ellos?

3.- En cuanto a atractivos turísticos. ¿Cuáles son los que se encuentran en su parroquia y cómo pueden llegar los turistas a ellos?

4.- ¿Cuánto tiempo dispondría la familia para la atención al extranjero?

5.- ¿Cuál es su actividad laboral y cuáles son sus ingresos mensuales?

6.- ¿Cuántos idiomas habla?

7.- Con relación a su vivienda ¿Cómo es esta? ¿Dispondría de habitaciones para alojar a un extranjero?

8.- ¿Cuáles son los servicios básicos de la vivienda y servicios públicos que se encuentran cerca de ella?

SERVICIOS BÁSICOS	AGUA POTABLE		INTERNET		CABLE	
	LUZ ELÉCTRICA		TELÉFONO		TV ABIERTA	

SERVICIOS PÚBLICOS CERCANOS A LA VIVIENDA	SERVICIOS DE SALUD		BOMBEROS		ESPACIOS RECREATIVOS	
	ASISTENCIA BANCARIA		POLICIA		CENTRO DE ABASTOS	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



MODELO DE CONTRATO DE REGISTRO

Por favor asegúrese de leer los siguientes términos y condiciones que definen el acuerdo entre usted (la familia anfitriona o persona anfitriona) y “El Mejor Tambo”. Al firmar este contrato manifiesta estar de acuerdo con los términos y condiciones listados a continuación:

1. Partes:

“El Mejor Tambo” y los extranjeros no son una misma parte. Los extranjeros son individuos independientes que buscan alojamiento en el cantón Otavalo a través de un listado de opciones proveído por la organización. Para el uso de este contrato, la palabra extranjero se refiere al individuo ocupante que solicita ser alojado en la casa de una familia anfitriona independientemente del hecho de ser o no ser estudiante, pasante de una práctica profesional, trabajador temporal y/o turista.

2. Obligaciones:

a. Obligaciones de “El Mejor Tambo”

1. Supervisar que se observen todos los términos y condiciones detallados en este contrato
2. Visitar las viviendas de todos los miembros registrados en “El Mejor Tambo”, documentarlas y fotografiarlas
3. Ofrecer las viviendas de las familias anfitrionas registradas en “El Mejor Tambo” a los extranjeros que vienen al cantón.
4. Garantizar el pago oportuno a las familias anfitrionas
5. Recibir el pago por el alojamiento de los extranjeros
6. Asesorar, ayudar y proveer guías necesarias a las familias anfitrionas y a los extranjeros de acuerdo a las necesidades relacionadas con el alojamiento.
7. Actuar como mediador en caso de que existieran dificultades entre las familias anfitrionas con los extranjeros.
8. Visitar las viviendas de las familias registradas por lo menos una vez mientras el extranjero se encuentra en ellas.

b. Obligaciones de los extranjeros

1. Vivir y observar las leyes de Ecuador y su país de origen
2. Respetar al anfitrión y a su familia, así como sus propiedades y posesiones.

3. Seguir las reglas de la casa definidas por la familia anfitriona
4. Informar a la familia anfitriona de cualquier alergia, uso de medicamento, y/u otras necesidades especiales.
5. Proveer información de contacto en Ecuador si es que lo tuviere, así como de su país de origen.
6. Pagar por los servicios prestados oportunamente.
7. Cumplir con las regulaciones y cada principio, términos y condiciones de este contrato.
8. Informar a “El Mejor Tambo” de cualquier discrepancia o irregularidad de este contrato por cualquiera de las partes involucradas.

c. Obligaciones de las familias anfitrionas

1. Dar una bienvenida al extranjero e incluirlo en actividades familiares si así lo deseara.
2. Proveer el alojamiento más idéntico al que se muestra en las fotos y/o videos de su registro.
3. Permitir al extranjero el uso completo de agua, luz y de todos los servicios indicados en su registro sin cobrar cargos adicionales; por ejemplo, si la familia indica que su casa tiene lavadora de ropa, Internet, televisión, etc. no se debe cobrar al extranjero una tarifa adicional por usar esos servicios.
4. Ofrecer un alojamiento limpio y cómodo al extranjero.
5. La familia anfitriona deberá ofrecer al extranjero las comodidades básicas (toallas, tendido de cama, artículos de aseo).
6. Proporcionar una llave de la vivienda al extranjero.
7. Si se incluye el servicio de un plan de comidas, la familia debe proveer alimentos sanos y nutritivos. Las familias deben evitar comidas congeladas y enlatadas o de mala calidad.
8. Revisar las reglas de la casa con el extranjero
9. Cumplir con las regulaciones y condiciones de este contrato.
10. Informar a “El Mejor Tambo” de cualquier discrepancia o irregularidad de este contrato por cualquiera de las partes involucradas.

