



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA HOSTERÍA EN LA  
PARROQUIA DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**AUTORA:**

**ELIZABETH MONSERRAT ARROYO LIVISACA**

**DIRECTOR:**

**MSC. JOSÉ DAVID ACUÑA ZURITA**

**QUITO – ECUADOR**

**SEPTIEMBRE 2017**

## **DERECHOS DE AUTOR**

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 2017  
Reservados todos los derechos de reproducción

## AUTORÍA

Del contenido del siguiente trabajo, se responsabiliza la autora.



---

ELIZABETH MONSERRAT ARROYO LIVISACA

CI. 172601576-9

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco a Dios por bendecirme cada día de la vida, por brindarme sabiduría y paciencia suficiente para llegar a cumplir uno de tantos sueños.*

*Agradezco a todas esas personas que formaron parte de mi vida y que de alguna manera me aportaron su erudición y positivismo.*

*A mi gran amigo Daniel por ser un gran pilar en todos estos años de amistad.*

*A mi novio Ángel por llegar a mi vida en el momento indicado y brindarme todo su amor y apoyo incondicional.*

*A mi director de tesis Msc. José Acuña por guiarme y dirigirme de la mejor manera poniendo a flote todos sus conocimientos para dar por culminada mi tesis.*

*A mis profesores de la Universidad Tecnológica Equinoccial porque fueron parte fundamental de mi crecimiento académico y profesional.*

## DEDICATORIA

*Este trabajo dedico:*

*A mi madre Mélida Lucia, quien ha sabido ser una gran madre, amiga y confidente, que con todo su amor y dedicación hacia mi he logrado alcanzar una meta más de mi vida.*

*A mi padre José Gabriel que con su gran lema “la constancia vence, lo que la dicha no alcanza” he logrado vencer grandes obstáculos, y por su esfuerzo y lucha constante.*

*A todas aquellas personas que en algún momento no creyeron en mí y una vez más les demuestro de que estoy hecha.*

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**  
**PROYECTO DE TITULACIÓN**

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>172601576-9</b>
<b>APELLIDO Y NOMBRES:</b>	<b>ARROYO LIVISACA ELIZABETH MONSERRAT</b>
<b>DIRECCIÓN:</b>	<b>AV. GEOVANNI CALLES Y CALLE PROGRESO CJTO MONTECARLO 4</b>
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:monserrat_arroyo92@hotmail.com">monserrat_arroyo92@hotmail.com</a>
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	<b>022037314</b>
<b>TELÉFONO MOVIL:</b>	<b>0995604551</b>

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TITULO:</b>	<b>PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.</b>
<b>AUTOR O AUTORES:</b>	<b>ARROYO LIVISACA ELIZABETH MONSERRAT</b>
<b>FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:</b>	<b>SEPTIEMBRE 2017</b>
<b>DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:</b>	<b>MSC. JOSÉ DAVID ACUÑA ZURITA</b>
<b>PROGRAMA</b>	<b>PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRAD <input type="checkbox"/></b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA</b>
<b>RESUMEN: Mínimo 250 palabras</b>	El presente proyecto cuyo objetivo es elaborar un plan de negocios para la creación de una Hostería en la

	<p>parroquia urbana Caranqui, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, en términos generales, proporciona el marco teórico y conceptual necesario para el desarrollo del mismo, posteriormente se determinan las características del mercado, la oferta, la demanda, el producto y sus canales de distribución en el cantón Ibarra, y finalmente, se desarrolla el correspondiente estudio de factibilidad técnica, financiera, administrativa y de impacto ambiental, social y económico para la creación de la hostería en la ciudad blanca.</p>
<b>PALABRAS CLAVES:</b>	<b>Plan, negocios, hostería, Ibarra, marketing, turismo</b>
<b>ABSTRACT:</b>	<p>The present project whose objective is to elaborate a business plan for the creation of an inn in the urban parish of Caranqui, city Ibarra, province of Imbabura, in general, provides the theoretical and conceptual framework necessary for the development of the same, later determined The characteristics of the market, supply, demand, product and distribution channels in the canton Ibarra, and finally, the corresponding technical, financial, administrative and environmental, social and economic</p>

	feasibility study for the creation of inn in the white city.
<b>KEYWORDS</b>	<b>Plan, business, inn, ibarra, marketing, tourism</b>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:  \_\_\_\_\_

ARROYO LIVISACA ELIZABETH MONSERRAT

C.I.172601576-9



**DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo **ARROYO LIVISACA ELIZABETH ARROYO**, CI 172601576-9 autora del proyecto titulado: **PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 25 de Septiembre del 2017.

f:  \_\_\_\_\_

ARROYO LIVISACA ELIZABETH MONSERRAT

C.I.172601576-9

## **INFORME DE APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo Msc. José David Acuña Zurita, calidad de Director del Trabajo de Titulación, realizado por la Srta. Estudiante Elizabeth Monserrat Arroyo Livisaca, con cédula de identidad N° 1726101576-9: con el tema **“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, se sujeta a las normas y metodología estipuladas por la Universidad Tecnológica Equinoccial; por lo tanto, considero que dicho trabajo se someta a la presentación para la evaluación y calificación respectiva, por parte del Tribunal calificador.

Quito, 25 de septiembre del 2017



Msc. José David Acuña Zurita

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>GENERALIDADES .....</b>	<b>i</b>
Antecedentes del Título de investigación .....	i
Planteamiento del problema .....	ii
Formulación del problema .....	iii
Pregunta general.....	iii
Preguntas específicas .....	iv
Objetivos de la investigación .....	iv
Objetivo general .....	iv
Objetivos específicos .....	iv
Justificación de la investigación.....	v
Metodología de la investigación.....	vi
Tipos de Investigación.....	vi
Métodos de Investigación.....	vii
Técnicas de investigación .....	ix
Contenido de la Capitulación .....	x
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>12</b>
<b>1 MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....</b>	<b>12</b>
1.1 Turismo .....	12
1.2 Sistema turístico y su importancia.....	13
1.3 Historia de la hotelería .....	16
1.4 Clasificación de la hotelería .....	17
1.4.1 Hosterías, refugios, moteles y cabañas.....	17
1.5 Análisis de factibilidad .....	18
1.6 Marco Referencial .....	20
1.6.1 Marco Legal.....	20
1.7 Marco Conceptual .....	24

1.8	Características principales del cantón Ibarra provincia de Imbabura como destino turístico.....	28
1.8.1	Ubicación geográfica .....	28
1.8.2	Clima .....	28
1.8.3	Historia de San Miguel de Ibarra .....	28
1.8.4	Gran Suceso, Terremoto .....	29
1.8.5	Atractivos turísticos de la zona .....	31
1.8.6	Gastronomía.....	40
1.8.7	Fiestas Populares .....	41
<b>CAPITULO II</b>	<b>.....</b>	<b>44</b>
<b>2</b>	<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>44</b>
2.1	Objetivo General .....	44
2.2	Objetivos Específicos.....	45
2.3	Análisis del entorno .....	45
2.3.1	Macro entorno.....	45
2.3.2	Micro entorno.....	50
2.4	Segmentación de Mercado .....	52
2.4.1	Determinación del universo .....	52
2.4.2	Demanda Histórica .....	53
2.5	Análisis de la demanda actual.....	53
2.5.1	Determinación de la muestra.....	53
2.5.2	Modelo de la encuesta.....	54
2.6	Tabulación, análisis e interpretación de los datos obtenidos en las encuestas .....	56
2.6.1	Conclusiones de las encuestas .....	73
2.7	Determinación del mercado meta .....	75
2.8	Demanda.....	75
2.8.1	Análisis de la demanda futura.....	75

2.8.2	Proyección de la demanda .....	76
2.9	Oferta .....	77
2.9.1	Oferta histórica .....	77
2.9.2	Capacidad total de la competencia.....	78
2.9.3	Análisis de la oferta .....	79
2.9.4	Proyección de la oferta .....	80
2.10	Demanda insatisfecha .....	81
<b>CAPITULO III</b>	<b>.....</b>	<b>82</b>
<b>3</b>	<b>PROPUESTA.....</b>	<b>82</b>
3.1	Ingeniería del Proyecto .....	82
3.1.1	Descripción de la empresa .....	82
3.1.2	Localización del establecimiento .....	84
3.2	Filosofía empresarial.....	85
3.2.1	Misión de la empresa.....	85
3.2.2	Visión de la empresa .....	85
3.2.3	Objetivos organizacionales.....	86
3.2.4	Valores Organizacionales.....	86
3.3	Diseño de la planta.....	87
3.4	Análisis de procesos .....	89
3.4.1	Diagrama de flujo Check-in .....	89
3.4.2	Diagrama de flujo Check-out .....	90
3.4.3	Diagrama de flujo Limpieza de habitaciones .....	91
3.4.4	Diagrama de flujo Servicio de restaurant.....	92
3.5	Diseño gráfico empresarial.....	93
3.5.1	Diseño del logotipo de la empresa.....	93
3.6	Mix de marketing.....	93
3.6.1	Área de alojamiento.....	94

3.6.2	Área de restaurante .....	95
3.6.3	Área de Spa.....	101
3.6.4	Tríptico de información Área de Alojamiento y Spa .....	103
3.6.5	Plaza Hostería “Caranqui” .....	103
3.6.6	Promoción Hostería “Caranqui” .....	104
3.7	Organización y funciones del Talento humano .....	105
3.7.1	Organigrama estructural .....	105
3.7.1.	Funciones del Talento humano.....	106
3.8	Estudio Financiero.....	111
3.8.1	Inversión .....	112
3.8.2	Activos fijos.....	112
3.8.3	Activos diferidos.....	119
3.8.4	Capital de trabajo.....	120
3.8.5	Materia prima.....	120
3.8.6	Servicios básicos .....	138
3.8.7	Mano de obra directa.....	139
3.8.8	Gastos de administración .....	141
3.8.9	Gasto publicidad .....	143
3.8.10	Suministros de limpieza.....	143
3.8.11	Suministros de oficina .....	144
3.8.12	Presupuesto de ingresos.....	144
3.8.13	Financiamiento .....	149
3.9	Estados Financieros.....	152
3.9.1	Estado de Situación Financiera Inicial.....	152
3.9.2	Balance General.....	152
3.9.3	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	153
3.9.4	Flujo de caja .....	154

3.10	Índices Financieros .....	156
3.10.1	Cálculo de VAN y TIR.....	156
3.10.2	Cálculo del Índice de Rentabilidad y Periodo de Recuperación ..	157
3.10.3	Cálculo del Periodo de Recuperación (PR) .....	157
3.10.4	Cálculo del Punto de Equilibrio (PE).....	158
3.11	Impacto Ambiental .....	159
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>161</b>
Conclusiones .....		161
Recomendaciones .....		162
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>164</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>170</b>
Anexo 1: Catastro turístico de Ibarra .....		170
Anexo 2 Oferta turística de Ibarra.....		180
Anexo 3: Cotización .....		181
Anexo 4: Fotografías .....		190
Casa/Terreno donde va a ser construida la hostería .....		190
Laguna de Yaguarcocha .....		194
Sector comercial de la Laguna de Yaguarcocha.....		195
Parque Laguna de Yaguarcocha.....		195
Parque Moncayo .....		196
El Obelisco .....		196

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comparación investigación cuantitativa y cualitativa.....	vii
Tabla 2 Permisos .....	20
Tabla 3 Obligaciones tributarias .....	20
Tabla 4 Obligaciones.....	21
Tabla 5 Otras contribuciones y obligaciones.....	22
Tabla 6 Inflación mensual.....	47
Tabla 7 Tasas de interés.....	47
Tabla 8 Análisis competencia directa.....	51
Tabla 9 Análisis competencia indirecta.....	52
Tabla 10 Visitas turísticas Ibarra 2016 .....	53
Tabla 11 Visitas turísticas - Demanda.....	53
Tabla 12 Género.....	56
Tabla 13 Nacionalidad.....	57
Tabla 14 Profesión.....	58
Tabla 15 Edad.....	59
Tabla 16 Pregunta 1.....	60
Tabla 17 Pregunta 2.....	61
Tabla 18 Pregunta 3.....	62
Tabla 19 Pregunta 4.....	65
Tabla 20 Pregunta 5.....	66
Tabla 21 Pregunta 6.....	67
Tabla 22 Pregunta 7.....	68
Tabla 23 Pregunta 8.....	69
Tabla 24 Pregunta 9.....	70
Tabla 25 Pregunta 10.....	71
Tabla 26 Pregunta 11.....	72
Tabla 27 Variables Mercado.....	75
Tabla 28 Datos históricos.....	76
Tabla 29 Resumen datos.....	76
Tabla 30 Pronóstico demanda.....	77
Tabla 31 Capacidad competencia 1.....	78
Tabla 32 Capacidad competencia 2.....	79



Tabla 33 Datos históricos.....	80
Tabla 34 Resumen datos. ....	80
Tabla 35 Pronóstico oferta. ....	81
Tabla 36 Balance oferta. ....	81
Tabla 37 Distribución de habitaciones.....	83
Tabla 38 Distribución Áreas. ....	83
Tabla 39 Desayuno continental.....	124
Tabla 40 Desayuno americano.....	124
Tabla 41 Desayuno ibarreño. ....	125
Tabla 42 Jugo de tomate.....	125
Tabla 43 Fritada. ....	126
Tabla 44 Tostado. ....	126
Tabla 45 Hornado.....	127
Tabla 46 Tortilla de papa.....	127
Tabla 47 Seco de chivo.....	128
Tabla 48 Arroz blanco. ....	128
Tabla 49 Tilapia aromática. ....	129
Tabla 50 Arroz blanco. ....	130
Tabla 51 Pollo al horno. ....	130
Tabla 52 Papa criolla.....	131
Tabla 53 Arroz verde.....	131
Tabla 54 Ensalada fresca.....	131
Tabla 55 Mote con chicharrón.....	132
Tabla 56 Locro de queso.....	132
Tabla 57 Ceviche de camarón.....	133
Tabla 58 Canguil. ....	134
Tabla 59 Chifles. ....	134
Tabla 60 Tostado. ....	134
Tabla 61 Creppes rellenos. ....	135
Tabla 62 Profiteroles rellenos.....	135
Tabla 63 Crema pastelera.....	136
Tabla 64 Tiramisú.....	136
Tabla 65 Ceviche de camarón.....	137

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sistema turístico. ....	15
Gráfico 2 Foto Antes-terremoto 1868 .....	30
Gráfico 3 Foto Después-jueves 15 Agosto .....	30
Gráfico 4 Foto Laguna de Yaguarcocha.....	32
Gráfico 5 Foto Monumento San Miguel Arcángel.....	33
Gráfico 6 Foto Tren. ....	33
Gráfico 7 Foto Ruta La Libertad. ....	34
Gráfico 8 Foto Reserva Cotacachi Cayapas. ....	36
Gráfico 9 Foto Valle del Chota. ....	37
Gráfico 10 Foto Parque Cóndor. ....	37
Gráfico 11 Foto San Antonio de Ibarra.....	38
Gráfico 12 Foto San Juan El Alpargate .....	39
Gráfico 13 Foto La Catedral. ....	40
Gráfico 14 Batalla de Ibarra.....	41
Gráfico 15 Cacería del Zorro. ....	42
Gráfico 16 Factores externos. ....	46
Gráfico 17 Género.....	56
Gráfico 18 Nacionalidad. ....	57
Gráfico 19 Profesión.....	58
Gráfico 20 Edad. ....	59
Gráfico 21 Pregunta 1. ....	60
Gráfico 22 Pregunta 2. ....	61
Gráfico 23 Pregunta 3-1. ....	63
Gráfico 24 Pregunta 3-2. ....	63
Gráfico 25 Pregunta 3-3. ....	63
Gráfico 26 Pregunta 3-4. ....	64
Gráfico 27 Pregunta 3-5.....	64
Gráfico 28 Pregunta 4 .....	65
Gráfico 29 Pregunta 5 .....	66
Gráfico 30 Pregunta 6 .....	67
Gráfico 31 Pregunta 7 .....	68
Gráfico 32 Pregunta 8 .....	69

Gráfico 33 Pregunta 9 .....	70
Gráfico 34 Pregunta 10 .....	71
Gráfico 35 Pregunta 11 .....	72
Gráfico 36 Ocupación de establecimientos hoteleros. ....	78
Gráfico 37 Macro Localización .....	84
Gráfico 38 Micro Localización .....	85
Gráfico 39 Valores organizacionales.....	86
Gráfico 40 Diseño de la planta 1 .....	87
Gráfico 41 Diseño de la planta 2 .....	88
Gráfico 42 Check in.....	89
Gráfico 43 Check out.....	90
Gráfico 44 Limpieza habitaciones. ....	91
Gráfico 45 Servicio Restaurant.....	92
Gráfico 46 Logotipo .....	93
Gráfico 47 Carta .....	101
Gráfico 48 Tríptico alojamiento y spa. ....	103
Gráfico 49 Promoción fin de semana relax. ....	105
Gráfico 50 Organigrama .....	106
Gráfico 51 Resumen Inversión .....	112
Gráfico 52 Muebles y enseres.....	113
Gráfico 53 Maquinaria y equipo.....	114
Gráfico 54 Equipo de oficina .....	114
Gráfico 55 Equipo de computación .....	115
Gráfico 56 Lencería.....	115
Gráfico 57 Menaje de cocina 1.....	116
Gráfico 58 Menaje de cocina 2.....	117
Gráfico 59 Menaje de Spa.....	117
Gráfico 60 Edificaciones.....	118
Gráfico 61 Depreciación.....	119
Gráfico 62 Activos diferidos.....	119
Gráfico 63 Capital de trabajo.....	120
Gráfico 64 Materia prima 1.....	121
Gráfico 65 Materia prima 2.....	122
Gráfico 66 Materia prima 3.....	123

Gráfico 67 Proyección Materia prima. ....	138
Gráfico 68 Servicios básicos. ....	138
Gráfico 69 Proyección Servicios básicos. ....	139
Gráfico 70 Mano de Obra directa. ....	140
Gráfico 71 Proyección de Mano de obra directa. ....	140
Gráfico 72 Gastos de administración. ....	142
Gráfico 73 Proyección Gastos de administración. ....	142
Gráfico 74 Honorarios Sapa. ....	143
Gráfico 75 Gasto publicidad. ....	143
Gráfico 76 Suministros de limpieza. ....	144
Gráfico 77 Suministros de oficina. ....	144
Gráfico 78 Ocupación entre temporadas. ....	145
Gráfico 79 Porcentaje de ocupación entre temporadas. ....	145
Gráfico 80 Información previa para Ventas Alojamiento. ....	146
Gráfico 81 Proyección Ventas Alojamiento. ....	147
Gráfico 82 Información previa para Ventas A&B. ....	148
Gráfico 83 Proyección Ventas A&B. ....	148
Gráfico 84 Proyección Ventas SPA. ....	149
Gráfico 85 Financiamiento ....	149
Gráfico 86 Amortización. ....	151
Gráfico 87 Resumen Amortización. ....	152
Gráfico 88 Balance General. ....	153
Gráfico 89 Estado de Pérdidas y ganancias. ....	154
Gráfico 90 Flujo de caja. ....	155
Gráfico 91 Tasa de descuento. ....	156
Gráfico 92 VAN y TIR. ....	157
Gráfico 93 Periodo de recuperación. ....	157
Gráfico 94 Información previa para PE. ....	158

## GENERALIDADES

### Antecedentes del Título de investigación

Ecuador, es un país privilegiado, debido a que a nivel nacional, provincial y local tiene varios factores a favor, lo que genera distintas formas de turismo. Esto, beneficia directamente a quienes trabajan en el mercado turístico, e indirectamente a los pobladores donde se desarrolla esta actividad, generando así, mayor fuente de ingreso económico.

La provincia de Imbabura se encuentra ubicada al norte de la Sierra ecuatoriana, conocida también como provincia de los Lagos, se sitúa a 115 km al noreste de Quito y a 125 km al sur de Tulcán, limita al norte con la provincia del Carchi y Esmeraldas, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos, y al Oeste con Esmeraldas; cuenta con una superficie de 4986 Km<sup>2</sup>, la misma que está conformada por seis cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.

Imbabura es sin duda una de las provincias más privilegiadas del país, ya que posee una gran variedad de paisajes, tales como: los impresionantes volcanes, Imbabura y Cayambe; además de eso, su clima que va desde el frío de páramo que se encuentra en las cimas de sus impresionantes montañas, hasta el clima caluroso del Valle del Chota.

El cantón Ibarra es capital de la provincia de Imbabura, posee maravillosos atractivos turísticos, además cuenta con una gran variedad de establecimientos hoteleros, pero los que mayor frecuencia turística tienen son las hosterías, ya que sin duda brindan un servicio más completo para niños y adultos.

El alojamiento es importante para todo turista, ya que no solo visita el lugar para realizar actividades diferentes a las cotidianas, sino que también busca un momento de relax y confort en un lugar donde le brinden las mejores comodidades para su estadía, e incluso mejores que las que encuentra en casa.

Es importante recalcar que, una hostería de 4 estrellas debe brindar los siguientes servicios: restaurant 24 horas, spa, piscina, sauna, turco, hidromasaje, juegos de salón ( ping-pong, mesas de billar), además de servicios complementarios que estén ligados con terceras personas como tours o caminatas a ciertas locaciones de la provincia de Imbabura. Todos estos deben estar en óptimas condiciones para brindar un servicio de calidad durante toda la estadía del huésped (Ministerio de Turismo-Ecuador, 2015).

### **Planteamiento del problema**

En la actualidad, el cantón Ibarra tiene 14 hosterías: 4 de primera categoría, 6 de segunda categoría, y 4 de tercera categoría, los servicios que éstas incluyen van desde el desayuno incluido en la tarifa, hasta actividades recreacionales dentro y fuera del establecimiento. En el sector urbano de la parroquia donde se puede ver la mayor concentración de estos establecimientos, su segmento o mercado objetivo son visitantes de clase media.

El interés de los inversionistas en el ámbito hotelero, sean privados, familiares o comunitarios, es principalmente aprovechar al máximo el espacio físico total o parcial tomando en cuenta la riqueza cultural que tiene el lugar y el paisaje natural que este bello cantón.

Ibarra, es declarado como uno de los lugares de mayor crecimiento poblacional y económico a nivel nacional; gracias a su riqueza gastronómica, tradiciones y costumbres, se muestra como un cantón abierto a proyectos de índole operativo-administrativo como el de servicios turísticos y hoteleros, presentando grandes ventajas de inversión y ganancia para aquellas personas que ven un gran potencial en este lugar.

A pesar de ser tener un gran crecimiento en el ámbito económico, aún existe un déficit de establecimientos hoteleros, específicamente de hosterías de primera categoría, por lo tanto es el principal problema que tiene el visitante, ya que por lo general, buscan un sitio que tenga mayor comodidad, es decir que tenga todos los

servicios para que la estadía sea placentera, sobre todo en feriados y fines de semana. Por esta razón, se busca promover una idea innovadora a través de una empresa hotelera, la misma que ofrecerá un ambiente de paz, tranquilidad, servicio de calidad y cómodos precios, para así complacer los gustos del turista nacional y extranjero.

Como se sabe, el cantón Ibarra tiene varios atractivos turísticos, pero uno de los principales es el tren Ecuador, y es por este atractivo, que en el año 2014 acogió alrededor de 23829 visitantes, último dato obtenido por la página oficial de ferrocarriles del Ecuador, por lo que existe una gran demanda de turistas que buscan un establecimiento hotelero de fácil acceso, que no se encuentre alejado de la zona central del cantón y que tenga un ambiente acogedor y tranquilo a pesar de estar ubicado en una zona comercial.

La creación de una hostería en la parroquia de Caranqui tiene como fin el permitir a sus pobladores obtener un crecimiento socio-económico, ya que los futuros visitantes además de utilizar los servicios dentro del establecimiento, podrán visitar sus alrededores y hacer consumo de productos o servicios. Además, el simple hecho de interactuar con los turistas permitirá un enriquecimiento cultural personal. Dicha creación quiere obtener varios factores positivos, antes, durante y después de poner en marcha el plan de negocios, ya que sin duda el nivel socioeconómico mejorará notablemente, y no solo para los pobladores, sino también para sus inversionistas, ya que todo plan de factibilidad busca ser rentable a mediano y largo plazo.

## **Formulación del problema**

### **Pregunta general**

¿Cuáles son las etapas para elaborar un plan de negocios para la creación de una Hostería en la parroquia Caranqui, cantón Ibarra, provincia de Imbabura?

## **Preguntas específicas**

- ¿Cuál es el marco teórico y conceptual que se necesita para saber cuáles son los requisitos para la creación de una hostería?
- ¿Cuáles son las características que debe tener la oferta, demanda, producto y sus canales de distribución en el cantón Ibarra?
- ¿Cómo se va a realizar el estudio de factibilidad técnica, financiera, administrativa y de impacto ambiental, social y económico para la creación de una hostería?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una Hostería en la parroquia Caranqui, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos**

- Investigar el marco teórico y conceptual que se necesita para saber cuáles son los requisitos para la creación de establecimientos hoteleros en el Ecuador
- Analizar a través de un estudio de mercado las preferencias de los posibles clientes potenciales nacionales y extranjeros, así como también analizar las características del producto y los canales de distribución, en el cantón Ibarra
- Realizar un estudio de factibilidad técnica, financiera, administrativa y de impacto ambiental, social y económico para la creación de una hostería a través de distintas técnicas de investigación.



## **Justificación de la investigación**

Este emprendimiento quiere lograr ser un proyecto factible que permita generar cambios positivos en la parroquia de Caranqui, tales como mejorar el ámbito socio-económico, generar varias fuentes de trabajo ya que no existe en la misma zona competencia directa que brinde los mismos servicios que dicho proyecto quiere ofrecer (dar a conocer la riqueza cultural tanto del micro entorno, así como del macro entorno); que permita usar el talento humano para un buen desarrollo antes, durante y después de generada la creación del establecimiento, así como también obtener utilidades por dicho emprendimiento.

La importancia de dicha investigación se basa en generar un propuesta turística y hotelera que está poco desarrollada en la parroquia Caranqui, se busca solucionar la problemática del cambio continuo de nuevos e innovadores establecimientos hoteleros en el cantón Ibarra, además de brindar un servicio único, de calidad y personalizado, donde el huésped pueda encontrar confort y comodidad en todas las áreas del establecimiento, para que se pueda sentir mejor que en casa sin importar el tiempo de su estadía.

Los beneficiarios directos serán, por un lado el inversionista del proyecto, ya que para él se generará utilidad en un determinado lapso de tiempo, y por el otro los potenciales trabajadores que se emplearán para el buen proceso operativo y administrativo del establecimiento. En cambio, los beneficiarios indirectos serán, la población del lugar ya que se generará mayor fuente de ingreso económico, especialmente para los habitantes de la ciudad de Ibarra, y el gobierno autónomo descentralizado (GAD) de San Miguel de Ibarra, debido a que al instaurar un establecimiento, éste tendrá acceso a cobros de impuestos y demás rubros.

Dicho emprendimiento busca tener un impacto social positivo porque generará plazas de trabajo en el establecimiento y fuera de ello también, un impacto económico financiero positivo debido a que existirá mayor movimiento de efectivo para el cantón Ibarra. El impacto ambiental lastimosamente será negativo porque la construcción de un establecimiento de cualquier índole causa un impacto, aunque pequeño, no es nada favorable para la naturaleza, sin embargo se buscará

nuevas alternativas para minimizar los daños como utilizar materiales para la construcción amigable con el medio ambiente y utilizar productos biodegradables cuando el establecimiento esté en funcionamiento.

## Metodología de la investigación

### Tipos de Investigación

- **Investigación Exploratoria:** Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación (Behar, 2008, pág. 21). Este tipo de investigación puede ser aplicado en dicho proyecto porque es necesario e importante conocer los aspectos fundamentales de una problemática que es este caso termina siendo en conocer los gustos y preferencias que pueden tener los futuros clientes potenciales.
- **Investigación Cuantitativa:** Se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando. Se utiliza en diferentes ámbitos, desde estudios de opinión hasta diagnósticos para establecer políticas de desarrollo. Descansa en el principio de que las partes representan al todo; estudiando a cierto número de sujetos de la población (una muestra) nos podemos hacer una idea de cómo es la población en su conjunto. Concretamente se pretende conocer la distribución de ciertas variables de interés en una población (Hueso & Cascant, 2012, pág. 7). Dicha investigación busca cuantificar toda la información que recibe de la población de una manera adecuada para que los resultados sean lo más fiables posibles. Este tipo de investigación va de la mano con la investigación cualitativa, ya que el investigador tendrá información a través de opiniones de la población y también a través de encuestas para luego poder cuantificarla.

- **Investigación Cualitativa:** Aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable (Taylor & Bogdan, 1986, págs. 15-21). En este tipo de investigación, el investigador debe ser prolijo ante todas las opiniones que reciba de la muestra de la cual está investigando para luego poder cuantificarlas y sea mucho más fácil la interpretación de los resultados, tomando en cuenta que la información que se reciba sea lo más verídica posible.

**Tabla 1 Comparación investigación cuantitativa y cualitativa.**

<b>Investigación Cuantitativa</b>	<b>Investigación cualitativa</b>
Recoge información empírica (de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir) y que por su naturaleza siempre arroja número como resultado. Galileo Galilei afirmaba en este sentido “mide lo que sea medible y haz medible lo que no lo sea”.	Recoge información de carácter subjetivo es decir que no se perciben por los sentidos como el cariño, la afición, los valores, aspectos culturales. Po lo que sus resultados siempre se traducen en apreciaciones conceptuales ( en ideas o concepto) pero de la más alta precisión o fidelidad posible con la realidad investigada
Termina con datos numéricos.	Termina con datos de apreciaciones conceptuales.
Es fuerte en cuanto a la precisión del fenómeno mismo pero es débil en cuanto al papel del contexto o ambiente en la generación de datos	Débil en cuanto a la precisión acerca de los datos pero fuerte en cuanto al papel del ambiente que genera el fenómeno investigado.

Fuente: (Behar, 2008, pág. 38)

Elaborado por: Autora.

## **Métodos de Investigación**

Los métodos de investigación buscar tener información veraz y concisa que permita desarrollar un plan de negocios que pueda ser factible, tomando en cuenta que hay que analizar cada una de las partes por separado es decir analizar la competencia y los productos que ofrecen y lo más importante cual es la característica que lo identifica además el segmento de mercado y sus necesidades, y el producto que se quiere ofertar logrando encontrar una característica que se diferencie de los demás.

- **Método deductivo:** Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.
- **Método analítico sintético:** Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).
- **Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa:** Otra forma reciente de caracterizar métodos de investigación es la concepción de métodos cimentada en las distintas concepciones de la realidad social, en el modo de conocerla científicamente y en el uso de herramientas metodológicas que se emplean para analizarlas. Según esta concepción, el método de investigación suele dividirse en los métodos cuantitativos, o investigación cuantitativa, y cualitativo o investigación cualitativa:
- **Método cuantitativo o método tradicional:** Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresan relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar los resultados. El método cualitativo o método no tradicional: De acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000), se orienta a profundizar casos específicos y no generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

Los investigadores que utilizan el método cualitativo busca entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica. En su forma general, la investigación cuantitativa parte de los cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, en tanto que la investigación cualitativa pretende conceptualizar sobre la realidad, con base en la información de la población o las personas estudiadas (Bernal, 2010, págs. 58-60).

La utilización de todos estos tipos de métodos busca obtener la información más fiable de la población en donde va a ser desarrollada dicha investigación a través de encuestas, entrevistas, observaciones; además de opiniones que se podrían recibir de los posibles clientes potenciales; cuantificar las cualidades que tienen los posibles huéspedes a través de diferentes técnicas de investigación para permitir alcanzar a los objetivos propuestos para dicho proyecto.

### **Técnicas de investigación**

Entre las técnicas de investigación a considerar sobresalen la observación, la encuesta y la entrevista.

- **Observación:** Como su nombre lo indica, esta técnica consiste en acercarse al fenómeno estudiado, y ver directamente lo que sucede. Algo imprescindible en esta técnica es que el observador debe pasar desapercibido, de lo contrario es altamente probable que los sujetos de investigación modifiquen su comportamiento normal (Del Cid, Mendéz, & Sandoval, 2007, pág. 103). Es el método por el cual se establece una relación concreta entre el investigador y el hecho social, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación.
- **Encuesta:** A diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados, las encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio. La información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población (Behar, 2008, pág. 63). Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas. Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de

la persona que lo responde, ya que lo que se busca saber es sus preferencias en el servicio hotelero.

- **Entrevista:** La entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas (Behar, 2008, pág. 55). Es una conversación en donde se quiere averiguar datos específicos que se necesita para seguir con la investigación. Incluye la opción de selección previa a quién se va a realizar. Igualmente no puede ser aplicada a cualquiera, sino a una persona que tenga un conocimiento suficiente y que pueda aportar con información relevante.

Las técnicas de investigación hacen que el plan de negocios sea llevado a cabo de la mejor manera posible, para lograr conocer si será factible o no en un futuro. Poniendo en práctica dichas técnicas se logra que la investigación sea mucho más manejable en todo el proceso.

## **Contenido de la Capitulación**

**CAPÍTULO 1:** Marco teórico referencial permitirá elaborar una investigación documentada en donde se pueda analizar, procesar y sintetizar temáticas que se encuentren directa e indirectamente con el tema del proyecto tales como el turismo en el cantón Ibarra y sus alrededores, la clasificación de establecimientos hoteleros en el Ecuador, los servicios que debe poseer una hostería; todo esto utilizando material bibliográfico actualizado.

**CAPÍTULO 2:** Estudio de Mercado, quiere realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda y la oferta del cantón Ibarra además de la identificación de los precios actuales que poseen los diferentes servicios de hospedaje. Tomando en cuenta los canales de distribución que podría tener el establecimiento. Todo esto

a través de una encuesta a los futuros clientes potenciales, también usando la observación de otros establecimientos y de los atractivos que puede tener el cantón de Ibarra.

**CAPÍTULO 3:** En el estudio técnico financiero, se busca elaborar un organigrama estructural, y funcional, un manual de funciones. Además se quiere lograr dar a conocer la estructura del establecimiento hotelero. En el estudio económico se busca conocer las inversiones, ingresos, costos, los diversos flujos e indicadores básicos que se necesita para saber si la creación de una hostería es factible en el cantón Ibarra. Tomando en cuenta el recurso humano que es fundamental antes durante y después de dicha investigación.

## CAPITULO I

### MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

#### 1.1 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (Organización Mundial del Turismo OMT, 2007).

El Turismo es una actividad generadora de desarrollo social y económico, basada en el viaje que realizan las personas, que puede ser por placer, negocios, estudios, investigaciones, etc., y por lo tanto, interfiere directamente con la industria de la hospitalidad, ya que por lo general un cliente/huésped suele visitar una ciudad mínimo 24 horas.

Cabe mencionar que, la industria de la hospitalidad se refiere a los negocios que brindan un servicio de calidad con eficiencia y eficacia a un cliente o huésped que haga uso de las instalaciones de un establecimiento hotelero de cualquier tipo ya sea por un largo o corto tiempo y que por ese servicio se dé a cambio una remuneración. Se brinda productos intangibles que se lo llamara servicio, y entre más personalizado sea el servicio mayor satisfacción tendrá el cliente (Martinez, 2008, págs. 142-143).

Actualmente existe una gran variedad de establecimientos hoteleros, entre los cuales el huésped puede escoger cual será la mejor opción, dependiendo de sus características socioeconómicas y de los servicios que el establecimiento puede ofertar y que desea obtener. Entre los tipos establecimientos más conocidos son: hoteles, hostales y hosterías.

Tomando en cuenta que, en una ciudad como Quito, capital del Ecuador, lo que más abundan son los hoteles, sobre todo en la parte centro norte, ya que por lo general los visitantes a esta ciudad son ejecutivos, empresarios, es decir ellos



realizan un turismo de negocios; sin embargo en otras ciudades, como es el caso de la ciudad de Ibarra, en donde puede existir mayor variedad de turismo, generará mayor crecimiento de establecimientos hoteleros.

Tomando en cuenta que la presente investigación está enfocada en un estudio de factibilidad de una hostería en la ciudad de Ibarra, es importante definir dicho concepto; así, hostería se define como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo-Ecuador, 2015).

## 1.2 Sistema turístico y su importancia

Del concepto de turismo antes mencionado parte el sistema turístico como tal, el cual se compone de un conjunto de atractivos turísticos en una determinada zona, los visitantes o turistas.

En el siglo XXI, el turismo ha finalizado una etapa de asentamiento y aceptación, y hoy está considerado como un nuevo valor dentro de los deseos y las aspiraciones de millones de seres humanos, aunque mucho todavía no tengan el privilegio de haber sido turistas (Gurría Di-Bella, 1992, pág. 511).

El punto de arranque de una nueva era, de un nuevo capítulo para abrir nuevas puertas en distintos lugares del mundo se dio a partir de la década de 1950, que definitivamente permitirá experimentar a futuro sin duda grandes momentos turísticos. En cinco décadas el impacto turístico se ha logrado diferenciar y conocer varios destinos turísticos alrededor del mundo, favoreciendo el desarrollo socioeconómico de regiones y localidades antaño deprimidas. Durante medio siglo se ha logrado dejar de lado la sociedad industrial para

sustituirlo por centros que ofrecen servicios y que forman parte de la nueva sociedad de este siglo, conocida como la sociedad del “ocio-turismo”. Así, el turismo logró alcanzar un valor de aceptación importante para los seres humanos.

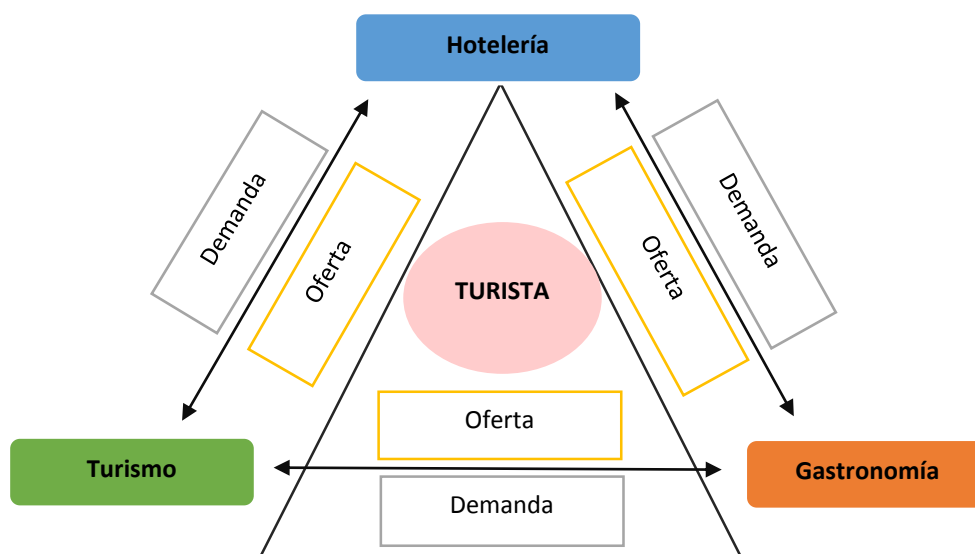
El sistema turístico busca ser un triángulo perfecto donde exista la igualdad para las tres ramas, y así obtener el potencial de cada una de ellas, la clave para lograrlo es dar un servicio de calidad. En dicho sistema, ningún elemento se encuentra aislado de otro, sino que busca ser un complemento que permita ser dinámico y flexible; donde intervengan las tres especialidades de una manera equilibrada; es decir, el turismo viene de la mano con la hotelería y la gastronomía de cada sitio, así, es innegable no conocer un sitio turístico, sin por lo menos hospedarse una noche o probar la gastronomía típica del sector. Tomando en cuenta que en el centro de este sistema se encuentra la pieza fundamental “el turista”, ya que es él quién generará el dinamismo que se necesita para que todo tenga una armonía.

Ahora la oferta turística también ha presentado cambios en varios aspectos, algunos de ellos son los boletos aéreos y paquetes de viajes turísticos, esta oferta ha abierto su camino a cualquier persona que tenga deseos de viajar y conocer nuevos destinos; y para eso, se han desarrollado propuestas con características más diversas para poder asegurar satisfacer las necesidades, expectativas o sueños. “El viaje se ha convertido en una necesidad vital para millones de ciudadanos que están deseando tener cualquier excusa para salir de su hábitat diario y trasladarse a cientos o miles de kilómetros para encontrarse con una realidad diferente” (Fonseca, 2007, pág. 513).

Tomando en cuenta que ahora los cambios en la sociedad son más rápidos y drásticos, actualmente se ha vuelto más sencillo conseguir un boleto aéreo o conseguir paquetes turísticos con todo incluido a través de internet, estos cambios provocan incertidumbre lo que permite que la empresa en la industria hotelera genere respuestas inmediatas y de calidad para un mundo en continua evolución que exige ser diferente de un día para el otro.

Se debe tomar en cuenta que existen varias maneras de definir y desarrollar el sistema turístico; sin embargo, se lo analizará de la siguiente manera:

En las puntas del triángulo están las tres ramas que son: la hotelería, el turismo y la gastronomía, dentro de este se encuentra el punto clave para conseguir el éxito y el equilibrio de lo antes mencionado, el cliente, y fuera de esto, pero sin menos importancia se encuentra tres flechas en doble sentido las cuales significan el constante movimiento de la oferta y la demanda para este sistema turístico.



**Gráfico 1 Sistema turístico.**

Elaborado por: Autora.

El turismo solo puede existir en un clima de libertad, donde el o los individuos tengan facultades para decidir por ellos mismo cuando y hacia donde desplazarse, y se encuentren en la situación de escoger entre las opciones de hacer o no hacer (Gurría Di-Bella, 1992, pág. 15).

En la actualidad, el turista posee un nivel cultural más alto y por ende más experiencias turísticas, lo que hace que genere nuevas necesidades, además del aumento de tiempo libre y la tendencia de repartir las vacaciones en diferentes periodos provoca que el turista tienda a practicar distintos tipos de turismo según las épocas del año.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas de gran importancia con las que puede contar el país tomando en cuenta que se encuentra en la tercera posición dentro de la economía del país, ya que dicho sector ha ido creciendo gradualmente según datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), lo cual permite decir que el turismo es una fuente de ingreso muy importante en estos últimos años para el país, recalcando que esto se generó por la baja de precio del petróleo siendo este el principal ingreso económico para el Ecuador. Además entre el año del 2015 y el 2016 el turismo también tuvo un retroceso de un 8.5% debido a las situaciones por las que ha pasado el país, uno de sus factores fue el terremoto de 16 de abril del 2016 y las constantes réplicas que a partir de eso se han ido generando con el pasar de los meses, lo que ha provocado que el turista tanto nacional como extranjero se abstenga de visitar Ecuador, sin embargo gracias al apoyo del gobierno actual y sus respectivas delegaciones se ha logrado reconstruir en un 60% las zonas afectadas para que el turismo se reactive y genere nuevos ingresos.

### **1.3 Historia de la hotelería**

La historia de la hotelería empieza desde 1800 A.C., sin embargo en aquellas épocas la hotelería no tenía tanta importancia ya que lo que se ofrecía era muy básico y primitivo.

En Roma existían una variedad de establecimientos a lo largo de los caminos y en diferentes poblaciones en donde existían tabernas y posadas para satisfacer las necesidades de los viajeros, sin embargo en dichas posadas no podía entrar cualquiera, solo lo hacían las personas que llevaban una carta de desahucio, esta carta significaba un permiso de viaje para los funcionarios del Estado.

La Hotelería comienza a tener relevancia con el suizo César Ritz y dicho personaje es considerado como el padre de la moderna hotelería. Ritz dirigió una docena de hoteles simultáneamente y gracias a su visión y su espíritu emprendedor y de servicio, su fama como director de hoteles se vio acrecentada

y en conjunto con Augusto Escoffier un gran chef de la época introdujo un nuevo concepto de servicio de restaurant.

Ritz creó uno de los hoteles más lujosos de la época poniendo todo su conocimiento adquirido en los diferentes hoteles que trabajó, para crear un hotel con todas las comodidades posibles para satisfacer las necesidades de sus huéspedes. Habitaciones con cuartos de baño con bañeras de mármol y las paredes recubiertas de azulejos. Fue el quien puso en marcha un sistema de reservación de habitaciones y muchas cosas más que a lo largo de los años se han tomado como ejemplo para mejorar los servicios de los actuales hoteles. Augusto Escoffier es considerado el hombre que revolucionó el concepto del restaurant de un hotel.

#### **1.4 Clasificación de la hotelería**

##### **1.4.1 Hostelerías, refugios, moteles y cabañas**

Según (Ministerio de Turismo-Ecuador, 2015), hostelería se define como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte dependiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (2015).

Además, para que logre ser una hostelería de 4 estrellas deberá contar con por los menos siete de estos requisitos:

- Piscina
- Hidromasaje
- Baño turco
- Sauna
- SPA

- Local comercial a fin a la actividad. Ejemplo: agencia de viaje, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio o uno más locales comerciales.
- Salones y/o áreas para eventos
- Vinculación con una actividad agropecuaria.
- Realizar caminatas
- Realizar cabalgatas
- Realizar rodeos
- Vinculación de la comunidad en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento
- Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas)
- Juegos de salón (mesa de billa y/o billar, mesa de ping pong).

### 1.5 Análisis de factibilidad

Un análisis de factibilidad se define como el estudio que toda empresa debe realizar para poder determinar si el negocio será viable o no, porque analiza ampliamente todos los aspectos sociales, económicos y financieros para la realización de una empresa, sin este estudio no se puede definir ni proyectar su éxito o fracaso. También se puede decir que el estudio de factibilidad se constituye en un plan de producción, proyecto o presupuesto en el que se recopila toda la información y en base a esta se toma la mejor decisión, en cuanto a su desarrollo (Armas, 2013, pág. 6).

Entonces para que el presente proyecto pueda ser factible se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- El estudio de mercado permitirá tener una noción clara de la cantidad de clientes que pueden adquirir el servicio hotelero el cual se piensa brindar, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo, que puede ser de largo plazo y qué precio estarían dispuestos a pagar por ello. Adicionalmente, el estudio de mercado permite indicar los gustos y preferencias que pueden tener los posibles clientes potenciales además

permite conocer características y especificaciones del servicio que se quiere ofertar.

- El estudio económico permite una valoración económica en donde pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo.
- El estudio financiero tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implantación, y contar con la suficiente solvencia, para desarrollar completamente operaciones productivas y comerciales. El estudio financiero aporta la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizarán.
- La protección ambiental se demuestra especialmente en cada una de las miles de “toma de decisiones “que afectan a un territorio, a la población que habita, lamentablemente en cualquier plan de negocios siempre se va a generar un impacto ambiental negativo, ya que se está alterando una parte de la naturaleza por la construcción que implica la creación de un establecimiento hotelero y los desechos que se generara una vez puesto en marcha dicho proyecto.

El ciclo de vida de un proyecto comprende tres etapas clásicas: diseño, ejecución y abandono. En el diseño se aportan elementos de juicio para tomar decisiones sobre las necesidades de apoyo y elementos para la ejecución y terminación del proyecto. Entonces se analizan aspectos técnicos, económicos, financieros, administrativos, institucionales y ambientales lo cuales ya han sido mencionados anteriormente. La ejecución implica las etapas de construcción de obras, y la puesta en marcha y operación de actividades. El abandono se vincula a la fase de cierre del establecimiento tomando en cuenta que por lo general el servicio de alojamiento tiene una fecha de inicio pero es incierto su fecha de cierre, su tiempo de duración puede ser indefinida (Espinoza, 2002).

Existen dificultades para medir la contribución del turismo al PIB (Producto Interno Bruto) debido a la naturaleza no tangible de los productos que forman

parte de él, los servicios y la complicación de separar las actividades turísticas del resto, ya que se trata de un sector transversal.

Según el Reglamento de alojamiento turístico (Ministerio de Turismo-Ecuador, 2015) define al alojamiento como “una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación renumerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros”.

## 1.6 Marco Referencial

### 1.6.1 Marco Legal

**Tabla 2 Permisos**

Requisitos	A quien se debe pagar	Frecuencia de pago	Quien debe pagar y/o cumplir
Registro de actividad turística	Ministerio de turismo	Solo una vez	P. naturales y jurídicas
Licencia única de funcionamiento turismo	Ministerio de turismo/ Municipios	Anual	P. naturales y jurídicas
Permiso sanitario	Ministerio de salud	Anual	P. naturales y jurídicas
Certificado de salud empleados	Ministerio de salud	Anual	P. naturales y jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. naturales y jurídicas
Rótulos y publicidad exterior	Municipio	Anual	P. naturales y jurídicas
Bomberos	Cuerpo de bomberos	Anual	P. naturales y jurídicas

Fuente: (Federación hotelera del Ecuador -AHOTEC-, 2009).

Elaborado por: Autora.

**Tabla 3 Obligaciones tributarias**

Requisitos	A quien se debe pagar	Frecuencia de pago	Quien debe pagar y/o cumplir
Declaración del impuesto a la renta	Servicio de rentas internas	Anual	Personas jurídicas y naturales
Anexos impuestos a la renta (Rel Dependencia)	Servicio de rentas internas	Anual	Personas jurídicas



Anticipo impuesto a la renta	Servicio de rentas internas	Julio/ Septiembre	Personas jurídicas y naturales
Retención en la fuente- Renta	Servicio de rentas internas	Mensual	Personas jurídicas y naturales
Impuesto al valor agregado (IVA)	Servicio de rentas internas	Mensual	Personas jurídicas y naturales
Impuesto consumos especiales (ICE)	Servicio de rentas internas	Mensual	Personas jurídicas y naturales
Anexos transacciones (IVA/ICE/Renta)	Servicio de rentas internas	Mensual	Personas jurídicas y naturales
Declaración Patrimonial	Servicio de rentas internas	Anual	Personas naturales

Fuente: (Federación hotelera del Ecuador -AHOTEC-, 2009).

Elaborado por: Autora.

**Tabla 4 Obligaciones**

<b>Requisitos</b>	<b>A quien se debe pagar</b>	<b>Frecuencia de pago</b>	<b>Quien debe pagar y/o cumplir</b>
Décimo cuarto sueldo	Empleados	anual	Personas naturales y jurídicas
Presentar planilla de pago 14vo sueldo	Ministerio de trabajo	Anual	Personas naturales y jurídicas
Décimo tercero sueldo	Empleados	Anual	Personas naturales y jurídicas
Presentar planilla de pago 13vo sueldo	Ministerio de trabajo	Anual	Personas naturales y jurídicas
Fondos de reserva	IESS	Anual	Personas naturales y jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	Personas naturales y jurídicas
Presentar planilla de pago 15% utilidades	Ministerio de trabajo	Anual	Personas naturales y jurídicas
Uniformes para el personal	Empleados	Anual	Personas naturales y jurídicas
Remuneración a empleados	Empleados	Mensual	Personas naturales y jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IEES	Mensual	Personas naturales y jurídicas

Repartir 10% por servicio	Empleados	Mensual	Hoteles y restaurantes 5 y 4 estrellas
Presentar planilla de pago 10% por servicio	Inspectorías de trabajo	13ro/14ro/utilidades	Hoteles y restaurantes 5 y 4 estrellas
Aplicar porcentaje de discapacitados en nomina	Ministerio de trabajo	Permanente	Personas naturales y jurídicas
Tener Dispensador de preservativos	Ministerio de salud	Permanente	Personas naturales y jurídicas

Fuente: (Federación hotelera del Ecuador -AHOTEC-, 2009).

Elaborado por: Autora.

**Tabla 5 Otras contribuciones y obligaciones**

<b>Requisitos</b>	<b>A quien se debe pagar</b>	<b>Frecuencia de pago</b>	<b>Quien debe pagar y/o cumplir</b>
Contribución 1 x mil a los activos fijos (FMPTE)	Ministerio de Turismo	Anual	Personas naturales y jurídicas
Contribución 1 x mil activos reales	Superintendencia Compañías	Anual	Personas jurídicas
Presentar Balances	Superintendencia Compañías	Anual	Personas jurídicas
Impuesto a los activos totales (1.5 x mil)	Municipios	Anual	Personas naturales y jurídicas
Impuesto predial	Municipios	Anual	Personas naturales y jurídicas
Reportes estadísticos	Ministerio de turismo	Mensual	Personas naturales y jurídicas
Reportes de huéspedes	Varias instituciones	Diario	Personas naturales y jurídicas

Fuente: (Federación hotelera del Ecuador -AHOTEC-, 2009).

Elaborado por: Autora.

Requisitos para la licencia única de funcionamiento turismo:

- Registro único de contribuyentes (R.U.C.) (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en Infodigital).
- Cédula de identidad (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en Infodigital).

- Papeleta de votación (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en Infodigital).
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios) (Ministerio de Turismo-Ecuador, 2015).

Requisitos para establecimientos nuevos (Ministerio de Salud):

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos (Ministerio de Salud Pública-Ecuador, s.f.).

## 1.7 Marco Conceptual

- Canales de distribución: Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos (Córdoba, 2006, pág. 79).
- Capital: Conjunto de medios de producción de la economía; comprende:  
a) Los edificios e instalaciones; b) El equipamiento y las maquinarias y c) Las materias primas y productos intermedios a utilizar en el proceso de producción. Una primera diferenciación surge con el capital financiero, el que implica los recursos de base monetaria que la empresa o emprendimiento requiere para el cumplimiento de sus objetivos. En su acepción contable es la diferencia entre activo y pasivo (Rodríguez, 2009, pág. 12).
- Check in: “Son los procesos mediante los cuales el (los) huésped (es) registra (n) su ingreso a un establecimiento hotelero” (Estrella, 2010, pág. 16).
- Check out: “Son los procesos mediante los cuales el (los) huésped (es) registran su salida de un establecimiento hotelero con la cancelación final de su cuenta” (Estrella, 2010, pág. 16).
- Cliente V.I.P. (Very important person): La designación de un cliente VIP difiere en cada establecimiento hotelero dependiendo de sus políticas, por lo general la decisión de que un cliente sea VIP se lo realiza a través de la gerencia, y entre las características más comunes para ser este tipo de cliente son: huéspedes frecuentes, miembros del gobierno, personas famosas del mundo del espectáculo (Estrella, 2010, pág. 39).

- Costos de producción: “Son todas aquellas erogaciones<sup>1</sup> que están directamente relacionadas con la producción de los bienes”. (Araujo, 2012, pág. 107).
- Demanda: Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precio del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado) en un momento determinado (Córdoba, 2006, pág. 62).
- Gestión de reservas: Es la forma de administrar las reservas de forma personal, vía telefónica o a través de internet, actualmente es muy utilizado el internet ya que el futuro huésped tendrá en tiempo real la disponibilidad de fechas y habitaciones en un establecimiento hotelero, por eso es importante que dicho establecimiento cuente con su propia página web y se pueda realizar ahí una reservación o mediante una empresa intermediaria que se encuentre a nivel mundial tales como booking, trivago entre otros (Ministerio, Industria, Energía y Turismo-España, 2010).
- Índice de liquidez: Conocida también como razón circulante, esta razón se obtiene de la división entre el activo circulante y el pasivo circulante. Representa el monto de recursos que la empresa destina a cubrir las erogaciones necesarias para su operación. El resultado indicador significa las unidades monetarias circulantes de que dispone la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo (Araujo, 2012, pág. 133).
- Inversión fija: “Este presupuesto está formado por todos aquellos bienes tangibles que es necesario adquirir inicialmente y durante la vida útil del proyecto, para cumplir con las funciones de producción, comercialización y distribución de los productos” (Araujo, 2012, pág. 103).
- Mercado potencial: “Conjunto de consumidores que muestra interés por un producto o servicio en particular” (Monferrer, 2013, pág. 52).
- Misión de la empresa: “Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe

---

<sup>1</sup> Gasto.

contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo” (Alcaraz, 2011, pág. 59).

- **Oferta:** El análisis de la oferta permite conocer las debilidades y fortalezas que posee la competencia en cuanto a los servicios que ofrece, la cantidad y la calidad de los productos que oferta, el personal y ambiente de trabajo, aunque es difícil tratar de conseguir con exactitud toda la información es importante obtenerla ya que a través de ella el desarrollo del proyecto será más factible (Jaramillo, 2015).
- **Precio:** Al precio se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien” (Jáuregui, 2001). El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer (Córdoba, 2006, pág. 77).
- **Punto de equilibrio:** La importancia que reviste una inversión futura, así como determinar en qué momento se podrán obtener utilidades son medidos con un indicador fundamental denominado punto de equilibrio que, sin representar una razón financiera, constituye un importante elemento de evaluación respecto al volumen de operación o nivel de empleo de la capacidad de producción, en el cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de ese punto, la empresa incurre en pérdidas y por arriba obtiene utilidades. El punto de equilibrio sería la intersección de la curva de costos totales con la curva de ingresos a su máxima capacidad de operación (Araujo, 2012, págs. 135-136).
- **Segmento de mercado:** Es una porción del mercado total compuesta por clientes reales o potenciales que demográficamente (o determinados bajo variables específicas) presentan características similares. Los segmentos de mercado pueden variar considerablemente de un establecimiento a otro, esto debido a su ubicación, el tipo de servicios que ofrece, la categoría. La segmentación de mercado que presentamos a continuación corresponde a un establecimiento hotelero de ciudad en donde se

evidencian todos los segmentos de mercado posibles (Martinez, 2008, pág. 15).

- Tarifa rack: “Es la tarifa publicada por el hotel, se encuentra en la información que aparece en los brochures<sup>2</sup>, páginas web y propaganda del establecimiento. Es la tarifa más alta, comisionable para agencias de viajes y base para aplicar los diferentes descuentos” (Estrella, 2010, pág. 22).
- Tasa interna de retorno (TIR): 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. La TIR obtenida se puede comparar, para fines de aprobación y para la toma de decisiones (Araujo, 2012, pág. 136).
- Valor presente neto (VPN): Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión. También se conoce como el valor actual neto (VAN), definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos la inversión inicial (Córdoba, 2006, pág. 279).
- Visión de la empresa: Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta. La palabra visión viene del latín “visto” entonces la visión es la acción de ver al futuro, la mayoría de las nuevas empresas utilizan lapsos de entre 5 y 10 años de tiempo para alcanzar su visión (Alcaraz, 2011, pág. 61).
- Spa: Es un establecimiento que permite la realización de terapias con el uso de agua. Suele tratarse de centros de salud, descanso y recreación que cuentan con diversos tipos de piscinas, saunas, hidromasajes y jacuzzis (Definición, 2017).

---

<sup>2</sup> Toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente.

## **1.8 Características principales del cantón Ibarra provincia de Imbabura como destino turístico**

### **1.8.1 Ubicación geográfica**

El cantón Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, conocida como la ciudad blanca, “La Ciudad donde siempre se vuelve”, ubicada en una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, caracterizada por tener una riqueza cultural expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, lo que le hace diferente e inconfundible. Se ubicada geográficamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. Está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato (GAD-Ibarra, 2016).

### **1.8.2 Clima**

La ciudad de Ibarra cuenta con un clima privilegiado, el cual oscila alrededor de los 18°C, lo que permite aprovechar la mayoría del tiempo para visitar los más hermosos lugares que esta bella ciudad posee.

### **1.8.3 Historia de San Miguel de Ibarra**

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Quitus y Caranquis dominaban, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad. Todos esos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales.



San Miguel de Ibarra fue fundado el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui. La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

#### **1.8.4 Gran Suceso, Terremoto**

El 16 de agosto de 1868 la provincia de Imbabura sufrió uno de los eventos más devastadores dentro de la historia del Ecuador, un terremoto de 7.2 grados de magnitud, dejó miles de víctimas mortales y una ciudad totalmente desolada llena de escombros, los pocos sobrevivientes que quedaron buscaron nuevos lugares para poder establecerse, sin embargo con el pasar de los años, la ayuda entre los mismos imbabureños y parte del gobierno, la provincia de Imbabura nuevamente fue tomando forma, es decir se convirtió en un lugar habitable. El cantón Ibarra creó un nuevo y renovado pueblo. El terremoto acabó con toda la riqueza colonial de los años 60 que poseía esta bella provincia, sin embargo eso no fue impedimento para que en la actualidad los habitantes y turistas nacionales y extranjeros puedan disfrutar de las hermosas iglesias, parques, y las demás atracciones turísticas que posee en sí toda la provincia de Imbabura.

Cabe recalcar que el cantón Ibarra fue una de las zonas que mayor progreso tuvo, ya que es la capital de la provincia, además las personas que sobrevivieron al terremoto, se ubicaron en la zona norte de la misma y por ende para ellos fue

más fácil ubicarse en dicha provincia, estos habitantes llegaron desde Zuleta, Mariano Acosta, Pimampiro, La Esperanza, Yuracruz.



**Gráfico 2 Foto Antes-terremoto 1868**

Fuente: (Secretaría Gestión de Riesgos, s.f.).



**Gráfico 3 Foto Después-jueves15 Agosto**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

### **1.8.5 Atractivos turísticos de la zona**

Todo lugar que constituya un destino turístico debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los turistas, dichas características deben ser tomadas en cuenta desde el punto de vista del visitante denominadas como atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención.

Para (García, s.f., págs. 64-65), los atractivos turísticos, pueden ser clasificados de la siguiente manera:

- Atractivos históricos
- Atractivos contemporáneos no comerciales
- Atractivos contemporáneos comerciales

El cantón Ibarra es privilegiado por tener varias opciones turísticas. Las rutas que ofrece el cantón Ibarra son cautivantes y asombrosas para quienes las visitan, son caminos que atraviesan el cantón y permiten a los turistas conocer las culturas existentes (GAD-Ibarra, s.f.).

#### **1.8.5.1 Laguna de Yahuarcocha**

La historia de la laguna de Yahuarcocha comienza en la época de los incas que en la lengua aborígen significa “Lago de Sangre”, ya que en este lugar se llevó a cabo la batalla entre Incas y Caranquis. (GAD-Ibarra, s.f.).

Es uno de los lugares que ningún turista puede perderse de conocer ya que este paisaje es muy conocido por su “Autódromo Internacional José Tobar”, donde cada año se realiza competencias, sobre todo para festejar la fundación de la ciudad de Ibarra. Además de esto, tiene otras actividades como: paseos en pequeños botes, juegos infantiles dentro y fuera de la laguna, go karts, así como también una gran variedad de restaurantes para poder degustar de la grandiosa gastronomía de dicho sector; entre los platos más pedidos están los pescados,

específicamente la tilapia, y las deliciosas piñas hawaianas. En las orillas se encuentran cultivos y en varios lugares plantas de totora.



**Gráfico 4 Foto Laguna de Yaguarcocha.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

#### **1.8.5.2 Mirador Arcángel San Miguel**

El monumento fue construido en honor al arcángel San Miguel quien es el patrono de todos los imbabureños, dicho lugar posee una vista muy amplia de la laguna de Yahuarcocha, del cantón Ibarra y de sus alrededores. Está ubicado a 3 1/2 km. de la ciudad, donde se puede disfrutar de una maravillosa vista de la Laguna de Yahuarcocha y de toda la ciudad. En el sector las pendientes son fuertes por lo que en ellas no hay mucha vegetación; sin embargo, en la parte baja se encuentra especies como chilca, cholanes, entre otros arbustos. (GAD-Ibarra, s.f.).

Actualmente, existen establecimientos donde se puede encontrar artesanías, vestimenta típica, restaurantes de comida típica. Es un lugar tranquilo, donde aún se puede respirar aire puro, ideal para pasar en familia y poder tener una mejor perspectiva del crecimiento continuo de dicha ciudad.



**Gráfico 5 Foto Monumento San Miguel Arcángel.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

### 1.8.5.3 Tren Ecuador- La Libertad

“Los ibarreños tuvieron que esperar hasta 1957 para poder inaugurar la ruta al mar, en medio de una algarabía iniciaron los recorridos de una locomotora de vapor, que en la actualidad ha sido habilitada y es un producto turístico escogido por muchos” (GAD-Ibarra, s.f.).



**Gráfico 6 Foto Tren.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

La Ruta de la Libertad, es una de las más recientes en el cantón, aunque en el año de 1917 comenzó la construcción de esta grandiosa obra y después de varios años al fin se logró inaugurar esta ruta para el tren en el año de 1957 el tren pasaba por ahí y fue uno de los medios de transporte más importante en aquellos años sin embargo con el tiempo y los avances en el medio de transporte, el ferrocarril tuvo una decadencia, a pesar de eso el actual gobierno ha logrado poner en marcha las nuevas rutas del tren como una actividad turística.

El tren la libertad tiene una ruta que atraviesa el bosque andino conocido como el Valle de Salinas, habitado por el pueblo afroecuatoriano de Imbabura. Y “tiene aproximadamente 30 km de recorrido en donde se puede observar las plantaciones de caña de azúcar, túneles labrados en roca y puentes” (GAD-Ibarra, s.f.).



**Gráfico 7 Foto Ruta La Libertad.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

Ferrocarriles del Ecuador pone a disposición a los turistas tanto nacionales como extranjeros, en la provincia de Imbabura las siguientes rutas:

- Ruta La Libertad I: La ruta empieza en la ciudad de Ibarra con rumbo a Salinas y retorna nuevamente a Ibarra. En el trayecto se puede apreciar grandes paisajes de los Andes del norte como se conjugan a lo largo del camino con el clima de la costa ecuatoriana. Además se puede disfrutar de bailes típicos de este sector, pero sobre todo la música bomba, de la

gastronomía, pero sin duda de una gran experiencia. Este tour empieza desde las 11:25 y se retorna a las 16:40 y se los realiza de jueves a domingo y feriados.

- Ruta La Libertad II. La ruta empieza en el Otavalo con rumbo a salinas y retorna nuevamente a Otavalo. Prácticamente se puede apreciar los mismos paisajes que en la primera ruta pero su adicional es conocer algunos lugares turísticos en Otavalo. Aquí se puede apreciar las diferentes estaciones a lo largo del camino como: San Roque, Andrade Marín, San Antonio, Ibarra, Hoja Blanca y Salinas de Ibarra. Este tour empieza desde las 08:00 hasta las 17:55 y se los realiza de viernes a domingo y feriados.

#### **1.8.5.4 Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas**

Área protegida conformada por un bosque tropical localizada en Cotacachi, población cercana a Ibarra, la cual representa uno de los ecosistemas casi desaparecidos, con la presencia de especies maderables de gran valor comercial y de uso artesanal. Es una de las áreas más visitadas por turistas extranjeros. Su fauna es extensa y está conformada por especies como el oso de anteojos, jaguar, tigrillo, guanta, guatuso, tutamono y nutria (GAD-Ibarra, s.f.).

Esta reserva se localiza entre la provincia de Imbabura y la provincia de Esmeraldas, es en parte un bosque húmedo. El parque es mezcla de muchas zonas biológicas. El símbolo de la reserva es un cóndor, una de las muchas especies protegidas en Ecuador.

Dicha reserva es ideal para conocer y tomar conciencia de la importancia que se debe tener en cuanto al cuidado de la naturaleza, y los cambios que debemos realizar para no seguir destruyéndola cada día más. Y qué mejor que hacerlo con un turismo sostenible que lo que trata es mantener intactas las especies de flora y fauna que ahí habitan.



**Gráfico 8 Foto Reserva Cotacachi Cayapas.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

#### **1.8.5.5 Valle del Chota**

“El Valle del Chota tiene una población aproximada de 2.000 habitantes de raza negra afro-ecuatoriana, se dio a conocer, por ser cuna de muchos jugadores de la Selección nacional de fútbol de Ecuador, siendo una región pobre, de mayores carencias del Ecuador” (Imbabura-Ecuador, 2010).

Lo cautivador de este lugar es su clima que a pesar de estar ubicado en la región sierra que es caracterizado por ser un clima de templado a frío, aquí es totalmente diferente su temperatura promedio se encuentra entre los 24° C. Lo cual es muy visible ver a sus pobladores vestir prendas muy ligeras.

Este valle se ha desarrollado en la cuenca del río del Chota. La vegetación verde a orillas del río contrasta con los áridos terrenos de las laderas erosionadas. Tiene un clima tropical seco.





**Gráfico 9 Foto Valle del Chota.**  
Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

#### 1.8.5.6 Parque Cóndor

Este sitio es una institución sin fines lucro que busca preservar la vida del animal más majestuoso que posee nuestro hermoso país, el cóndor, sin duda un espacio que merece ser visitado. Este lugar se encuentra ubicado junto al Lago San Pablo en Otavalo (GAD-Ibarra, s.f.).



**Gráfico 10 Foto Parque Cóndor.**  
Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

### 1.8.5.7 San Antonio de Ibarra

San Antonio de Ibarra está ubicada a 5 minutos del cantón Ibarra, un pequeño pueblo cuna de grandes artesanos. “Es conocida por su habilidad y destreza de sus pobladores, quienes se dedican a trabajar con madera y piedra para crear maravillosas esculturas y obras de arte” (GAD-Ibarra, s.f.).

“Expresión cultural y forma de vida de amplios sectores enfocados en tres actividades: el tallado en madera, los bordados a mano, la elaboración de máscaras” (GAD-Ibarra, s.f.). Sin duda alguna hace de este lugar un espacio maravilloso, digno de conocer y aprender algo más. Cada una de sus viviendas representan arte ya sea por los apilados instrumentos utilizados por los artesanos fuera de las mismas o porque en su estructura arquitectónica tienen plasmada el talento de los artistas que habitan en este grandioso pueblo.



**Gráfico 11 Foto San Antonio de Ibarra**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

### 1.8.5.8 Barrio El Alpargate

Este barrio es el más antiguo del cantón Ibarra y su nombre se debe a que antiguamente sus habitantes tenían talleres de alpargatas. Actualmente es un sector muy visitado para conocer las historias y leyendas que aquí narran sus

ciudadinos. Sin duda es aquel lugar donde se puede trasladar al pasado por unos minutos.



**Gráfico 12 Foto San Juan El Alpargate**  
(GAD-Ibarra, s.f.).

#### **1.8.5.9 Iglesias (Cantón Ibarra)**

La ciudad de Ibarra posee varias catedrales, basílicas e iglesias que constituyen el patrimonio religioso del cantón. Cada una de ellas con su característica arquitectura que datan de años pasados; poseen obras de arte religiosas, altares con pan de oro y esculturas religiosas de alto valor histórico. El Centro Histórico de Ibarra concentra al mayor número de edificaciones religiosas. Durante las noches lucen iluminadas y sus actividades generan la afluencia de visitas nacionales y extranjeras (GAD-Ibarra, s.f.).

Como en toda provincia las iglesias permiten conocer la historia de cada pueblo, es la puerta para ver los cambios que se han ido generando década a década, por eso que toma importancia plasmar algunas de las iglesias más significativas del cantón, tales como:

- Basílica La Dolorosa
- La Catedral
- Iglesia San Agustín
- Iglesia San Antonio de Ibarra
- Iglesia Nuestra Señora de la Merced



**Gráfico 13 Foto La Catedral.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

Aquellas estructuras constituyen un gran valor histórico religioso para el cantón Ibarra. Cada una de ellas posee características que las hacen únicas y diferentes entre sí como son las obras y esculturas religiosas, sin embargo existe una peculiaridad para todas ellas y es que en cada edificación tiene en su composición pan de oro.

### **1.8.6 Gastronomía**

No cabe duda que Ecuador es un país privilegiado con su gastronomía y por eso es inevitable no detallar algunos de sus platos típicos en este caso de la espectacular provincia de Imbabura.

- Helados de paila
- Pan de leche de Caranqui
- Fritada de cajón
- Arrope
- Nogadas

- Empanadas de morocho
- El plato típico El Alpargate

## 1.8.7 Fiestas Populares

### 1.8.7.1 Batalla de Ibarra

Las festividades de Bolívar se realizan el 17 de julio de cada año, en conmemoración de la Batalla de Ibarra. Tiene lugar en diferentes escenarios de la ciudad principalmente en el Parque Pedro Moncayo, Monumento a los Héroes de la Batalla de Ibarra, ubicado en la Plazoleta Boyacá, Municipio de Ibarra, Iglesia Catedral y la Piedra Chapetona.



**Gráfico 14 Batalla de Ibarra**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

### 1.8.7.2 Cacería del Zorro

Es un evento que se realiza cada año en la primera semana de octubre como parte de la agenda de actividades por las fiestas de fundación de Ibarra, se desarrolla en diferentes lugares de la ciudad. El desfile se lo realiza por las principales calles de la ciudad, el recorrido de la cacería inicia en el Retorno, estadio José Domingo Albuja, con dirección a la Campiña, Loma de Guayabillas, Mirador El Arcángel, las laderas del

sector sur de la Laguna de Yahuarcocha y termina en un área adecuada en el Autódromo José Tobar (GAD-Ibarra, s.f.).

Lo diferente de esta celebración es la manera en que se desarrolla y la vestimenta que se usa. El zorro utiliza una vestimenta de color negro compuesta por ropa de montar, capa, sombrero, antifaz y la cola de zorro, la misma que es colocada en público. El zorro no puede quitarse ninguna de sus prendas ni en el recorrido ni en la persecución. La indumentaria de los participantes es libre elección de los jinetes, quienes deben portar en su espalda el número de participación otorgado por los organizadores (GAD-Ibarra, s.f.).



**Gráfico 15 Cacería del Zorro.**

Fuente: (GAD-Ibarra, s.f.).

### **1.8.7.3 Los Sanjuanes**

Es una fiesta que se celebra en el mes de junio, y se la realiza en agradecimiento a San Juan Bautista, por el fin de la cosecha en la zona de Otavalo hasta la ciudad de Ibarra. La ritual comienza con un baño en la cascada de Peguche, en donde las personas se purifican y obtienen energía, después se forman grupos de personas con diferentes disfraces entre ellos los diablo humas que son los

personajes más fuertes de esta celebración y por ende siempre llevan con ellos un látigo para espantar las malas energías. Estos grupos siempre están acompañados de guitarras violines y rondines, cantando, haciendo círculos y brindando chica de maíz, es usual que entreguen una rama de gallos en haciendas como las de angla o Zuleta. (Cuvi, 2005, pág. 20)

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado consiste en una investigación formal de un proyecto de factibilidad que permite y facilite la obtención de datos y resultados que de una u otra forma serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para de esta manera poder obtener una idea sobre la viabilidad comercial que puede tener dicho proyecto.

Así, un estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, debe indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Dirá además qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. También, deber proporcionar la información acerca del precio apropiado para colocar un bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada (Secretaría de Gobierno de Guanajuato, 2017, pág. 1).

Por lo tanto, en el presente proyecto de factibilidad para la creación de una hostería en la parroquia de Caranqui ubicada en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, mediante desarrollo del estudio de mercado se busca realizar un análisis exhaustivo de los factores tales como: oferta, demanda, competencia, marketing, precios, canales de compra, perfil del visitante actual y potencial, entre otros.

#### **2.1 Objetivo General**

Elaborar un estudio exhaustivo que permita identificar y cuantificar la demanda y oferta a través de distintos instrumentos de investigación, los cuales



establezcan la segmentación de mercado, producto, precio, comunicación, distribución y la competencia como tal.

## **2.2 Objetivos Específicos**

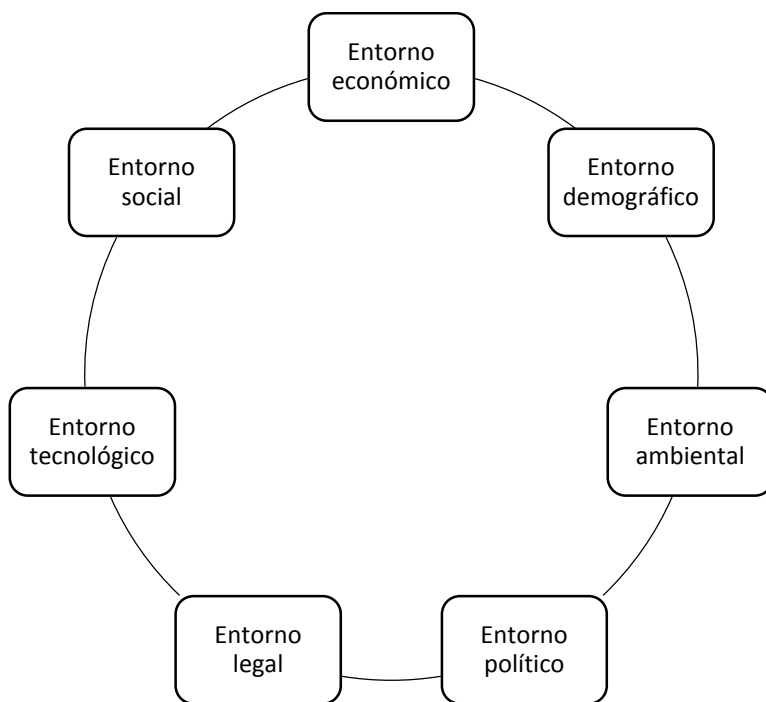
- Determinar el volumen de turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Ibarra provincia de Imbabura
- Analizar la oferta existente en el cantón Ibarra provincia de Imbabura
- Establecer la posible demanda que tendrá la hostería
- Determinar el segmento de mercado que tendrá el servicio de la hostería
- Conocer los productos y precios que oferta la competencia para satisfacer las necesidades de los turistas.

## **2.3 Análisis del entorno**

### **2.3.1 Macro entorno**

Según el Portal (Territorio Marketing, s.f.), el macro entorno abarca algunas fuerzas externas y no controlables por la empresa, para analizarlo se deben considerar los siguientes aspectos:

- Entorno económico
- Entorno demográfico
- Entorno ambiental
- Entorno político
- Entorno legal
- Entorno tecnológico
- Entorno social



**Gráfico 16 Factores externos.**

Elaborado por: Autora.

En los siguientes apartados, se describen cada uno de éstos.

### 2.3.1.1 Factores económicos

Es de gran importancia tener el conocimiento oportuno acerca la situación actual económica a nivel nacional, para esto, se analizan la tasa de crecimiento económico, la inflación y las tasas de interés.

**Tasa de crecimiento económico:** Según el Banco Central del Ecuador, el producto interno bruto (PIB) tuvo un crecimiento del 0.6% en el 2016, en comparación con el año 2015 que su crecimiento fue del 0.2%.

**Inflación:** El porcentaje de la inflación anual del año 2016 es de 1.12%. A continuación, se muestran los valores mensuales respectivos.

**Tabla 6 Inflación mensual.**

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Marzo-31 2017	0.96 %
Febrero-28 2017	0.96 %
Enero-31 2017	0.90 o/o
Diciembre-31 2016	1.12 o/o
Noviembre-30 2016	1.05 %
Octubre-31 2016	1.31 %
Septiembre-30 2016	1.30 %
Agosto-31 2016	1.42 o/o
Julio-31 2016	1.58 %
Junio-30 2016	1.59 o/o
Mayo-31 2016	1.63 o/o
Abril-30 2016	1.78 o/o
Marzo-31 2016	2.32 %
Febrero-29 2016	2.60 %
Enero-31 2016	3.09 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017).

**Tasas de interés:** La estabilidad de la tasa de interés es importante porque de esta manera el inversionista podrá invertir o no en un proyecto. Los valores correspondientes a los últimos meses del año 2016 son los siguientes:

**Tabla 7 Tasas de interés.**

<b>Tasas de interés</b>	<b>Nov 2016</b>	<b>Dic 2016</b>
Activa referencial productivo corporativo	8.77	8.48
Activa referencial productivo empresarial	10.29	9.84
Activa referencial productivo PYMES	10.97	11.15
Activa referencial comercial ordinario	9.26	9.35
Activa referencial comercial prioritario corporativo	8.38	8.10
Activa referencial comercial prioritario empresarial	10.01	9.92
Activa referencial comercial prioritario PYMES	11.37	11.00
Activa referencial consumo ordinario	16.86	16.77
Activa referencial consumo prioritario	16.81	16.69

Fuente: (BCE, 2017).

### **2.3.1.2 Factores demográficos/ambientales**

Ibarra es una ciudad que se caracteriza por la gran variedad de climas que posee desde el frío andino hasta el tropical seco. Tiene las condiciones adecuadas y favoritas para hacer turismo, ya que el clima es un factor muy importante dentro de las actividades turísticas como tales, ya que permite conocer y disfrutar de lugares turísticos con una buena temperatura; para los visitantes es más cómodo estar ligeros en cuanto su vestimenta.

Cabe mencionar que, su población es de 139.721 y el 51.93% corresponde al género femenino. La población se concentra en personas jóvenes que está en un promedio entre los 29 años de edad.

### **2.3.1.3 Factores políticos/legales**

El mandatario ecuatoriano Econ. Rafael Correa es reconocido como uno de los Presidentes de más alta aprobación en América Latina; gracias a su gestión, en la última década el crecimiento de la economía ecuatoriana ha estado marcada por la inversión en el sector público y la generación de líneas de crédito (públicas y privadas).

El Presidente, su gabinete y la Asamblea Nacional, se han encargado de construir todas las herramientas legales que regula las actividades desarrolladas en el país, entre ellas la turística.

Así, en relación a la parte legal, la hostería “Caranqui” debe considerar diversos reglamentos para su correcto funcionamiento, tomando en cuenta que a más de la reglamentación ministerial correspondiente y de los requerimientos municipales, debe cumplir con los lineamientos de varias organizaciones relacionadas tales como:

- Asociación hotelera de Imbabura
- Asociación hotelera del Ecuador (AHOTEC)

- Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (Fenacaptur)
- Asociación nacional de operadores de turismo receptivo del Ecuador (OPTUR)

A demás, de regirse bajo estos estatutos, también es importante pertenecer activamente en dichas organizaciones, lo cual traerá grandes beneficios para la hostería, como primer punto clave será formar parte del catastro establecimientos hoteleros a nivel nacional y que es de conocimiento público.

#### **2.3.1.4 Factores tecnológicos**

La hostería “Caranqui” aprovechará de la mejor manera los recursos tecnológicos que actualmente existen, tales como:

- Uso de redes sociales para dar a conocer la hostería a nivel nacional e internacional
- La creación de una página web en donde se pueda observar la infraestructura del establecimiento, además de promocionar sus otros servicios.

Contar con los recursos tecnológicos permitirá economizar en gastos operativos, y de igual manera brindar un servicio de calidad al huésped.

#### **2.3.1.5 Factores sociales**

En una sociedad que día a día lucha por cumplir con horarios de trabajo poco flexibles, las actividades cotidianas de casa y ser un buen ciudadano, se da poca importancia a lo que realmente tiene valor, que es la salud, la familia y los buenos momentos. Es por eso que ahora las personas cuando tienen vacaciones buscan las mejores opciones para encontrar días de entretenimiento y relax, lugares tales como hosterías, spas, complejos turísticos entre otros.

Por eso a la hora de invertir en un buen negocio, como primera idea y la más acertada es la inversión en establecimientos que brinden diversión y relajamiento a los turistas.

### **2.3.2 Micro entorno**

Para (Territorio Marketing, s.f.), los elementos indispensables del micro entorno, se tienen:

- Los proveedores
- La competencia
- El mercado

Dichos factores se describen a continuación.

#### **2.3.2.1 Proveedores**

Son los encargados de proveer de materia prima y recursos para el establecimiento, tomando en cuenta que la selección de cada uno de los proveedores debe regirse bajo los siguientes parámetros: cantidad, calidad, precio y promociones o descuentos.

Los proveedores para la materia prima de cocina son: Supermercados Santa María, Supermaxi, Pronaca y Coca cola, los proveedores de muebles y enseres será mueblería Rosita y Ecuform, los proveedores para maquinaria y equipo será Equindecá, para menaje de cocina y restaurant será Equindecá y Supermaxi, para la lencería será textiles San Pedro, para suministros de oficina y de computación será Dilipa.

### 2.3.2.2 Competencia directa

La competencia directa se define como “las empresas o negocios que venden un producto igual o parecido al que se desea ofertar en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo” (Soto, 2017).

Como se puede observar en la siguiente tabla de la competencia directa, la hostería Kitbutz tiene mejor puntuación en comparación con la hostería San Andrés, tomando en cuenta que sus puntos más fuertes son la decoración de sus habitaciones, la variedad de servicios que entre ellos esta; sauna, turco, spa; su gastronomía tradicional de la ciudad de Ibarra y la calidad de sus servicios eficaz y eficiente hacen que obtenga mejor puntuación. Se catalogan como competencia directa porque ofrecen los mismos servicios que este proyecto desea ofertar, spa.

**Tabla 8 Análisis competencia directa.**

Factores	Ponderación	Hostería "Kibutz"		Lodge & Spa "San Andrés"	
		Valoración	Ponderado	Valoración	Ponderado
Habitaciones	0,2	8	1,6	8	1,6
Variedad de servicios	0,2	8	1,6	5	1
Publicidad	0,1	7	0,7	6	0,6
Atención al cliente	0,2	9	1,8	8	1,6
Alimentos y bebidas	0,2	7	1,4	5	1
Ubicación	0,1	5	0,5	9	0,9
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>44</b>	<b>7,6</b>	<b>41</b>	<b>6,7</b>

Elaborado por: Autora.

### 2.3.2.3 Competencia indirecta

La Competencia indirecta en se puntualizan como “las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente” (Soto, 2017); por lo tanto y valga la redundancia puede suplantar a lo ofertado en el presente proyecto.

Las Hostería San Francisco y Quinta San Miguel han sido definidas como competencia indirecta ya que buscan satisfacer las mismas necesidades a través de otros productos. La Hostería San Francisco obtiene mayor puntuación, ya que tiene servicios adicionales tales como: cabalgata, granja y realizan actividades donde los turistas puedan experimentar como es la vida cotidiana de los pequeños pueblos que rodean al cantón Ibarra, tratando siempre de conseguir el relajamiento y completa satisfacción del turista.

**Tabla 9 Análisis competencia indirecta.**

Factores	Ponderación	Hostería "San Francisco"		Quinta "San Miguel"	
		Valoración	Ponderado	Valoración	Ponderado
Habitaciones	0,2	8	1,6	7	1,4
Variedad de servicios	0,2	8	1,6	5	1
Publicidad	0,1	7	0,7	5	0,5
Atención al cliente	0,2	8	1,6	8	1,6
Alimentos y bebidas	0,2	7	1,4	6	1,2
Ubicación	0,1	5	0,5	9	0,9
Total	1,00	43	7,4	40	6,6

Elaborado por: Autora.

Finalmente, cabe mencionar que todos estos factores permiten recabar información sobre el ámbito turístico hotelero para conocer la oferta y demanda que existe en el cantón Ibarra, y si es viable la creación o no de un establecimiento hotelero.

## 2.4 Segmentación de Mercado

### 2.4.1 Determinación del universo

El universo establecido es el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan Ibarra, lo cual se determina como N=49060, dato que fue proporcionado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra.



**Tabla 10 Visitas turísticas Ibarra 2016**

<b>Visitas turísticas 2016</b>	
<b>Puntos de información</b>	<b>Número de visitantes</b>
Oficina I-Tur	1068
Museo Atahualpa	974
Terminal de buses	896
Centro Cultural El Cuartel	14083
Laguna de Yahuarcocha	17200
Proyectado Emp. Turist.	14839
<b>Total</b>	<b>49060</b>

Fuente: (GAD-Ibarra, 2017).

## 2.4.2 Demanda Histórica

**Tabla 11 Visitas turísticas - Demanda.**

<b>Año</b>	<b>Visitas turísticas</b>
2015	26792
2016	49060

Fuente: (GAD-Ibarra, 2017).

De igual manera, estos datos obtenidos fueron obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, los cuales son necesarios para realizar una proyección de la demanda como tal.

## 2.5 Análisis de la demanda actual

### 2.5.1 Determinación de la muestra

Para determinar la muestra (n) en este proyecto, se utilizará el método de muestreo probabilístico. Para esto se utiliza la fórmula de muestreo aleatorio simple, que da como resultado lo siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1) * e^2 + (Z^2 * P * Q)}$$

Datos:

n: muestra (?)

Z: Nivel de confianza (1,96)

P: probabilidad de ocurrencia (0.50)

Q: probabilidad de no ocurrencia (0.50)

N: Universo infinito (49060)

e: error permitido (0.05)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 49060}{(49060 - 1) * 0.05^2 + (1.96^2 * 0.50 * 0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) * (12265)}{(49059) * (0.0025) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{47,117.224}{122.6475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{47,117.224}{123.6079}$$

$$n = 381.18$$

$$n = \mathbf{381}$$

Por lo tanto, la muestra se define en 381 visitantes.

## 2.5.2 Modelo de la encuesta

### ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la factibilidad para la creación de una hostería en la parroquia Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente, y marque con una X la respuesta elegida.

**Género:**

Femenino  Masculino

Nacionalidad: \_\_\_\_\_

Profesión/Ocupación: \_\_\_\_\_

Edad:

25-40  41-50  51-65  Más de 65

1. ¿Cuándo usted visita la ciudad de Ibarra se hospeda en?

Establecimiento hotelero  Casa de familiares o amigos

2. ¿Cuándo se hospeda en un establecimiento hotelero, en qué tipo de establecimiento lo hace?

Hotel  Hostería  Hostal

3. ¿Cuál de los siguientes servicios considera de mayor importancia al momento de alojarse en la ciudad de Ibarra?

Servicio	Servicios complementarios y entretenimiento (piscina, spa, sauna, turco)	Parqueadero	Wi-fi	Restaurante	TvCable
Puntaje					

Donde 5 es más importante y 1 es menos importante

4. ¿Cuál es el motivo de su visita a la ciudad de Ibarra?

Trabajo  Turismo  Salud Educación

5. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría informarse acerca de un nuevo establecimiento hotelero?

Página web  Buscadores de alojamiento  Redes Sociales

Agencias de viajes

6. ¿Para contratar los servicios de un establecimiento hotelero usted lo realiza a través de?