Reglas generales de la casa

1. No se permite que visitantes pasen la noche en la casa sin el consentimiento de la familia anfitriona.
2. Si el extranjero planea salir y regresar fuera de las horas establecidas (de 6 am a 10 pm aprox. o según el caso) o pasar la noche en otro lugar debe avisar de ello al anfitrión.

3. Fumar y consumir alcohol en la casa no se permite a menos que la familia anfitriona explícitamente lo permita y designe los espacios para ello.
4. Los extranjeros deben cumplir y vivir las leyes y reglamentos locales.
5. La posesión y/o uso de drogas ilícitas no serán tolerados y será causal para la terminación del contrato.
6. El extranjero será responsable del cuidado y mantenimiento de las propiedades de la familia anfitriona.
7. La familia anfitriona no será responsable en caso de ocurrir un robo público daño de las propiedades del extranjero a no ser que la familia realmente haya hecho tales daños o causado la pérdida.

3. Alojamiento:

Las características esenciales de un cuarto y/o casa deben ser descritos de acuerdo a la realidad tal y como serán entregados al extranjero. La familia anfitriona tiene la obligación de proveerlos de tal forma como se describe en el registro. El extranjero debe informar a “El Mejor Tambo” si se le aloja en un lugar diferente a lo que eligió a través de la lista publicada por la empresa. Si se reportaran cambios y el extranjero no estuviese conforme con ellos, “El Mejor Tambo” se encargará de ubicarlo en otro lugar a satisfacción de éste.

Toda vivienda debe incluir por lo menos el mobiliario básico para el estudiante consiste en una cama, clóset, escritorio, silla, buena iluminación, agua caliente, baño, internet, tv y acceso a la cocina y refrigerador por si el extranjero deseara cocinar. El extranjero debe reportar a “El Mejor Tambo” si faltara alguna de estas cosas.

La familia anfitriona tiene la obligación de informar a “El Mejor Tambo” si su casa tiene disponibilidad de alojamiento. También debe tener presente que si su casa estuviese reservada para una fecha específica mediante “El Mejor Tambo”, la familia anfitriona es responsable de tener la vivienda disponible para tal fecha.

4. Precios y tarifas:

1. Pago por el servicio: El extranjero se compromete a pagar por el servicio el día que se registra en “El Mejor Tambo”. Una vez realizado el pago se deduce la comisión de “El Mejor Tambo” y entonces se paga a la familia anfitriona en un máximo de dos días hábiles.
2. Los pagos se realizarán en efectivo y con tarjeta.

3. Otras tarifas y cargos: El extranjero será responsable de la reposición de las pérdidas y daños que puedan ocasionarse durante su estadía, así como también de servicios adicionales que se acuerden con la familia y/o con “El Mejor Tambo”.
4. Moneda: Todos los pagos serán en dólares estadounidenses.

5. Alimentos:

La familia anfitriona debe considerar las necesidades y alergias del extranjero al seleccionar y preparar la comida. Así mismo debe acordar con éste el horario en cuanto a las horas de comida.

La familia debe proveer alimentos adecuados, preparados y nutritivos y en cantidades apropiadas y suficientes, se debe evitar comidas congeladas, enlatadas o de mala calidad.

El extranjero tiene la obligación de informar si no va a comer en la vivienda.

6. Higiene y salubridad:

La familia anfitriona tiene la obligación de brindar un ambiente limpio y ordenado en la casa incluyendo la habitación del extranjero. El extranjero debe proveerse de útiles de aseo personal.