Reserva página web  Reserva buscadores hoteleros

Reserva telefónica  No realiza reserva

7. ¿Cómo calificaría la calidad de servicios que le brindan los establecimientos hoteleros que se encuentran en la ciudad de Ibarra?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

8. ¿Cuál es su presupuesto aproximado destinado a alojamiento por persona y por noche en la ciudad de Ibarra?

\$25-\$35  \$36-\$50  \$51 en adelante

9. ¿Cuál es su presupuesto aproximado destinado a alimentación por persona y por día en la ciudad de Ibarra?

\$15-\$25  \$26-\$40  \$41 en adelante

## 2.6 Tabulación, análisis e interpretación de los datos obtenidos en las encuestas

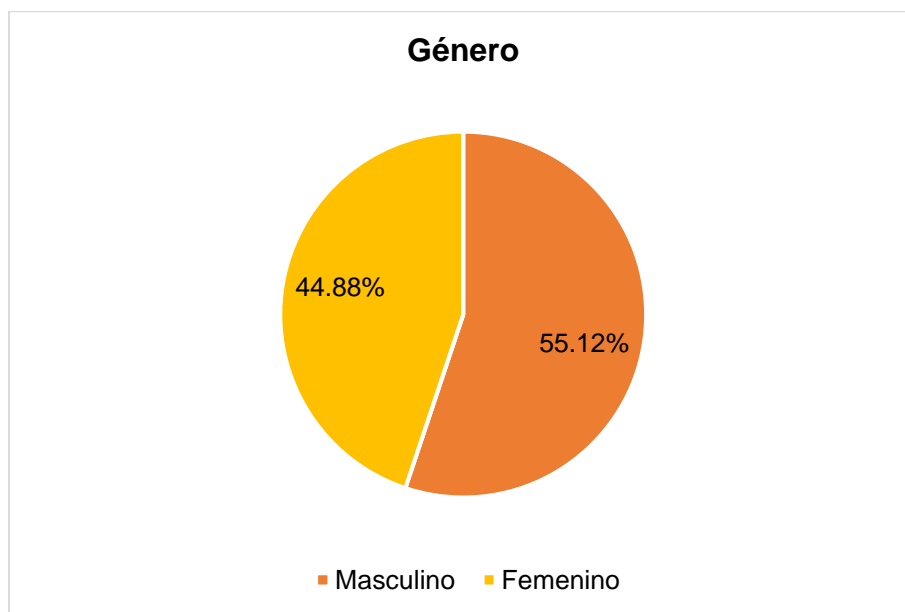
### Género:

**Tabla 12 Género.**

	#	%
<b>Masculino</b>	210	55,12%
<b>Femenino</b>	171	44,88%
<b>Total</b>	381	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 17 Género.**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

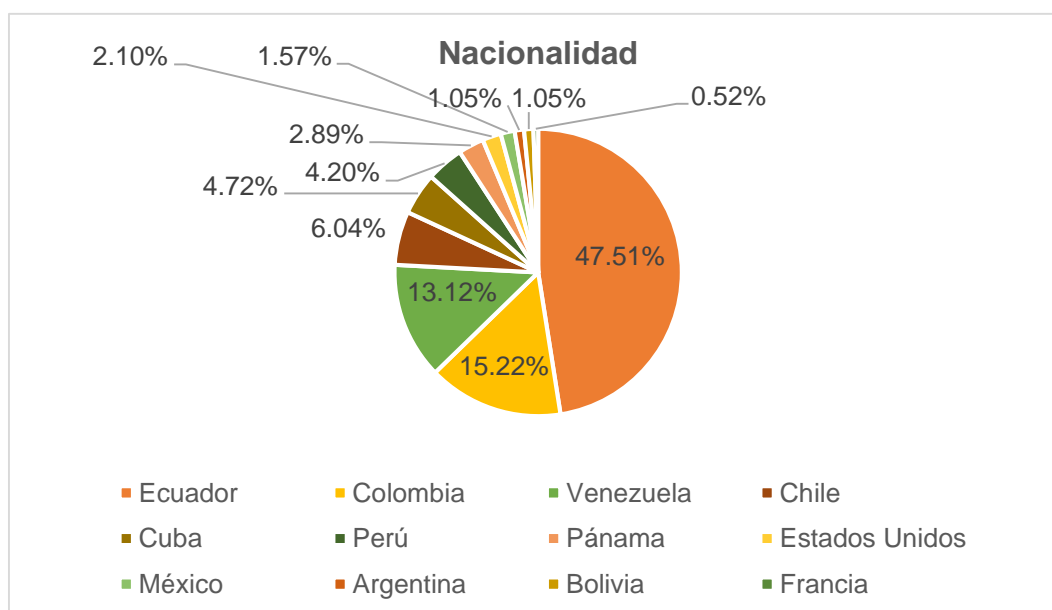
*Interpretación:* Del total de las encuestas 381, el 55,12% equivale al sexo masculino que significa 210 turistas y el 44,88% equivale al sexo femenino que significa 171 turistas.

**Nacionalidad:****Tabla 13 Nacionalidad.**

	#	%
<b>Ecuador</b>	181	47,51%
<b>Colombia</b>	58	15,22%
<b>Venezuela</b>	50	13,12%
<b>Chile</b>	23	6,04%
<b>Cuba</b>	18	4,72%
<b>Perú</b>	16	4,20%
<b>Panamá</b>	11	2,89%
<b>Estados Unidos</b>	8	2,10%
<b>México</b>	6	1,57%
<b>Argentina</b>	4	1,05%
<b>Bolivia</b>	4	1,05%
<b>Francia</b>	2	0,52%
<b>Total</b>	381	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

**Gráfico 18 Nacionalidad.**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* De las encuestas realizadas 381, el 47,51% pertenece a Ecuador que equivale a 181 turistas, el 15,22% pertenece a Colombia que equivale a 58 turistas, el 13,12% pertenece a Venezuela que equivale a 50 turistas, el 17,06%

pertenece a personas que vienen de América del Sur que equivale a 65 turistas, el 6,56% pertenece a personas que vienen de América Central y América del Norte que equivale 25 turistas, y el 0,52% pertenece a Europa que equivale a e turistas.

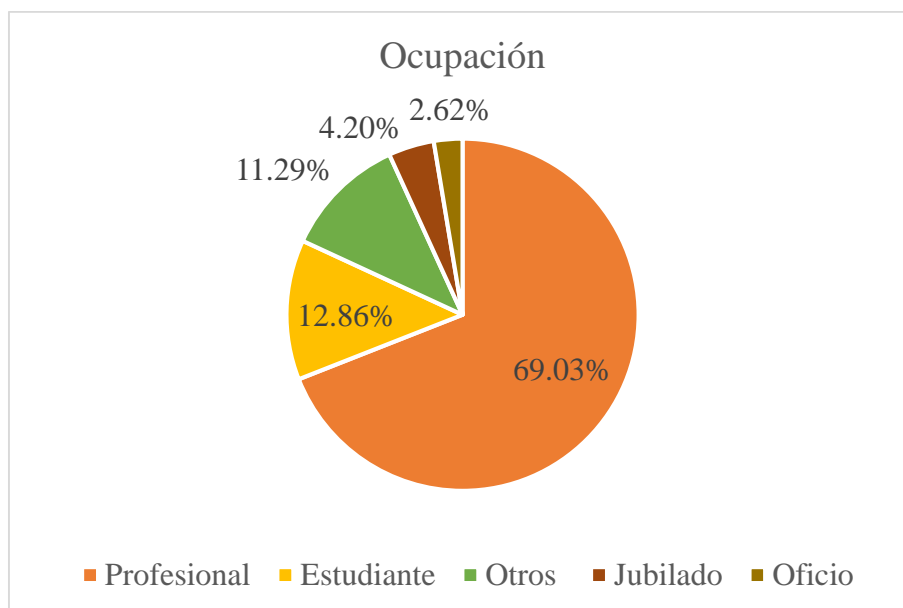
### Profesión:

**Tabla 14 Profesión.**

	#	%
<b>Profesional</b>	263	69,03%
<b>Estudiante</b>	49	12,86%
<b>Otros</b>	43	11,29%
<b>Oficio</b>	16	4,20%
<b>Jubilado</b>	10	2,62%
<b>Total</b>	381	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 19 Profesión.**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de las encuestas 381, el 69,03% pertenece a profesionales que equivale a 263 turistas, el 12,86% pertenece a estudiantes que equivale a 49 turistas, el 11,29% pertenece a otras personas que poseen un

trabajo pero que no es considerado ni oficio ni profesión que equivale a 43 turistas, el 4,20% pertenece a jubilados que equivale a 16 turistas, el 2,62% pertenece a personas que poseen alguna clase de oficio que equivale a 10 turistas.

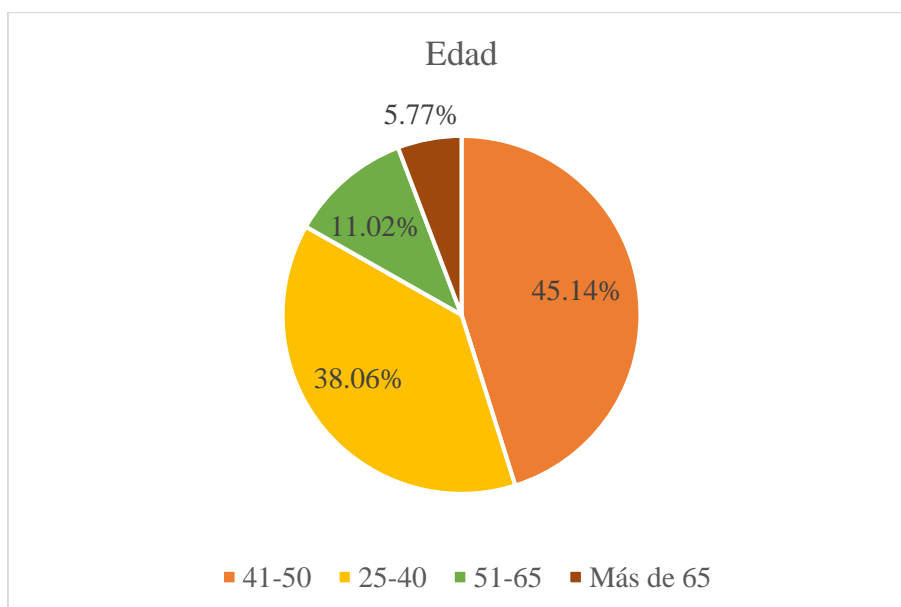
### Edad:

**Tabla 15 Edad.**

	#	%
<b>41-50</b>	172	45,14%
<b>25-40</b>	145	38,06%
<b>51-65</b>	42	11,02%
<b>Más de 65</b>	22	5,77%
<b>Total</b>	381	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 20 Edad.**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de las encuestas 381, el 45,14% pertenece a la edad entre 41 a 50 años lo que equivale a 172 turistas, el 38,06% pertenece a la edad entre 25 a 40 años lo que equivale a 145 turistas, el 11,02% pertenece a la edad

de 51 a 65 años lo que equivale a 42 turistas, el 5,77% pertenece a la edad de más de 65 años lo que equivale a 22 turistas.

### Pregunta 1: ¿Cuándo usted visita la ciudad de Ibarra se hospeda en?

Tabla 16 Pregunta 1.

	#	%
Establecimiento Hotelero	298	78,22%
Casa de amigos o familiares	83	21,78%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

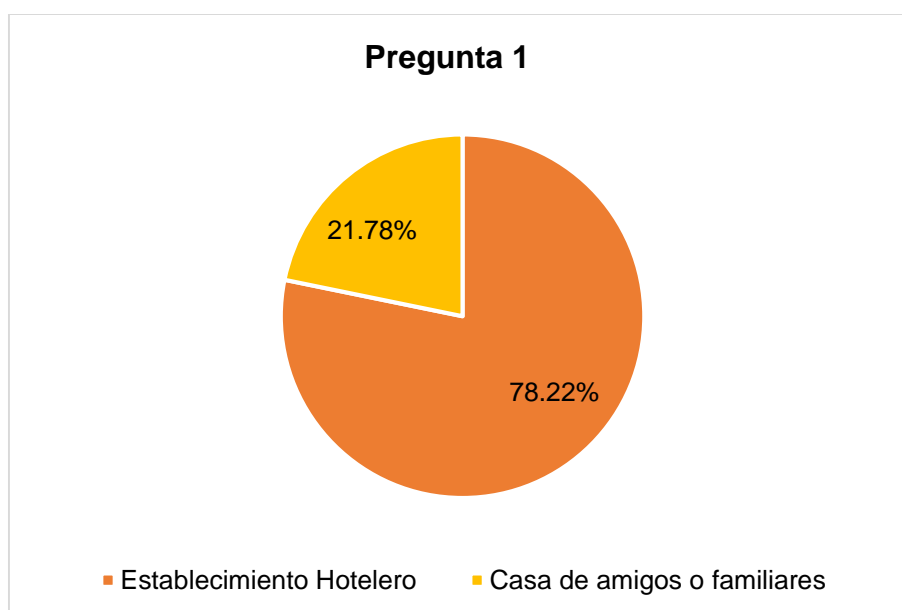


Gráfico 21 Pregunta 1.

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de las encuestas 381, el 78,22% pertenece a personas que se hospedan en un establecimiento hotelero que equivale a 298 turistas, el 21,78% pertenece a personas que se hospedan en casa de amigos o familiares que equivale a 83 turistas.



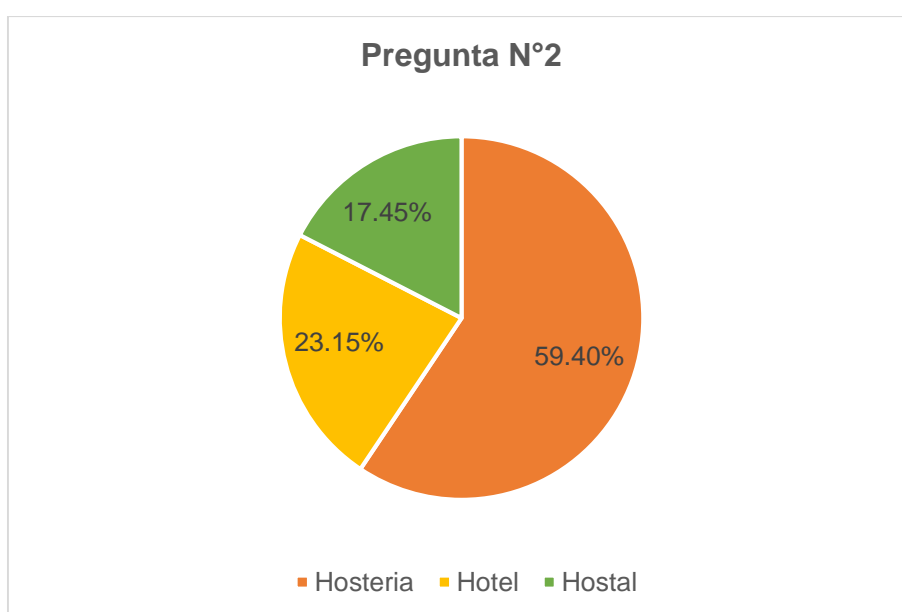
**Pregunta 2: ¿Cuándo se hospeda en un establecimiento hotelero, en qué tipo de establecimiento lo hace?**

**Tabla 17 Pregunta 2.**

	#	%
<b>Hostería</b>	177	59,40%
<b>Hotel</b>	69	23,15%
<b>Hostal</b>	52	17,45%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 22 Pregunta 2.**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 59,40% pertenece a personas que hacen uso de una hostería que equivale a 177 turistas, el 23,15% pertenece a personas que hacen uso de un hotel que equivale a 69 turistas, el 17,45% pertenece a personas que hacen uso de un hostal que equivale a 52 turistas.

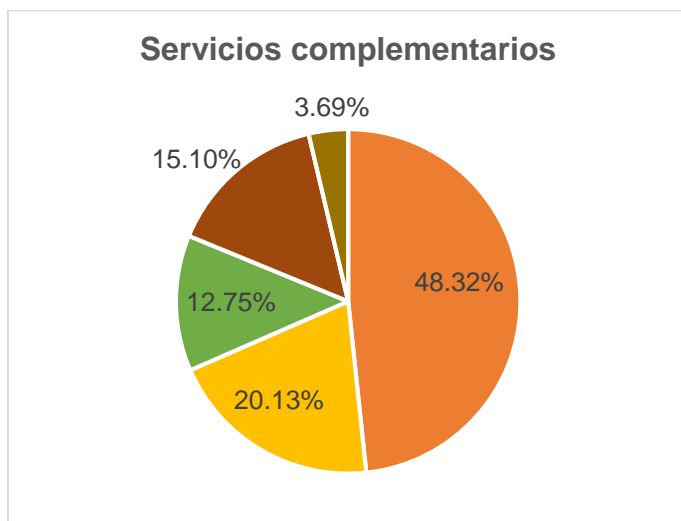
**Pregunta N° 3: ¿Cuál de los siguientes servicios considera de mayor importancia al momento de alojarse en la ciudad de Ibarra?**

**Tabla 18 Pregunta 3.**

	<b>5</b>		<b>4</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>1</b>		<b>Total</b>	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
<b>Servicios complementarios</b>	144	48,32%	60	20,13%	38	12,75%	45	15,10%	11	3,69%	298	100,00%
<b>Parqueadero</b>	17	5,70%	19	6,38%	42	14,09%	45	15,10%	175	58,72%	298	100,00%
<b>Wi-fi</b>	75	25,17%	69	23,15%	94	31,54%	32	10,74%	28	9,40%	298	100,00%
<b>Restaurant</b>	37	12,42%	117	39,26%	83	27,85%	55	18,46%	6	2,01%	298	100,00%
<b>Tv Cable</b>	0	0,00%	66	22,15%	70	23,49%	106	35,57%	56	18,79%	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

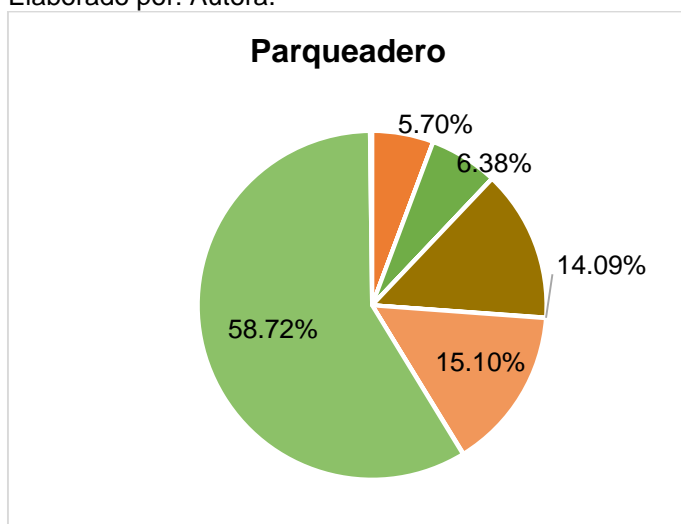
Elaborado por: Autora.



**Gráfico 23 Pregunta 3-1.**

Fuente: Encuestas.

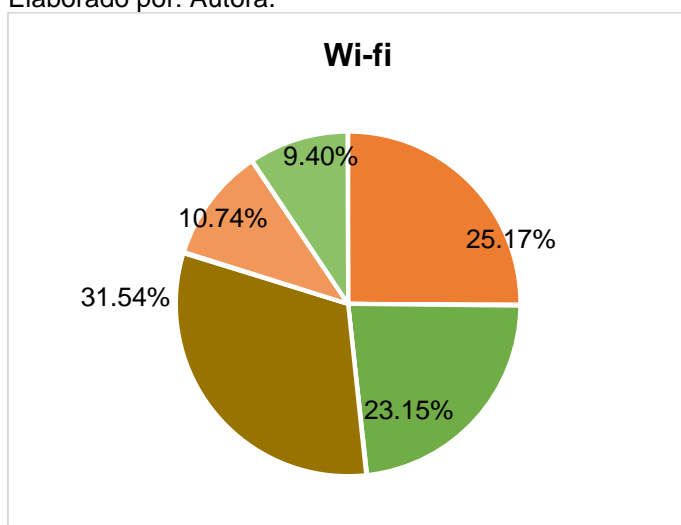
Elaborado por: Autora.



**Gráfico 24 Pregunta 3-2.**

Fuente: Encuestas.

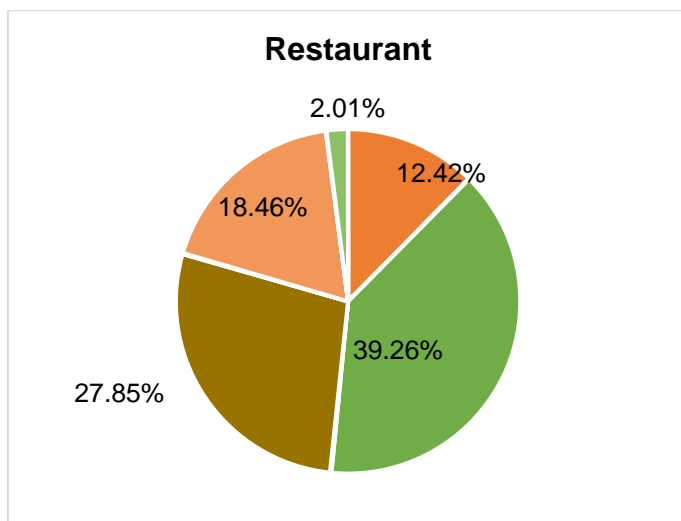
Elaborado por: Autora.



**Gráfico 25 Pregunta 3-3.**

Fuente: Encuestas.

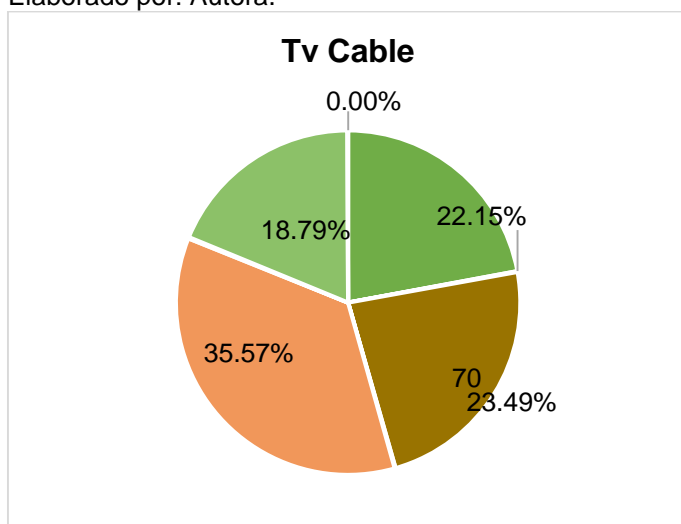
Elaborado por: Autora.



**Gráfico 26 Pregunta 3-4.**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 27 Pregunta 3-5**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, calificaron a los servicios que debe tener un establecimiento hotelero de la siguiente manera, la calificación de 5 puntos tiene los servicios complementarios con un 48.32% que equivale a 144 turistas, la calificación de 4 puntos tiene el servicio de restaurant con un 39,26% que equivale a 117 turistas, la calificación de 3 puntos tiene el servicio de Wi-Fi con un 31,54% que equivale a 94 turistas, la calificación de 2 puntos tiene el servicio de Tv Cable con un 35,57% que equivale a 106 turistas, la calificación de 1 punto tiene el servicio de parqueadero con un 58,72% que equivale a 175 turistas.

#### Pregunta 4: ¿Cuál es el motivo de su visita a la ciudad de Ibarra?

Tabla 19 Pregunta 4

	#	%
<b>Turismo</b>	229	76,85%
<b>Trabajo</b>	59	19,80%
<b>Salud</b>	9	3,02%
<b>Educación</b>	1	0,34%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

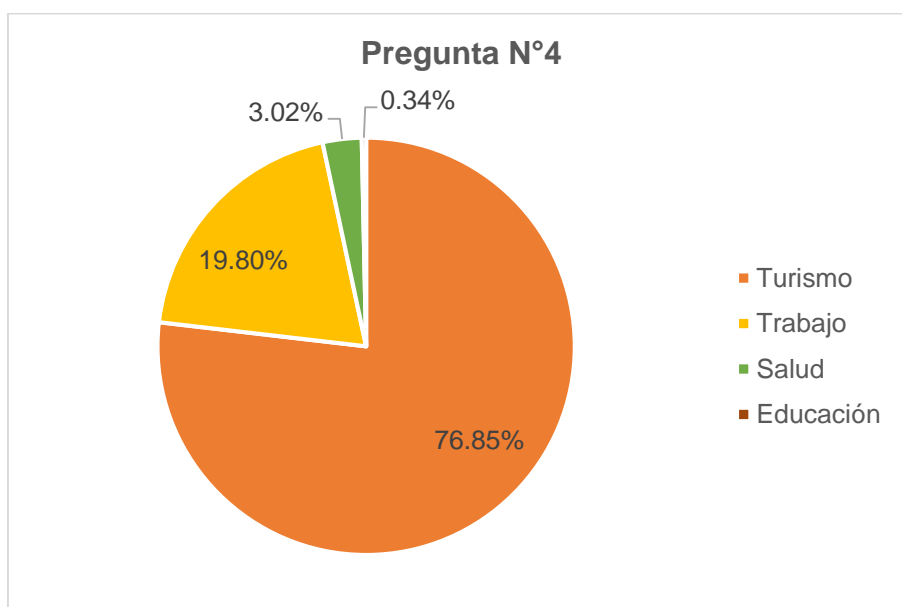


Gráfico 28 Pregunta 4

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 76,85% pertenece a personas que visitan Ibarra por turismo que equivale a 229 turistas, el 19,80% pertenece a personas que visitan Ibarra por trabajo que equivale a 59 turistas, el 3,02% pertenece a personas que visitan Ibarra por salud que equivale a 9 personas, el 0,34% pertenece a personas que visitan Ibarra por educación que equivale a 1 turista.

### Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia visita la ciudad de Ibarra?

Tabla 20 Pregunta 5

	#	%
<b>Vacaciones anuales</b>	123	41,28%
<b>Feriados</b>	113	37,92%
<b>Fines de semana</b>	41	13,76%
<b>Entre semana</b>	21	7,05%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

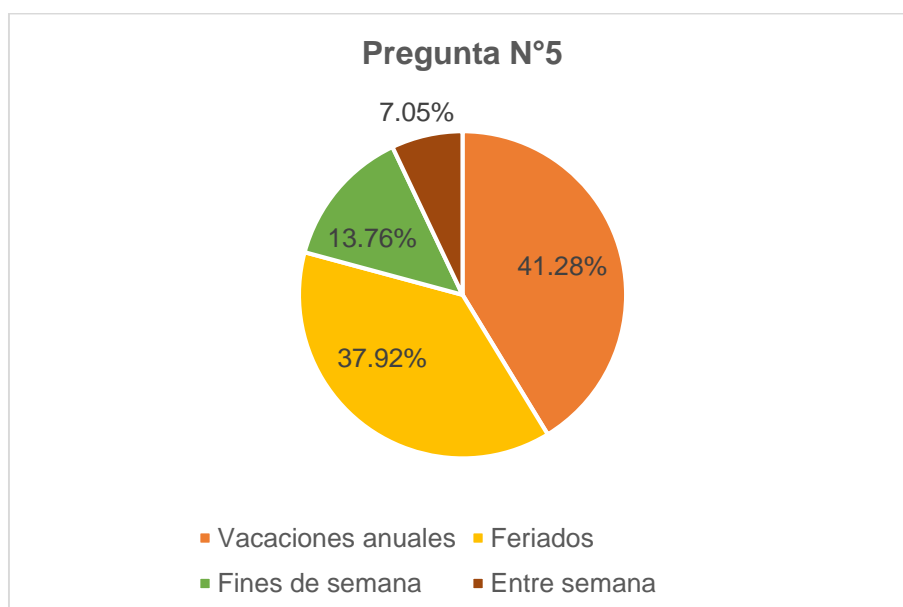


Gráfico 29 Pregunta 5

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 41,28% pertenece a personas que visitan la ciudad de Ibarra en vacaciones que equivale a 123 turistas, el 37,92% pertenece a personas que visitan Ibarra los feriados que equivale a 113 turistas, el 13,76% pertenece a personas que visitan Ibarra los fines de semana que equivale a 41 turistas, el 7,05% pertenece a personas que visitan Ibarra entre semana que equivale a 21 turistas.

### Pregunta 6: ¿Su visita a la ciudad de Ibarra la realiza junto con?

Tabla 21 Pregunta 6

	#	%
<b>Familia</b>	108	36,24%
<b>Amigos</b>	90	30,20%
<b>Pareja</b>	63	21,14%
<b>Solo</b>	37	12,42%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

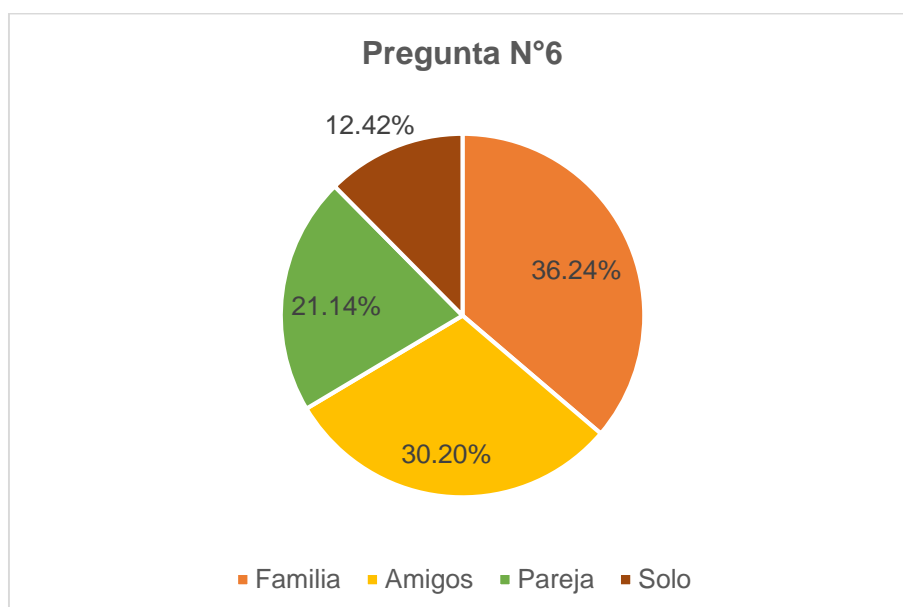


Gráfico 30 Pregunta 6

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 36,24% pertenece a personas que visitan Ibarra con la familia que equivale a 108 turistas, el 30,20% pertenece a personas que visitan Ibarra con amigos que equivale 90 turistas, el 21,14% pertenece a personas que visitan Ibarra en pareja que equivale a 63 turistas, el 12,42% pertenece a personas que visitan Ibarra solo que equivale a 37 turistas.

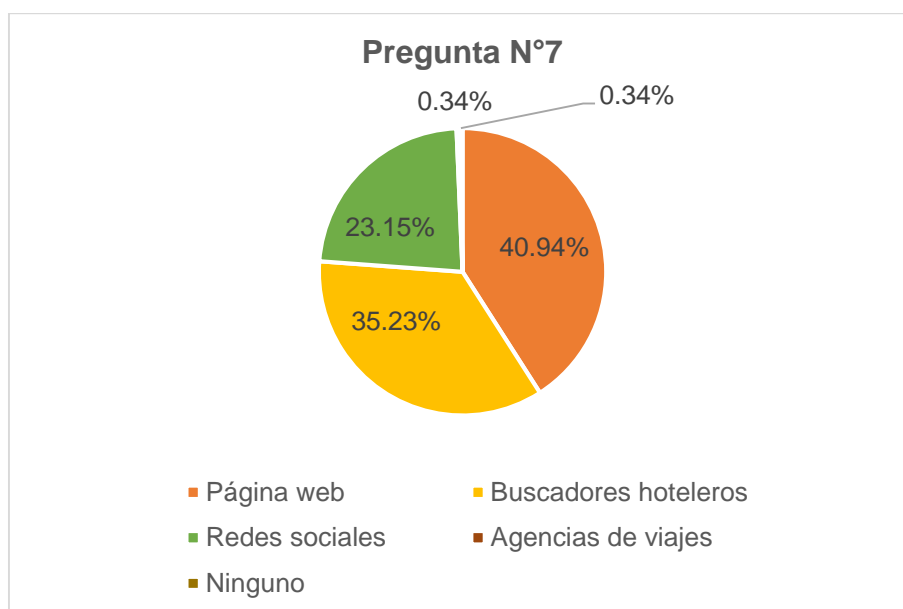
**Pregunta 7: ¿Por qué medios publicitarios le gustaría informarse acerca de un nuevo establecimiento hotelero?**

**Tabla 22 Pregunta 7**

	#	%
<b>Página web</b>	122	40,94%
<b>Buscadores hoteleros</b>	120	35,23%
<b>Redes sociales</b>	69	23,15%
<b>Agencias de viajes</b>	1	0,34%
<b>Ninguno</b>	1	0,34%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 31 Pregunta 7**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 40.94% pertenece a personas que les gustaría conocer de un nuevo establecimiento hotelero a través de la página web que equivale a 122 turistas, el 35.23% pertenece a personas que les gustaría conocer de un nuevo establecimiento hotelero a través de buscadores hoteleros que equivale a 105 turistas, el 23.15% pertenece a personas que les gustaría conocer de un nuevo



establecimiento hotelero a través de redes sociales que equivale a 69 turistas, el 0,34% pertenece a aquella persona que le gustaría conocer de un nuevo establecimiento hotelero a través de una agencia de viajes, el 0,34% restante pertenece aquella persona que no le gustaría conocer a través de ninguno de estos medios.

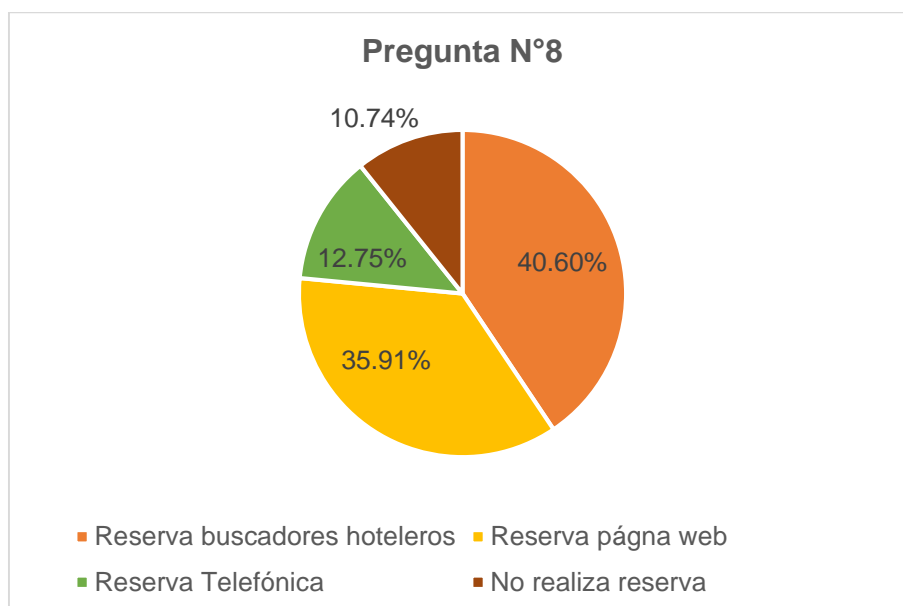
**Pregunta 8: ¿Para contratar los servicios de un establecimiento hotelero usted lo realiza a través de?**

**Tabla 23 Pregunta 8**

	#	%
<b>Reserva buscadores hoteleros</b>	121	40,60%
<b>Reserva página web</b>	121	35,91%
<b>Reserva Telefónica</b>	38	12,75%
<b>No realiza reserva</b>	32	10,74%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 32 Pregunta 8**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 40,60% pertenece a personas que realizan la reserva a través de buscadores hoteleros, el 35,91% pertenece a personas que realizan la reserva a través de la página web que equivale a 107 turistas, el 12,75% pertenece a personas que realizan la reserva vía telefónica que equivale a 38 turistas, el 10,74% pertenece a personas que no realizan reserva que equivale a 32 turistas.

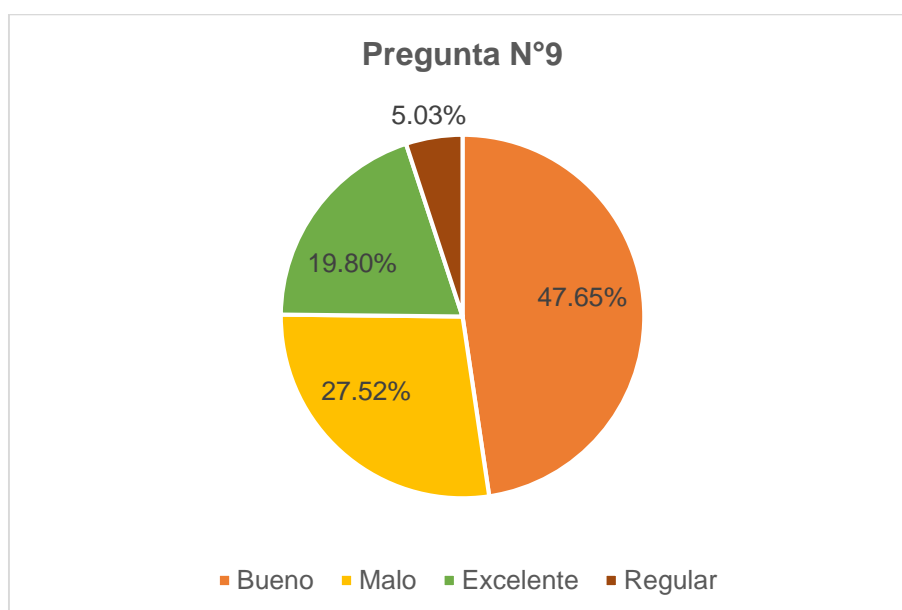
**Pregunta 9: ¿Cómo calificaría la calidad de servicios que le brindan lo establecimientos hoteleros que se encuentran en la ciudad de Ibarra?**

**Tabla 24 Pregunta 9**

	#	%
<b>Bueno</b>	142	47,65%
<b>Regular</b>	82	27,52%
<b>Excelente</b>	59	19,80%
<b>Regular</b>	15	5,03%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 33 Pregunta 9**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 47,65% pertenece a personas que califican el servicio de los establecimientos hoteleros como bueno que equivale a 142 turistas, el 27,52% pertenece a personas que califican el servicio de los establecimientos hoteleros como regular que equivale a 82 turistas, el 19,80% pertenece a personas que califican el servicio de los establecimientos hoteleros como excelente que equivale a 59 turistas, el 5,03% pertenece a personas que califican el servicio de los establecimientos hoteleros como regular que equivale a 15 turistas.

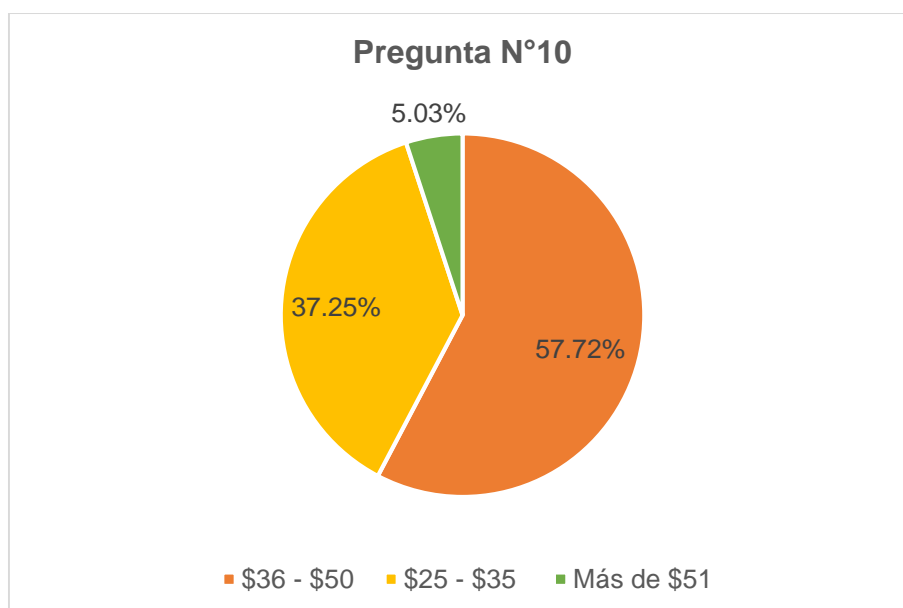
**Pregunta 10: ¿Cuál es su presupuesto aproximado destinado a alojamiento por persona y por noche en la ciudad de Ibarra?**

**Tabla 25 Pregunta 10**

	#	%
<b>\$36 - \$50</b>	172	57,72%
<b>\$25 - \$35</b>	111	37,25%
<b>Más de \$51</b>	25	8,39%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 34 Pregunta 10**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 57,72% pertenece a personas que poseen un presupuesto para alojamiento por persona por noche entre \$36 a \$50 que equivale a 172 turistas, el 32,89% pertenece a personas que poseen un presupuesto para alojamiento por persona por noche entre \$25 s \$35 que equivale a 101 turistas, el 8,39% pertenece a personas que poseen un presupuesto para alojamiento por persona por noche más de \$51 que equivale a 15 turistas.

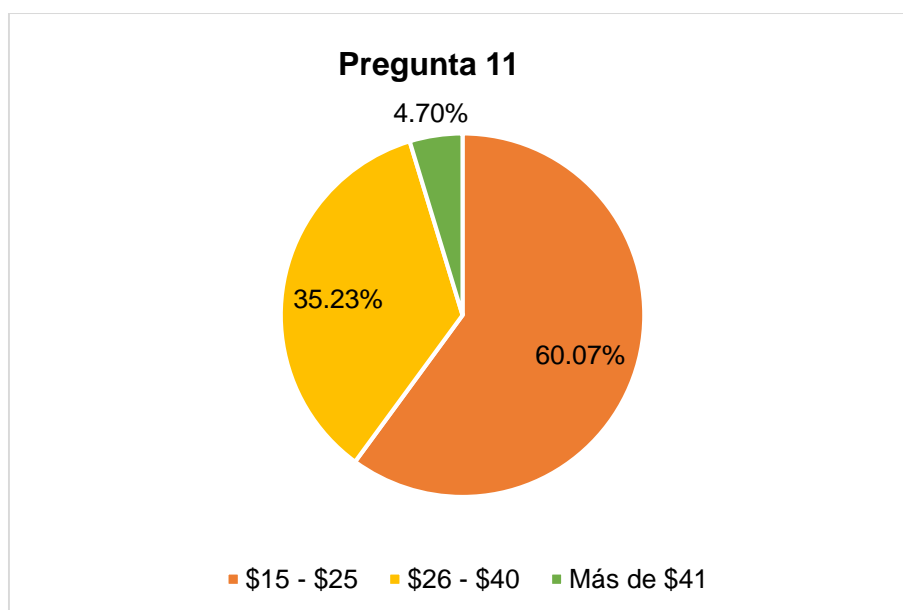
**Pregunta 11: ¿Cuál es su presupuesto aproximado destinado a alimentación por persona y por día en la ciudad de Ibarra?**

**Tabla 26 Pregunta 11**

	#	%
<b>\$15 - \$25</b>	179	60,07%
<b>\$26 - \$40</b>	105	35,23%
<b>Más de \$41</b>	14	4,70%
<b>Total</b>	298	100,00%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.



**Gráfico 35 Pregunta 11**

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Autora.

*Interpretación:* Del total de los encuestados que se hospedan en establecimiento hotelero 298, el 60,07% pertenece a personas que poseen un presupuesto para alimentación por persona por día entre \$15 a \$25 que equivale a 179 turistas, el 35,23% pertenece a personas que poseen un presupuesto para alimentación por persona por día entre \$26 a \$40 que equivale a 105 turistas, el 4,70% pertenece a personas que poseen un presupuesto para alimentación por persona por día de más de \$41 que equivale a 14 turistas.

### **2.6.1 Conclusiones de las encuestas**

Las encuestas que fueron aplicadas tanto para turistas nacionales como extranjeros arrojaron varios resultados, pero uno de los datos más importantes es que cuando visitan la ciudad de Ibarra prefieren hospedarse en hosterías por varios motivos tales como: una hostería brinda mayores servicios tanto para niños y adultos, es decir se puede pasar dentro de este establecimiento un fin de semana completo o vacacionar ahí, ya que posee un lugar recreacional como piscina, sauna, turco hidromasaje e incluso pueden brindar el servicio de spa. El restaurant es de gran apoyo, ya que no es necesario salir del establecimiento para complacer los gustos de cada miembro de la familia, sino que en un solo lugar se puede encontrar una amplia variedad, además las habitaciones tienden a ser más amplias y la decoración al estilo campestre permite tener una buena vibra y energía.

Cuando la mayoría de los encuestados se inclinaron por hospedarse una hostería, se aclaró que el propósito de invertir en un proyecto hotelero, está siendo bien encaminado.

Del total de encuestas aplicadas, 55.12% pertenece a hombres que significa 210 personas y el 44.88% pertenece a mujeres que significa 171 personas dando una totalidad de 381 personas encuestadas. La nacionalidad que visita más la ciudad de Ibarra después de los mismos ecuatorianos son colombianos con un 15.22% seguido de los venezolanos con un 13.12%. La mayoría de turistas son profesionales con un 69.03% que equivale 263 personas seguido de estudiantes

con un 12.86% que equivale a 49 personas, en cuanto a la edad, el rango que predomina es de 41 a 50 años con un 45.14% que corresponde a 172 personas.

Del total de las encuestas que son 381, se tomó como punto clave si las personas que visitan en Ibarra se hospedan en un establecimiento hotelero dando así el 78.22% que equivale a 298 personas, y en casa de amigos o familiares dando así el 21.78% que equivale a 83 personas. De dichas personas el 59.40% dijeron que se hospedan en una hostería. Tomando en cuenta que para los turistas tiene una gran importancia que un establecimiento hotelero tenga servicios complementarios como piscina, sauna, turco, entre otros con un 48.32% que equivale a 144 personas seguido del servicio de restaurant con un 39.26% que equivale a 117 personas. Con un 76.85% dijeron que visitan esta maravillosa ciudad por turismo, y sus visitas lo hacen en periodo de vacaciones con un 41.28% que equivale a 123 personas, y sus visitas lo hacen en compañía de la familia con un 36.24% que equivale a 108 personas, dichas personas prefieren conocer acerca de un nuevo establecimiento hotelero a través de buscadores hoteleros tales como: booking, despegar.com; con un 40.27% que equivale a 120 personas, sus comentarios del porque se escoge esta opción, es porque a través de este medio los futuros pueden observar los comentarios de antiguos huéspedes y la calificación que le dan al establecimiento, entonces para ellos esto es muy importante, seguido de conocer de un nuevo establecimiento a través de la página web del establecimiento con un 35.91% que equivale a 107 personas.

El medio por el que se hace la reserva predomina a través de buscadores hoteleros con un 40,60% que equivale a 121 personas seguido de la reserva a través de la página web del establecimiento hotelero con un 35.91% que equivale a 107 personas. Y dichos turistas califican a la calidad de los servicios que se ha recibido en algún establecimiento hotelero como bueno con un 47.65% que equivale a 142 personas. Es importante también conocer que el turista está dispuesto a gastar en hospedaje por noche, por persona entre \$36 a \$50 con un 57,72% que equivale a 172 personas, además que también están dispuestos a gastar en alimentación por día, por persona entre \$15 a \$25 con un 60,07% que equivale a 179 personas.

## 2.7 Determinación del mercado meta

Tabla 27 Variables Mercado.

Variables		%	
<b>GEOGRÁFICA</b>			
UBICACIÓN	Cantón Ibarra		
DENSIDAD Y POBLACIÓN			49.060
<b>DEMOGRÁFICAS</b>			
EDAD (DE....HASTA)	41 años a 50 años	45,14%	22.146
<b>PSICOGRÁFICAS</b>			
CLASE SOCIAL	Medio típico	34,00%	7.530
GENERACIÓN	Hombres y mujeres	100%	7.530
PREFERENCIAS	Hotel	23,15%	1.743
	Hostería	59,40%	4.473
	Hostal	17,45%	1.314
HÁBITOS DE CONSUMO			
<b>CONDUCTUAL</b>	FRECUENTAN: feriados y fines de semana	41,28%	1.846
	Demanda anual histórica		3.693
			2016

Elaborado por: Autora.

## 2.8 Demanda

### 2.8.1 Análisis de la demanda futura

En este análisis se utiliza el método de mínimos cuadrados, ya que su aplicación es fácil de elaborarla y analizarla.

**Fórmula:**

$$Y = mx + b$$

Donde:

$$m = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

x= número de años pronosticado

Para obtener datos para la demanda futura se hace uso de datos de años pasados usando la siguiente matriz:

Donde:

X= equivale a años

Y= equivale a número de turistas en la ciudad de Ibarra

**Tabla 28 Datos históricos.**

Año	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2015	1	26.792	26.792	1
2016	2	49.060	98.120	4
Σ	3	75.852	124.912	5

Elaborado por: Autora.

**Tabla 29 Resumen datos.**

Y =	población histórica
X =	número de años
N =	2

Elaborado por: Autora.

## 2.8.2 Proyección de la demanda

$$m = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$m = \frac{2(124.912) - (3 * 75.852)}{(2 * 5) - (3 * 3)}$$

$$m = \frac{1249.824 - 227556}{10 - 9}$$

$$m = \frac{22.268}{1}$$

$$m = 22.268$$

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$b = \frac{(75.852 * 5) - (3 * 124912)}{(2 * 5) - (3 * 3)}$$



$$b = \frac{379.260 - 374.736}{10 - 9}$$

$$b = \frac{4524}{1}$$

$$b = 4.524$$

En la tabla que se tiene a continuación, se puede observar que el número de turistas en el año 2017 y 2018 seguirá creciendo, lo cual sigue favoreciendo para poner en marcha el proyecto de inversión

**Tabla 30 Pronóstico demanda.**

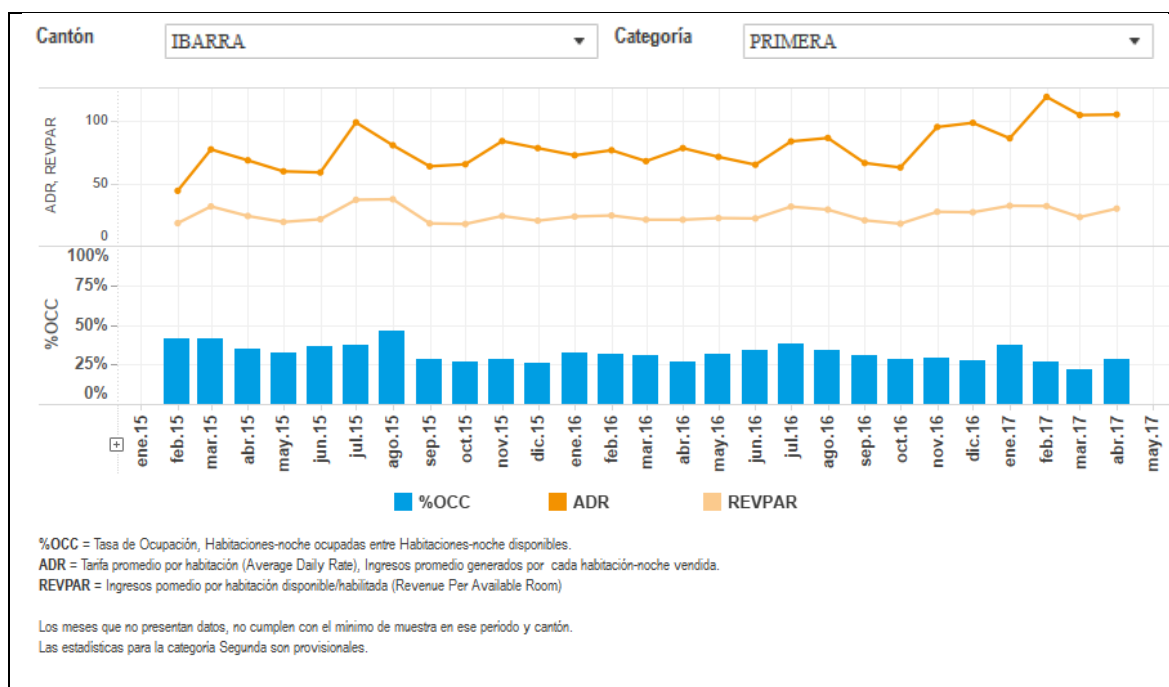
Pronóstico		
Demanda	Años (x)	AÑOS
<b>71.328</b>	3	2017
<b>93.596</b>	4	2018

Elaborado por: Autora.

## 2.9 Oferta

### 2.9.1 Oferta histórica

A continuación, se muestra el porcentaje de ocupación de los establecimientos hoteleros de primera categoría en el cantón Ibarra desde el año 2015 hasta el año 2016.



**Gráfico 36 Ocupación de establecimientos hoteleros.**

Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Cabe mencionar que,

El buscar que la ciudad tenga una economía sustentable en base al turismo a través de la cultura es uno de los propósitos que se plantea desde la Dirección de Desarrollo Económico del GAD Municipal. Las actividades turísticas, hoteleras y gastronómicas en el cantón han sido afectadas por la ola de ciudadanos que han visto a Ibarra como una ciudad de paso hasta el vecino país de Colombia. Por esta razón se plantea alternativas de renacimiento financiero, por medio de las denominadas industrias culturales (La Hora, 2016).

“Los establecimientos que son parte de esta iniciativa, que busca atraer al turismo y por ende a mejorar la actividad comercial, ganan posicionamiento, reconocimiento, fiabilidad, confianza y sobre todo promoción” (Expreso, 2017).

## 2.9.2 Capacidad total de la competencia

**Tabla 31 Capacidad competencia 1.**

Año	Establecimiento	# Habitaciones	Cap máx	Hab ocup	% Ocupación
2015	San Andrés Logde Spa	18	6570	2973	45%

	Kitbutz	18	6570	2973	45%
Capacidad total de la competencia			<b>13140</b>		

Elaborado por: Autora.

**Tabla 32 Capacidad competencia 2.**

<b>Año</b>	<b>Establecimiento</b>	<b># Habitaciones</b>	<b>Cap máx</b>	<b>Hab ocup</b>	<b>% Ocupación</b>
2016	San Andrés Logde Spa	18	6570	2300	35,00%
	Kitbutz	22	8030	2811	35,00%
Capacidad total de la competencia			<b>14600</b>		

Elaborado por: Autora.

Para obtener estos datos se hizo lo siguiente: el número de habitaciones se conoció a través de llamada telefónica a cada uno de los establecimientos, y el porcentaje de ocupación se realizó un promedio de todos los meses tanto del año 2015 como del año 2016.

Y para conocer los otros datos se emplearon las siguientes fórmulas:

$$\text{Cap máx} = \text{número de hab} * \text{número de días (365)}$$

$$\text{Habitaciones ocupadas} = \text{Capacidad máxima} * \text{porcentaje de ocupación}$$

### 2.9.3 Análisis de la oferta

Para dicho análisis se utilizará el método de mínimos cuadrados, ya que su aplicación es fácil de elaborarla y analizarla.

**Fórmula:**

$$Y = mx + b$$

Donde:

$$m = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

x= número de años pronosticado

Para obtener datos para la demanda futura se hace uso de datos de años pasados usando la siguiente matriz:

Donde:

X= equivale a años

Y= equivale a número de turistas en la ciudad de Ibarra

**Tabla 33 Datos históricos.**

Año	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2015	1	26.792	26.792	1
2016	2	49.060	98.120	4
Σ	3	75.852	124.912	5

Elaborado por: Autora.

**Tabla 34 Resumen datos.**

Y =	población histórica
X =	número de años
N =	2

Elaborado por: Autora.

#### 2.9.4 Proyección de la oferta

$$m = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$m = \frac{(2 * 42.340) - (3 * 27740)}{(2 * 5) - (3 * 3)}$$

$$m = \frac{84.680 - 83.220}{10 - 9}$$

$$m = \frac{1.460}{1}$$

$$m = 1.460$$

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N\sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$b = \frac{(27.740 * 5) - (3 * 42.340)}{(2 * 5) - (3 * 3)}$$

$$b = \frac{138.700 - 127.020}{10 - 9}$$

$$b = \frac{11.680}{1}$$

$$b = 11.680$$

En la tabla que se tiene a continuación, se puede observar que el número de la oferta turística en el año 2017 y 2018 seguirá creciendo, sin embargo su valor no es tan representativo como lo es con la demanda.

**Tabla 35 Pronóstico oferta.**

Pronóstico		
Oferta	Años ( x )	AÑOS
16.060	3	2017
17.520	4	2018

Elaborado por: Autora.

## 2.10 Demanda insatisfecha

A continuación se indica si la demanda está satisfecha o insatisfecha a través de un balance entre oferta y demanda. Para realizar este análisis se tomaron los datos del año 2016, es decir los valores más actuales con los que se cuenta.

**Tabla 36 Balance oferta.**

BALANCE	
Oferta	14.600
Demanda	49.060
Satisfecha	
Insatisfecha	34.460

Elaborado por: Autora.

Como se puede observar, después de todo el análisis realizado tanto para la demanda como para la oferta, es evidente que se obtiene una demanda insatisfecha, lo que significa que existe mayor número de turistas que visitan la ciudad de Ibarra, sin embargo la oferta no logra abarcar y sobretodo satisfacer las necesidades de los mismos, lo que nos sigue indicando que la creación de una hostería en este sector, será una buena inversión.

## **CAPITULO III PROPUESTA**

### **3.1 Ingeniería del Proyecto**

#### **3.1.1 Descripción de la empresa**

##### **3.1.1.1 Nombre de la empresa**

El establecimiento que se propone tendrá como nombre Hostería “Caranqui”, dicho nombre se escogió debido a la historia de la parroquia, ya que esta fue el hogar para el último inca del Tahuantinsuyo, Atahualpa; además en este sector existe el Templo del sol, donde se adoró al Dios Sol por muchos años.

Al respecto cabe mencionar que, Atahualpa fue un guerrero lleno de vigor y mucha fuerza, y lo que busca la hostería es exactamente lo mismo, que cada huésped salga después de la estancia, renovado y con mucha energía para seguir con sus actividades cotidianas.

##### **3.1.1.2 Tipo de Empresa**

La Hostería “Caranqui” será un establecimiento hotelero enfocado en brindar un servicio intangible, el cual abarque un sinnúmero de aspectos como tales como: alojamiento, alimentación y spa, además de otras actividades que complementen la estancia de sus huéspedes.

##### **3.1.1.3 Tamaño de la empresa**

La Hostería “Caranqui” se cataloga como una pequeña empresa, tomando en cuenta que su nivel de ventas en un año estará dentro del rango de \$100.001 a

\$1,000.000 (INEC, 2014, pág. 9); estos valores que serán mostrados en el estudio financiero

### 3.1.1.4 Descripción del negocio

La Hostería “Caranqui”, estará ubicada en la parroquia de Caranqui en el cantón de Ibarra, provincia de Imbabura, y busca ser categorizada como un establecimiento de primera categoría de acuerdo al Reglamento de actividades turísticas del Ecuador.

Dicho establecimiento contará con 12 habitaciones divididas entre: simples, dobles, triples y suites. Además poseerá de un área de restaurant y área de Spa.

La distribución de las habitaciones será de la siguiente manera:

**Tabla 37 Distribución de habitaciones.**

Tipo de habitación	Número de habitaciones	Capacidad por tipo de habitación	Capacidad máxima por tipo de habitación
Habitación simple “ El Retorno”	3	2	6
Habitación doble “La Carolina”	3	4	12
Habitación triple “ La Esperanza”	3	6	18
Suit “El Alpargate”	2	2	4
Suit “Caranqui”	1	2	2
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>42</b>

Elaborado por: Autora.

Además, el establecimiento contará con el área de restaurante con capacidad máxima de 42 pax, y un área de servicios complementarios (recreación), las cuales se dividirán de la siguiente manera:

**Tabla 38 Distribución Áreas.**

Ambiente	Capacidad total
Spa	4 pax
Piscina, sauna, turco e hidromasaje	42 pax
Sala de lectura	8 pax

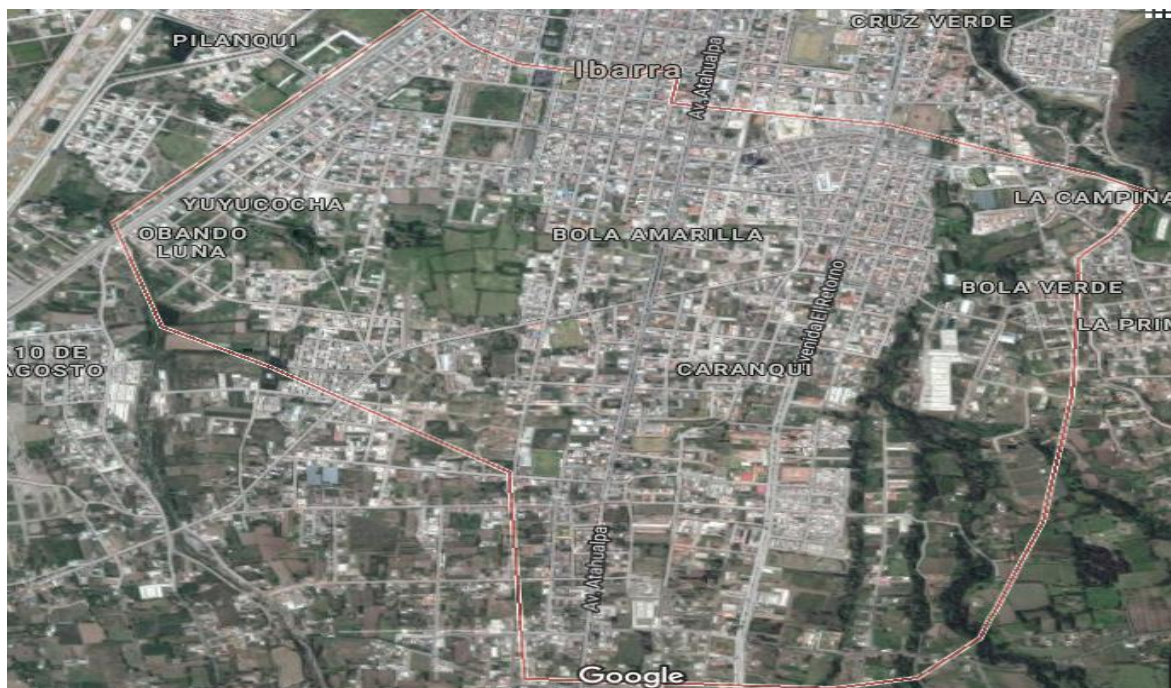
Áreas verdes	20 pax
--------------	--------

Elaborado por: Autora.

### 3.1.2 Localización del establecimiento

#### 3.1.2.1 Macro Localización

Como ya se ha indicado anteriormente, la Hostería “Caranqui” estará ubicada en la parroquia de Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, privilegiada con varios atractivos como por ejemplo el Museo Inti o también conocido como el Templo del sol.



**Gráfico 37 Macro Localización**

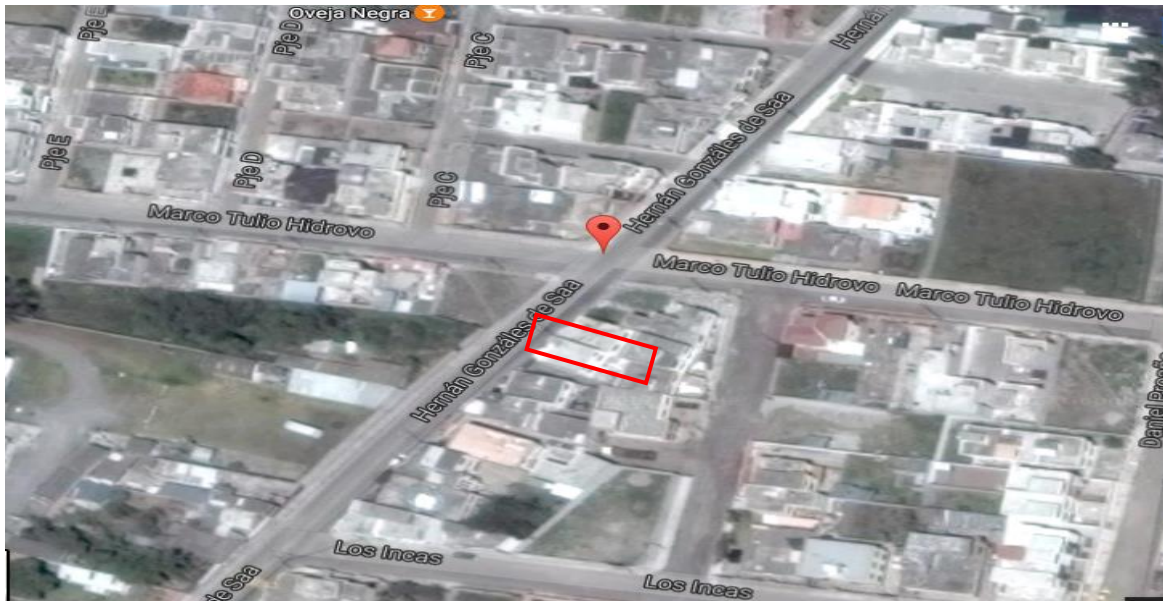
Fuente: (Google Maps, 2017).

#### 3.1.2.2 Micro Localización

La Hostería “Caranqui” se ubicará en la calle Hernán González, lote 24-109 y calle Cory, para mayor referencia, el sector es conocido por el antiguo Wayne. El terreno tiene 2500 metros cuadrados, que están distribuidos de la siguiente manera: por el



norte 121 metros, por el sur 131 metros, por el oriente 20 metros, por el occidente 27 metros.



**Gráfico 38 Micro Localización**

Fuente: (Google Maps, 2017).

## 3.2 Filosofía empresarial

### 3.2.1 Misión de la empresa

La hostería “Caranqui” es un proyecto que está enfocado en brindar un servicio integral personalizado pero de alta calidad con el fin de que cada uno de sus huéspedes tenga una estadía placentera, pero sobretodo que regrese renovado después de unos días de descanso, a través de colaboradores comprometidos con su trabajo y que buscan día a día un crecimiento profesional.

### 3.2.2 Visión de la empresa

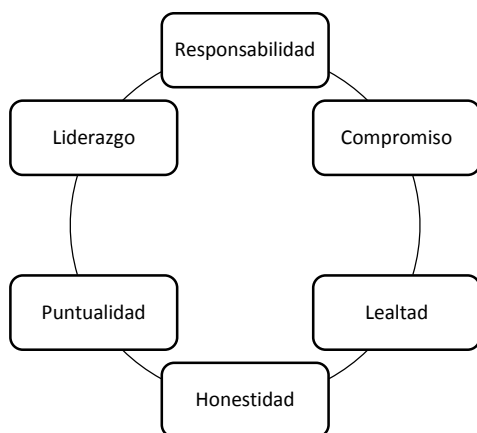
Llegar a ser una de las mejores hosterías de la provincia de Imbabura incrementando su calidad de servicio a través de la innovación de infraestructura,

ambiente llamativo, nuevos sistemas operativos, e incluso incorporar nuevos servicios complementarios para la total satisfacción del huésped.

### 3.2.3 Objetivos organizacionales

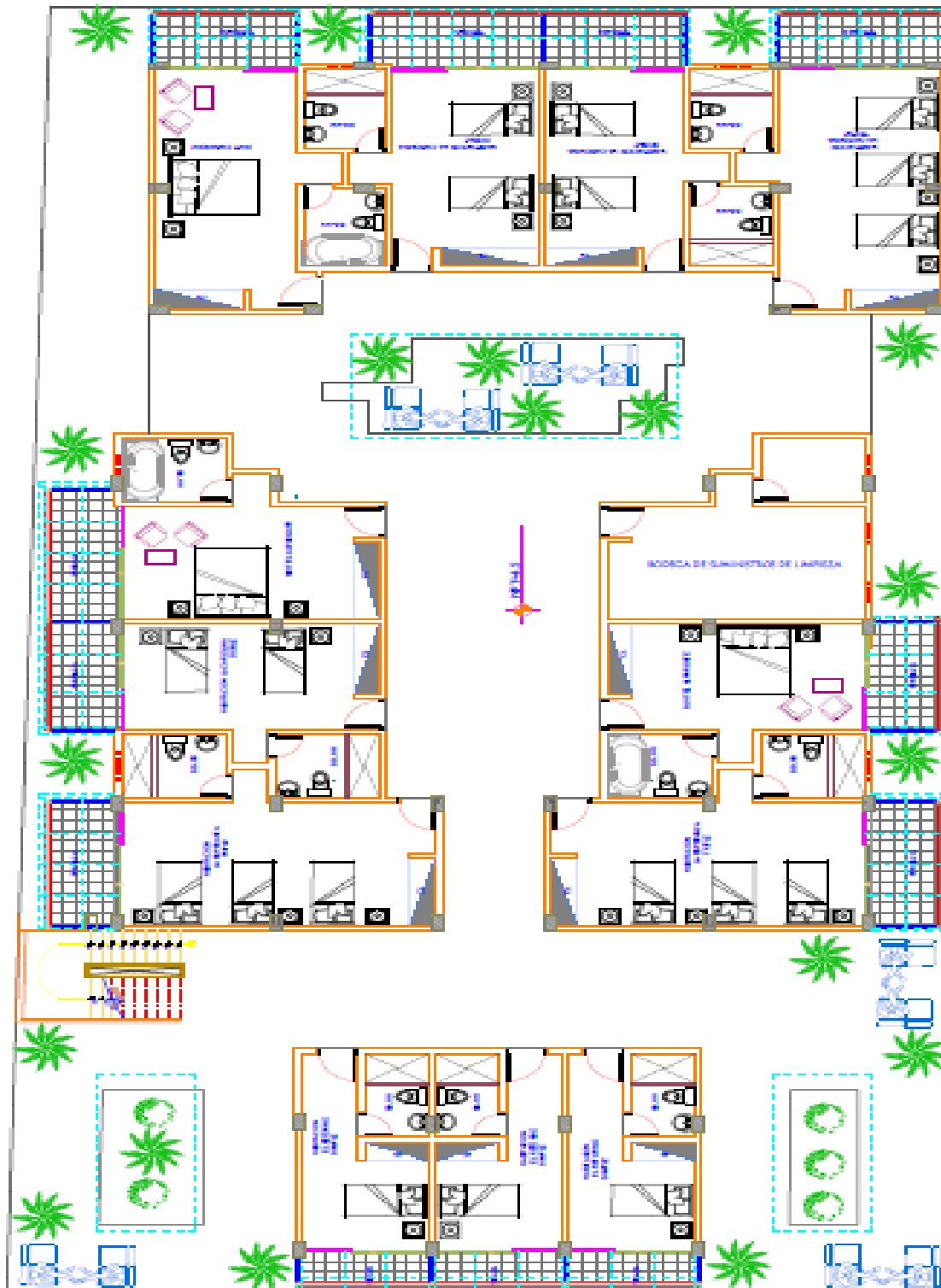
- Brindar un servicio de calidad y personalizado, para que la estadía de cada visitante sea placentera.
- Generar un cambio en la vida cotidiana de las personas quienes visiten la hostería “Caranqui”, eliminando la carga de estrés que produce la urbe a través de las diferentes actividades que se puede realizar en el establecimiento.
- Garantizar la seguridad de nuestros clientes en todo el tiempo de su estadía.
- Promocionar la hostería “Caranqui” a nivel nacional e internacional a través de spots publicitarios y el uso de fan page.
- Innovar con nuevos productos en el área de restaurante y en el área complementaria cada año.
- Tener constante comunicación con aquellos clientes que ya tuvieron la oportunidad de visitar la hostería “Caranqui”

### 3.2.4 Valores Organizacionales

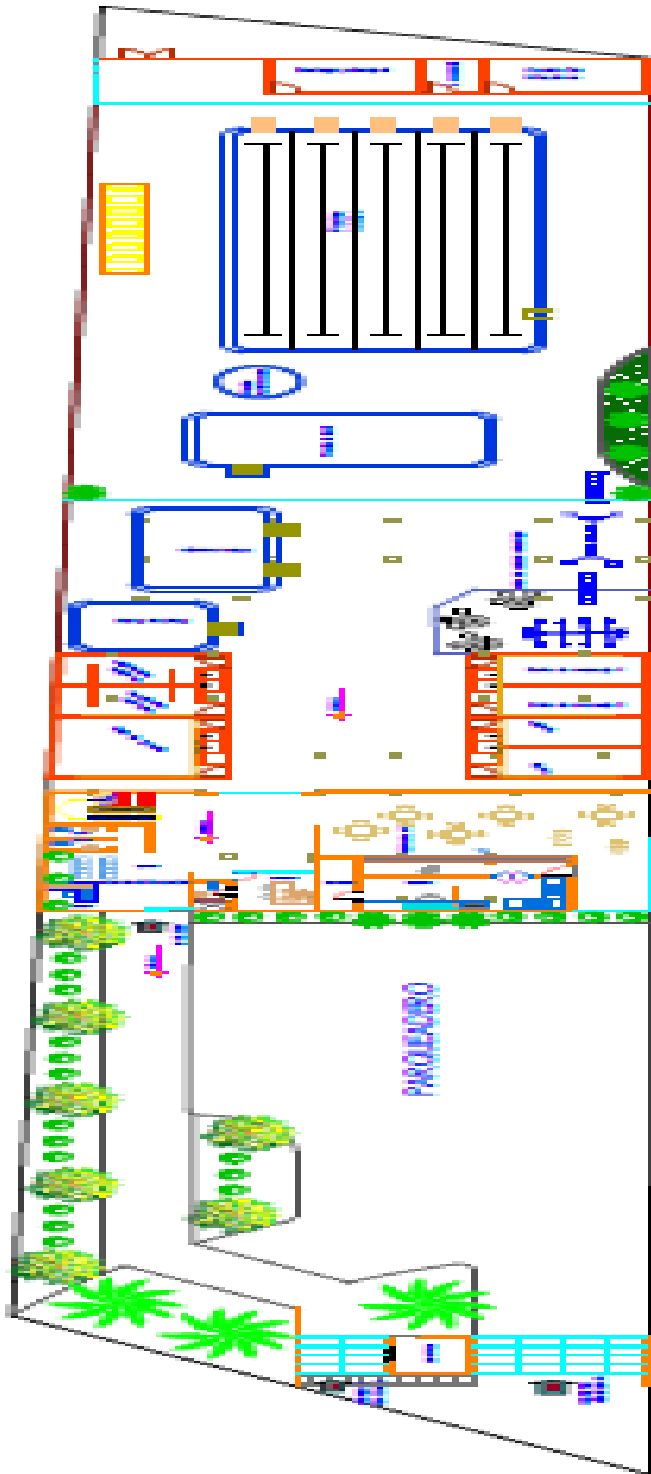


**Gráfico 39 Valores organizacionales.**  
Elaborado por: Autora.

### 3.3 Diseño de la planta



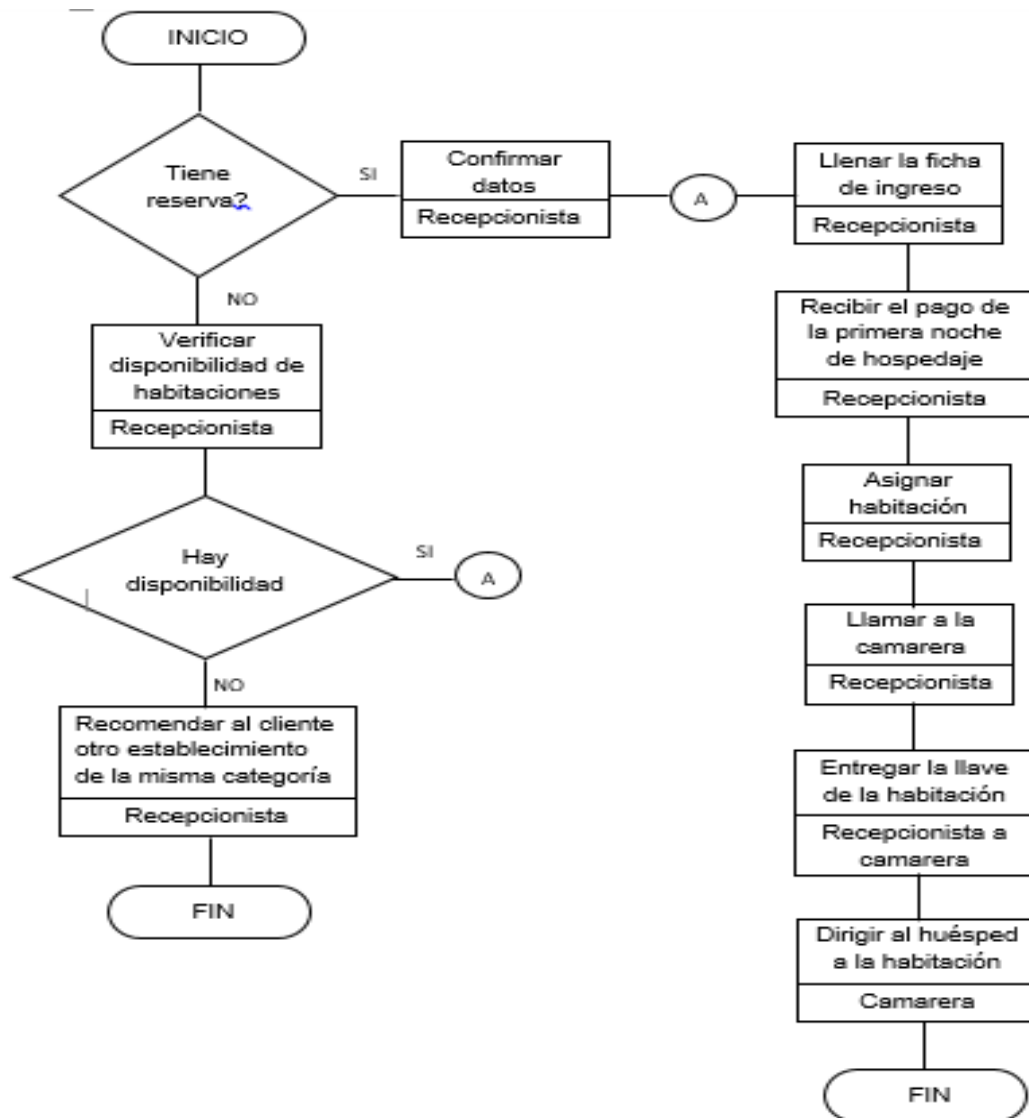
**Gráfico 40 Diseño de la planta 1**  
Elaborado por: Arquitecto Dennys Arrieta.



**Gráfico 41 Diseño de la planta 2**  
Elaborado por: Arquitecto Dennys Arrieta.

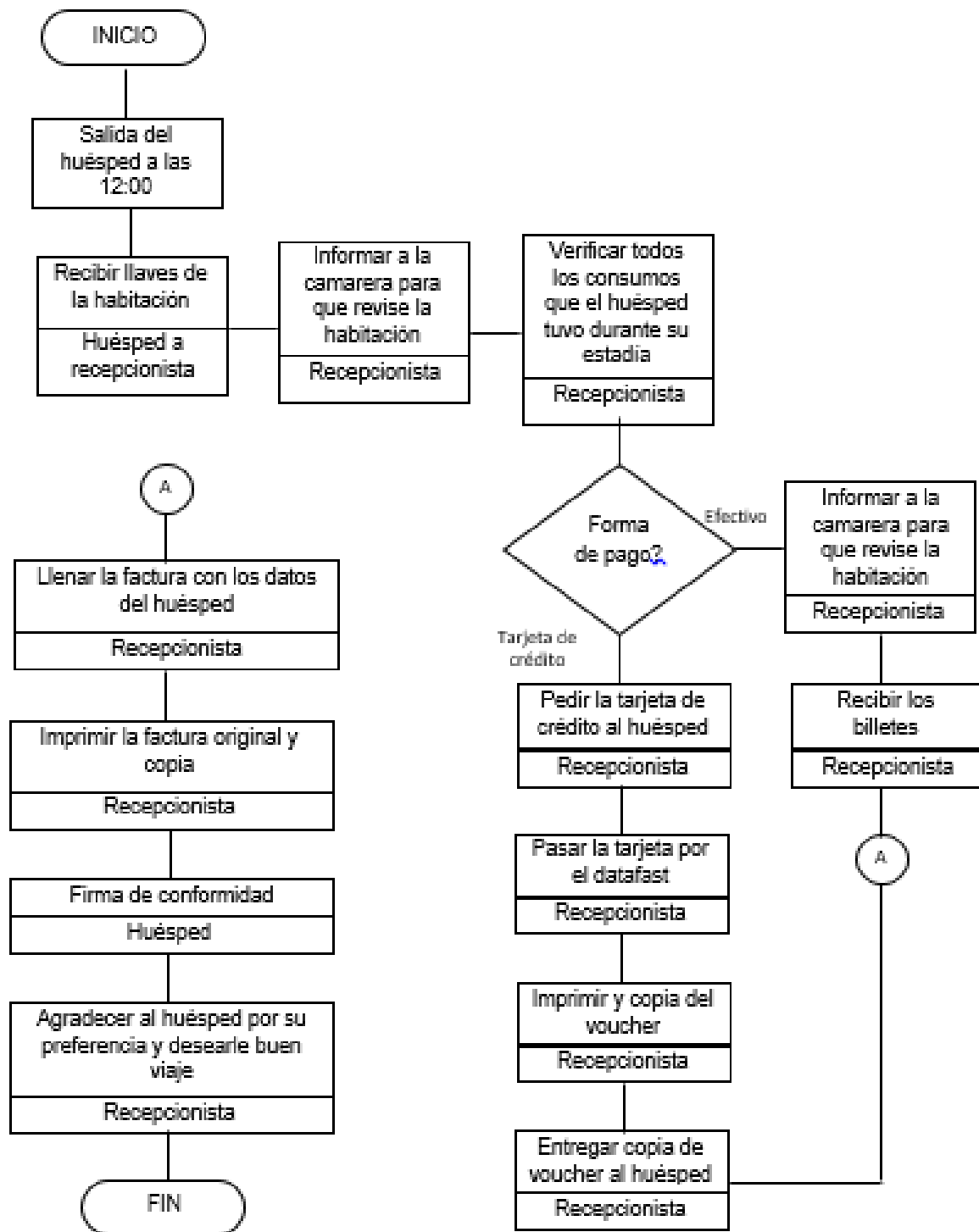
### 3.4 Análisis de procesos

#### 3.4.1 Diagrama de flujo Check-in



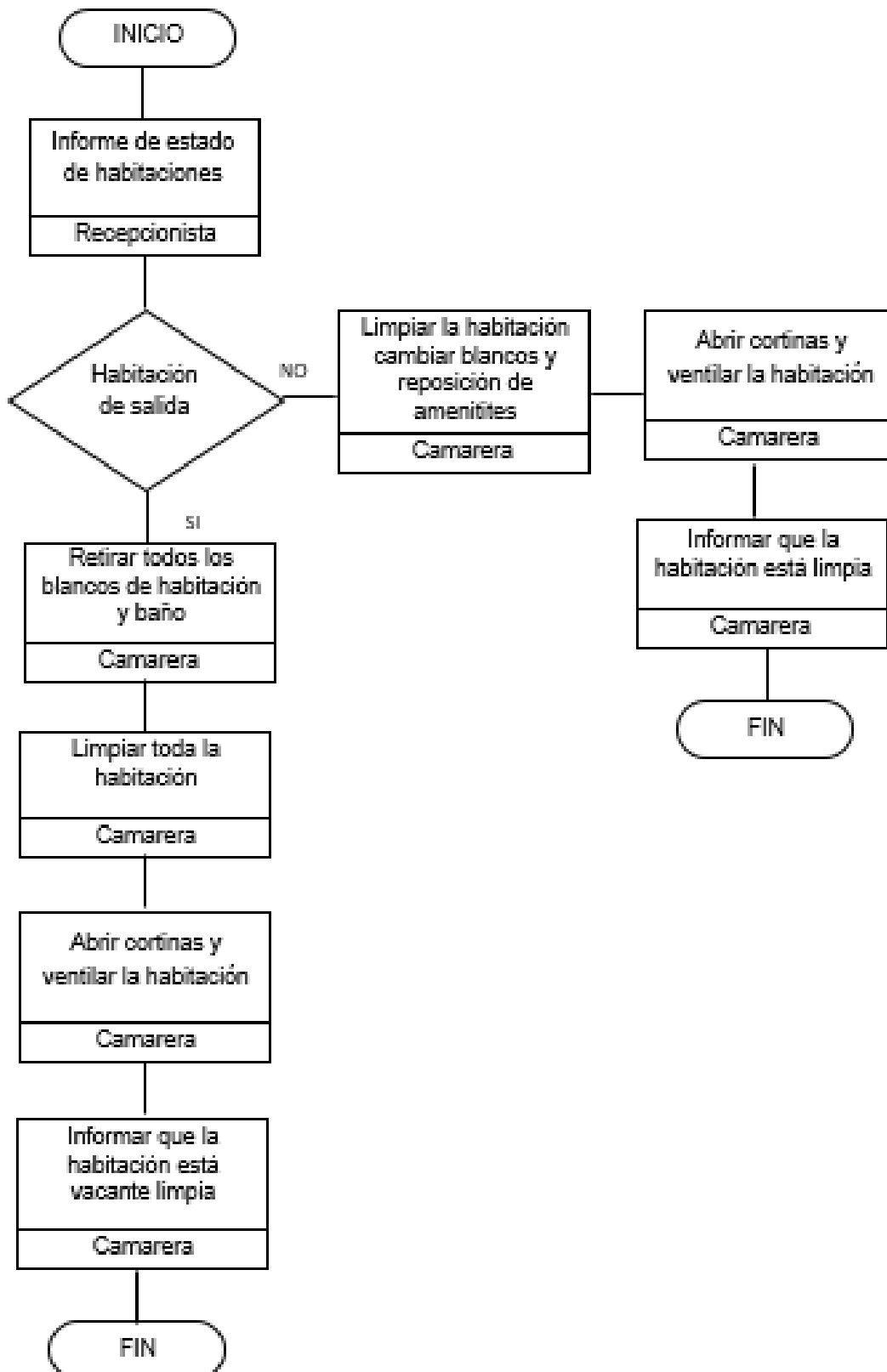
**Gráfico 42 Check in.**  
Elaborado por: Autora.

### 3.4.2 Diagrama de flujo Check-out



**Gráfico 43 Check out.**  
Elaborado por: Autora.

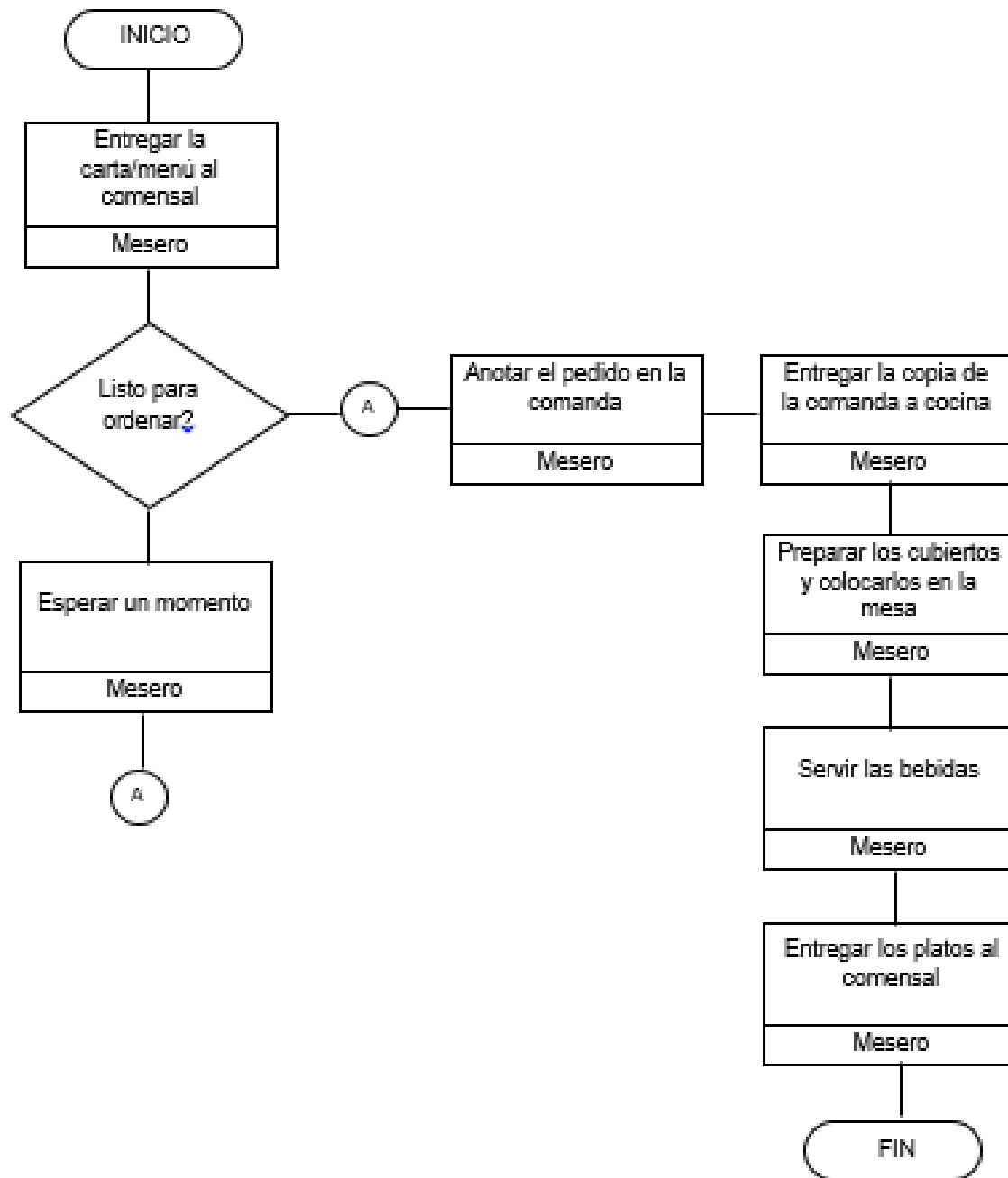
### 3.4.3 Diagrama de flujo Limpieza de habitaciones



**Gráfico 44 Limpieza habitaciones.**

Elaborado por: Autora.