Si la familia indica en el registro que tiene lavadora, entonces el extranjero debe tener acceso a ella sin ninguna restricción ni costo adicional. Sin embargo, si el extranjero así lo desea y la familia ofrece lavar la ropa, se autoriza que las dos partes lleguen a un acuerdo por ese servicio.

7. Propiedad privada:

El extranjero y la familia deben respetar la propiedad privada, no se permite tomar uso o posesión de cualquier cosa que no le pertenezca a esa persona sin el consentimiento del propietario. Las partes deben preguntar si pueden hacer uso de algo que no les pertenezca. El extranjero tomará nota de cómo encuentra las cosas en la vivienda y debe reportar cualquier malfuncionamiento a la familia anfitriona. Cualquier daño que no sea causado por el uso normal deberá ser resuelto entre las partes. En caso de tratos injustos o desacuerdos, “El Mejor Tambo” deberá ser informado.

8. Resolución de conflictos:

En caso de que existan desacuerdos entre las partes, se debe dar informe a “El Mejor Tambo” quien hará de mediador.

9. Prevención de acoso sexual y seguridad:

El acoso sexual no es tolerado, “El Mejor Tambo” actuará enérgicamente contra el ofensor. Los extranjeros y las familias anfitrionas deben evitar situaciones impropias que puedan llevar a cualquier comportamiento sexual ilícito como: contacto físico inapropiado, solicitudes sexuales explícitas o implícitas, violar la privacidad, integridad y/o intimidad de una persona, etcétera. Las políticas de “El Mejor Tambo” se aplican tanto para los extranjeros como para las familias anfitrionas.

En caso de cualquier anomalía que se presente “El Mejor Tambo” notificará a las respectivas autoridades competentes para su trámite legal respectivo.

10. Responsabilidad de rendición de cuentas:

a. Responsabilidad de rendición de cuentas de “El Mejor Tambo”: La empresa no asume ninguna responsabilidad por heridas, pérdidas, daños o incluso muerte por motivo del alojamiento de un extranjero en la casa o vivienda de una familia anfitriona. En circunstancias extremas, incluyendo pero no limitadas a “causas de la naturaleza” como inundaciones, terremotos, y otras condiciones inusuales del tiempo que hagan un espacio inhabitable, “El Mejor Tambo” y la familia anfitriona no asumen la responsabilidad de proveer alojamiento al extranjero.

b. Responsabilidad de rendición de cuentas del extranjero: El extranjero debe reportar todo incidente de comportamiento inapropiado que involucre a la familia anfitriona u otro residente en la casa o vivienda. El extranjero podrá llevar invitados a la vivienda siempre y cuando la familia anfitriona lo consienta, en tal caso, el extranjero será responsable por el comportamiento de sus invitados. Los extranjeros reembolsarán a la familia anfitriona o a “El Mejor Tambo”, según el caso, por cualquier pérdida o daño de la propiedad causada por el estudiante o sus invitados por una causa más allá del uso normal.

c. Rendición de cuentas de la familia anfitriona: La familia anfitriona debe reportar todo incidente de comportamiento inapropiado que involucre al extranjero u otro residente o visitante de la casa o vivienda.

11. Cancelación y/o terminación de contrato:

a. Iniciado por las familias anfitrionas: Después de firmar y entregar el contrato, las familias anfitrionas deben hacer una solicitud firmada y escrita a “El Mejor Tambo” si deseara cancelar el contrato.

b. Iniciado por el extranjero: El extranjero debe notificar a “El Mejor Tambo” que desea cancelar el contrato.

c. Motivos de cancelación de contrato por “EL Mejor Tambo”: “El Mejor Tambo” se reserva el derecho de cancelar el contrato si así lo considera necesario por cualquiera de las siguientes razones:

1. Por el incumplimiento de lo establecido en el presente contrato,
2. Cualquier violación de las leyes del país, en especial aquellas que pongan en riesgo la integridad, tranquilidad, imagen y/o bienestar de “El Mejor Tambo”, las familias anfitrionas y/o los extranjeros (no se dará reembolso al causante).

EL MEJOR TAMBO

FAMILIA ANFITRIONA

Otavaló, a XX de XXXXXX del 201X.