### 3.4.4 Diagrama de flujo Servicio de restaurant



**Gráfico 45 Servicio Restaurant.**  
Elaborado por: Autora.



### 3.5 Diseño gráfico empresarial

#### 3.5.1 Diseño del logotipo de la empresa



**Gráfico 46 Logotipo**

Elaborado por: Diseñador Daniel Andocilla

Este diseño fue elaborado a través de los diferentes paisajes que se puede apreciar desde el lugar donde va estar ubicado el establecimiento. Utilizando así el color verde que significa la naturaleza y la tranquilidad que esta brinda, y el color amarillo significa felicidad y vitalidad, y eso es lo que busca la hostería “Caranqui” para sus huéspedes, que cada uno de ellos salga con una mentalidad diferente y con energías renovadas para seguir con más fuerza en su vida diaria.

### 3.6 Mix de marketing

Como ya se había dicho en anterior capítulo, el sistema turístico quiere tomar un mayor grado de importancia para el desarrollo económico y social del país. Y de hecho a raíz de la campaña “All you need is Ecuador”, el turismo tomo relevancia provocando grandes impactos a nivel internacional.

Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto" (Thompson, 2012).

Es por eso que, cada día el sistema va cambiando e innovando para estar en la misma línea de calidad-servicio, eficaz-eficiente con las grandes empresas hoteleras que se encuentran en el país. De ahí parte, el poder satisfacer casi en su totalidad las necesidades y deseos de los turistas.

El mix de marketing se enfoca en las 4 P's, de Kotler (Producto, Precio, Plaza y Promoción), a continuación se desarrolla cada una de éstas.

La hostería "Caranqui" tiene como objetivo prestar dos importantes servicios que son alojamiento y alimentación, la segunda se determinó a través de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la ciudad de Ibarra.

### **3.6.1 Área de alojamiento**

#### **Producto:**

- Habitación "El retorno": 3 habitaciones con capacidad máxima de 2 personas
- Habitación "La Carolina": 3 habitaciones con capacidad máxima de 4 personas
- Habitación "La Esperanza": 3 habitaciones con capacidad máxima de 6 personas
- Suite "El Alpargate" 2 habitaciones con capacidad máxima de 3 personas con 1 ambiente
- Suite "Caranqui" 1 habitación con capacidad máxima de 3 personas con 2 ambientes y jacuzzi.
- Además de piscina, sauna turco e hidromasaje que estarán incluidos en el precio de la habitación.

- Cada una de las habitaciones estará decorada de una manera campestre pero de alta calidad, es decir se utilizara mucho lo que es madera, alfombras, colores claros y neutros, y para darle un contraste se utilizara colores como verde y azul para representar a las montañas y a los lagos, ya que como es de conocimiento público Imbabura también es conocida como la provincia de “Los Lagos”, además que alrededor de todo el establecimiento habrá plantas y flores de diversas tonalidades.

**Precio:**

- Habitación “El retorno” precio: \$40 incluido el IVA del 12%. Incluye desayuno continental.
- Habitación “La Carolina” precio: \$60 incluido el IVA del 12%. Incluye desayuno continental.
- Habitación “La Esperanza” precio: \$90 incluido el IVA del 12%. Incluye desayuno continental.
- Suite “El Alpargate” precio: \$110 incluido el IVA del 12%. Incluye desayuno continental.
- Suite “Caranqui” precio: \$140 incluido el IVA del 12%. Incluye desayuno continental.

**3.6.2 Área de restaurante****Producto:**

El establecimiento brindará el servicio de desayuno, cena y diversos platos a la carta, donde estará incluido el valor del IVA (Impuesto al valor agregado).

**Precio:**

El precio que se ha fijado para tanto para el área de alojamiento y alimentación se lo realizo por la respuesta que dieron los turistas en las encuestas realizadas que se encuentra entre \$35 a \$50 gastarían por una noche de hospedaje, por persona

y los precios que posee la competencia directa que oscila entre \$37.80 a \$99. Y entre \$15 a \$25 gastarían por día, por persona en la alimentación.

### **Diseño de la Carta Menú:**

El diseño de la carta es simple y elegante, utilizando el color azul como fondo para ese toque de elegancia y sobriedad, el color dorado da brillo y representa el lujo de cada uno de los platos que se elaboran en el restaurante, además a través de fotografías de los productos que se ofrece, el cliente puede darse una idea de cómo es el plato que estará próximo a probar.

En la carta menú se ha implementado productos tradicionales del cantón de Ibarra, para poder reemplazar a lo que se acostumbra a utilizar en los diferentes establecimientos hoteleros. Como por ejemplo el arropo reemplaza a la mermelada, el helado de paila reemplaza al helado tradicional que se puede adquirir en cualquier almacén de abarrotes.



# Menú



## DESAYUNOS

### AMERICANO

Leche/café, huevos, jugo natural, pan, mermelada, mantequilla, fruta, yogurt, granola.

4.00

### CONTINENTAL

Leche/café, huevos, jugo natural, pan, mermelada, mantequilla

3.00

### IBARREÑO

leche/café, huevos, jugo natural, pan de maitz, arropo, mantequilla, queso de hoja

5.00

Todo nuestro producto es 100% orgánico





**PLATOS FUERTES**

FRITADA	7.10
.....	
HORNADO	7.10
.....	
SECO DE CHIVO	6.30
.....	
TILAPIA	9.00

También aceptamos tarjetas de crédito y débito

POLLO CRIOLLO AL HORNO	5.75
.....	
LOCRO DE QUESO	4.50
.....	
MOTE CON CHICHARRÓN	4.00
.....	
CEVICHE DE CAMARÓN	7.50

También aceptamos tarjetas de crédito y débito



**POSTRES**

TIRAMISÙ  
4.50

.....

SELVA NEGRA  
4.00

.....

PROFITEROLES  
3.90

.....

CREPES CON FRUTOS ROJOS  
5.80

**BEBIDAS**

CAFÉ LATE  
2.50

.....

TÈ  
1.00

.....

INFUSIONES  
1.50

.....

CAPUCHINO  
2.00

.....

FRAPUCHINO  
2.00



AGUA CON GAS

1.00



AGUA SIN GAS

1.10



GASEOSA

1.00



CERVEZA

1.50



Todo nuestro pedido lo hacemos en el momento



JUGOS

1.50

COCO

MORA

FRUTILLA

NARANJA

NARANJILLA

GUANABANA

TOMATE DE ÁRBOL



Todo nuestro pedido lo hacemos en el momento







**Gráfico 47 Carta**

Elaborado por: Diseñador Daniel Andocilla

### 3.6.3 Área de Spa

**Producto:**

- Masaje facial relajante: 30 minutos de masaje con la utilización de aceites y cremas especializadas.
- Masaje corporal relajante: 30 o 60 minutos de masaje con la utilización de aceites y cremas especializadas.

- Terapia de chocolate facial: es una mascarilla exfoliante de puro chocolate, que durara 30 minutos acompañada por un masaje de 10 minutos.
- Terapia de chocolate corporal: es una exfoliación en todo el cuerpo con base de puro chocolate, que durara entre 30 o 60 minutos.
- Masaje con piedras calientes: 60 minutos de masajes con la utilización de aceites y piedras de rio calientes en puntos claves del cuerpo, que brindara
- Masaje anti estrés: 30 o 60 minutos de masajes con mayor grado de fuerza con la utilización de aceites que permitirá un estado de cero estrés alrededor de todo el cuerpo.
  - Cada uno de estos masajes estarán acompañados con aroma terapia.

**Precio:**

- Masaje facial relajante: 30 minutos de masaje precio: \$20
- Masaje corporal relajante: 30 minutos de masaje precio: \$25
- 60 minutos de masaje precio: \$35
- Terapia de chocolate facial: una mascarilla exfoliante de chocolate precio: \$25
- Terapia de chocolate corporal: exfoliación y 30 minutos de masaje precio: \$30
- Exfoliación y 60 minutos de masaje precio: \$40
- Masaje con piedras calientes: 60 minutos de masaje precio: \$40
- Masaje anti estrés: 30 minutos de masajes precio: \$25
- 60 minutos de masajes precio: \$40

### 3.6.4 Tríptico de información Área de Alojamiento y Spa

**SERVICIOS ADICIONALES**






**CARANQUI SPA**

- MASAJE FACIAL RELAJANTE
- MASAJE CORPORAL RELAJANTE
- TERAPIA DE CHOCOLATE FACIAL
- TERAPIA DE CHOCOLATE CORPORAL
- MASAJE CON PIEDRAS CALIENTES
- MASAJE ANTI ESTRÉS

● Todos los masajes incluyen aroma terapia





**HOSTERIA  
CARANQUI**

**SUITES**

EL ALPARGATE  
CARANQUI

**HABITACIONES**

EL RETORNO  
LA CAROLINA  
LA ESPERANZA

**SERVICIOS**

WI-FI      Aire acondicionado  
Tv Cable      Colchon de alta calidad  
Mini bar

● Incluyen desayuno continental

Cada una de las habitaciones cuenta con un decorado campestre de alta calidad, acabados de madera con colores claros para dar una mejor experiencia.

**SERVICIO DE RESTAURANTE**





Todos nuestros precios incluyen IVA y servicio



**Gráfico 48 Tríptico alojamiento y spa.**  
Elaborado por: Diseñador Daniel Andocilla

### 3.6.5 Plaza Hostería “Caranqui”

- Se participará en Portales de reserva tales como: booking, hoteles.com, trip advisor y trivago tomando en cuenta que este último es una plataforma muy completa, donde se encuentra todo los buscadores hoteleros antes mencionados y muchos otros más, dicha plataforma lo que hace es dar una lista de diferentes precios del mismo establecimiento hotelero y del mismo

tipo de habitación en diferentes portales para que el futuro huésped pueda escoger la mejor para su estadía.

- Así también, se ofrecerá los servicios a través de correos electrónicos, llamadas telefónicas y el uso de redes sociales tales como: Facebook e Instagram.

### 3.6.6 Promoción Hostería “Caranqui”

- Sitio o página web, el uso de esta gran herramienta permitirá dar a conocer a sus futuros huéspedes, la localidad del establecimiento, tendrá una amplia galería de fotografías de cada una de las habitaciones, spa, áreas verdes y restaurant. Además tendrá la oportunidad de realizar reservas de una manera más directa, es decir sin intermediarios que en este caso serían los portales web.
- Ofrecer cupones de descuento en fechas especiales tales como: San Valentín, día de la madre, día del padre, navidad y fin de año.
- Ofrecer paquetes especiales para aniversarios, lunas de miel, cumpleaños entre otras. Donde este todo incluido (alojamiento, spa, restaurante).
- En la actualidad el uso de las redes sociales se lo hace a nivel mundial, es por eso que es inevitable usarlas para poder promocionar el establecimiento. Es muy usual el compartir una imagen del lugar como por ejemplo el hashtag #findesemaderelax en días determinados que lo ponga en administrador de la hostería. Quienes lo hagan y a través de un sorteo se ganara una noche de estadía gratis.
- El 3x2 significa que si el huésped esta dos noches en el establecimiento puede quedarse una noche más sin ningún costo adicional.
- Descuentos especiales para grupos (mínimo 10 pax).
- Darse a conocer a través de la radio que sea de mayor renombre a nivel nacional. Tales como radio América y radio Canela, e inclusive generar algún tipo de promoción para aquellas personas que llamen a la radio y de su opinión acerca de porque ganarse una noche de estadía en la hostería Caranqui.



**HOSTERIA  
CARANQUI**

**#findesemanarelaax**

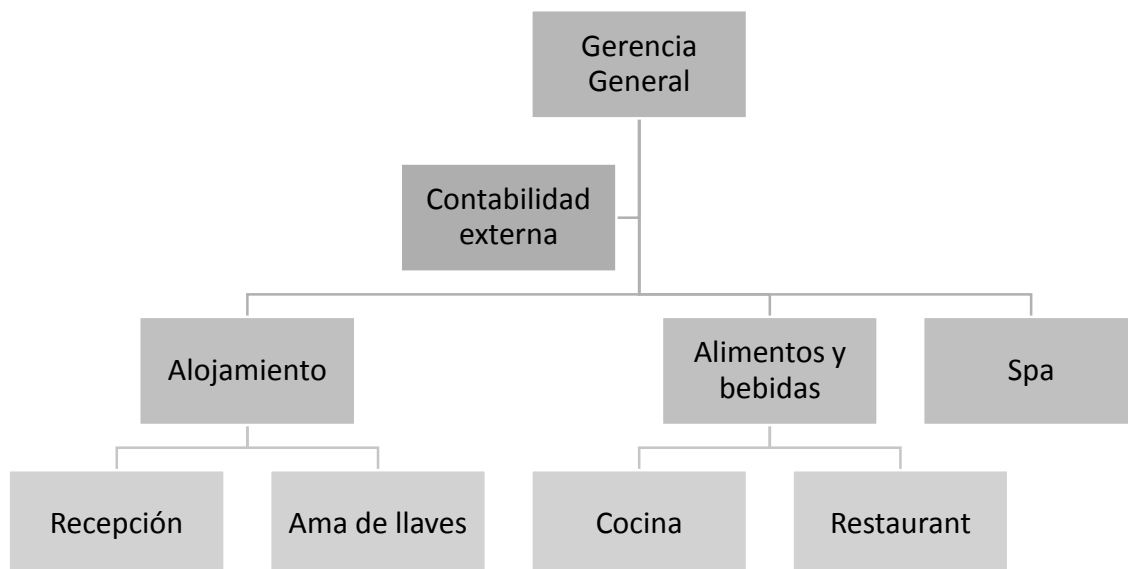
Comparte una foto del lugar junto al hashtag  
#findesemanarelaax y participa por  
una noche gratis

**Gráfico 49 Promoción fin de semana relax.**  
Elaborado por: Diseñador Daniel Andocilla

### **3.7 Organización y funciones del Talento humano**

#### **3.7.1 Organigrama estructural**

El correspondiente organigrama estructural, se presenta a continuación:




**Gráfico 50 Organigrama**

Elaborado por: Autora.

### 3.7.1. Funciones del Talento humano

Es importante conocer todas las funciones que tiene la mano de obra directa e indirecta para que cada uno de ellos cumpla con lo establecido y así evitar confusiones y optimizar tiempos de trabajo para el buen servicio para los huéspedes.

 <p><b>HOSTERIA CARANQUI</b></p> <p><b>Perfil GG/A001</b></p> <p><b>Cargo: GERENCIA GENERAL O ADMINISTRADOR</b></p>
<p><u>Edad:</u> 30 a 55 años</p> <p><u>Estudios superiores:</u> Universitarios</p> <p><u>Idioma:</u> Español, inglés, francés</p> <p><u>Estudios complementarios:</u> computación, contabilidad, finanzas y temas afines a la administración</p> <p><u>Experiencia:</u> mínimo 3 años en cargos similares</p>

Habilidades: don de liderazgo, capacidad para trabajar en equipo, facilidad para adaptarse a nuevos cambios

Funciones:

- Dirigir a los empleados en cada una de sus áreas.
- Planificar, dirigir, organizar y promocionar la hostería.
- Dirigir y organizar cursos de capacitación para el mejor funcionamiento de la hostería.
- Enviar reportes financieros y contables mensualmente al contador externo.
- Revisar diariamente el porcentaje de ocupación diaria.



**Perfil CE001**

**Cargo: CONTADOR EXTERNO**

Edad: 25 a 60 años

Estudios superiores: universitarios

Idioma: español

Estudios complementarios: gestión tributaria, capacitaciones recibidas por el servicio de rentas internas (SRI)

Experiencia: Mínimo 3 años en áreas afines en empresas hoteleras

Habilidades: responsabilidad y trabajar bajo presión

Funciones:

- Llevar en correcto orden los asientos contables mensualmente.
- Entregar balances mensuales al gerente general o supervisor.
- Llevar mensualmente libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Elaborar presupuestos de gastos cada cierto periodo de tiempo.
- Elaborar roles de pago para uno de los colaboradores de la hostería.



**Perfil RE001**

**Cargo: RECEPCIONISTA**

Edad: 25 a 40 años

Estudios: universitarios/ bachiller

Idioma: español, inglés 100% y francés 50%

Estudios complementarios: capacitaciones impartidas por el ministerio de turismo con temas relacionados en el área, servicio al cliente, ventas

Experiencia: Mínimo 2 años en cargos afines

Habilidades: fluidez en el idioma extranjero

Funciones:

- Recibir al huésped y realizar check in y check out.
- Revisar diariamente la ocupación que se va a tener en el día.
- Receptar reservaciones vía correo electrónico, llamada telefónica y a través de operadores hoteleros.
- Elaborar un reporte de discrepancias de todas las habitaciones
- Responder e informar de todos los mensajes que lleguen a través de correo electrónico.



**Perfil CA001**

**Cargo: CAMARERA**

Edad: 25 a 45 años

Estudios: Bachiller

Idioma: Español



Estudios complementarios: capacitaciones impartidas por el ministerio de turismo con temas relacionados en el área, servicio al cliente.

Experiencia: Mínimo 3 años en cargos afines

Habilidades: trabajar bajo presión, eficacia y eficiencia

Funciones:

- Elaborar la limpieza de cada una de las habitaciones.
- Realizar la limpieza de las áreas verdes y oficinas del establecimiento.
- Elaborar un reporte diario de su trabajo.
- Elaborar la requisición de amenities y materiales de limpieza mensualmente.
- Informar de objetos olvidados por los huéspedes y guardarlos en la bodega del establecimiento.



**Perfil MS001**

**Cargo: MASAJISTA SPA**

El perfil que requiere el siguiente cargo son los siguientes:

Edad: 25 a 40 años

Estudios superiores: universitarios/ técnicos

Idioma: español, inglés 70%

Experiencia: Mínimo 3 años en áreas afines

Funciones

- Elaborar un reporte de sus actividades durante el día.
- Tener su espacio de trabajo impecable.
- Realizar masajes de acuerdo a lo solicitado por cada cliente y en el tiempo establecido.



**Perfil C/C001**

**Cargo: CHEF/COCHINERO**

Edad: 25 a 50 años

Estudios superiores: universitarios

Idioma: español, inglés 70%

Estudios complementarios: capacitaciones impartidas por el ministerio de turismo con temas relacionados en el área, servicio al cliente, ventas

Experiencia: Mínimo 2 años en cargos afines

Habilidades: fluidez en el idioma extranjero

Funciones:

- Elaborar cada plato que el mesero se lo pida a través de la comanda.
- Colaborar con nuevos diseños para la presentación de los platos.
- Elaborar la requisición y el inventario mensualmente de la materia prima, menaje de cocina y restaurant.
- Colaborar con la compra y supervisión de la materia prima.
- Mantener su área de trabajo limpia y ordenada.



**Perfil MP001**

**Cargo: MESERO POLIFUNCIONAL**

Edad: 25 a 40 años

Estudios superiores: bachiller

Idioma: español, inglés 100% y francés 50%

Experiencia: Mínimo 2 años en cargos afines

Habilidades: fluidez en el idioma extranjero

Funciones:

- Recibir al cliente de una forma muy cordial.
- Estar atento a los pedidos del comensal y anotarlos en la comanda.
- Mantener su área de trabajo limpia y ordenada antes durante y después del servicio.
- Ayudar en el mise en place de cocina.



### Perfil OML001

#### Cargo: OPERADOR DE MAQUINARIA Y LAVANDERÍA

Edad: 25 a 45 años

Estudios: técnicos

Idioma: español

Experiencia: Mínimo 2 años en cargos afines

#### Funciones

- Limpiar el área de piscina, sauna, turco e hidromasaje.
- Poner en funcionamiento cada una de la maquinaria necesaria para el uso de las instalaciones.
- Dar mantenimiento a las maquinas cada determinado periodo de tiempo.

### 3.8 Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción (Zonaeconomica.com, 2012).

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos

necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación

Es parte fundamental para un proyecto de inversión para conocer si es viable o no, tomando en cuenta cierta información necesaria tales como: costos de financiamiento, ventas futuras, materia prima, costos laborales, etc.

### 3.8.1 Inversión

Para conocer el valor total de la inversión, se toma en cuenta los siguientes rubros: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

ACT DIFER	ACT FIJOS	CAP TRABAJO	TOTAL
\$ 3.820,34	\$ 195.614,31	\$ 73.517,98	\$ 272.952,63

**Gráfico 51 Resumen Inversión**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2 Activos fijos

Es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa (Gerencie, s.f.).

#### 3.8.2.1 Muebles y enseres

Son todos aquellos mobiliarios que se utilizara para el funcionamiento del establecimiento en todas las áreas de la hostería.

CONCECPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alfombra grande	1	\$ 260,00	\$ 260,00
Alfombra pequeña	14	\$ 75,00	\$ 1.050,00
Anaqueles spa	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Aparador	1	\$ 380,00	\$ 380,00
Armarios	12	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Cama para masaje	4	\$ 124,00	\$ 496,00
Cama king 2 1/2 plazas	3	\$ 295,00	\$ 885,00
Cama queen 2 plazas	4	\$ 140,00	\$ 560,00
Cama twin 1 1/2 plaza	14	\$ 130,00	\$ 1.820,00
Colchones king 2 1/2 plazas	3	\$ 160,00	\$ 480,00
Cama queen 2 plazas	4	\$ 99,00	\$ 396,00
Cama twin 1 1/2 plaza	14	\$ 85,00	\$ 1.190,00
Comodas	12	\$ 170,00	\$ 2.040,00
Juego de sala grande	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Juego de sala pequeña	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Lamparas	16	\$ 25,00	\$ 400,00
Librero	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Mesa de billar	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Mesa de centro	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Mesa de futbolin	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mesa para restaurant	11	\$ 200,00	\$ 2.200,00
Mueble de baño	11	\$ 120,00	\$ 1.320,00
Mueble de cocina	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Silla para restaurant	44	\$ 16,00	\$ 704,00
Sillón	12	\$ 140,00	\$ 1.680,00
Veladores	27	\$ 35,00	\$ 945,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 21.836,00</b>

**Gráfico 52 Muebles y enseres.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.2 Maquinaria y equipo

Son todas las máquinas y equipo que se utilizara para la producción de productos o servicios dentro del establecimiento.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina industrial	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Refrigerador	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Congelador	1	\$ 369,00	\$ 369,00
Horno pequeño industrial	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Licuada	3	\$ 33,00	\$ 99,00
Batidora	1	\$ 32,00	\$ 32,00
Microondas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Extractor de olores	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Cafetera industrial	1	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
Cafetera pequeña	4	\$ 75,00	\$ 300,00
Minicomponente	5	\$ 145,00	\$ 725,00
Televisores 32"	13	\$ 280,00	\$ 3.640,00
Creppera	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Lavadora	2	\$ 360,00	\$ 720,00
Secadora	2	\$ 400,00	\$ 800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.550,00</b>

**Gráfico 53 Maquinaria y equipo.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.3 Equipos de oficina

Son todos los bienes que serán utilizados para tener una mayor organización dentro del establecimiento y brindar un mejor servicio.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Telefono fax	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Archivadores	3	\$ 2,59	\$ 7,77
Grapadora	2	\$ 4,76	\$ 9,52
Perforadora	2	\$ 5,60	\$ 11,20
Dispensador de scotch	2	\$ 7,19	\$ 14,38
Calculadora	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Tijera	2	\$ 1,27	\$ 2,54
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 313,41</b>

**Gráfico 54 Equipo de oficina**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.4 Equipo de computación

Son los bienes que no da uso el cliente, pero que permite tener una organización y control para los trabajadores.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Computador	2	\$ 465,00	\$ 930,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.030,00</b>

**Gráfico 55 Equipo de computación**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.5 Lencería

Incluye toda la ropa de habitaciones y limpiones de cocina que será utilizada para el funcionamiento del establecimiento.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Almohadas	48	\$ 28,00	\$ 1.344,00
Bata de baño	18	\$ 26,00	\$ 468,00
Cobija 1 1/2 plaza	42	\$ 15,00	\$ 630,00
Cobija 2 1/2 plazas	12	\$ 22,00	\$ 264,00
Cobija 2 plazas	16	\$ 15,00	\$ 240,00
Edredón 1 1/2 plaza	42	\$ 20,00	\$ 840,00
Edredón 2 1/2 plazas	9	\$ 35,00	\$ 315,00
Edredón 2 plazas	12	\$ 23,00	\$ 276,00
Limpiones	12	\$ 1,62	\$ 19,44
Pie de baño	39	\$ 8,00	\$ 312,00
Sábana 1 1/2 plaza	42	\$ 15,00	\$ 630,00
Sábana 2 1/2 plazas	9	\$ 14,00	\$ 126,00
Sábana 2 plazas	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Toalla de cara	144	\$ 6,00	\$ 864,00
Toalla de cuerpo	126	\$ 8,00	\$ 1.008,00
Toalla de manos	87	\$ 6,00	\$ 522,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.002,44</b>

**Gráfico 56 Lencería**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.6 Menaje de cocina

Son todos los utensilios que serán utilizados para la producción en cocina, así como los utensilios que serán utilizados en el área de restaurante.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Abrelatas	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Boquillas de manga pastelera	1	\$ 18,74	\$ 18,74
Bowl	10	\$ 5,11	\$ 51,10
Colador	2	\$ 21,54	\$ 43,08
Cuchara de madera	6	\$ 1,20	\$ 7,20
Cuchillo cebollero	2	\$ 8,02	\$ 16,04
Cuchillo de pan	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Cuchillo filetero	2	\$ 19,02	\$ 38,04
Espatula de goma	3	\$ 1,88	\$ 5,64
Espatula de metal	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Espumadera	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Juego de coladores x4	1	\$ 7,20	\$ 7,20
Manga pastelera	1	\$ 2,23	\$ 2,23
Olla ( setx7)	2	\$ 48,00	\$ 96,00
Olla de presión industrial	1	\$ 54,00	\$ 54,00
Paila	2	\$ 24,00	\$ 48,00
Puntilla	2	\$ 10,60	\$ 21,20
Sartén	3	\$ 20,34	\$ 61,02
Tabla de picar	5	\$ 12,90	\$ 64,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 576,49</b>

**Gráfico 57 Menaje de cocina 1.**

Elaborado por: Autora.



PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ajicero	11	\$ 1,25	\$ 13,75
Azucarero	11	\$ 9,10	\$ 100,10
Canastas de pan	11	\$ 7,23	\$ 79,53
Copa de agua	42	\$ 2,33	\$ 97,86
Cuchara de sopa	42	\$ 1,23	\$ 51,66
Cucharas de café	42	\$ 1,17	\$ 49,14
Cucharas de postre	42	\$ 1,42	\$ 59,64
Cuchara para helado	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Cuchillo de mantequilla	42	\$ 0,92	\$ 38,64
Cuchillo de mesa	42	\$ 2,34	\$ 98,28
Jarras de vidrio	11	\$ 7,04	\$ 77,44
Mantequillero	22	\$ 0,89	\$ 19,58
Pimentero	11	\$ 0,91	\$ 10,01
Plato de plato fuerte	42	\$ 3,88	\$ 162,96
Plato de postre	42	\$ 2,67	\$ 112,14
Plato sopero	42	\$ 2,69	\$ 112,98
Platos de entrada	42	\$ 3,16	\$ 132,72
Salero	11	\$ 0,91	\$ 10,01
Servilletero	11	\$ 2,21	\$ 24,31
Taza	42	\$ 1,92	\$ 80,64
Tenedor	42	\$ 1,34	\$ 56,28
Vaso de vidrio	42	\$ 1,15	\$ 48,30
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.441,97</b>

**Gráfico 58 Menaje de cocina 2.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.7 Menaje de Spa

Es todo el equipamiento que se necesitara dentro de las salas de masaje para las diferentes actividades que se harán en cada una de dichas salas.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
compresas	8	\$ 22,00	\$ 176,00
tanque de compresas para 4	1	\$ 460,00	\$ 460,00
kit de masaje	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 756,00</b>

**Gráfico 59 Menaje de Spa**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.8 Edificaciones

Abarca todo el inmueble que tiene mayor importancia dentro del establecimiento como tal.

CONCEPTO	# DE EDIFICACIONES	UNIDAD (METROS)	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Habitación simple "El Retorno"	3	18	54	\$ 80,00	\$ 4.320,00
Habitación doble "La Esperanza"	3	23,94	71,82	\$ 80,00	\$ 5.745,60
Habitación triple "La Carolina"	3	24,5	73,5	\$ 80,00	\$ 5.880,00
Suit " El Alpargate"	2	28,7	57,4	\$ 80,00	\$ 4.592,00
Suit "Caranqui"	1	36	36	\$ 80,00	\$ 2.880,00
Restaurant	1	67,85	67,85	\$ 80,00	\$ 5.428,00
Cocina	1	23,36	23,36	\$ 80,00	\$ 1.868,80
Lavandería	1	6	6	\$ 80,00	\$ 480,00
Recepcion	1	26,95	26,95	\$ 80,00	\$ 2.156,00
Servicios complementarios (Spa, piscina, sauna, turco, hidromasaje)	1	471,97	471,97	\$ 80,00	\$ 37.757,60
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 71.108,00</b>

#### Gráfico 60 Edificaciones

Elaborado por: Autora.

### 3.8.2.9 Depreciación

La depreciación es la pérdida de valor que sufre un determinado activo como consecuencia del paso del tiempo (Definicionabc, 2017).

En la tabla que se muestra a continuación se detalla el porcentaje de depreciación anual de las diferentes inversiones que se hará para el proyecto, hay que indicar que el terreno es una inversión que no se deprecia con el paso del tiempo, sino más bien incrementa su valor de compra inicial dependiendo de la plusvalía del sector.

INVERSIONES	TOTALES	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN ANUAL	PROYECCIONES				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	\$21.836,00	10	10,00%	\$2.183,60	\$2.183,60	\$2.183,60	\$2.183,60	\$2.183,60
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$10.550,00	10	10,00%	\$1.055,00	\$1.055,00	\$1.055,00	\$1.055,00	\$1.055,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$313,41	10	10,00%	\$31,34	\$31,34	\$31,34	\$31,34	\$31,34
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$1.030,00	3	33,33%	\$343,30	\$343,30	\$343,30	\$0,00	\$0,00
LENCERIA	\$8.002,44	2	50,00%	\$4.001,22	\$4.001,22			
MENAJE DE COCINA	\$2.018,46	3	33,00%	\$666,09	\$666,09	\$666,09		
MENAJE DE SPA	\$756,00	3	33,00%	\$249,48	\$249,48	\$249,48		
EDIFICACIONES	\$71.108,00	20	5,00%	\$3.555,40	\$3.555,40	\$3.555,40	\$3.555,40	\$3.555,40
TERRENO	\$80.000,00							
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$195.614,31</b>							
			<b>TOTAL DEPRECIACION</b>	\$12.085,43	\$12.085,43	\$8.084,21	\$6.825,34	\$6.825,34

### Gráfico 61 Depreciación

Elaborado por: Autora.

### 3.8.3 Activos diferidos

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos (Gerencie.com, 2013).

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	1	\$800,00	\$800,00
Honorarios del abogado	1	\$300,00	\$300,00
Patente Municipal	1	\$610,00	\$610,00
Licencia Unica Anual de Funcionamiento MINTUR	1	\$0,00	\$0,00
Permiso Sanitario	1	\$340,34	\$340,34
Pago Superintendencia de Compañías	1	\$200,00	\$200,00
Uniformes (Chef y mesero)	2	\$60,00	\$120,00
Uniforme personal operativo (camiseta y gorra)	5	\$10,00	\$50,00
Publicidad y propaganda	1	\$800,00	\$800,00
Gastos de apertura e inauguracion	1	\$400,00	\$400,00
Capacitaciones al personal	1	\$100,00	\$100,00
Comision a portales de resevas(Booking, tripadvisor)	1	\$100,00	\$100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.820,34</b>
			<b>\$764,07</b>

### Gráfico 62 Activos diferidos

Elaborado por: Autora.

### 3.8.4 Capital de trabajo

Contiene aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, servicios básicos, mano de obra, gastos de administración, gastos de publicidad, suministros de limpieza y suministros de oficina (Gerencie.com, 2011).

A continuación se muestra los rubros que pertenecen al capital de trabajo semestralmente, es decir que estos valores serán utilizados en los seis primeros meses de funcionamiento, y después de este tiempo las ventas del establecimiento deben cubrir estos valores.

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR SEMESTRAL
Materia prima	\$ 26.188,31
Servicios básicos	\$ 5.875,50
Mano de obra directa	\$ 15.227,11
Gastos administración	\$ 10.663,44
Honorarios spa	\$ 12.353,53
Gasto publicidad	\$ 2.720,00
Suministros de limpieza	\$ 377,58
Suministros de oficina	\$ 112,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 73.517,98</b>

**Gráfico 63 Capital de trabajo.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5 Materia prima

Son todos los productos que serán utilizados para la elaboración de desayunos, platos fuertes, postres y bebidas que ofertará el restaurante del establecimiento.

A continuación, se detalla toda la materia prima que se debe adquirir para la preparación de dichos platos. Es importante recalcar que, solo es una lista y que el porcentaje del costo de materia prima se lo realizo a través de las recetas estándar.

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR DE COMPRA
Aceite	l	1	\$ 1,57
Achiote	gr	110	\$ 0,95
Aguacate	u	1	\$ 0,33
Agua con gas	u	1	\$ 0,35
Agua sin gas	u	1	\$ 0,55
Ajo	gr	250	\$ 1,81
Alitas de pollo	kg	1	\$ 5,24
Aliño	gr	400	\$ 0,78
Arrope	gr	550	\$ 2,50
Arroz	kg	1	\$ 1,03
Azúcar	kg	1	\$ 0,85
Biscotelas	gr	150	\$ 1,75
Brotos de soya	kg	1	\$ 4,42
Café	gr	200	\$ 9,54
Café minerva	gr	400	\$ 2,89
Camarón	kg	1	\$ 14,30
Carne de borrego	kg	1	\$ 7,49
Carne de cerdo	kg	1	\$ 6,54
Carne de pollo	kg	1	\$ 2,99
Cerveza	ml	330	\$ 0,91
Choclo	u	1	\$ 0,38
Champiñones	gr	454	\$ 4,12
Crema chantilly	gr	100	\$ 1,56
Crema de leche	gr	250	\$ 1,18
Coca cola	ml	330	\$ 0,45

**Gráfico 64 Materia prima 1.**

Elaborado por: Autora.

Cocoa	gr	440	\$ 2,37
Col morada	u	1	\$ 0,50
Comino	gr	25	\$ 0,23
Culantro	atado	1	\$ 0,59
Esencia de vainilla	gr	100	\$ 1,12
Esparragos	paq	1	\$ 1,40
Espinaca	kg	1	\$ 0,95
Fioravanti	u	330	\$ 0,36
Frutilla	gr	500	\$ 1,49
Granola	gr	450	\$ 2,00
Guanabana	gr	500	\$ 2,25
Harina	kg	1	\$ 1,86
Helado de mora	l	1	\$ 3,92
Huevos	cubeta	1	\$ 4,67
Infusiones	paq	6	\$ 6,15
Kiwi	kg	1	\$ 3,84
Leche	l	1	\$ 0,80
Leche descremada	l	1	\$ 0,80
Lechuga	u	1	\$ 0,63
Limón	u	30	\$ 1,00
Maicena	gr	200	\$ 0,96
Mango	kg	1	\$ 2,17
Mantequilla	gr	300	\$ 2,74
Mora	kg	1	\$ 2,20
Mostaza	gr	370	\$ 1,92
Mote	gr	500	\$ 1,51
Naranjilla	u	8	\$ 1,00
Naranja	kg	1	\$ 0,80

**Gráfico 65 Materia prima 2.**

Elaborado por: Autora.

Oregano	gr	25	\$ 0,34
Pan	u	1	\$ 0,15
Pan de maiz	u	1	\$ 0,20
Papas	kg	2	\$ 1,63
Papa chaucha	kg	1	\$ 1,10
Papaya hawaiana	kg	1	\$ 1,32
Perejil	atado	1	\$ 0,67
Pimienta	gr	100	\$ 0,23
Pimiento rojo	kg	1	\$ 2,30
Pimientov erde	kg	1	\$ 1,15
Pierna de cerdo	kg	1	\$ 8,93
Platano	kg	1	\$ 0,68
Polvo de hornear	gr	100	\$ 1,50
Queso	gr	500	\$ 3,14
Queso de hoja	u	1	\$ 0,35
Queso cheddar	gr	550	\$ 5,84
Queso Mascarpone	gr	200	\$ 2,20
Requesón	gr	500	\$ 3,60
Sal de ajo	gr	100	\$ 1,08
Salsa BBQ	gr	330	\$ 2,72
Sprite	u	350	\$ 0,45
Supan	gr	550	\$ 1,52
Té	paq	1	\$ 1,33
Tomate	kg	1	\$ 1,84
Tomate Cherry	gr	100	\$ 0,59
Tomate de Arbol	u	10	\$ 1,00
Vinagre	l	1	\$ 1,27
Vino blanco	ml	750	\$ 11,03
Vino tinto	ml	750	\$ 11,03
Yogurt	l	1,7	\$ 4,54

**Gráfico 66 Materia prima 3.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.1 Costos de los productos de la Carta

A través de la elaboración de recetas estándar y complementarias permitirá al área del producción reducir el porcentaje de merma, de esta manera se podrá reducir los costos de materia prima

## 3.8.5.2 Recetas estándar: Desayunos

Tabla 39 Desayuno continental.

Nombre del plato			Desayuno Continental		
N° Porciones			1		
Peso Porción			430 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
leche/café	250	gr	\$ 0,80	1000	\$ 0,20
jugo natural	150	gr	\$ 0,16	100	\$ 0,24
pan	2	unidad	\$ 0,17	1	\$ 0,34
huevos	2	unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,31
mermelada	15	gr	\$ 2,71	600	\$ 0,07
mantequilla	15	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,14
<b>Subtotal</b>					\$ 1,30
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,06
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,36
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,36
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 1,84

Elaborado por: Autora.

Tabla 40 Desayuno americano.

Nombre del plato			Desayuno Americano		
N° Porciones			1		
Peso Porción			610 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de Compra	cantidad de compra	Valor unitario
leche/café	250	gr	\$ 0,80	1000	\$ 0,20
jugo natural	150	ml	\$ 0,16	100	\$ 0,24
pan	2	unidad	\$ 0,17	1	\$ 0,34
huevos	2	unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,31
mermelada	15	gr	\$ 2,71	600	\$ 0,07
mantequilla	15	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,14
yogurt	150	lt	\$ 4,54	1700	\$ 0,40
granola	30	gr	\$ 2,00	450	\$ 0,13
<b>Subtotal</b>					\$ 1,83
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,09
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,92
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,92
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 2,59

Elaborado por: Autora.



Tabla 41 Desayuno ibarreño.

Nombre del plato			Desayuno Ibarreño		
N° Porciones			1		
Peso Porción			695 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
leche/café	250	gr	\$ 0,80	1000	\$ 0,20
jugo natural	150	gr	\$ 0,16	100	\$ 0,24
pan de maíz	2	unidad	\$ 0,20	1	\$ 0,40
Huevos	2	unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,31
arroke	30	gr	\$ 1,50	500	\$ 0,09
mantequilla	15	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,14
queso de hoja	1	unidad	\$ 0,35	1	\$ 0,35
fruta /papaya	100	gr	\$ 0,50	350	\$ 0,14
<b>Subtotal</b>					\$ 1,87
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,09
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,96
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,96
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 2,65

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.3 Receta complementaria desayunos - Jugo de tomate

Tabla 42 Jugo de tomate.

Nombre del plato			Jugo natural de tomate de árbol		
N° Porciones			1		
Peso Porción			150 ml		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Compra	Cantidad de compra	Valor unitario
tomate de árbol	1	unidad	\$ 1,00	7	\$ 0,14
agua	150	ml	\$ 0,00	0	\$ 0,00
azúcar	20	gr	\$ 0,85	1000	\$ 0,02
<b>Subtotal</b>					\$ 0,16
<b>Extras</b>			0%		\$ 0,00
<b>Costo Total MP</b>					\$ 0,16

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.4 Receta estándar plato fuerte: Fritada

Tabla 43 Fritada.

Nombre del plato			Fritada		
N° Porciones			4		
Peso Porción			733 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Compra	Cantidad de compra	Valor unitario
carne de cerdo	1000	gr	\$ 6,54	1000	\$ 6,54
papas	500	gr	\$ 1,63	2000	\$ 0,41
mote	400	gr	\$ 1,51	500	\$ 1,21
choclo	4	unidad	\$ 1,50	4	\$ 1,50
cebolla blanca	200	gr	\$ 0,94	500	\$ 0,38
cebolla paiteña	200	gr	\$ 2,01	1000	\$ 0,40
ajo	80	gr	\$ 1,81	250	\$ 0,58
tomate	400	gr	\$ 1,84	1000	\$ 0,74
tostado	150	gr	\$ 1,08	150	\$ 1,08
plátano maduro	4	unidad	\$ 1,00	5	\$ 0,80
<b>Subtotal</b>					\$ 13,63
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,68
<b>Costo Total MP</b>					\$ 14,31
<b>Costo por Porción</b>					\$ 3,58
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 4,83

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.5 Receta complementaria fritada - Tostado

Tabla 44 Tostado.

Nombre del plato			Tostado		
N° Porciones			4		
Peso Porción			150 ml		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de Compra	Cantidad de compra	Valor unitario
tostado	233	gr	\$ 1,00	233	\$ 1,00
aceite	50	ml	\$ 1,57	1000	\$ 0,08
					\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 1,08
<b>Extras</b>			0%		\$ 0,00

<b>Costo Total MP</b>						\$ 1,08
-----------------------	--	--	--	--	--	---------

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.6 Receta estándar plato fuerte: Hornado

Tabla 45 Hornado.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Hornado</b>		
<b>N° Porciones</b>			<b>4</b>		
<b>Peso Porción</b>			<b>3000</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor de Compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
pierna de cerdo	1000	gr	\$ 8,93	1000	\$ 8,93
mote	600	gr	\$ 1,51	500	\$ 1,81
tortillas de papa	800	gr	\$ 1,49	1000	\$ 1,19
lechuga	200	gr	\$ 0,63	650	\$ 0,19
cebolla	200	gr	\$ 0,94	500	\$ 0,38
tomate	200	gr	\$ 1,84	1000	\$ 0,37
<b>Subtotal</b>					\$ 12,87
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,64
<b>Costo Total MP</b>					\$ 13,52
<b>Costo por Porción</b>					\$ 3,38
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 4,56

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.7 Receta complementaria Hornado - Tortilla de papa

Tabla 46 Tortilla de papa.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Tortilla de papa</b>		
<b>N° Porciones</b>			<b>4</b>		
<b>Peso Porción</b>			<b>1000 gr</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
Papa	gr	1000	\$ 1,63	2000	\$ 0,82
Queso	gr	100	\$ 3,14	500	\$ 0,63
Achiote	gr	5	\$ 0,95	110	\$ 0,04
<b>Subtotal</b>					\$ 1,49
<b>Extras</b>			0%		\$ 0,00

<b>Costo Total MP</b>						\$ 1,49
-----------------------	--	--	--	--	--	---------

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.8 Receta estándar plato fuerte: Seco de chivo

Tabla 47 Seco de chivo.

Nombre del plato			Seco de chivo		
N° Porciones			4		
Peso Porción			583 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Compra	Cantidad de compra	Valor unitario
carne de borrego	800	gr	\$ 6,67	1000	\$ 5,34
cebolla paiteña	100	gr	\$ 2,01	1000	\$ 0,20
pimiento	100	gr	\$ 1,15	1000	\$ 0,12
perejil	40	gr	\$ 0,67	200	\$ 0,13
Culantro	40	gr	\$ 0,59	200	\$ 0,12
tomate	150	gr	\$ 1,84	1000	\$ 0,28
naranja	50	gr	\$ 1,00	500	\$ 0,10
Cerveza	250	ml	\$ 0,91	330	\$ 0,69
Arroz	800	gr	\$ 0,84	800	\$ 0,84
aguacate	1	unidad	\$ 1,00	3	\$ 0,33
<b>Subtotal</b>					\$ 8,14
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,41
<b>Costo Total MP</b>					\$ 8,55
<b>Costo por Porción</b>					\$ 2,14
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 2,89

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.9 Receta complementaria Seco de chivo – Arroz blanco

Tabla 48 Arroz blanco.

Nombre del plato			Arroz blanco		
N° Porciones			4		
Peso Porción			800 gr		
Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
Arroz	gr	800	\$ 1,03	1000	\$ 0,82

Aceite	gr	10	\$ 1,57	1000	\$ 0,02
Agua	gr	500	\$ 0,00	1000	\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 0,84
<b>Extras</b>			0%		\$ 0,00
<b>Costo Total MP</b>					\$ 0,84

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.10 Receta estándar plato fuerte: Tilapia aromática

Tabla 49 Tilapia aromática.

Nombre del plato			Tilapia aromática		
N° Porciones			4		
Peso Porción			509 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor Unitario
tilapia	4	unidad	\$ 5,70	3	\$ 7,60
mantequilla	40	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,37
cebolla perla	100	gr	\$ 2,01	1000	\$ 0,20
champiñones frescos	400	gr	\$ 4,12	454	\$ 3,63
pimiento rojo	200	gr	\$ 2,30	1000	\$ 0,46
perejil	80	gr	\$ 0,67	150	\$ 0,36
jugo de limón	15	gr	\$ 1,00	1000	\$ 0,02
zanahorias	400	gr	\$ 1,00	550	\$ 0,73
espárragos	12	unidad	\$ 1,40	16	\$ 1,05
arroz	800	gr	\$ 0,43	400	\$ 0,86
				\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 15,27
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,76
<b>Costo Total MP</b>					\$ 16,03
<b>Costo por Porción</b>					\$ 4,01
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 5,41

Elaborado por: Autora.

## 3.8.5.11 Receta complementaria Tilapia aromática – Arroz blanco

Tabla 50 Arroz blanco.

Nombre del plato			Arroz blanco		
N° Porciones			4		
Peso Porción					
Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
Arroz	gr	400	\$ 1,03	1000	\$ 0,41
aceite	ml	10	\$ 1,57	1000	\$ 0,02
Agua	gr	800	\$ 0,00	1000	\$ 0,00
				0	\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 0,43
<b>Extras</b>			0%		\$ 0,00
<b>Costo Total MP</b>					\$ 0,43
<b>Costo por Porción</b>					

Elaborado por: Autora.

## 3.8.5.12 Receta estándar plato fuerte: Pollo criollo al horno

Tabla 51 Pollo al horno.

Nombre del plato			Pollo criollo al horno		
N° Porciones			4		
Peso Porción			570 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Precio Compra	Cantidad de compra	Valor unitario
carne de pollo	600	gr	\$ 2,99	1000	\$ 1,79
perejil picado	80	gr	\$ 0,67	150	\$ 0,36
Ajo	10	gr	\$ 1,81	250	\$ 0,07
culantro	60	gr	\$ 0,59	150	\$ 0,24
papas criollas	360	gr	\$ 1,10	360	\$ 1,10
arroz verde	600	gr	\$ 1,26	800	\$ 0,95
tomate	100	gr	\$ 1,84	1000	\$ 0,18
ensalada fresca	470	gr	\$ 1,16	470	\$ 1,16
				0	\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 5,85
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,29
<b>Costo Total MP</b>					\$ 6,14
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,54

<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%	\$ 2,07
------------------------	------------------	---------

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.13 Receta complementaria Pollo criollo al horno – Varios

Tabla 52 Papa criolla.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Papa criolla</b>		
<b>N° Porciones</b>			<b>4</b>		
<b>Peso Porción</b>					
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
papa chaucha	gr	360	\$ 1,85	1000	\$ 0,67
Perejil	gr	15	\$ 0,67	200	\$ 0,05
mantequilla	gr	40	\$ 2,74	330	\$ 0,33
<b>Subtotal</b>					\$ 1,05
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,05
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,10
<b>Costo por Porción</b>					

Elaborado por: Autora.

Tabla 53 Arroz verde.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Arroz verde</b>		
<b>N° Porciones</b>			<b>4</b>		
<b>Peso Porción</b>					
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor de compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
arroz blanco	gr	800	\$ 1,03	1000	\$ 0,82
espinaca	gr	375	\$ 0,95	1000	\$ 0,36
aceite	ml	15	\$ 1,57	1000	\$ 0,02
agua	ml	1000	\$ 0,00	0	\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 1,20
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,06
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,26

Elaborado por: Autora.

Tabla 54 Ensalada fresca.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Ensalada fresca</b>		
<b>N° Porciones</b>			<b>4</b>		
<b>Peso Porción</b>			<b>470 gr</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor de compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
col morada	gr	100	\$ 0,50	1000	\$ 0,05

brotos de soya	gr	100	\$ 4,42	1000	\$ 0,44
tomate cherry	gr	50	\$ 0,59	100	\$ 0,30
lechuga	gr	100	\$ 0,63	600	\$ 0,11
tomate	gr	100	\$ 1,84	1000	\$ 0,18
vinagre	ml	20	\$ 1,27	1000	\$ 0,03
<b>Subtotal</b>					\$ 1,10
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,06
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,16

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.14 Receta estándar plato fuerte: Mote con chicharrón

Tabla 55 Mote con chicharrón.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Mote con chicharrón</b>		
<b>N° Porciones</b>			4		
<b>Peso Porción</b>			450 gr		
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor de compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
chicharrón	800	gr	\$ 3,30	1000	\$ 2,64
mote	1000	gr	\$ 1,51	500	\$ 3,02
aceite	40	ml	\$ 1,57	1000	\$ 0,06
<b>Subtotal</b>					\$ 5,72
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,29
<b>Costo Total MP</b>					\$ 6,01
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,50
<b>PVP</b>	Utilidad del 35%				\$ 2,03

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.15 Receta estándar plato fuerte: Locro de queso

Tabla 56 Locro de queso.

<b>Nombre del plato</b>			<b>Locro de queso</b>		
<b>N° Porciones</b>			4		
<b>Peso Porción</b>			516 gr		
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor de compra</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Valor unitario</b>
Cebolla	100	gr	\$ 0,94	500	\$ 0,19
Ajo	15	gr	\$ 1,81	250	\$ 0,11
Papas	400	gr	\$ 1,63	2000	\$ 0,33



Aguacate	1	unidad	\$ 1,00	3	\$ 0,33
leche	1000	ml	\$ 0,80	1000	\$ 0,80
crema de leche	500	ml	\$ 1,18	250	\$ 2,36
queso fresco	50	gr	\$ 3,14	500	\$ 0,31
			\$ 0,00	0	\$ 0,00
<b>Subtotal</b>					\$ 4,43
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,22
<b>Costo Total MP</b>					\$ 4,65
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,16
<b>PVP</b>	Utilidad del 35%				\$ 1,57

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.16 Receta estándar plato fuerte: Ceviche de camarón

Tabla 57 Ceviche de camarón.

Nombre del plato		Ceviche de camarón			
N° Porciones		4			
Peso Porción		673 gr			
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	cantidad de compra	Valor unitario
camarón	600	gr	\$ 14,30	1000	\$ 8,58
cebolla paiteña	400	gr	\$ 2,01	1000	\$ 0,80
Tomate	400	gr	\$ 1,84	1000	\$ 0,74
Limón	10	gr	\$ 1,00	30	\$ 0,33
naranja	3	unidad	\$ 1,00	15	\$ 0,20
mostaza	40	gr	\$ 1,92	370	\$ 0,21
culantro	40	gr	\$ 0,59	150	\$ 0,16
canguil	400	gr	\$ 0,56	400	\$ 0,56
Chifles	400	gr	\$ 0,65	400	\$ 0,65
tostado	233	gr	\$ 1,08	233	\$ 1,08
<b>Subtotal</b>					\$ 13,31
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,67
<b>Costo Total MP</b>					\$ 13,97
<b>Costo por Porción</b>					\$ 3,49
<b>Costo potencial</b>	Utilidad del 35%				\$ 4,72

Elaborado por: Autora.

## 3.8.5.17 Receta complementaria Ceviche de camarón – Varios

Tabla 58 Canguil.

Nombre del plato			Canguil		
N° Porciones			4		
Peso Porción					
Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor de compra	cantidad de compra	Valor unitario
Canguil	gr	400	\$ 0,60	467	\$ 0,51
Aceite	ml	10	\$ 1,57	1000	\$ 0,02
<b>Subtotal</b>					\$ 0,53
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,03
<b>Costo Total MP</b>					\$ 0,56

Elaborado por: Autora.

Tabla 59 Chifles.

Nombre del plato			Chifles		
N° Porciones			4		
Peso Porción					
Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
verde	unidad	3	\$ 1,00	5	\$ 0,60
aceite	ml	10	\$ 1,57	1000	\$ 0,02
<b>Subtotal</b>					\$ 0,62
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,03
<b>Costo Total MP</b>					\$ 0,65

Elaborado por: Autora.

Tabla 60 Tostado.

Nombre del plato			Tostado		
N° Porciones			4		
Peso Porción			150 ml		
Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
tostado	gr	233	\$ 1,00	233	\$ 1,00
aceite	ml	50	\$ 1,57	1000	\$ 0,08
<b>Subtotal</b>					\$ 1,08
<b>Extras</b>			0%		\$ 0,00
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,08

Elaborado por: Autora.

## 3.8.5.18 Receta estándar postre: Creppes rellenos de frutos rojos

Tabla 61 Creppes rellenos.

Nombre del plato			Creppes rellenos con frutos rojos		
N° Porciones			4		
Peso Porción			383 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	cantidad de compra	Valor unitario
masa					
huevos	2	unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,31
harina	375	gr	\$ 1,36	1000	\$ 0,51
leche descremada	500	gr	\$ 0,80	1000	\$ 0,40
azúcar	60	gr	\$ 0,85	1000	\$ 0,05
mantequilla	30	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,27
para el relleno					\$ 0,00
requesón	350	gr	\$ 3,60	500	\$ 2,52
esencia de vainilla	15	gr	\$ 1,12	100	\$ 0,17
frutillas	100	gr	\$ 1,49	500	\$ 0,30
mora	100	gr	\$ 2,20	1000	\$ 0,22
<b>Subtotal</b>					\$ 4,75
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,24
<b>Costo Total MP</b>					\$ 4,99
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,25
<b>Costo potencial</b>	Utilidad 35%				\$ 1,68

Elaborado por: Autora.

## 3.8.5.19 Receta estándar postre: Profiteroles rellenos de helado de paila

Tabla 62 Profiteroles rellenos.

Nombre del plato			Profiteroles rellenos de helado de paila		
N° Porciones			4		
Peso Porción			238 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
harina	150	gr	\$ 1,36	1000	\$ 0,20
huevos	5	unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,78
mantequilla	100	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,91

crema pastelera	500	gr	\$ 1,14	500	\$ 1,14
helado de paila de mora	200	ml	\$ 3,92	1000	\$ 0,78
<b>Subtotal</b>					\$ 3,04
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,15
<b>Costo Total MP</b>					\$ 3,19
<b>Costo por Porción</b>					\$ 0,80
<b>PVP</b>	Utilidad 35%				\$ 1,08

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.20 Receta complementaria postre Profiteroles rellenos con helado de paila

Tabla 63 Crema pastelera

Nombre del plato			Crema pastelera		
N° Porciones			4		
Peso Porción					
Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
leche	ml	500	\$ 0,80	1000	\$ 0,40
harina	gr	90	\$ 1,86	1000	\$ 0,17
azúcar	gr	50	\$ 0,85	1000	\$ 0,04
mantequilla	ml	25	\$ 2,74	300	\$ 0,23
huevos	unidad	4	\$ 4,67	30	\$ 0,62
esencia de vainilla	gr	15	\$ 1,12	100	\$ 0,17
limón	unidad	1	\$ 1,00	30	\$ 0,03
<b>Subtotal</b>					\$ 1,66
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,08
<b>Costo Total MP</b>					\$ 1,75

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.21 Receta estándar postre: Tiramisú

Tabla 64 Tiramisú.

Nombre del plato	Tiramisú
N° Porciones	8
Peso Porción	236 gr

Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
Bizcotelas	300	Gr	\$ 1,75	150	\$ 3,50
Café diluido en agua	150	MI	\$ 2,89	400	\$ 1,08
Queso mascarpone	250	Gr	\$ 2,20	200	\$ 2,75
Huevos	3	Unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,47
Crema de leche	200	ml	\$ 1,18	250	\$ 0,94
Azúcar	45	gr	\$ 0,85	1000	\$ 0,04
<b>Subtotal</b>					\$ 7,80
<b>Extras</b>			5%		\$ 0,39
<b>Costo Total MP</b>					\$ 8,19
<b>Costo por Porción</b>					\$ 1,02
<b>Costo potencial</b>	Utilidad 35%				\$ 1,38

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.22 Receta estándar postre: Selva negra

Tabla 65 Ceviche de camarón.

Nombre del plato			Selva negra		
N° Porciones			8		
Peso Porción			403 gr		
Ingredientes	Cantidad	Unidad de medida	Valor de compra	Cantidad de compra	Valor unitario
<b>Bizcochuelo</b>					
Harina	140	gr	\$ 1,86	1000	\$ 0,26
Huevos	6	Unidad	\$ 4,67	30	\$ 0,93
Azúcar	180	gr	\$ 0,85	1000	\$ 0,15
Mantequilla	70	gr	\$ 2,74	300	\$ 0,64
Cacao	40	gr	\$ 2,37	440	\$ 0,22
Polvo de hornear	5	gr	\$ 1,58	100	\$ 0,08
Esencia de vainilla	5	ml	\$ 1,12	100	\$ 0,06
<b>Almíbar</b>					
Azúcar	100	gr	\$ 0,85	1000	\$ 0,09
Agua	200	ml	\$ 0,00	200	\$ 0,00
<b>Relleno y cobertura</b>					
Cerezas	270	gr			\$ 0,00
Crema de leche	600	ml	\$ 1,18	250	\$ 2,83
<b>Subtotal</b>					\$ 5,25

<b>Extras</b>			5%		\$ 0,26
<b>Costo Total MP</b>					\$ 5,52
<b>Costo por Porción</b>					\$ 0,69
<b>Costo potencial</b>	Utilidad 35%				\$ 0,93

Elaborado por: Autora.

### 3.8.5.23 Proyección Materia prima

<b>AÑO</b>	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>
1	\$ 26.188,31
2	\$ 28.212,67
3	\$ 28.946,20
4	\$ 29.698,80
5	\$ 31.994,51

**Gráfico 67 Proyección Materia prima.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.6 Servicios básicos

Son aquellos gastos que debe hacer el establecimiento mes a mes para la operación del mismo. Para este cálculo se tomó información real -referencial- de las empresas que brindan este servicio en la ciudad de Ibarra.

<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>COSTO POR UNIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>
Agua	M3	3000	\$ 0,16	\$ 480,00	\$ 2.880,00
Luz	KW/H	3000	\$ 0,04	\$ 120,00	\$ 720,00
Teléfono	MIN	1500	\$ 0,05	\$ 75,00	\$ 450,00
Internet	USD/MES	3	\$ 41,43	\$ 124,29	\$ 745,74
Tv Cable	USD/MES	13	\$ 12,92	\$ 167,96	\$ 1.007,76
Gas	TANQUE	4	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 72,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 5.875,50</b>

**Gráfico 68 Servicios básicos.**

Elaborado por: Autora.



AÑO 3									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14TO SUELDO	13ER SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTO	TOTAL SEMESTRAL
					8,33%		12,15%		
CHEF	1	\$ 431,23	\$ 35,50	\$ 35,94	\$ 35,92	\$ 16,59	\$ 52,39	\$ 607,57	\$ 3.645,41
MESERO	1	\$ 430,14	\$ 35,50	\$ 35,85	\$ 35,83	\$ 16,54	\$ 52,26	\$ 606,12	\$ 3.636,73
CAMARERA	1	\$ 430,14	\$ 35,50	\$ 35,85	\$ 35,83	\$ 16,54	\$ 52,26	\$ 606,12	\$ 3.636,73
RECEPCIONISTA	1	\$ 430,14	\$ 35,50	\$ 35,85	\$ 35,83	\$ 16,54	\$ 52,26	\$ 606,12	\$ 3.636,73
OPERADOR DE MÁQUINAS	1	\$ 430,14	\$ 35,50	\$ 35,85	\$ 35,83	\$ 16,54	\$ 52,26	\$ 606,12	\$ 3.636,73
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.151,79</b>	<b>\$ 177,50</b>	<b>\$ 179,32</b>	<b>\$ 179,24</b>	<b>\$ 82,76</b>	<b>\$ 261,44</b>	<b>\$ 3.032,05</b>	<b>\$ 18.192,32</b>
SALARIO BASICO UNIFICADO	\$ 426,00								

AÑO 4									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14TO SUELDO	13ER SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTO	TOTAL SEMESTRAL
					8,33%		12,15%		
CHEF	1	\$ 461,23	\$ 76,00	\$ 76,87	\$ 38,42	\$ 17,74	\$ 56,04	\$ 726,30	\$ 4.357,81
MESERO	1	\$ 460,14	\$ 76,00	\$ 76,69	\$ 38,33	\$ 17,70	\$ 55,91	\$ 724,76	\$ 4.348,59
CAMARERA	1	\$ 460,14	\$ 76,00	\$ 76,69	\$ 38,33	\$ 17,70	\$ 55,91	\$ 724,76	\$ 4.348,59
RECEPCIONISTA	1	\$ 460,14	\$ 76,00	\$ 76,69	\$ 38,33	\$ 17,70	\$ 55,91	\$ 724,76	\$ 4.348,59
OPERADOR DE MÁQUINAS	1	\$ 460,14	\$ 76,00	\$ 76,69	\$ 38,33	\$ 17,70	\$ 55,91	\$ 724,76	\$ 4.348,59
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.301,79</b>	<b>\$ 380,00</b>	<b>\$ 383,63</b>	<b>\$ 191,74</b>	<b>\$ 88,53</b>	<b>\$ 279,67</b>	<b>\$ 3.625,36</b>	<b>\$ 21.752,15</b>
SALARIO BASICO UNIFICADO	\$ 456,00								

AÑO 5									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14TO SUELDO	13ER SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTO	TOTAL SEMESTRAL
					8,33%		12,15%		
CHEF	1	\$ 491,23	\$ 81,00	\$ 81,87	\$ 40,92	\$ 18,89	\$ 59,68	\$ 773,60	\$ 4.641,59
MESERO	1	\$ 490,14	\$ 81,00	\$ 81,69	\$ 40,83	\$ 18,85	\$ 59,55	\$ 772,06	\$ 4.632,37
CAMARERA	1	\$ 490,14	\$ 81,00	\$ 81,69	\$ 40,83	\$ 18,85	\$ 59,55	\$ 772,06	\$ 4.632,37
RECEPCIONISTA	1	\$ 490,14	\$ 81,00	\$ 81,69	\$ 40,83	\$ 18,85	\$ 59,55	\$ 772,06	\$ 4.632,37
OPERADOR DE MÁQUINAS	1	\$ 490,14	\$ 81,00	\$ 81,69	\$ 40,83	\$ 18,85	\$ 59,55	\$ 772,06	\$ 4.632,37
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.451,79</b>	<b>\$ 405,00</b>	<b>\$ 408,63</b>	<b>\$ 204,23</b>	<b>\$ 94,30</b>	<b>\$ 297,89</b>	<b>\$ 3.861,85</b>	<b>\$ 23.171,09</b>
SALARIO BASICO UNIFICADO	\$ 486,00								

### Gráfico 70 Mano de Obra directa.

Elaborado por: Autora.

### 3.8.7.1 Proyección de Mano de obra directa

SUELDOS	
AÑOS	TOTAL
1	\$ 15.227,11
2	\$ 16.961,88
3	\$ 18.192,32
4	\$ 21.752,15
5	\$ 23.171,09

### Gráfico 71 Proyección de Mano de obra directa.

Elaborado por: Autora.





AÑO 5									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	14TO SUELDO	13ER SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTO	TOTAL SEMESTRAL
					8,33%		12,15%		
ADMINISTRADOR	1	\$ 920,00	\$ 40,50	\$ 76,67	\$ 76,64	\$ 35,38	\$ 111,78	\$ 1.260,97	\$ 7.565,80
CONTADOR	1	\$ 620,00	\$ 35,50	\$ 51,67	\$ 51,65	\$ 23,85	\$ 75,33	\$ 857,99	\$ 5.147,93
<b>TOTAL</b>		\$ 1.540,00	\$ 76,00	\$ 128,33	\$ 128,28	\$ 59,23	\$ 187,11	\$ 2.118,96	\$ 12.713,74
SALARIO BASICO UNIFICADO	\$ 486,00								

**Gráfico 72 Gastos de administración.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.8.1 Proyección de Gastos de administración

En la siguiente tabla se registra un estimado de lo que se va a gastar semestralmente por toda la mano de obra indirecta del establecimiento.

GASTOS SUELDOS	
AÑOS	TOTAL
1	\$ 10.663,44
2	\$ 11.247,17
3	\$ 11.728,59
4	\$ 12.236,16
5	\$ 12.713,74

**Gráfico 73 Proyección Gastos de administración.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.8.2 Honorarios Spa

Para obtener el gasto que se hará en cuanto se refiere al pago de los honorarios de la masajista, se lo realizo a través de las ventas proyectadas de dicha área, sacando un porcentaje del 40% para el pago y el 60% será la utilidad para el establecimiento.

AÑO	VENTAS PROYECTADAS	40% PAGO A MASAJISTA	PAGO A MASAJISTA (6 MESES)	60% UTILIDAD
1	\$ 10.617,60	\$ 4.247,04	\$ 2.123,52	\$ 6.370,56
2	\$ 11.422,24	\$ 4.568,90	\$ 2.284,45	\$ 6.853,35
3	\$ 12.287,86	\$ 4.915,15	\$ 2.457,57	\$ 7.372,72
4	\$ 13.219,09	\$ 5.287,63	\$ 2.643,82	\$ 7.931,45
5	\$ 14.220,88	\$ 5.688,35	\$ 2.844,18	\$ 8.532,53
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 61.767,67</b>	<b>\$ 24.707,07</b>	<b>\$ 12.353,53</b>	<b>\$ 37.060,60</b>

**Gráfico 74 Honorarios Sapa.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.9 Gasto publicidad

Incluye los egresos que incurre el establecimiento para poder promocionar la hostería, las cuales fueron nombrados antes en el mix de marketing.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL
Página web	\$ 0,00	\$ 2.000,00
Página facebook	\$ 20,00	\$ 120,00
Spot publicitario	\$ 100,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.720,00</b>

**Gráfico 75 Gasto publicidad.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.10 Suministros de limpieza

Son aquellos productos que serán utilizados para realizar la limpieza de todas las áreas del establecimiento.

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL
Atomizador	u	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Cloro	gl	2	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 38,40
Desengrasante	gl	1	\$ 3,90	\$ 3,90	\$ 23,40
Desinfectante	gl	2	\$ 2,75	\$ 5,50	\$ 33,00
Detergente	u	2	\$ 3,85	\$ 7,70	\$ 46,20
Escoba	u	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 30,00
Esponja amarilla para olla	u	3	\$ 0,45	\$ 1,35	\$ 8,10
Esponja verde para platos	u	3	\$ 0,35	\$ 1,05	\$ 6,30
Franela vileda	paquete x 3	3	\$ 2,80	\$ 8,40	\$ 50,40
Lavaplatos	u	3	\$ 2,50	\$ 7,50	\$ 45,00
Limpia vidrios	u	2	\$ 2,10	\$ 4,20	\$ 25,20
Recogedor	u	1	\$ 1,76	\$ 1,76	\$ 10,56
Trapeador	u	1	\$ 2,80	\$ 2,80	\$ 16,80
Vileda absorbente	paquete x 3	2	\$ 3,56	\$ 7,12	\$ 42,72
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 377,58</b>

**Gráfico 76 Suministros de limpieza.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.11 Suministros de oficina

Abarca aquellos materiales que serán utilizados dentro del área administrativa como la recepción y la oficina.

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL
Carpetas	u	3	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 4,50
Resma de papel	paquete x 500	1	\$ 3,28	\$ 3,28	\$ 19,68
Clips	caja x 50	1	\$ 1,34	\$ 1,34	\$ 8,04
Esferos	caja x 12	1	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 10,50
Lápiz	caja x 12	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 12,00
Borrador	u	1	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 1,20
Corrector	u	1	\$ 1,10	\$ 1,10	\$ 6,60
Sellos	u	1	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 22,50
Grapas	caja x20	1	\$ 2,74	\$ 2,74	\$ 16,44
Cuadernos	u	1	\$ 1,30	\$ 1,30	\$ 7,80
Cinta scotch	u	1	\$ 0,54	\$ 0,54	\$ 3,24
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 112,50</b>

**Gráfico 77 Suministros de oficina.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.12 Presupuesto de ingresos

Para poder analizar el presupuesto de ingresos para alojamiento, alimentos y bebidas y spa, se tomó en cuenta el porcentaje de ocupación entre temporadas

altas y bajas de la ciudad de Ibarra. Estos datos que fueron obtenidos en la página web del Ministerio de turismo.

PROY. NUEVO		
Total habitaciones	12	
porcentaje en	100%	
MESES	HABITACIONES	%
Enero	4	35%
Febrero	4	36%
Marzo	4	37%
Abril	4	37%
Mayo	5	38%
Junio	4	36%
Julio	5	43%
Agosto	5	43%
Septiembre	5	43%
Octubre	6	48%
Noviembre	5	43%
Diciembre	4	35%
PROMEDIO HAB. DIARIA	4,74	NIVEL DE OCUPACION
	40%	

**Gráfico 78 Ocupación entre temporadas.**

Elaborado por: Autora.

%	
Temporada baja	36,29%
Temporada alta	44,00%

**Gráfico 79 Porcentaje de ocupación entre temporadas.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.12.1 Proyección de Ventas Alojamiento

La proyección de ventas en el área de alojamiento se lo realizó tomando el promedio de habitaciones mensualmente y este valor multiplicado por 360 días, es decir que dicho establecimiento trabajará todo el año, las 24 horas del día. Además, se tomó en cuenta el porcentaje de crecimiento económico a nivel de país con un 2.60%, dato que fue dado por el Banco Central del Ecuador.

TOTAL HABITACIONES				
Porcentajes		Habitaciones	Capacidad	# Personas
Simple	25,00%	3	2	6
Doble	25,00%	3	4	12
Triple	25,00%	3	6	18
Suit	16,67%	2	2	4
Suit 1 ambiente	8,33%	1	2	2
<b>TOTAL HABITACIONES</b>	<b>100%</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>42</b>

AÑO	DEMANDA PROMEDIO DIARIA	DEMANDA ANUAL PROMEDIO	OCUPACIÓN
1	4,74	1706	39,50%
2	4,92	1770	78,66%
3	5,10	1836	81,59%
4	5,29	1904	84,62%
5	5,49	1975	87,77%

AÑO	HABITACIONES SIMPLES	HABITACIONES DOBLES	HABITACIONES FAMILIARES	SUIT	SUIT 1 AMBIENTE	PROYECCIÓN ALOJAMIENTO
1	\$ 17.064,00	\$ 25.596,00	\$ 38.394,00	\$ 31.284,00	\$ 19.908,00	\$ 132.246,00
2	\$ 17.698,78	\$ 26.548,17	\$ 39.822,26	\$ 32.447,76	\$ 20.648,58	\$ 137.165,55
3	\$ 18.357,18	\$ 27.535,76	\$ 41.303,64	\$ 33.654,82	\$ 21.416,70	\$ 142.268,11
4	\$ 19.040,06	\$ 28.560,09	\$ 42.840,14	\$ 34.906,78	\$ 22.213,41	\$ 147.560,48
5	\$ 19.748,35	\$ 29.622,53	\$ 44.433,79	\$ 36.205,31	\$ 23.039,74	\$ 153.049,73

**Gráfico 80 Información previa para Ventas Alojamiento.**

Elaborado por: Autora.

A continuación, se detallará la proyección de ventas de cada tipo de habitación anualmente.

HABITACIONES SIMPLES	3 APROXIMADO		
AÑO	DEMANDA	PRECIO X HABITACION	VALOR PROYECTADO
1	427	\$ 40,00	\$ 17.064,00
2	442	\$ 40,00	\$ 17.698,78
3	459	\$ 40,00	\$ 18.357,18
4	476	\$ 40,00	\$ 19.040,06
5	494	\$ 40,00	\$ 19.748,35
<b>PONDERACIÓN</b>	25,00%		

HABITACIONES DOBLES	3 APROXIMADO		
AÑO	DEMANDA	PRECIO X HABITACION	VALOR PROYECTADO
1	427	\$ 60,00	\$ 25.596,00
2	442	\$ 60,00	\$ 26.548,17
3	459	\$ 60,00	\$ 27.535,76
4	476	\$ 60,00	\$ 28.560,09
5	494	\$ 60,00	\$ 29.622,53
<b>PONDERACIÓN</b>	25,00%		

HABITACIONES TRIPLES	3	APROXIMADO	
AÑO	DEMANDA	PRECIO X HABITACION	VALOR PROYECTADO
1	427	\$ 90,00	\$ 38.394,00
2	442	\$ 90,00	\$ 39.822,26
3	459	\$ 90,00	\$ 41.303,64
4	476	\$ 90,00	\$ 42.840,14
5	494	\$ 90,00	\$ 44.433,79
<b>PONDERACIÓN</b>	25,00%		

SUIT	2	APROXIMADO	
AÑO	DEMANDA	PRECIO X HABITACION	VALOR PROYECTADO
1	284	\$ 110,00	\$ 31.284,00
2	295	\$ 110,00	\$ 32.447,76
3	306	\$ 110,00	\$ 33.654,82
4	317	\$ 110,00	\$ 34.906,78
5	329	\$ 110,00	\$ 36.205,31
<b>PONDERACIÓN</b>	16,67%		

SUIT UN AMBIENTE	1	APROXIMADO	
AÑO	DEMANDA	PRECIO X HABITACION	VALOR PROYECTADO
1	142	\$ 140,00	\$ 19.908,00
2	147	\$ 140,00	\$ 20.648,58
3	153	\$ 140,00	\$ 21.416,70
4	159	\$ 140,00	\$ 22.213,41
5	165	\$ 140,00	\$ 23.039,74
<b>PONDERACIÓN</b>	8,33%		

**Gráfico 81 Proyección Ventas Alojamiento.**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.12.2 Proyección Ventas Alimentos y Bebidas

Al igual que en la proyección de alojamiento, se tomó en cuenta el porcentaje de ocupación de temporadas altas y bajas que tuvo la ciudad de Ibarra, además se toma como datos adicionales importantes la capacidad máxima del restaurante y el precio venta al público (PVP) que se encuentra detallado en la carta menú del establecimiento.

	Nº
<b>MESAS</b>	11
<b>SILLAS</b>	42

	Franja Horaria	Capacidad Ocupación (Pax)	BAJA	PRECIO	INGRESOS
			7	\$	DIARIOS
<b>TEMPORADA BAJA</b>	8 horas				
7am - 10am	desayuno	15	36,29%	\$ 3,00	\$ 45,72
12pm-3pm	almuerzo	8	20,00%	\$ 6,50	\$ 54,60
6pm-8pm	merienda	5	12,00%	\$ 6,00	\$ 30,24
	<b>PAX</b>	<b>29</b>			<b>\$ 130,56</b>

	Franja Horaria	Capacidad Ocupación (Pax)	ALTA	PRECIO	INGRESOS
			5	\$	DIARIOS
<b>TEMPORADA ALTA</b>	8 horas				
7am - 10am	desayuno	18	44,00%	\$ 3,00	\$ 55,44
12pm-4pm	almuerzo	13	32,00%	\$ 6,50	\$ 87,36
6pm-8pm	merienda	8	20,00%	\$ 5,00	\$ 42,00
	<b>PAX</b>	<b>40</b>			<b>\$ 184,80</b>

TEMPORADAS	DEMANDA PROBABLE	
	ALTA	BAJA
Capacidad Instalada Mesas	11	11
Clientes atendidos ( día)	40	29
Atención días	30	30
Demanda clientes (mes)	1.210	860
Demanda clientes temporada	6.048	6.023

**Gráfico 82 Información previa para Ventas A&B.**

Elaborado por: Autora.

En la siguiente tabla se muestra los ingresos que se podrán obtener por las ventas de alimentos y bebidas anualmente.

INGRESOS PROYECTADOS EN A Y B		
Ingresos por temporada	\$ 27.720,00	\$ 27.417,60
<b>Total ingresos anual</b>		<b>\$ 55.137,60</b>

ALIMENTOS Y BEBIDAS	
AÑOS	TOTAL
1	\$ 55.137,60
2	\$ 60.017,28
3	\$ 62.249,92
4	\$ 64.565,62
5	\$ 70.279,67

**Gráfico 83 Proyección Ventas A&B.**

Elaborado por: Autora.



### 3.8.12.3 Proyección de Ventas SPA

Para realizar dicha proyección se tomaron como datos principales el porcentaje de ocupación en temporadas altas y bajas de la ciudad de Ibarra y el promedio de precios de los tipos de masajes que el establecimiento ofertara, además es importante recalcar que según la entrevista a la Fisioterapeuta Dilia Díaz, quien trabaja en la Concentración Deportiva de Pichincha, Sede Rio Coca e Isla Santa Fe, dice que en la actualidad las personas buscan establecimientos en donde puedan encontrar momentos de relajamiento, lo que implica masajes y en un 75% optan por masajes anti estrés corporal.

AÑO	DEMANDA MES PROMEDIO	DEMANDA ANUAL PROMEDIO	20% USO DEL SPA	VALOR PROMEDIO DE PRECIOS SPA	VENTAS PROYECTADAS
1	4,7	1706	341	\$ 31,11	\$ 10.617,60
2	4,9	1770	354	\$ 32,27	\$ 11.422,24
3	5,1	1836	367	\$ 33,47	\$ 12.287,86
4	5,3	1904	381	\$ 34,71	\$ 13.219,09
5	5,5	1975	395	\$ 36,01	\$ 14.220,88

**Gráfico 84 Proyección Ventas SPA**

Elaborado por: Autora.

### 3.8.13 Financiamiento

INVERSION	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRESTAMO	
Inversion fija	\$ 79.115,34	\$ 184.602,46	\$263.717,80
<b>Porcentaje (%)</b>	30%	70%	100%

**Gráfico 85 Financiamiento**

Elaborado por: Autora.

#### 3.8.13.1 Tabla de Amortización

Es el método por el cual se va liquidando una deuda en pagos parciales. El importe de cada pago sirve para solventar los intereses. La amortización es una de las aplicaciones más importantes de las anualidades. Las deudas se amortizan con pagos periódicos iguales (FCA-UNAM, s.f., pág. 3).

### Datos del Financiamiento/Amortización:

**Tipo de Crédito:** Pequeñas y medianas empresas - pymes

**Destino:** Activo Fijo

**Forma de Pago:** Mensual

**Tasa:** 9.76 %

**Tasa Efectiva:** 10.21 %

**Monto Deseado:** \$ 191,066.00

**Plazo:** 5 años

**Sistema de Amortización:** Couta fija

**NOTA:** "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 191,066.00	\$ 2,510.11	\$ 1,488.54	\$ 50.06	\$ 4,048.71
2	\$ 188,555.89	\$ 2,529.66	\$ 1,468.98	\$ 49.41	\$ 4,048.05
3	\$ 186,026.23	\$ 2,549.37	\$ 1,449.27	\$ 48.74	\$ 4,047.38
4	\$ 183,476.87	\$ 2,569.23	\$ 1,429.41	\$ 48.08	\$ 4,046.72
5	\$ 180,907.64	\$ 2,589.25	\$ 1,409.40	\$ 47.40	\$ 4,046.04
6	\$ 178,318.39	\$ 2,609.42	\$ 1,389.22	\$ 46.72	\$ 4,045.36
7	\$ 175,708.97	\$ 2,629.75	\$ 1,368.89	\$ 46.04	\$ 4,044.68
8	\$ 173,079.23	\$ 2,650.23	\$ 1,348.41	\$ 45.35	\$ 4,043.99
9	\$ 170,428.99	\$ 2,670.88	\$ 1,327.76	\$ 44.66	\$ 4,043.30
10	\$ 167,758.11	\$ 2,691.69	\$ 1,306.95	\$ 43.96	\$ 4,042.60
11	\$ 165,066.42	\$ 2,712.66	\$ 1,285.98	\$ 43.25	\$ 4,041.89
12	\$ 162,353.76	\$ 2,733.79	\$ 1,264.85	\$ 42.54	\$ 4,041.18
13	\$ 159,619.97	\$ 2,755.09	\$ 1,243.55	\$ 41.82	\$ 4,040.47
14	\$ 156,864.88	\$ 2,776.56	\$ 1,222.09	\$ 41.10	\$ 4,039.74
15	\$ 154,088.32	\$ 2,798.19	\$ 1,200.45	\$ 40.38	\$ 4,039.02
16	\$ 151,290.13	\$ 2,819.99	\$ 1,178.65	\$ 39.64	\$ 4,038.28
17	\$ 148,470.15	\$ 2,841.96	\$ 1,156.68	\$ 38.90	\$ 4,037.54
18	\$ 145,628.19	\$ 2,864.10	\$ 1,134.54	\$ 38.16	\$ 4,036.80
19	\$ 142,764.09	\$ 2,886.41	\$ 1,112.23	\$ 37.41	\$ 4,036.05
20	\$ 139,877.68	\$ 2,908.90	\$ 1,089.74	\$ 36.65	\$ 4,035.29
21	\$ 136,968.79	\$ 2,931.56	\$ 1,067.08	\$ 35.89	\$ 4,034.53
22	\$ 134,037.23	\$ 2,954.40	\$ 1,044.24	\$ 35.12	\$ 4,033.76
23	\$ 131,082.83	\$ 2,977.42	\$ 1,021.23	\$ 34.35	\$ 4,032.99
24	\$ 128,105.41	\$ 3,000.61	\$ 998.03	\$ 33.57	\$ 4,032.21
25	\$ 125,104.80	\$ 3,023.99	\$ 974.65	\$ 32.78	\$ 4,031.42

26	\$ 122,080.81	\$ 3,047.55	\$ 951.09	\$ 31.99	\$ 4,030.63
27	\$ 119,033.27	\$ 3,071.29	\$ 927.35	\$ 31.19	\$ 4,029.83
28	\$ 115,961.98	\$ 3,095.22	\$ 903.42	\$ 30.39	\$ 4,029.03
29	\$ 112,866.76	\$ 3,119.33	\$ 879.31	\$ 29.57	\$ 4,028.21
30	\$ 109,747.43	\$ 3,143.63	\$ 855.01	\$ 28.76	\$ 4,027.40
31	\$ 106,603.79	\$ 3,168.12	\$ 830.52	\$ 27.93	\$ 4,026.57
32	\$ 103,435.67	\$ 3,192.81	\$ 805.84	\$ 27.10	\$ 4,025.74
33	\$ 100,242.86	\$ 3,217.68	\$ 780.96	\$ 26.27	\$ 4,024.91
34	\$ 97,025.18	\$ 3,242.75	\$ 755.89	\$ 25.42	\$ 4,024.06
35	\$ 93,782.44	\$ 3,268.01	\$ 730.63	\$ 24.57	\$ 4,023.21
36	\$ 90,514.43	\$ 3,293.47	\$ 705.17	\$ 23.72	\$ 4,022.36
37	\$ 87,220.95	\$ 3,319.13	\$ 679.51	\$ 22.85	\$ 4,021.50
38	\$ 83,901.83	\$ 3,344.99	\$ 653.65	\$ 21.98	\$ 4,020.63
39	\$ 80,556.84	\$ 3,371.05	\$ 627.59	\$ 21.11	\$ 4,019.75
40	\$ 77,185.79	\$ 3,397.31	\$ 601.33	\$ 20.22	\$ 4,018.87
41	\$ 73,788.48	\$ 3,423.78	\$ 574.86	\$ 19.33	\$ 4,017.98
42	\$ 70,364.70	\$ 3,450.45	\$ 548.19	\$ 18.44	\$ 4,017.08
43	\$ 66,914.25	\$ 3,477.33	\$ 521.31	\$ 17.53	\$ 4,016.17
44	\$ 63,436.92	\$ 3,504.42	\$ 494.22	\$ 16.62	\$ 4,015.26
45	\$ 59,932.49	\$ 3,531.73	\$ 466.92	\$ 15.70	\$ 4,014.34
46	\$ 56,400.77	\$ 3,559.24	\$ 439.40	\$ 14.78	\$ 4,013.42
47	\$ 52,841.53	\$ 3,586.97	\$ 411.67	\$ 13.85	\$ 4,012.49
48	\$ 49,254.56	\$ 3,614.91	\$ 383.73	\$ 12.91	\$ 4,011.55
49	\$ 45,639.65	\$ 3,643.08	\$ 355.56	\$ 11.96	\$ 4,010.60
50	\$ 41,996.57	\$ 3,671.46	\$ 327.18	\$ 11.00	\$ 4,009.65
51	\$ 38,325.11	\$ 3,700.06	\$ 298.58	\$ 10.04	\$ 4,008.68
52	\$ 34,625.05	\$ 3,728.89	\$ 269.75	\$ 9.07	\$ 4,007.71
53	\$ 30,896.16	\$ 3,757.94	\$ 240.70	\$ 8.10	\$ 4,006.74
54	\$ 27,138.22	\$ 3,787.22	\$ 211.43	\$ 7.11	\$ 4,005.75
55	\$ 23,351.01	\$ 3,816.72	\$ 181.92	\$ 6.12	\$ 4,004.76
56	\$ 19,534.29	\$ 3,846.46	\$ 152.19	\$ 5.12	\$ 4,003.76
57	\$ 15,687.83	\$ 3,876.42	\$ 122.22	\$ 4.11	\$ 4,002.75
58	\$ 11,811.41	\$ 3,906.62	\$ 92.02	\$ 3.09	\$ 4,001.74

**Gráfico 86 Amortización.**

Elaborado por: Autora.

En el siguiente cuadro se muestra los valores del capital y el interés que se generará anualmente.

Años	Capital	Interés
1	\$ 31.446,04	\$ 16.537,66
2	\$ 34.515,16	\$ 13.735,33
3	\$ 37.883,85	\$ 10.099,84
4	\$ 41.582,31	\$ 6.402,38
5	\$ 45.638,71	\$ 2.344,99

**Gráfico 87 Resumen Amortización**

Elaborado por: Autora.

### 3.9 Estados Financieros

#### 3.9.1 Estado de Situación Financiera Inicial

“La situación financiera de una empresa puede ser definida como el diagnóstico basado en un conjunto de variables contables que miden la calidad del desempeño de una empresa” (EmprendePyme.net, 2016).

El estado de situación financiera permitirá conocer si es factible y rentable el proyecto propuesto.

#### 3.9.2 Balance General

El balance general permite conocer la situación financiera de la empresa (al mostrarnos cuál es el valor de sus activos, pasivos y patrimonio), analizar esta información (por ejemplo, saber cuánto y dónde ha invertido, cuánto de ese dinero proviene de los acreedores y cuánto proviene de capital propio, cuán eficientemente está utilizando sus activos, qué tan bien está administrando sus pasivos, etc.), y, en base a dicho análisis, tomar decisiones (CreceNegocios, 2017).

ACTIVOS	MONTOS	PASIVOS	MONTOS
<b>Activo Corriente</b>	<b>\$ 73.517,98</b>	<b>Pasivo largo plazo</b>	<b>\$ 191.066,84</b>
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 73.517,98	Prestamo	\$ 191.066,84
<b>Activos fijos</b>	<b>\$ 195.614,31</b>		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 21.836,00		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 10.550,00		
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 313,41		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.030,00	<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 81.885,79</b>
LENCERIA	\$ 8.002,44	Socios	
MENAJE DE COCINA	\$ 2.018,46	A 15%	\$ 40.942,89
MENAJE DE SPA	\$ 756,00	B 15%	\$ 40.942,89
HABITACIONES	\$ 71.108,00		
TERRENO	\$ 80.000,00		
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 3.820,34</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 272.952,63</b>	<b>TOTAL PASIVO + PTR</b>	<b>\$ 272.952,63</b>

**Gráfico 88 Balance General.**

Elaborado por: Autora.

### 3.9.3 Estado de Pérdidas y Ganancias

En el Estado de pérdidas y ganancias se podrá observar los ingresos que se obtendrá por el hospedaje, alimentos y bebidas y el spa. Los costos variables que se harán para la producción de un producto o la prestación del servicio, los costos fijos y otros gastos adicionales, la utilidad bruta y neta.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	<b>\$198.001,20</b>	<b>\$ 208.605,07</b>	<b>\$ 216.805,89</b>	<b>\$ 225.345,19</b>	<b>\$ 237.550,29</b>
Hospedaje	\$132.246,00	\$ 137.165,55	\$ 142.268,11	\$ 147.560,48	\$ 153.049,73
Alimentos y bebidas	\$ 55.137,60	\$ 60.017,28	\$ 62.249,92	\$ 64.565,62	\$ 70.279,67
Spa	\$ 10.617,60	\$ 11.422,24	\$ 12.287,86	\$ 13.219,09	\$ 14.220,88
<b>(-) TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 30.900,40</b>	<b>\$ 33.407,98</b>	<b>\$ 34.670,84</b>	<b>\$ 35.986,60</b>	<b>\$ 38.930,90</b>
materia prima	\$ 26.188,31	\$ 28.505,97	\$ 29.566,40	\$ 30.666,27	\$ 33.380,23
honorarios de spa	\$ 2.123,52	\$ 2.284,45	\$ 2.457,57	\$ 2.643,82	\$ 2.844,18
CIF	\$ 2.588,57	\$ 2.617,56	\$ 2.646,87	\$ 2.676,52	\$ 2.706,50
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$167.100,80</b>	<b>\$ 175.197,09</b>	<b>\$ 182.135,05</b>	<b>\$ 189.358,58</b>	<b>\$ 198.619,38</b>
<b>(-) COSTOS/GASTOS FIJOS</b>	<b>\$ 61.993,21</b>	<b>\$ 61.584,59</b>	<b>\$ 55.735,80</b>	<b>\$ 54.923,78</b>	<b>\$ 52.840,67</b>
mano de obra directa	\$ 15.227,11	\$ 16.961,88	\$ 18.192,32	\$ 21.752,15	\$ 23.171,09
Gastos administracion	\$ 16.538,94	\$ 17.188,47	\$ 17.736,44	\$ 18.311,30	\$ 18.856,91
Gasto depreciaciones	\$ 12.085,43	\$ 12.085,43	\$ 8.084,21	\$ 6.825,34	\$ 6.825,34
Gasto amortizaciones	\$ 764,07	\$ 764,07	\$ 764,07	\$ 764,07	\$ 764,07
Otros gastos indirectos	\$ 840,00	\$ 849,41	\$ 858,92	\$ 868,54	\$ 878,27
Gastos de Intereses financieros	\$ 16.537,66	\$ 13.735,33	\$ 10.099,84	\$ 6.402,38	\$ 2.344,99
<b>UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS</b>	<b>\$105.107,59</b>	<b>\$ 113.612,50</b>	<b>\$ 126.399,25</b>	<b>\$ 134.434,80</b>	<b>\$ 145.778,71</b>
(-) 15% reparto trabajadores	\$ 15.766,14	\$ 17.041,87	\$ 18.959,89	\$ 20.165,22	\$ 21.866,81
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 89.341,45</b>	<b>\$ 96.570,62</b>	<b>\$ 107.439,36</b>	<b>\$ 114.269,58</b>	<b>\$ 123.911,91</b>
(-) 22% de impuesto a la renta	\$ 19.655,12	\$ 21.245,54	\$ 23.636,66	\$ 25.139,31	\$ 27.260,62
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 69.686,33</b>	<b>\$ 75.325,09</b>	<b>\$ 83.802,70</b>	<b>\$ 89.130,27</b>	<b>\$ 96.651,29</b>

**Gráfico 89 Estado de Pérdidas y ganancias.**

Elaborado por: Autora.

### 3.9.4 Flujo de caja

El Flujo de Caja es un instrumento financiero “que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado” (CreceNegocios, 2017).

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>DESCRIPCION</b>						
Inversión total	\$ -272.952,63					
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>		\$ 82.535,83	\$ 88.174,58	\$ 92.650,98	\$ 96.719,68	\$ 104.240,70
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 69.686,33	\$ 75.325,09	\$ 83.802,70	\$ 89.130,27	\$ 96.651,29
(+) Gastos depreciación		\$ 12.085,43	\$ 12.085,43	\$ 8.084,21	\$ 6.825,34	\$ 6.825,34
(+) Gastos amortización		\$ 764,07	\$ 764,07	\$ 764,07	\$ 764,07	\$ 764,07
(+) Capital prestado	\$ 191.066,84					
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>		\$ -31.446,04	\$ -34.515,16	\$ -37.883,85	\$ -41.582,31	\$ -45.638,71
(-) Pago prestamo		\$ -31.446,04	\$ -34.515,16	\$ -37.883,85	\$ -41.582,31	\$ -45.638,71
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Muebles y enseres	\$ -21.836,00					
(-) Maquinaria y equipo	\$ -10.550,00					
(-) Equipos de oficina	\$ -313,41					
(-) Equipos de computación	\$ -1.030,00					
(-) Lencería	\$ -8.002,44					
(-) Menaje de cocina	\$ -2.018,46					
(-) Menaje de spa	\$ -756,00					
(-) Habitaciones	\$ -71.108,00					
(-) terreno	\$ -80.000,00					
(-) Activo diferido	\$ -3.820,34					
(-) Capital de trabajo	\$ -73.517,98					
(+) Valor en libros						\$ 58.762,71
(+) Recuperación de capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 73.517,98
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	\$ -81.885,79	\$ 51.089,79	\$ 53.659,42	\$ 54.767,13	\$ 55.137,37	\$ 132.119,96

Gráfico 90 Flujo de caja.

Elaborado por: Autora.

### 3.10 Índices Financieros

#### 3.10.1 Cálculo de VAN y TIR

Para poder realizar este cálculo es necesario primeramente conocer la tasa de descuento. A continuación, se detalla los datos que se tomaron en cuenta para dicho cálculo, también se indica las fórmulas usadas respectivamente.

Tasa pasiva	5,12%
Inflación anual	1,12%
Riesgo país	4,79%
<b>Tasa de descuento</b>	<b>11,03%</b>

**Gráfico 91 Tasa de descuento.**

Elaborado por: Autora

La tasa pasiva fue tomada de (BCE, 2017) , la inflación de (BCE, 2017) , y el riesgo país de (Morgan, 2008).

#### **Cálculo del Valor Actual Neto (VAN):**

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = -Inv.inicial + \frac{FC1}{(1+i)^1} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \frac{FC4}{(1+i)^4} + \frac{FC5}{(1+i)^5}$$

#### **Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR):**

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = -Inv.inicial + \frac{FC1}{(1+i)^1} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \frac{FC4}{(1+i)^4} + \frac{FC5}{(1+i)^5} = 0$$



\$ 162.251,43	VAN
64%	TIR

**Gráfico 92 VAN y TIR**  
Elaborado por: Autora

### 3.10.2 Cálculo del Índice de Rentabilidad y Periodo de Recuperación

#### ***Cálculo Índice de Rentabilidad (IR):***

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$IR = \frac{UTILIDAD}{VENTAS} * 100$$

$$IR = \frac{69.686,33}{198.001,20} * 100$$

$$IR = 35,19\%$$

Como resultado se tiene que la rentabilidad sobre ventas es de 33,94% es decir, la Hostería “Caranqui”, tiene de utilidades tan solo el 35,19% sobre las ventas totales que generará el establecimiento.

### 3.10.3 Cálculo del Periodo de Recuperación (PR)

“Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión” (Riquelme, 2017).

PERIODO DE RECUPERACION	
FLUJO DE CAJA 1	\$ 51.089,79
FLUJO DE CAJA 2	\$ 53.659,42
FLUJO DE CAJA 3	\$ 54.767,13
FLUJO DE CAJA 4	\$ 55.137,37
FLUJO DE CAJA 5	\$ 132.119,96
PR	1 AÑO 5 MESES

**Gráfico 93 Periodo de recuperación**  
Elaborado por: Autora.

### 3.10.4 Cálculo del Punto de Equilibrio (PE)

CONCEPTO	AÑO 1	PORCION FIJA	PORCION VARIABLE
<b>A. MATERIA PRIMA</b>	<b>\$26.188,31</b>		
Costos de A Y B	\$26.188,31		\$26.188,31
<b>B. MANO DE OBRA</b>	<b>\$27.580,65</b>		
Sueldos y beneficios	\$15.227,11		\$15.227,11
Porcentaje Spa	\$12.353,53		\$12.353,53
<b>C. COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$15.514,00</b>		
Mantenimiento de activos	\$2.588,57	\$2.588,57	
Otros gastos Indirectos	\$840,00		\$840,00
Depreciaciones	\$12.085,43	\$12.085,43	
<b>D. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$17.303,01</b>		
Sueldos y beneficios	\$10.663,44	\$10.663,44	
Servicios basicos	\$5.875,50	\$5.875,50	
Amortizacion	\$764,07	\$764,07	
<b>F. GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$16.537,66</b>		
Intereses Pagados	\$16.537,66	\$16.537,66	
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$103.123,62</b>	<b>\$ 48.514,67</b>	<b>\$ 54.608,96</b>

**Gráfico 94 Información previa para PE.**

Elaborado por: Autora.

La fórmula usada para el cálculo del PE es:

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

$$PE = \frac{48.514,17}{1 - \frac{54.608,96}{198.001,20}}$$

$$PE = \frac{48.514,17}{1 - 0,225801156}$$

$$PE = \frac{48.514,17}{0,724198843}$$

$$PE = 66.990,12$$

En este caso el punto de equilibrio para la Hostería "Caranqui", en cuanto a ventas para no perder ni ganar es de \$66.990,12

### 3.11 Impacto Ambiental

Se llama evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA) al análisis, previo a su ejecución, de las posibles consecuencias de un proyecto sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales que estos están en condiciones de proporcionar (EcuadorAmbiental, 2015).

En tal sentido, es necesario conocer los estragos que se causarán la construcción y el funcionamiento de la Hostería “Caranqui” a nivel ambiental, y así poder ejecutar diferentes acciones que lo minimicen, a fin de que los efectos no sean los mínimos posibles.

#### ***Factores negativos:***

- Contaminación del suelo y la pérdida de la flora, por la deforestación del lugar donde se va a construir el establecimiento
- Contaminación auditiva que se producirá por la maquinaria pesada utilizada en la construcción del establecimiento, daño o malestar que tendrán los habitantes de esta zona por el tiempo que se demore de demolición de ciertas partes del terreno y también por la nueva edificación.
- Contaminación vehicular por el mismo funcionamiento del establecimiento, y de los medios de transporte que se encuentran cerca de la infraestructura.

#### ***Medidas de mitigación y gestión de residuos:***

##### 1. Reducir el uso de energía

- Informar y recomendar a todos los huéspedes y trabajadores del establecimiento de apagar equipos que usen energía eléctrica tanto en áreas de uso múltiple como en las habitaciones de la hostería

##### 2. Reducir el consumo de agua

- Informar y recomendar a todos los huéspedes y trabajadores del establecimiento evitar el desperdicio de agua en las habitaciones del establecimiento, así como también en las áreas operativas del mismo.
- Es importante también dar a conocer a los huéspedes que se puede reducir el consumo del líquido vital evitando el cambio diario de sábanas y de las toallas de las habitaciones que estarán ocupadas por más tres días. Para que esto sea posible se colocara en cada habitación un mensaje informando lo antes mencionado.

### 3. Disminuir el desperdicio en el área de alimentos y bebidas

- Utilizar solo el producto necesario para la elaboración de los platos que se oferta en la carta/menú, para que existe la menor cantidad de merma.
- Identificar, clasificar y desechar los residuos orgánicos, grasas y aceites, cartón y plástico de una manera correcta en los recolectores municipales de basura.
- Evitar abrir refrigeradores y frigoríficos para reducir la emisión de gases

### 4. Facilitar la reutilización de materiales y cumplir con el ciclo de reciclaje

- Identificar y clasificar materiales como plástico, papel y cartón que se use en las áreas de uso múltiple y las habitaciones de habitaciones.
- Todo material que este en muy buen estado reutilizarlo de alguna manera en otras áreas de producción.
- Tener un uso adecuado de detergentes, desinfectantes y desengrasantes por parte del personal operativo.
- Además de utilizar productos amigables con el medio ambiente por ejemplo el uso de productos orgánicos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Ibarra conocido también como la capital de la provincia de Imbabura a pesar de tener varios lugares turísticos falta mucho por explotar en cuanto a turismo se refiere, ya que por su clima y por su ubicación existe una gran variedad de actividades por realizar, por ejemplo canopy y rafting en el pueblo de Pimampiro, así como también el vuelo en parapente, que se puede realizar a tan solo 20 minutos de la ciudad de Ibarra, todo este tipo de actividades permite incentivar el turismo en dicho lugar.

Este proyecto de factibilidad se lo realizó en tres capítulos y cada uno de ellos contiene información importante y necesaria para conocer que el proyecto es viable, partiendo de conceptos básicos acerca de hotelería y turismo, además de regirse bajo las leyes con las que se maneja el ministerio de turismo del Ecuador y del GAD de San Miguel de Ibarra.

A pesar que en el año 2016 el porcentaje de ocupación es bajo a nivel de cantón, el proyecto sigue siendo factible. Esto se debe a que a nivel macroeconómico el país sufrió varios cambios como el alza del 2% al impuesto al valor agregado (IVA) por el terremoto del 16 abril del mismo año, provocando que las masas turísticas se frenen a nivel nacional e internacional, y por todo lo antes mencionado se relaciona la baja ocupación hotelera

En el estudio de mercado, a través del análisis de oferta y demanda, y la puesta en marcha de la encuesta, dio como resultado que existe una demanda insatisfecha, además que un 59.40% cuando visita la ciudad de Ibarra prefiere hospedarse en una hostería, ya que el servicio suele ser más completo y por lo general tiene un ambiente familiar y el 79.20% visita esta ciudad los feriados y vacaciones anuales de la región costa y sierra.

Los turistas que más visitan este hermoso lugar son de procedencia Ecuatoriana con un 47.51%, seguido de turistas colombianos y venezolanos con un 15.22% y 13.12% respectivamente. Es importante dar a conocer que dado la situación del país amigo Venezuela, las personas que nos visitan suelen ser por periodos de 3 a 6 meses, unos en busca de nuevas vías de trabajo y otros se encuentran en un constante viaje para llevar productos de primera necesidad hacia su país, sin embargo esto no impide que ellos realicen turismo de cualquier tipo, que en este caso es un turismo de compras.

En el estudio financiero, el cual es uno de los más importantes, arrojo la siguiente información:

La inversión que se necesita para este proyecto es de \$263,713.80, lo cual está dividido en un 30% financiado con capital propio, es decir que este valor lo pondrán los socios y el 70% será financiado con un crédito en la institución financiera Banco del Pacífico.

Además el VAN dio como resultado \$15,7016.26 mayor a 0, un VAN positivo, y la tasa interna de retorno (TIR) dio como resultado un 66%, indicando así que el proyecto es viable y rentable. Y el periodo de recuperación de la inversión será en un año nueve meses, y el índice de rentabilidad %%. Por lo tanto, después de este análisis se deduce que dicho proyecto de factibilidad, para sus inversionistas es productivo dando una utilidad del 34% en el primer año y en el transcurso de los siguientes años esos porcentajes crecerán.

Los ingresos de este establecimiento serán a través del área de alojamiento, seguido del área de alimentos y bebidas y por el área del spa.

## **Recomendaciones**

Es importante que el Gobierno descentralizado de San Miguel de Ibarra, tenga un mejor control en cuanto al ingreso del turista tanto nacional y extranjero, ya que como se sabe solo toma en cuenta el registro de visitantes de ciertos lugares

turísticos datos que se encuentran evidenciados en la página web del GAD, a pesar que existe demanda europea, el porcentaje es bajo, y sería muy recomendable dar a conocer los maravillosos lugares a través de la página web del GAD y del ministerio de turismo.

El ministerio de turismo debe poner mayor énfasis en cuanto a publicidad turística a nivel internacional se refiere, es importante que el turismo a nivel mundial sepa de las maravillas que posee nuestro hermoso Ecuador.

La selección de un personal capacitado y apto para las funciones que deberá cumplir dentro del establecimiento, es clave fundamental para un servicio de calidad y personalizado.

Es importante retroalimentar los conocimientos de todos quienes trabajaran en el establecimiento de forma directa o indirecta, para que de esta manera la calidad de servicio siempre se mantenga los mejores estándares, siempre estar dispuesto a regirse a los cambios ya sea en el área operativa o administrativa.

Es recomendable que después de un tiempo prudente, innovar y mejorar las preparaciones de platos en el área de restaurante además de introducir nueva oferta gastronómica.

Dependiendo de la utilidad que generara con el paso del tiempo la hostería, es recomendable aprovechar el espacio físico aun disponible, para la creación de nuevas habitaciones o nuevas áreas de recreación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de éxito*. México: Mexicana.
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de inversión. Análisis, formulación, evaluación y práctica*. México: Trillas.
- Armas, V. (2013). Plan de negocios: Análisis de factibilidad, para la creación de una hostería en la parroquia de Tababela. Universidad de Especialidades Turísticas.
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Indicador Inflación*. Recuperado el 12 de Junio de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- BCE. (2017). *Cifras económicas diciembre 2016*. Recuperado el 5 de Junio de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie201612.pdf>
- BCE. (2017). *Inflación*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- BCE. (2017). *Tasa Pasiva Efectiva Referencial*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=pasiva](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva)
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoediciones.
- CreceNegocios. (2017). *Balance general*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <https://www.crecenegocios.com/el-balance-general/>
- CreceNegocios. (2017). *Cómo elaborar un flujo de caja*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <https://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-flujo-de-caja/>
- Cuvi, P. (2005). *Fiestas Populares*. Quito: Ministerio de turismo del Ecuador.
- Definición. (2017). *Definición de Spa*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <http://definicion.de/spa/>
- Definicionabc. (2017). *Definición de Depreciación*. Recuperado el 3 de Julio de 2017, de <https://www.definicionabc.com/economia/depreciacion.php>



- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación Fundamentos y Metodología*. México: Pearson Educación.
- EcuadorAmbiental. (2015). *Estudios de Impacto Ambiental a Empresas*. Recuperado el 18 de Julio de 2017, de <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>
- EmprendePyme.net. (2016). *¿Qué criterios miden la situación financiera de una empresa?* Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <http://www.emprendepyme.net/que-criterios-miden-la-situacion-financiera-de-una-empresa.html>
- Espinoza, G. (2002). *Gestión y Fundamentos de Evaluación de impacto ambiental*. Chile: Andros Impresores.
- Estrella, M. (2010). *Texto guía Front Desk*. Quito-Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Expreso. (1 de Abril de 2017). La fanesca de 'Semana Santa', una tradición que impulsa el turismo. *Expreso.ec*. Obtenido de <http://www.expreso.ec/actualidad/la-fanesca-de-semana-santa-una-tradicion-que-impulsa-el-turismo-CF1205433>
- FCA-UNAM. (s.f.). *Amortización*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de [http://ecampus.fca.unam.mx/ebook/imprimibles/informatica/matematicas\\_financieras/Unidad\\_4.pdf](http://ecampus.fca.unam.mx/ebook/imprimibles/informatica/matematicas_financieras/Unidad_4.pdf)
- Federación hotelera del Ecuador -AHOTEC-. (2009). *Permisos, Tasas, Contribuciones y otras obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.hotelesecuador.com/downloads/Permisos%20y%20obligaciones.pdf>
- Fonseca, E. (2007). *Turismo, hotelería y restaurantes*. España: Lexus.
- GAD-Ibarra. (2016). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL\\_DEL\\_PDOT\\_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION\\_GAD/01%20CANTON%20IBARRA\\_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p)

- GAD-Ibarra. (2017). *Visitas Turísticas*. Recuperado el 5 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/gestion-turistica/visitas-turisticas>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Batalla de Ibarra*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/batalla-de-ibarra>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Cacería del Zorro - Ibarra*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/caceria-del-zorro>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Iglesias*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/oferta/attractivos-turisticos/iglesias>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *La Catedral*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/la-catedral>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Laguna de Yahuarcocha*. Recuperado el Junio1 de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/laguna-de-yahuarcocha>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Parque Cóndor*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/parque-condor>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Parroquia San Antonio de Ibarra*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/parroquia-san-antonio-de-ibarra>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Reserva Cotacachi Cayapas*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/reserva-cotacachi-cayapas>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Ruta San Antonio de Ibarra*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/san-antonio-de-ibarra>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Rutas Turísticas*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/oferta/attractivos-turisticos/rutas-turisticas>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *San Juan Calle - El Alpargate*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/san-juan-calle-el-alpargate>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *San Miguel Arcángel*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/san-miguel-arcangel>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *San Miguel Arcángel*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/san-miguel-arcangel>

- GAD-Ibarra. (s.f.). *Tren*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/el-tren>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Tren de la Libertad*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/ruta-el-tren-de-la-libertad>
- GAD-Ibarra. (s.f.). *Valle del Chota*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/ruta-el-valle-del-chota>
- García, A. (s.f.). *Clasificación de los Recursos turísticos*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <http://www.investigacionesgeograficas.unam.mx/index.php/rig/article/download/58846/51834>.
- Gerencie. (s.f.). *Concepto o definición de activo fijo*. Recuperado el 3 de Julio de 2017, de <https://www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html>
- Gerencie.com. (2011). *Capital de trabajo*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Gerencie.com. (2013). *Naturaleza y objetivo de los activos diferidos*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <https://www.gerencie.com/naturaleza-y-objetivo-de-los-activos-diferidos.html>
- Google Maps. (2017). *Caranqui*. Recuperado el 3 de Julio de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Parroquia+Caranqui,+Ibarra/@0.3286439,-78.1309461,3142m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e2a3d2806f385b9:0x73548d72b09cc4b6!8m2!3d0.3276647!4d-78.1193823>
- Google Maps. (2017). *Hostería Caranqui*. Recuperado el 3 de Julio de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Hern%C3%A1n+Gonz%C3%A1les+de+Saa,+Ibarra/@0.3263443,-78.1300243,195m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e2a3d265f62dadd:0xbc49175250186ef8!8m2!3d0.3265318!4d-78.1295067>
- Gurría Di-Bella, M. (1992). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Hueso, A., & Cascant, J. (2012). *Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación*. España: Universitat Politècnica de València.
- Imbabura-Ecuador. (2010). *Principales Atracciones turísticas*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/principales-atracciones-turisticas/>

- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2014*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas\\_2014/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf)
- Jaramillo, E. (2015). *Formulación de Proyectos*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Jáuregui, A. (2001). *Elementos de un estudio de precios*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/elementos-estudio-precios/>
- La Hora. (3 de Agosto de 2016). Buscan alternativas para atraer turistas a Ibarra. *La Hora - Nacional*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101969765/1/Buscan\\_alternativas\\_para\\_atraer\\_turistas\\_a\\_ibarra\\_.html#.WUqGNMaVvIV](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101969765/1/Buscan_alternativas_para_atraer_turistas_a_ibarra_.html#.WUqGNMaVvIV)
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Ecuador: Gráficas Cobos.
- Ministerio de Salud Pública-Ecuador. (s.f.). *Requisitos para establecimientos nuevos*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Tarifa y Ocupación*. Recuperado el 12 de Junio de 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/tarifa-y-ocupacion/275>
- Ministerio de Turismo-Ecuador. (2015). *Licencia única de funcionamiento turismo*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-actividades-turisticas/110-registro-de-alimentos-y-bebidas>
- Ministerio de Turismo-Ecuador. (2015). *Reglamento de alojamiento turístico*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo-Ecuador. (24 de Marzo de 2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico Ecuador*. Ecuador: La Institución.
- Ministerio, Industria, Energía y Turismo-España. (2010). *Manual de gestión para hoteles y alojamientos rurales*. España: Empresas en red.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. España: Universitat Jaume.

- Morgan, J. (2008). *Riesgo País*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de *Ámbito.com*:  
<http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de  
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Riquelme, M. (2017). *Periodo de recuperación del Capital (PRC)*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de Web y empresas:  
<https://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>
- Rodríguez, C. (2009). *Diccionario de Economía*. Mendoza.
- Secretaría de Gobierno de Guanajuato. (2017). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 12 de Junio de 2017, de  
<http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf>
- Secretaría Gestión de Riesgos. (s.f.). *148 años del "Terremoto de Ibarra"*. Recuperado el 1 de Junio de 2017, de  
<http://www.gestionderiesgos.gob.ec/148-anos-del-terremoto-de-ibarra/>
- Soto, B. (2017). *La competencia en la empresa: directa e indirecta, perfecta e imperfecta*. Recuperado el 16 de Junio de 2017, de *Gestion.org*:  
<https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. México: Paidós.
- Territorio Marketing. (16 de Junio de s.f.). *El macroentorno y microentorno*. Recuperado el 2017, de <http://territoriomarketing.es/el-macroentorno-y-microentorno/>
- Thompson, I. (2012). *La Mezcla de Mercadotecnia*. Recuperado el 2 de Junio de 2017, de *Promonegocios.net*:  
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm>
- Zonaeconomica.com. (2012). *Estudio Financiero*. Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

## ANEXOS

## Anexo 1: Catastro turístico de Ibarra

CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN IBARRA 2015			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONOS	E-MAIL
<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>			
IMBAVIAJES	OVIEDO 8-36 Y OLMEDO	2955620	patricia_imbaviajes@hotmail.com /inesimbaviajes@hotmail.com
POLIMUNDO	JACINTO PANKERY 4-27 Y AV. MARIANO ACOSTA	2632098 /09981482191	miguago@polimundo.com.ec
RECOTUR	OLMEDO 5-79 Y GARCÍA MORENO	2957795	jaraman@im.pro.ec
ALLEQUATORIAL TRAVEL	VICENTE ROCAFUERTE 4-38 Y GRIJALVA	2604085	jose@allequatorial.com
ECUAHORIZONS	BOLÍVAR 4-67 Y GARCÍA MORENO	2958462	ecuahorizons@yahoo.com metroconta@andinanet.net /metroibarra1@andinanet.net
IMBAMETRO	FLORES 5-68 Y SUCRE	2952419	metroplaza@andinanet.net
IMBAMETRO SUC. (SUCURSAL NUEVA)	C. C. LA PLAZA SHOPPING CENTER	2641450	gerencia@intipungo.com.ec /ventas3@intipungo.com.ec
INTIPUNGO TURISMO INVIAJES	ROCAFUERTE 6-08 Y FLORES ESQ.	2957766	agencialagotours@cati.com.ec
LAGOTOURS	JAIME ROLDOS (JUNTO AL CATTY)	2609325	sandra@yuratours.com
YURATOURS	MIGUEL OVIEDO S/N Y SUCRE	2610349/610350	
BELTRAVEL S.A.	AVDA. CRISTOBAL DE TROYA 8-141 Y FRAY VACAS GALINDO	2953649	beltravelsa@hotmail.com
ECOSIERRA TOURS	GRIJALVA 8-14 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	2608865	ecosierra_adin037@hotmail.com
HATUNDREAMS TRAVEL	ELIAS LIBORIO MADERA 03-075	2608865	ecosierra_adin037@hotmail.com
WAWA TOURS	GRIJALVA 5-60 Y BOLIVAR	2606323	wawa_tours@hotmail.com
IMBATOURING	GRIJALVA 657 ENTRE BOLIVAR Y OLMEDO	9926	imbatouring@gmail.com
ZHOU TRAVEL	AV. MARIANO ACOSTA Y LUIS FELIPE BORJA	0991630034	
DOMINTUR	AV. CRISTOBAL DE TROYA 9-44 Y FRAY VACAS GALINDO	062609001/099859 7703	dominturs1@andinanet.net
ROYAL DESTINOS	BOLÍVAR 12-101 RAFAEL LARREA ANDRADE	062600067 /0994864763 /065001500	royal.destinos@hotmail.com
CIPRESTOUR	COLÓN 7-38 Y BOLÍVAR	062640760/ 0984950006	ciprestour@gmail.com
AECUATOURS	ROCAFUERTE 4-38 Y GRIJALVA	62645158	info@aecuatours.com
TRIECUADOR VIAJES & TURISMO	CALLE BOLÍVAR # 1505 Y NEPTALÍ ORDÓÑEZ	2926356	info@tripecuador.com

XAYMA	JUAN MARTÍNEZ DE ORBE 10-80 Y HONDURAS	062950817/0992458808	reservas@xayma.com
<b>ALOJAMIENTO</b>			
<b>HOSTALES</b>			
<b>CAMPAMENTOS</b>			
FINCA SOMMERWIND	KM8 A 120M SUR DE TRIBUNA 2	939371170	duene93@gmail.com
<b>CABAÑAS</b>			
BALCÓN DE LOS REYES	CALLE PRINCIPAL SECTOR EL OLIVO		chavelo0961@yahoo.com
<b>HOSTALES</b>			
DEL RÍO	JUAN MONTALVO 4-55 Y FLORES	2611885 / 0989339372	jimmygerman@hotmail.com
IMPERIO DEL SOL	AUTOPISTA YAHUARCOCHA KM. 9 1/2	2580794	hotel_imperiodelsol@yahoo.es
NUEVA COLONIA #2	BORRERO 673 Y OLMEDO	2640492	jefferson.9634@hotmail.com
FEVILAMIR	JUAN FRANCISCO CEVALLOS 1-53 Y OBISPO MOSQUERA	2612402	hostal@fevilamir.com
PALMA REAL	AV. MARIANO ACOSTA 16-59	2642416	hostalpalmarealibarra@hotmail.com
PARAJE EL ENSUEÑO	HERNÁN GONZÁLEZ DE SAÁ 22-39	2650581/0999202666/0992748552	
EL PORTAL	SIMÓN BOLÍVAR 9-75 Y COLÓN	2609595	
SUEÑO REAL	AV. VÍCTOR M. GUZMÁN 1-06 Y JUAN LEÓN MERA	2643980	hotel_real77@hotmail.com
BARCELONA	FLORES 8-51 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	2600871	mariajosevallejossuarez@yahoo.es
CASA AÍDA	GALO PLAZA - VÍA A LA REMONTA	2660221	casa_aida@hotmail.com
COLUMBIA	JUAN HERNÁNDEZ 2-205 Y AV. JAIME ROLDÓS	2956503	
CUMBRES ÁNDINAS	AV. MARIANO ACOSTA 26-180		
EROS	AV. FRAY VACAS GALINDO 3-92 Y P. MONCAYO	2606702	
MASTER 'S	RAFAEL LARREA # 3-59 Y SIMÓN BOLÍVAR	2958686/0995349323	mastershostal@hotmail.com/hotelmastersute.@gmail.com
EL RETORNO	PEDRO MONCAYO 4-32 Y PASAJE SUCRE	2957722	

SABADELL	TULCÁN 2-120 Y 13 DE ABRIL	2959698	
EL VIAJERO	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 12-55 Y CALLE B	2630892	
VILLA FRANCA	VÍA A URCUQUÍ KM. 01	2959698	
RED LAS ORQUIDEAS	AV. EUGENIO ESPEJO 08-018		
<b>HOSTALES RESIDENCIAS</b>			
PLAZA VICTORIA	SIMÓN BOLÍVAR 12-101 Y OBISPO MOSQUERA	2600887	plaza.victoria@hotmail.com
EL CALLEJÓN	PEDRO MONCAYO 7-38 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	2611577	
LAGUNA	AV. MARIANO ACOSTA 12-17	2955394	onagel@hotmail.com
AMAZONAS	RAFAEL SÁNCHEZ 1-77 Y ZENÓN VILLACÍS	2957007	
BAHAMAS	CHICA NARVÁEZ 4-38 Y GARCÍA MORENO	2602438	crismont2013@yahoo.com
COLOMBIA CONFORT # 1	OLMEDO 10-65 Y COLÓN	2953543	
COLOMBIA CONFORT # 3	COLÓN 8-20 Y OLMEDO	981130807	je.i.mysorio@hotmail.com
EL DORADO	MIGUEL OVIEDO 5-41 Y ROCAFUERTE	2958700	hostaldorado@hotmail.com
ECUADOR	OBISPO MOSQUERA 5-54 Y BOLÍVAR	2956425	charlysuit@yahoo.com
EL EJECUTIVO	BOLÍVAR 9-69 Y COLÓN	2956575	
FÉNIX	PEDRO MONCAYO 7-44 Y OLMEDO	2953993	patys121-08@hotmail.com
EL FOGÓN DEL PAISA	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 6-127 Y MEJÍA	2957548	majo_081290@hotmail.com
FRAN'S	JULIO ANDRADE 1-58 Y RAFAEL LARREA	17	
IMBABURA	OVIEDO 9-33 Y CHICA NARVÁEZ	2950155	
IMPERIO	OLMEDO 8-50 Y PEDRO MONCAYO	2952929	negr10649@hotmail.com
MAJESTIC	OLMEDO 7-63 Y OVIEDO	2950052	
NUEVA COLONIA # 2	EUSEBIO BORRERO 6-73 Y OLMEDO	2640492/2957807	jefferson.9634@hotmail.com
PUERTA DEL SOL	PANAMERICANA NORTE KM. 5	2959660	
ANGELS THE	13 DE ABRIL 23-711 Y AMBATO	0992168075	menaraquel@hotmail.es
SAN FERNANDO PLAZA	VELASCO 7-46 Y OLMEDO	2950183	
EL TORREÓN	JUAN DE VELASCO 7-80 Y OLMEDO	2644572	
<b>HOSTERÍAS</b>			
CANANVALLE	SECTOR CANANVALLE A 500 MTS. PENSIONADO ATAHUALPA	0982 109615	hosteriacananvalle@gmail.com

CHORLAVÍ	PANAMERICANA SUR KM. 4	2932222 / 0999700006	ventas@haciendachorlavi.com / reservas@haciendachorlavi.com
LA ESTELITA	VÍA A YURACRUCITO KM. 5	098 116058	la.estelita@hotmail.com
EL PRADO	PANAMERICANA NORTE KM. 1	2959570	hosteriaelprado@hotmail.com
SAN ANDRÉS LODGE & SPA	13 DE ABRIL 17-54 Y ESMERALDAS	2546528 / 0997128634	patsipriscilla@yahoo.com / info@sanandres.com
TUNAS & CABRAS	VÍA ANTIGUA A SAN ALFONSO - SECTOR PIMÁN	2631819	info@polylepislodge.com / info@tunascabras.com / polylepislodge@yahoo.com
QUINTA SAN MIGUEL	BARRIO YAHUARCOCHA S/N	61	quinta_san_miguel@hotmail.com
EL RANCHO DE CAROLINA	PANAMERICANA SUR KM. 4	2932215	gerencia@ranchodecarolina.com / info@ranchodecarolina.com
FINCA DE LA AMISTAD	VÍA PARQUE GUAYABILLAS A 1 KM ARRIBA	987147372	nellycaref@hotmail.com
<b>HOTELES</b>			
AJAVÍ	AV. MARIANO ACOSTA 16-38	2955221 / 2955640	gerencia@hotelajavi.com
LA GIRALDA	AV. ATAHUALPA 15-142 Y BONILLA	2956002	gerencia@hotelgiralda.com
COLOMBIA CONFORT	AVDA. JAIME RIVADENEIRA #222 Y ELIAS ALMEIDA	2604058	silviatucanes@hotmail.com
EL CONQUISTADOR	AUTOPISTA YAHUARCOCHA KM. 9	0997833992	conquistadorlago@hotmail.com
MONTECARLO	AV. JAIME RIVADENEIRA 5-55 Y OVIEDO	2958266 / 958182	montecarlohotel@gmail.com
LA NUEVA ESTANCIA	GARCÍA MORENO 7-58 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	2951444	nuevaestancia@andinanet.net
SIERRA NORTE	AV. MARIANO ACOSTA S/N Y M. CAÑIZARES	2632436	edisonlopeza@gmail.com
TURISMO INTERNACIONAL	JUAN HERNÁNDEZ S/N Y RAFAEL TROYA	2956331	hotelturismo@imbanet.net
MADRID # 2	PEDRO MONCAYO 7-41 Y OLMEDO	2950796	rubenmoncayo@hotmail.com
<b>HOTEL APARTAMENTO</b>			
HOTEL APARTAMENTO NOCHES DE PARÍS	AV. ALFREDO PÉREZ GUERRERO 6-28 Y BOLÍVAR	2953919	
<b>HOTELES RESIDENCIAS</b>			
ROYAL RUÍZ	OLMEDO 9-40 Y PEDRO MONCAYO	2644653	h.royalruiz@yahoo.es
MADRID # 3	OLMEDO 8-69 Y PEDRO MONCAYO	2644918	
LAGO AZUL	PEDRO MONCAYO 5-78 Y BOLÍVAR	2641851	

<b>MOTEL</b>			
MEDITERRÁNEO	EL OLIVO ALTO	2640007	
MIRADOR DE YAHUARCOCHA	EL OLIVO ALTO	2603237	
<b>PARADEROS</b>			
MAGHEN	AUTOPISTA YAHUARCOCHA S/N	2604927	
<b>PENSIONES</b>			
MADRID # 1	OLMEDO 8-57 Y PEDRO MONCAYO	2951760	johamayo@hotmail.com
CHAUPIESTANCIA	AV. TEODORO GÓMEZ 15-40 Y AV. ESPEJO	2643605/09894198 / 97	
DESCANSO MÁGICO	LUIS ANDRADE PROAÑO 1-62 Y JOSÉ TOBAR	2642999	
LAS GARZAS	FLORES 3-13 Y SALINAS	2950985	
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>			
<b>BARES</b>			
GROOVE	AVDA. HELEODORO AYALA Y JOSÉ TOBAR	2601768	le1245@hotmail.com
FREAKY MONKEY BAR & GRIL	MIGUEL OVIEDO 7-62Y SIMÓN BOLÍVAR	2958747 / 0990620418	freakymonkeymr@hotmail.com
AÑORANZAS	AV. EL RETORNO 23-11 RÍO PALORA	2956292 / 0999657759	uvc_ae@hotmail.es
GRAN CHALET	RÍO CURARAY 4-09 Y AV. EL RETORNO	2956411	aprendiz_j_r@hotmail.com
MANHATTAN	AV. TEODORO GÓMEZ 6-44 Y BOLÍVAR	25001476	luisjoselito_03@outlook.com
BANGHARA	OLMEDO 9-59 Y VELASCO	0983605287	
CAFÉ ARTE	SALINAS 5-43 Y J. J. FLORES	2950806	olmedomoncayo@yahoo.com
CHIC CHOP SNACK	VELASCO 7-77 Y OLMEDO	0984492430	ross4980@hotmail.com
COCKTAILS & DREAMS	JUAN JOSÉ FLORES 5-30 Y SUCRE	2951858 / 0999926176	cocktailsdreams@hotmail.com
ENVY COFFEE BAR	SUCRE 9-74 Y COLÓN	2959648 / 0968977892	bayardo-enriquez@hotmail.com
GIN TONIC	ULPIANO PÉREZ QUINÓNEZ 32-59 Y AV. JAIME ROLDÓS	2611191	voalmeida@hotmail.com



KANTIMANÍA	AV. ATAHUALPA 15-82 Y BONILLA	2605134 /0982915857	
METRO LOUNGE	JOSE MIGUEL LEORO 11-23 Y JULIO ANDRADE	2607544 /2612768 /	
RINCÓN DE MOISÉS	RÍO BLANCO 4-81 Y AV. EL RETORNO	0998780137	rincondemoises@hotmail.com
RINCÓN DEL AYER	JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO 9-59 Y VELASCO	092 032111	
SHOOTER'S	MIGUEL OVIEDO 7-64 Y OLMEDO	0987372916	andy-shugu@yahoo.es
SNARK'S ECLIPSE	LITA- PARAMBAS	968070832	
SOL Y LUNA DE OCCIDENTE	PANAMERICANA NORTE KM1 FRENTE GASOLINERA	2950323 /2640100 /	guillo_ch2006@hotmail.com
GONG	AV. ATAHUALPA 17-102 Y RICARDO SÁNCHEZ	0996549340	entresemillas@gmail.com
ROCK CAFÉ BAR	RÍO JUBONES Y CURARAY ESQUINA	951098/099009568 /5	pattopaez@yahoo.com
CODIGO POSTAL	MIGUEL OVIEDO 3-72 Y SIMÓN BOLÍVAR	2953771 /0999926176	paulinayopez1006@hotmail.com
SPAGOT	AV. VICTOR MAMUEL PEÑAHERRERA# 1-16 Y AV. JAIME ROLDOS	2610616	
COOPER	OLMEDO 7-71 Y OVIEDO	2650758	
TERRAZA	AV. EL RETORNO 18-104 Y RÍO BLANCO	62956538	
PARADIZE	BOLIVAR 13-80 Y AV. TEODORO GÓMEZ (A DOS CUADRAS BANCO PICHINCAHA)	985439891	rtn_pancho@hotmail.com
LIBERTY CLUB	AV. VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA 1-204 Y AV. ROLDOS	62610616	chobi00_2@hotmail.com
GUITARRAS	SALINAS 12-118 Y TEODORO GÓMEZ	62951740	
L'KANTO'S	AV. LOS CEIBOS 265 Y RÍO TUMBEZ	401494026001	kitty_14lis@hotmail.com
GRAN BILBAO	PEDRO MONCAYO 6-17 Y BOLIVAR	99455943	bblancaarcos@gmail.com
BISTROUNGE	PEDRO MONCAYO 3-56 Y MALDONADO	0020004347/099627 /6266	jonathan_1789@hotmail.com
<b>DISCOTECAS</b>			
ESTUDIO 54	AUTOPISTA YAHUARCOCHA KM. 9	2958266 /2609527	
ZOOM	JUAN JOSÉ FLORES 3-77 Y MALDONADO	/0988578046	zoomdiscoteque@hotmail.com
NEXUS EXCLUSIVE CLUB	VELASCO 7-14 Y BOLIVAR	985366379	nexuslive-ibarra@live.com
SAMBUCA LOUNGE BAR	MIGUEL OVIEDO 6-36 Y SUCRE	0983409223	sambucalibre@hotmail.com

EL TERRAT	ERNESTO MONJE 1-128 Y PIEDAD GOMEZ JURADO	0984818070/26007 /72	
LOS SHOTS	AV. ELEODORO AYALA Y JOSÉ TOBAR	0999313356/62603 /776	
BUNKER	CALLE RÍO AGUARICO Y AV. MONSEÑOR LEONIDAD		
IMPERIO DANCING CLUB	OLMEDO 8-50 Y PEDRO MONCAYO	959585736	gema-s.a@hotmail.com
AQUA	AUTOPISTA DE YAHUARCOCHA - MUELLE		
<b>PEÑAS</b>			
EL PEDREGAL	AV. JAIME ROLDÓS Y MANUEL ESPAÑA	2642203	
ÑUCA LACTA	GUILLERMINA GARCÍA 1-73 Y MALDONADO	2602109	hugueinslu@yahoo.es
<b>SALAS DE BAILE</b>			
TSUNAMI CLUB	MIGUEL OVIEDO 7-74 Y OLMEDO	0998706537	felipeponce005@hotmail.com
<b>CAFETERÍAS</b>			
AROMAS CAFÉ	JUAN DE VELASCO 5-59 Y SUCRE	2608460 /0989007180 /2644819	aromascafe@gmail.com
CAFÉ BOLÍVAR	SIMÓN BOLÍVAR 3-28 Y EUSEBIO BORRERO	2950118 /0996348579	crg_cafebolivar@hotmail.com
OLOR A CAFÉ	SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN JOSÉ FLORES ESQ.	096 711400 /2954505	manolomeja@live.com
OLOR A CAFÉ # 2	JUAN DE VELASCO , REDONDEL DEL OBELISCO	981143400	gingermay@live.com
LA HACIENDA CAFÉ - DELICATESSEN	AV. TEODORO GÓMEZ 8-32 Y CALIXTO MIRANDA	2605881 /0995028439	cafela.hacienda@ymail.com
LA HACIENDA CAFÉ - DELICATESSEN LA# 2	MIGUEL OVIEDO 0-8 YGARCÍA MORENO	095 028439 /0991510279	cafela.hacienda@ymail.com
KOCSMA	GARCÍA MORENO 479 Y SUCRE	991510279	kocsmacafebar@hotmail.com
MEGA SÚPER SÁNDUCHE Y PIZZERÍA # 2	SIMÓN BOLÍVAR 7-74 Y PEDRO MONCAYO	2610282 /0995888425 /2644852	supersanduche_ibarra@hotmail.com

MEGA SÚPER SÁNDUCHE Y PIZZERÍA # 3	AV. TEODORO GÓMEZ 6-12 Y SUCRE	2610940 / 0987591150	
MOKHA	AV. ATAHUALPA 14-121 Y AV. TEODORO GÓMEZ	2611893	
PETIRROJO HAUS	SECTOR SAN FRANCISCO DEL TEJAR, CALLE NAZACOTA PUENTO	2650013/09802482 50	harmoniaiefelicidad@yahoo.es
SKY & LOUNGE CEFETERIA	HUGO GUZMÁN LARA #6-69 Y JOSÉ LARREA	92747334	sky_longe@hotmail.com
QUADRATA	MIGUEL OVIEDO 7-70 Y OLMEDO	0985673890	krilita_sc@hotmail.com
LA ROMANA	SIMÓN BOLÍVAR 7-81 Y PEDRO MONCAYO	2953298	ayev_5@hotmail.com
SAN CAFÉ	OVIEDO 7-52 Y BOLIVAR	0.84652614 / 0984652614	sancafeibarra@hotmail.com
SANDWICH CLASS	OLMEDO 8-89 Y PEDRO MONCAYO	0984686105	giovnavi@hotmail.com
LA BOTICA	BOLIVAR 7-92 Y PEDRO MONCAYO	992947645	
CIRCUS CAFETERIA	AV. ATAHUALPA 15-114 Y JUAN FRANCISCO BONILLA	62959455	
ARTE VISTA CAFÉ GALERÍA	BARRIO MIRADOR DE LA ADUANA	62956432/0990044 007	
COFFEE CLUB CLARISS ICE CREAM	ATAHUALPA 17-15 Y EMILIO GRIJALVA SECTOR YACUCALLE	62660395	
CAFETERIA DE LAS FLORES CAFÉ	FLORES 08-79 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	62606243	domimf54@hotmail.com
EL QUINDE CAFÉ	SUCRE 5-62 Y FLORES	959962868	anypa64@gmail.com
CAFETERIA "D PATTY"	PEDRO RODRÍGUEZ 3-17 Y GRIJALVA	80642624	gloriapatria623@yahoo.com
<b>FUENTES DE SODA</b>			
BERMEJITA # 4	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-03	2641958 / 2631958 / 0994645945	patricioparedes58@yahoo.es
LA ESQUINA # 1	JUAN JOSÉ FLORES 7-07 Y OLMEDO	2951931	
HELADERÍA LOS ALPES	CENTRO COMERCIAL LA PLAZA LOCAL # 14	2643699 / 0995881985	
HELADOS ROSALÍA SUÁREZ # 1	OVIEDO 7-79 Y OLMEDO	2950107 / 0998009462	
LOS HOT DOGS DE LA GONZÁLEZ SUÁREZ	TEODORO GÓMEZ 6-43 Y ATAHUALPA	26500017	ancevallosc@yahoo.com

YOGU FRÜTZ	BOLÍVAR 8 -45 Y PEDRO MONCAYO	2641957	espe2702@hotmail.com
BERMEJITA # 2	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 8-74 Y OVIEDO	2644268	patricioparedes58@yahoo.es
BERMEJITA # 3	OLMEDO 7-15 Y FLORES	0987435811	
FRUTITAS ENSALADAS & CAFÉ	JUAN JOSÉ FLORES 6-71 Y BOLÍVAR	2952430 / 0999551836	
HELADOS ROSALÍA SUÁREZ # 2	OVIEDO 7-82 Y OLMEDO	2958772 / 0992064066	rsuarez1896@gmail.com
HELADOS ROSALÍA SUÁREZ # 3	OVIEDO 7-98 Y OLMEDO	2958772	rsuarez1896@gmail.com
LUIGGI	PEDRO MONCAYO 6-065 Y OLMEDO	2954324	alejot84@hotmail.com
MACAROS	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 4-62 Y BORRERO	2608825 / 0992028976 2602181 /	macaros@msn.com
PAPA MR	BOLIVAR 10-82 Y AV. PÉREZ GUERRERO	0984299340/09922 31966	diegorescobars@hotmail.com
PIZZA PEPERONI	SIMÓN BOLÍVAR 13-25 Y RAFAEL LARREA	2608923 / 0992836320	
PIZZA SOBERANA # 1	AV. EL RETORNO 12-125	09 9947 8101	epibujes@hotmail.com
PIZZA SOBERANA # 2	BOLIVAR 12-125 Y RAFAEL LARREA	09 9947 8101	epibujes@hotmail.com
PIZZERÍA BARILOCHE # 1	AV. EL RETORNO 19-25 Y RÍO BLANCO	2643743 /0996857723	
YOSHICOMO	BOLIVAR 13-71 Y AV. TEODORO GÓMEZ	2606954 / 0984883581	
HELADERÍA LOS ALPES # 2	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINCO CC. LAGUNA MALL	995882999/062505 096	aliciateranpolo@hotmail.com
YOGURT PERSA	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO CC. LAGUNA MALL	0995865952/06295 88859	cervanvini@hotmail.com
KOS FROZEN YOGURT	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 9-.54 Y PEDRO MONCAYO	62951215 / 062643684 / 0998316839	
AGUSTO ITALIA	AV. EUGENIO ESPEJO Y TOBIÁS MENA ESQ.	986389015	loryfra1@hotmail.it
NICE CREAM HELADERÍA	AV. TEODORO GÓMEZ 6-54 Y BOLIVAR FRAY VACAS GALINDO Y AV. MARIANO ACOSTA CC. LAGUNA MALL	62641239	
MISTIC TACOS N° 2	ACOSTA CC. LAGUNA MALL	995003418	mistic,tacos@yahoo.es
FRUTIMIX	CHICA NARVÁEZ 6-36 Y FLORES	994241974	will_montalvo@hotmail.com
MISTIC TACOS N° 1	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 17-47 Y AV. TEODORO GÓMEZ	995003418	mistic.tacos@yahoo.es
YOGURT AMAZONAS	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO CC. LAGUNA MALL	062505056/098430 7906	yanira114@hotmail.com

RESTAURANTES			
KENTUCKY FRIED CHICKEN	GRAN AKI (K107)	0981409133	kfck107@kfc.com.ec
7-45 CAFÉ BAR	OLMEDO 7-45 Y FLORES	2958612 / 0997635565 /2958583	dacoibar@hotmail.es / dacoibar@andinaner.net
ALAS DORADAS # 2	SIMÓN BOLÍVAR 13-119 Y AV. TEODORO GÓMEZ	2951700	eve_lopez@hotmail.com
CARIBOU BAR & GRILL	AV. PÉREZ GUERRERO 5-37 Y SUCRE	2605137	esthelsaurette@hotmail.com
CARIBOU BAR & GRILL # 2	AV. RAFAEL SÁNCHEZ 9-56	2640315 / 2606609	esthelsaurette@hotmail.com
CHIFA ORIENTE	AV. ATAHUALPA S/N Y JOSÉ MIGUEL LEORO	2607378 / 0997104389	
LA CASSONA IBARREÑA	SIMÓN BOLÍVAR 6-47 Y FLORES	0984 619483	
CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI LOS # 2	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-07	0999341037/06263 2020	e82nabell@hotmail.com
CH FARINA	CENTRO COMERCIAL LA PLAZA	2630630 / 0992565060 /	ibarra@chfarina.com
EL CHAPARRAL	CENTRO COMERCIAL LA PLAZA	0995511111	
DE TROYA EVENTOS	MIGUEL OVIEDO 3-76 Y MALDONADO	2640612 / 0999812499 /	chypd@andinanet.et
EL ENCOCADO	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 18-125 Y JUAN FRANCISCO BONILLA	2601281 / 0984405231	elencocado@nufypia.com
KENTUCKY FRIED CHICKEN	CENTRO COMERCIAL LA PLAZA	0994235887	kfck19@kfc.com.ec
MAC POLLO	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 11-66 Y VELASCO	2956308 / 0987799070	
MENESTRAS DEL NEGRO	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-05	2630960 / 0999660303	m20@menestrasedelnegro.com.ec
LA PARRILLA DEL TÍO JESSY # 2	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 6-181 - REDONDEL DE AJAVÍ	2950497 / 09934484475	parrilladeltiojessy@hotmail.com
POLLO HORNEADO STAV # 2	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-08	2608500 / 0996483901	
POLLOS GUS # 3	PEDRO MONCAYO 7-41 Y OLMEDO	2959574	ibarra@grupoteg.com
REFINADO	PEDRO MONCAYO Y SUCRE	2603033	isbeltran2002@yahoo.es
LA TABLITA DEL TÁRTARO # 1	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-06	2630926	dvilema@latablidadeltartaro.com / lttbarra@latablidadeltartaro.com
TROPIBURGUER	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-01	2630956 /0993770975	trop26@tropiburger.com.ec

ALAS DORADAS # 1	OVIEDO 7-20 Y SIMÓN BOLÍVAR	2642181 / 2600870 / 0992353831	eve_lop22@hotmail.com
LOS ALMENDROS	PEDRO MONCAYO 2-56 Y MALDONADO	2957631	restaurantelosalmendros@yahoo.es
ANDINA	AV. ELEODORO AYALA S/N Y JOSÉ TOBAR	0994 582407 / 5002152	robertoye816@hotmail.com / 331447455@qq.com
ANTOJITOS DE COLOMBIA	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 9-31 Y AV. FRAY VACAS	992950112	wilcir@hotmail.com / marisolvillarreal86@yahoo.com
ASADERO GALAXIS # 1	AV. MARIANO ACOSTA 15-50 Y GOMEZJURADO	097 332110	
ASADERO GALAXIS # 2	AV. ATAHUALPA 15-51 Y BONILLA	080 487895	
ASADERO GALAXIS # 3	AV. MARIANO ACOSTA 32-12 A DOS CUADRAS MAZDA	986202054	
ASADERO LAS PALMAS	VÍA URUCUQUÍ - CANAMBALLE	2609175 / 0982605439	alfonsochecha@hotmail.com
ASADERO MATT CHICKEN	SIMÓN BOLÍVAR Y AV. TEODORO GÓMEZ	2604446 / 0986272669	
BON APETIT	AV. RIVADENEIRA (EDIF. COLISEO)	0992390436	wpuerrero51@hotmail.com
BUENA SUERTE	EUSEBIO BORRERO S/N Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	093 300296 2952124 /	
CASA BLANCA	BOLÍVAR 7-83 Y PEDRO MONCAYO	0991744065	
LA PECHUGA	GARCÍA MORENO 7-44 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	999827333	
EL CEIBO	OLMEDO 10-17 Y VELASCO	/0995057136	wcaranqui@yahoo.es
CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI LOS # 1	VICTOR GOMEZJURADO 2-51 Y ABELARDO MORÁN	2630621 / 0984652612	vivi_2474@hotmail.com
CEVICHERÍA DON CANGREJO # 1	AV. MARIANO ACOSTA 15-106 Y JURADO	2611676 / 0985366501	
CEVICHERÍA DON CANGREJO # 2	MIGUEL OVIEDO S/N Y AV. JAIME RIVADENEIRA	2953066	
CEVICHERIA PUERTO DEL CAMARON	MIGUEL OVIEDO 11-57 Y AV. JAIME RIVADENEIRA	2606751 / 0998809977	diany772009@hotmail.com
CHARLOTTE	SIMÓN BOLÍVAR 4-07 Y GRIJALVA	2959793 / 0984104983	
CHIFA CHINA	AV. MARIANO ACOSTA 28-66	2643117	
DI JAO	FLORES 4-10 Y AV. RIVADENEIRA	984045234	
DONDE EL ARGENTINO	PLAZA DE LA IBARREÑIDAD LOCAL # 4	099 459004	

ENTRETENEDORES	PEDRO MONCAYO 2-13 Y SALINAS	2951307 / 0992546213	marthaobdulia0508@hotmail.com
EXCELENCIA	AV. TEODORO GÓMEZ 4-41 Y RAFAEL SÁNCHEZ	2640224 / 0981368240	
EXTRAPAN # 2	AV. ATAHUALPA 15-22 Y JOSÉ MIGUEL LEORO	2610640 / 0991963784	extrapan-@hotmail.com
LA FONDA DEL NEGRO	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 8-82 Y MIGUEL OVIEDO	2601033 / 0989885719	silvia.villalba_nutricion@hotmail.com
FORTUNA	AV. EL RETORNO 11-068 Y AV. TEODORO GÓMEZ	2957166	
LA GUARIDA DEL COYOTE	PLAZOLETA DE LA IBARREÑIDAD LOCAL 06	2641959	
LA HERRADURA	PEDRO MONCAYO 1-58 Y SALINAS	098 946187	
EL HORNO	ROCAFUERTE 6-38 Y J. J . FLORES	2959019	
IMPERIO	AV. ATAHUALPA Y JUAN FRANCISCO BONILLA	2955873	
LELY	PANAMERICANA NORTE KM. 01	099 591546	
LA LOJANITA	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 52-27 Y R. TROYA	2609675	r_marlene_perez@hotmail.com
MAXIM'S	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 11-74 Y COLÓN	2601558	
MESÓN COLONIAL	ROCAFUERTE 5-53 Y GARCÍA MORENO	2958712	joseluis-recalde95@yahoo.com
MUY BUENO CHIFA	OLMEDO 7-29 Y FLORES	2955875	568233917@qq.com
OKEY	VELASCO 9-75 Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES	2642166	
OLÍMPICO	PANAMERICANA NORTE KM. 01	988525888	
ORIENTE CHIFA	AV. ATAHUALPA 15-09 Y JOSÉ MIGUEL LEORO	2607378 / 0958812586	
PACÍFICO	AV. TEODORO GÓMEZ S/N Y AV. EUGENIO ESPEJO	2607933	
PALACIO DE LA TILAPIA	AUTOPISTA YAHUIARCOCHA KM. 3½	2580025 / 0994810807	
LA PARRILLA DEL TÍO JESSY	AV. MARIANO ACOSTA S/N Y M. CAÑIZARES	2631188	parrilladeltiojessy@hotmail.com
PARRILLADAS "QUE RICO PINCHO"	PEDRO MONCAYO 3-32 Y MALDONADO	2612335	que_rico_pincho@hotmail.com
EL PATIO COFFEE & LOUNGE	PEDRO MONCAYO 4-53 Y SUCRE	998808167	medar_812@hotmail.com
PEPE'S SANCK FOOD	MIGUEL OVIEDO 7-24 Y SIMÓN BOLÍVAR	2645035	pepespazq@hotmail.com
POLLO HORNEADO STAV # 1	AV. ATAHUALPA 16-150 Y CARLOS EMILIO GRIJALVA	2608500 / 0996483901	ibarra@stav.com.ec

POLLO LOKO	AV. MARIANO ACOSTA 15-101 Y CORINA PARRAL	3631854 / /0987528000	vane.m0327@gmail.com / lopezmejia.bisnes@hotmail.com
LA PONDEROSA	RAFAEL TROYA 2-57 Y BOLÍVAR	2641683 / 0980444274	marco-wual@hotmail.com
LA ROSA	AVS. JORGE GUZMÁN Y ESPINOZA PÓLIT	2604683 / 0980444274	
SPAGOT	AV. VICTOR M. PEÑAHERRERA 1-118	2610616 / 0999802853	
LA SUPER PARRILLADA	AVDAS. CRISTÓBAL DE TROYA 6-70 Y ROLDÓS	2640332 / 0992744040 / 0988126264	
LA SUPER PARRILLADA # 2	AV. ATAHUALPA 15-54 Y JUAN FRANCISCO BONILLA	2640869	blanqui_margarita@hotmail.com
VICTORIA CHIFA	AV. JAIME ROLDÓS 10-28 Y ULPIANO PÉREZ Q.	2611429 / 0979769868	seawin333@gmail.com
VILLA	VICTORIA CASTELÓ 1-45 Y GALO PLAZA	2951194 / 0984624219	-
ASADERO LA BRASA ROJA	AV. RIVADENEIRA 3-54 Y FLORES	2606297	
ASIA	AV. ATAHUALPA 16-63 Y BONILLA	2612234	
CANTONESA	AV. EL RETORNO 15-24 Y RÍO CHINCHIPE	080 565989	figocorreo_vip@hotmail.com
LA CASA DEL CANGREJO	SUCRE 10-84 Y LIBORIO MADERA	2612753 / 2950296 / 0980320855	segundo@gmail.com
CEVICHERÍA PALACIO DEL MARISCO	SUCRE 10-93 Y AVDA PÉREZ GUERRERO	2609537	
DORADO'S CHICKEN	AV. EUGENIO ESPEJO (C.C. FERRONORTE local # 3)	2609537	
ESTRELLA	AV. CRISTOBAL DE TROYA 10-096 Y DÁVILA MESA	094 296238	lin_guo1983@yahoo.es
FELICIDAD	AV. MARIANO ACOSTA 23-56	098 458273	
EL FOGÓN DEL PAISA	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 6-128 Y MEJÍA	2601549 / 0991574299	
KING POLLO	AV. EUGENIO ESPEJO (C.C. FERRONORTE local # 34)	986098500 / 2955069 / 0990930488	
LAI LI	AV. FRAY VACAS GALINDO Y URUGUAY	2951472 / 0985117679	
MACAO	REDONDEL DE AJAVI 1-27 Y VICTOR M. GUZMÁN	2907948 /	
MAXIM'S # 2	AV. CRISTÓBAL DE TROYA S/N Y AV. ROLDÓS	0988336236	shyce_nenita2@yahoo.com

MONTAÑITA CEVICHERÍA	MIGUEL OVIEDO 10-81 Y LUIS CABEZAS BORJA	2609899 / 0991314403	
KAM CHIFA	OLMEDO 9-35 Y PEDRO MONCAYO	2608560/09043159	9 suarezmayanquermaria1955@yahoo.com
PEKÍN	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 5-227	2642988	
PINCHO LOCO	PEDRO MONCAYO 4-62 Y SUCRE	2610106	
POLLOS CHIP'S	AV. M. ACOSTA 10-20 Y CHICA NARVÁEZ	2953342	
PRÓSPERO	AV. EUGENIO ESPEJO CC FERRONORTE 4446	094 724666	lin_guo1983@yahoo.es
EL REGALÓN	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 52-19 Y RAFAEL TROYA	081 099077	www.elregalon_yjdc@hotmail.com
MI RINCÓN FAMILIAR	AUTOPISTA YAHUARCOCHA KM. 6	2651201 / 0991207965	
RINCÓN ORENSE	MIGUEL OVIEDO 11-54 Y AV. RIVADENEIRA	2953424	
LA SAZÓN DE ALYS	BARTOLOMÉ GARCÍA 4-29 Y AV. TEODORO GÓMEZ	2640844	
CASA ORIENTE	JOSÉ MIGUEL LEORO Y AV. ATAHUALPA	62602335 / 0988982533	
HORNERO	AV. ELEODORO AYALA S/N Y JOSÉ TOBAR	62605500	fabyvalarezo@hotmail.com / redlagosjed@hotmail.com
OJOS DEL CIELO	PANAMERICANA NORTE SECTOR YAHUARCOCHA	2580226	
KENTUCKY FRIED CHICKEN	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO EDIFICIO LAGUNA MALL	023955400/099966	1537 fausto.diaz@kfc.com.ec
CHIFA LI	AV. FRAY VACAS GALINDO Y URUGUAY	993413865	
HONG KONG ZOU	A. FRAY VACAS GALINDO 4-71 Y JUAN DE DIOS NAVAS	81553763	irenevenegaec@hotmail.com
PINCHO LOCO N 2	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 19-115 Y CARLOS EMILIO GRIJALVA	984434662	
EXCELENCIA #2	AV. MARIANO ACOSTA 18-24	62640224	
EXCELENCIA #3	AV. MARIANO ACOSTA 18-24	2640224	
EXCELENCIA #4	AV. MARIANO ACOSTA Y LUIS FELIPE BORJA	62631206	
ZHONG GUO CHENG	AV. EL RETORNO 15-24 Y CHINCHIPE	090783800	0895589551@qq.com
CHIPOTLE	RAFAEL SÁNCHEZ Y JOSÉ LEORO	/0895589551	cumapersa@hotmail.com

LA MEJOR COSTILLA	SUCRE 05-036 Y GARCÍA MORENO	692643828/098402	6784
TROPICBURGER	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO EDIFICIO LAGUNA MALL	2630956	0993770975 trop26@tropicburger.com.ec
AMERICAN DELI	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO EDIFICIO LAGUNA MALL	2630956	0993770975 trop26@tropicburger.com.ec
MENESTRAS DEL NEGRO	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO EDIFICIO LAGUNA MALL	2630956	0993770975 trop26@tropicburger.com.ec
SAN JOSÉ	OVIEDO 7-16 Y BOLÍVAR	982226093	evitacuascota@hotmail.com
LAS PALMERAS	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO EDIFICIO LAGUNA MALL	62631333	gerencia@laspalmeras.com.ec
EL TABLÓN DE WILLY	PEDRO MONCAYO 4-39 Y SUCRE	93317361	
SUITON SUSHI	OLMERO 2-21 Y RAFAEL TROYA		
PIZZA HUT	AV. MARIANO ACOSTA, CC. LAGUNA MALL	2226 1693	ecruz@pizzahut.com.ec
LA BRASA ROJA # 2	AV. CRISTÓBAL DE TROYA S/N Y JAIME ROLDOS	62606298	helado.andres@hotmail.com
CHAMUYANDO PARRILLA BISTRO	RÍO CENEPA Y RÍO QUININDÉ	62643847	chamuyandogg@gmail.com
POLLO LOKO # 4	JOSÉ MEJÍA LEQUERICA 10-11 Y JULIO SALDUMBIDE	62632938/0980910	556 javierduro12@gmail.com
TERRA NOVA	BOLÍVAR 4-11 Y GRIJALVA	062640424/098894	7076/062610557 lucy-niky@hotmail.com
MUELLE	AUTOPISTA DE YAHUARCOCHA - MUELLE	062630510/022247	850 mbaez@mayflower.com.ec
MAYFLOWER	AV. MARIANO ACOSTA 21-47 CC. LA PLAZA	850	mbaez@mayflower.com.ec
LA TABLITA DEL TÁRTARO # 2	AV. MARIANO ACOSTA S/N CC. LAGUNA MALL	022479328/099952	4146 dvilema@latablidadeltartaro.com / littibarra@latablidadeltartaro.com
CHICKEN HAUSE	AV. JAIME RIVADENERIA 4-22 Y FLORES	62953043	0996773295/02979 edgar_avendano@hotmail.com
CHIFA TAO TAO	AV. EL RETORNO 11-45 Y RÍO BLANCO	154	carloskong1973@yahoo.com
<b>RESTAURANTES COMIDA TÍPICA</b>			
FRITADAS AMAZONAS # 3	AV. MARIANO ACOSTA 21-47	2906815	betocadena@fritadasamazonas.com
EL TRADICIONAL HORNADO DE DONA MARINA	ROCAFUERTE 3-22 Y BORRERO	2605664	

EL ALPARGATE # 2	VIA A EL TEJAR	2600545 / 0998327981	alpargatedelostejares@hotmail.com
LA CASA DE ALFONSO	JOSE DOMINGO ALBUJA 4-40 Y RIO TAHUANDO	2606212	
EL PONDO RINCÓN TÍPICO	FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS 02-009		
<b>INTERMEDIACIÓN</b>			
<b>SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES</b>			
SIGLO XXI	SIMÓN BOLÍVAR 13-46 Y RAFAEL LARREA	2610162	maria_lagunas@hotmail.com
QUINTA SAN CLEMENTE	CARANQUI BARRIO SAN LUIS - VIA SAN CLEMENTE	062958336 - 0993385982/30471 98	patmantilla_2006@yahoo.es
<b>TERMAS Y BALNEARIOS</b>			
TOLAS DE SOCAPAMBA	PANAMERICANA NORTE A 2KM DE EMBASADORA AGIPGAS	984588525	
EL PUENTE VIEJO	CHORLAVÍ (SECTOR LA MERCED)	2959446	
<b>TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO</b>			
GEATURIM	LIBORIO MADERA 3-75 Y ROCAFUERTE	2953000	turismo@geaturim.com
MEGATOURS	AV. TEODORO GÓMEZ 15-37 Y LUCILA BENALCÁZAR	2585177 2958143 /	megatoursviajesyturismo@hotmail.es
SINFONIA NORTEÑA TUSINOR	SANCHEZ Y CIFUENTES 1-93 Y OBISPO JOSÉ CHECA	0991914236/29531 60	shelyajv75@hotmail.com

<b>PARROQUIAS RURALES CANTÓN IBARRA</b>			
<b>AMBUQUÍ</b>			
<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>			
<b>ALOJAMIENTO</b>			
<b>HOSTALES</b>			
LA PLAYA	PANAMERICANA NORTE KM. 28	2637211 / 637791 fax	laplayambuqui@yahoo.es /laplaya062@gmail.com
<b>HOSTERÍAS</b>			
EL OASIS	PANAMERICANA NORTE Km. 39	2637200	roasis@uio.satnet.net
ARCO IRIS	PANAMERICANA NORTE Km. 31 1/2	2637135	
ARUBA	PANAMERICANA NORTE Km. 39	2637114	info@arubahosteria.com
EL KIBUTZ	PANAMERICANA NORTE Km. 27	2637141 / 637140	girasol.nory@hotmail.com
PALMIRA	PANAMERICANA NORTE Km. 36	026430556/023430 574/02340775	jdespinosa@hotmail.com /lapalmira@cvft.com.ec
TIERRA DEL SOL	PANAMERICANA NORTE Km. 34	2637142	hosteriatierredelsol@yahoo.com
FABRICO'S	PANAMERICANA NORTE Km. 37 1/2	2637199	anyza12@hotmail.com
<b>PENSIONES</b>			
FOGÓN DEL PAISA #4 EL	PARROQUIA AMBUQUÍ SECTOR LA PLAYA	992412603	
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>			
<b>FUENTES DE SODA</b>			
LUNA Y TURQUEZA	PANAMERICANA NORTE KM. 39 SECTOR LA PLAYA DE AMBUQUI	62637264	
ZONA FRÍA	AMBUQUÍ SECTOR SAN ALFONSO	3017413	
<b>RESTAURANTES</b>			

EL FOGÓN DEL PAISA # 3	PANAMERICANA NORTE Km. 37, SECTOR LA PLAYA	84722933 2607137 /	
VEN Y VERAS	PANAM. NORTE - SECTOR EL JUNCAL	0991174504	patricio_espinoza72@yahoo.com
LAS PEÑAS DEL JUNCAL	PANAM. NORTE KM. 151 - SECTOR EL JUNCAL	2673044	restaurante_las_penas_del_juncal@hotmail.com
<b>ANGOCHAGUA</b>			
<b>ALOJAMIENTO</b>			
<b>HOSTERÍAS</b>			
HACIENDA ZULETA	VÍA A OLMEDO	2662032	info@zuleta.com
<b>LA CAROLINA</b>			
<b>ALOJAMIENTO</b>			
<b>CABAÑAS</b>			
HÁBITAT FOREST CENTRO ECOLÓGICO	PARROQUIA LA CAROLINA, SECTOR GUALLUPE, COMUNIDAD EL PUERTO	62605743	centrohabitat@hotmail.com
<b>HOSTERÍAS</b>			
HOSTERÍA SAN GERÓNIMO	SAN GERÓNIMO FRENTE AL CONTROL POLICIAL GEMA	063011905/098639 4973	joselitoamm@yahoo.com
<b>SALINAS</b>			
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>			
<b>RESTAURANTES</b>			
CENTRO GASTRONÓMICO PALENQUE	GONZÁLEZ SUÁREZ S/N Y 7 DE JUNIO	2665068	andersondavidm1@gmail.com
DON DE VICKYTHA	ESMERALDAS 7-48 Y SIMÓN BOLÍVAR	62665030	
<b>CAFETERÍAS</b>			
CAFÉ DEL TREN	ELOY ALFARO Y 12 DE OCTUBRE - SALINAS	09 8418 5570	
<b>SAN ANTONIO DE IBARRA</b>			
<b>ALOJAMIENTO</b>			
<b>HOSTALES RESIDENCIAS</b>			

IBIZA	LUIS ENRIQUE CEVALLOS 5-52 Y 27 DE NOVIEMBRE	2932450	
<b>HOSTERÍAS</b>			
AGUSTÍN DELGADO	SECTOR BELLAVISTA BAJO	2933133	tindelgadohosteria@hotmail.com
<b>MOTEL</b>			
D'K CH AUTO HOTEL	PANAMERICANA SUR KM. 04 (Vía a Tanguarín)	2643786	natico_ec@yahoo.com
CUMBRES ANDINAS # 2	PANAMERICANA SUR KM. 04 (Vía a Tanguarín)	2933546	
EL REFUGIO	PANAMERICANA SUR KM. 8 (SECTOR BELLAVISTA)	2933427	
VI	BELLAVISTA DE SAN ANTONIO INGRESO BARRIO LAS ORQUIDEAS	0984620142/06255 1257	zenlovehotel@hotmail.com
<b>CABAÑAS</b>			
ANHELOS	VÍA A URUCUQUÍ	2642567	
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>			
<b>CAFETERÍA</b>			
EL VIEJO MADERO	SIMÓN BOLIVAR S/N Y HNOS. MIDEROS - LOCAL # 1	2932155	elviejomadero@hotmail.com
<b>RESTAURANTES</b>			
LA CASA DEL CUY	PANAMERICANA SUR S. ANTON DE BELLAVISTA	62932955	estebanfuentes24@hotmail.com
MI KOCINA	27 DE NOVIEMBRE 2-85 Y CAMILO POMPEYO	2932424	

## Anexo 2 Oferta turística de Ibarra

Año: 2015 Provincia: IMBABURA

Código Cantón	Cantón	Actividad Turística	Subactividad Turística	Número de establecimientos	Total de empleados	Empleados hombres	Empleados mujeres	Habitaciónes	Camas	Plazas camas	Mesas	Plazas mesas
1001	IBARRA (IBARRA, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	ALOJAMIENTO	CABANA	2	8	1	7	14	16	24	16	64
			CAMPAMENTO TURIS..	1	3	2	1	0	0	0	0	0
			HOSTAL	20	128	48	80	331	495	670	204	816
			HOSTAL RESIDENCIA	20	82	27	55	347	515	748	22	88
			HOSTERIA	20	236	149	87	376	708	1.138	1.136	4.544
			HOTEL	10	133	78	55	375	555	747	518	2.072
			HOTEL APARTAMENTO	1	3	1	2	33	71	104	3	12
			HOTEL RESIDENCIA	2	13	5	8	72	72	116	6	24
			MOTEL	7	27	19	8	63	63	126	4	16
			PENSION	5	12	2	10	30	35	53	8	32
		COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	26	104	71	33	0	0	0	333	1.332
			CAFETERIA	30	89	36	53	0	0	0	226	904
			DISCOTECA	8	45	31	14	0	0	0	172	688
			FUENTE DE SODA	43	154	49	105	0	0	0	466	1.864
			PEÑA	1	6	3	3	0	0	0	40	160
			RESTAURANTE	145	859	395	464	0	0	0	2.245	8.980
			SALA DE BAILE	3	35	28	7	0	0	0	500	2.000
		LA DE INTERMEDIACIÓN, AGENCIA DE SER..	AGENCIAS DE VIAJE	19	61	17	44	0	0	0	0	0
		OPERACIÓN, CUA..	SALA DE RECEPCION..	3	15	7	8	0	0	0	72	288
			AGENCIAS DE VIAJE	7	22	12	10	0	0	0	0	0
		TERMAS BALNEA..	TERMAS Y BALNEARI..	4	20	11	9	0	0	0	47	188
		TRANSPORTE TU..	TRANSPORTE TERRE..	3	13	10	3	0	0	0	0	0
		Total Cantón		380	2.068	1.002	1.066	1.644	2.530	3.726	6.048	24.072



## Anexo 3: Cotización



## Quote

06/29/2017

**Project:**  
MONSERRATE ARROYO

**From:**  
Equindec  
Nataly Arteaga  
Av. Colon E4-125 y  
Mariscal Foch  
Quito  
+593 22505013 (Contacto)

Número de Referencia de Trabajo: NA  
2017/06/28

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
1	11 ea	<b>AZUCARERO TRIANON</b> Custom No. de Modelo 06498 Marca: ARC Modelo: 06498 Azucarero con tapa 36,5 cl. 12 1/4 Oz.  CODIGO 234454 EN STOCK	\$9.10	\$100.10
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$100.10</b>
2	11 ea	<b>BREAD BASKET / CRATE</b> Thunder Group No. de Modelo PLBB1107 Empaquetado 36 ea canasta, 27.94cm x 17.78cm x 8.89cm, ovalado, entrelazado, irrompible, apilable, plástico, NATURAL color bronceado   CODIGO 824101 EN STOCK	\$7.23	\$79.53
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$79.53</b>
3	42 ea	<b>COPA PRINCESA</b> Custom No. de Modelo 25569 Copa Princesa MARCA: ARC, PROCEDENCIA FRANCESA 19 cl. 6 1/4 oz. h= 16.5 cm. = 6.9 cm. CODIGO: 2342702 EN STOCK	\$2.33	\$97.86
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$97.86</b>
4	42 ea	<b>CUCHARITA PARA POSTRE</b> Oneida No. de Modelo B169SDEF Empaquetado 3 dz Sopa/Postre Cuchara, 18.415cm, bol ovalado, 18/0 de acero inoxidable, Barcelona (inventario abierto artículo, mínimo = cantidades por caja)   CODIGO 2241702 EN STOCK	\$1.42	\$59.64
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$59.64</b>

MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 1 of 9

Equindeca			06/29/2017	
Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
5	42 ea	<b>CAFÉ / CUCHARITA</b>  Oneida No. de Modelo B169STSF Empaquetado 3 dz cucharita, 16.1925cm, 18/0 de acero inoxidable, Barcelona (inventario abierto artículo, mínimo = cantidades por caja)  CODIGO 2241700 EN STOCK	\$1.17	\$49.14
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$49.14</b>
6	42 ea	<b>CUCHILLO PARA MANTEQUILLA</b>  Oneida No. de Modelo B169KBFF Empaquetado 3 dz Espátula para untar, 16.8275cm, 1-pieza(s), 18/0 de acero inoxidable, Barcelona (inventario abierto artículo, mínimo = cantidades por caja)  CODIGO 2241715 EN STOCK	\$0.92	\$38.64
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$38.64</b>
7	42 ea	<b>CUCHILLO DE MESA</b>  Oneida No. de Modelo B169KPTF Empaquetado 3 dz Cuchillo de Mesa, 22.225cm, 1-pieza(s), 18/0 de acero inoxidable, Barcelona (inventario abierto artículo, mínimo = cantidades por caja)  CODIGO 2241711 EN STOCK	\$2.34	\$98.28
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$98.28</b>
8	11 ea	<b>JARRA DE VIDRIO</b>  Custom No. de Modelo 28438 Marca: VOLLRATH Modelo: 28438 Jarra de vidrio Tivoli Capacidad: 2.3 Lt. Codigo: 2342932 Mercadería en Stock	\$7.04	\$77.44
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$77.44</b>
9	42 ea	<b>BOL, VAJILLA DE PORCELANA, 0 - 8OZ (1/4QT.)</b>  Cardinal No. de Modelo G3754 Empaquetado 2 dz Plato para fruta, 2-1/2 onzas., 11.43cm (de) diámetro., redondo(s), extra fuerte porcelana, Arcoroc, Daring, 5-año borde/canto astilla garantía  CODIGO 2344642 EN STOCK	\$2.69	\$112.98
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$112.98</b>
10	9 ea	<b>SALERO/PIMENTERO</b>  Winco No. de Modelo G-106 Empaquetado 10 dz (de) vidrio/vaso espolvoreador, 2 onzas., con paneles, vidrio con cubierta tipo hongo (cantidad romper = 10 docena)  CODIGO 99824222 9 EN STOCK	\$0.91	\$8.19

MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 2 of 9

Equindeca

06/29/2017

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$8.19</b>
11	42 ea	<b>(DE) VIDRIO/VASO PLATO/PLACA</b>  Cardinal No. de Modelo 24742 Empaquetado 2 dz plato de mesa, 25.4cm (de) diámetro., redondo(s), borde ancho, totalmente templado, apropiado para microondas, (de) vidrio/vaso, Arcoroc, Ópalo®, blanco restaurante  CODIGO 234401 EN STOCK	\$3.88	\$162.96
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$162.96</b>
12	42 ea	<b>(DE) VIDRIO/VASO PLATO/PLACA</b>  Cardinal No. de Modelo 22522 Empaquetado 2 dz Almuerzo plato/placa, 23.8125cm (de) diámetro., redondo(s), borde ancho, totalmente templado, apropiado para microondas, (de) vidrio/vaso, Arcoroc, Ópalo®, blanco restaurante  CODIGO 234402 EN STOCK	\$3.59	\$150.78
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$150.78</b>
13	42 ea	<b>(DE) VIDRIO/VASO PLATO/PLACA</b>  Cardinal No. de Modelo 22530 Empaquetado 2 dz Lado Plato, 19.05cm (de) diámetro., redondo(s), borde ancho, totalmente templado, apropiado para microondas, (de) vidrio/vaso, Arcoroc, Ópalo®, blanco restaurante  CODIGO 234403 EN STOCK	\$3.16	\$132.72
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$132.72</b>
14	42 ea	<b>PLATO HONDO HOTELERO</b> Custom No. de Modelo 57971 Marca: ARC Modelo: 57971 Plato Hondo 22.5 cm de diametro  CODIGO 2344126 EN STOCK	\$3.59	\$150.78
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$150.78</b>
15	42 ea	<b>(DE) VIDRIO/VASO TAZA/VASO</b>  Cardinal No. de Modelo 25269 Empaquetado 4 dz taza/vaso, 7-1/2 onzas., 7.3025cmH, alto, apilable, totalmente templado, apropiado para microondas, (de) vidrio/vaso, Arcoroc, Ópalo®, blanco restaurante  CODIGO 234416 EN STOCK	\$1.92	\$80.64
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$80.64</b>
16	42 ea	<b>PLATO PARA TAZA DE CAFE</b>	\$1.44	\$60.48

MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 3 of 9

Equinoteca

06/29/2017

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
		Custom No. de Modelo 22720 MARCA: ARC, Procedencia: Francesa Plato para taza café = 14 cm. CODIGO: 234412 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$60.48</b>
17	42 ea	<b>VASO HI BALL</b> Cardinal No. de Modelo 42440 Empaquetado 4 dz Vaso Hi Ball, 10 onzas., totalmente templado, (de) vidrio/vaso, Arcoroc, Princesa (H 12.5413cm; T 6.5088cm; B 5.8738cm; M 6.5088cm)  CODIGO 2342721 EN STOCK	\$1.15	\$48.30
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$48.30</b>
18	1 ea	<b>ABRELATAS</b> Thunder Group No. de Modelo IRTC014 Empaquetado 6 ea abrelatas, 35.56cm, para montar en la mesa, de uso pesado, hierro fundido  CODIGO 822941 EN STOCK	\$63.96	\$63.96
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$63.96</b>
19	1 ea	<b>JUEGO PARA DECORAR PASTELES</b> Winco No. de Modelo CDT-24 Empaquetado 60 st Pastel para decorar puntas juego, 24-pieza(s), incluye para almacenaje caja/recipiente/estuche, de acero inoxidable (cantidad romper = 12 juego)  CODIGO 99827720 EN STOCK	\$18.74	\$18.74
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$18.74</b>
20	1 ea	<b>COLADOR CHINO</b> Thunder Group No. de Modelo SLKCP108 Empaquetado 12 ea Colador Chino, 20.32cm (de) diámetro., 2 cuartos de galón, malla fina, puntiagudo, 18/8 de acero inoxidable  CODIGO 822421 EN STOCK	\$21.54	\$21.54
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$21.54</b>
21	2 ea	<b>CUCHILLO</b> Custom No. de Modelo 24609/086 CUCHILLO PARA CARNE Hoja de acero inoxidable. Mango polipropileno Modelo: 24609/086. Color Blanco. 15.24 cm.  CODIGO 213143 EN STOCK	\$8.02	\$16.04

MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 4 of 9

Equindecá

06/29/2017

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$16.04</b>
22	2 ea	<b>CUCHILLO SIERRA PASTELERO</b> Custom No. de Modelo 293625 Marca: ARCOS Modelo: 293625  Cuchillo Sierra Pastelero Hoja de acero inoxidable Medida: 35 cm. CODIGO: 2131143 EN STOCK	\$19.01	\$38.02
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$38.02</b>
23	1 ea	<b>CUCHILLO FILETEADOR FLEXIBLE</b> Custom No. de Modelo 295125 CUCHILLO FILETEADOR FLEXIBLE 2900(20CM)  CODIGO 2131127 EN STOCK	\$16.42	\$16.42
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$16.42</b>
24	1 ea	<b>KNIFE</b> ARCOS No. de Modelo 280104 PUNTILLA RECTA UNIVERSAL 7.5CM.  CODIGO 2131104 EN STOCK	\$10.60	\$10.60
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$10.60</b>
25	1 ea	<b>ESPÁTULA</b> Vollrath No. de Modelo 52009 Empaquetado 6 ea  Espátula /Raspador, 9 1.5875cm blanco con termoplástica hoja/cuchilla, polipropileno viga-l manija/mango, puede lavarse en el lavavajillas, NSF, hecho en USA  CODIGO 172830 EN STOCK	\$1.88	\$1.88
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$1.88</b>
26	1 ea	<b>ESPUMADERA</b> Vollrath No. de Modelo 46972 Empaquetado 6 ea  Espumadera, 11.43cm (de) diámetro., hoja/cuchilla, 11 1.905cm largo del mango, acero inoxidable, Importado  CODIGO 172801 EN STOCK	\$15.00	\$15.00
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$15.00</b>
27	1 ea	<b>MANGA DECORADORA</b>  Winco No. de Modelo PBC-14 Empaquetado 576 ea manga decoradora, 35.56cm, algodón exterior, recubierto de plástico dentro (cantidad romper = 12 unidades)  CODIGO 99827709	\$2.23	\$2.23

MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 5 of 9

		Equindeca	06/29/2017	
Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
		EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$2.23</b>
28	1 ea	<b>OLLA DE INDUCCIÓN</b> Thunder Group No. de Modelo SLSPS020 Empaquetado 4 ea olla para inducción, 20 cuartos de galón, con tapa, encapsulado base, 18/8 de acero inoxidable, NSF	\$115.67	\$115.67
		 CODIGO 822054 1 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$115.67</b>
29	1 ea	<b>OLLA DE INDUCCIÓN</b> Thunder Group No. de Modelo SLSPS024 Empaquetado 4 ea olla para inducción, 24 cuartos de galón, con tapa, encapsulado base, 18/8 de acero inoxidable, NSF	\$151.19	\$151.19
		CODIGO 822055 1 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$151.19</b>
30	1 ea	<b>OLLAS DE PRESI N MARCA ALL AMERICAN</b> Custom No. de Modelo 915 OLLAS DE PRESI N MARCA ALL AMERICAN Construido en aluminio de alta resistencia. 15 1/2 QT.	\$347.02	\$347.02
		 CODIGO 272104 IMPORTACION		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$347.02</b>
31	1 ea	<b>SARTÉN</b> Vollrath No. de Modelo 67907 Empaquetado 6 ea uso-siempre® sartén de aluminio, 17.78cm (18 CM), acabado natural, incluye TriVent® mango aislado con silicona & Innovador EverTite™ sistema de remachado, mango soporta hasta 450° para la estufa u horno use, 12.065cm (12CM) diámetro de la base, 4.445cm (4.4 CM) altura interior, 8 GA., NSF, hecho en USA	\$20.34	\$20.34
		 CODIGO 172303 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$20.34</b>
32	1 ea	<b>SARTÉN</b> Vollrath No. de Modelo 67910 Empaquetado 6 ea uso-siempre® sartén de aluminio, 25.4cm (25 CM), acabado natural, incluye TriVent™ permanentemente adherido al® mango aislado con silicona & Innovador EverTite™ sistema de remachado, mango soporta hasta 450° para la estufa u horno use, 19.3675cm (20CM) diámetro de la base, 5.3975cm (5.4 CM) altura interior, 8 GA., NSF, hecho en USA	\$33.68	\$33.68
		CODIGO 172305 EN STOCK		

MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 6 of 9

Equindeca

06/29/2017

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$33.68</b>
33	1 ea	<b>SARTÉN</b> Vollrath No. de Modelo 67914 uso-siempre® sartén de aluminio, 35.56cm (36 CM), acabado natural, incluye Trivent™ permanentemente adherido al® mango aislado con silicona & Innovador EverTite™ sistema de remachado, mango soporta hasta 450° para la estufa u horno use, 27.6225cm (28CM) diámetro de la base, 6.985cm (7 CM) altura interior, 8 GA., NSF, hecho en USA  CODIGO 172307 EN STOCK	\$71.81	\$71.81
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$71.81</b>
34	1 ea	<b>TABLA PARA CORTAR</b>  Winco No. de Modelo CBYL-1218 Empaquetado 6 ea tabla para cortar, 30.48cm x 45.72cm x 1.27cm de grosor, BPA-libre, amarillo, NSF (cantidad romper = 6 unidades)  CODIGO 99822949 1 EN STOCK	\$12.90	\$12.90
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$12.90</b>
35	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b>  Vollrath No. de Modelo 47930 Empaquetado 12 ea bol para mezclar, 3/4 cuartos de galón, acero inoxidable, 16.51cm (de) diámetro., 5.08cm de profundidad/profundo, medidas aproximadas, Importado  CODIGO 172501 EN STOCK	\$2.31	\$2.31
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$2.31</b>
36	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b> Vollrath No. de Modelo 47933 Empaquetado 12 ea bol para mezclar, 3 cuartos de galón, acero inoxidable, 22.86cm (de) diámetro., 8.89cm de profundidad/profundo, medidas aproximadas, Importado  CODIGO 172503 2 EN STOCK	\$5.11	\$5.11
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$5.11</b>
37	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b> Vollrath No. de Modelo 47934 Empaquetado 12 ea bol para mezclar, 4 cuartos de galón, acero inoxidable, 10 1.7463cm (de) diámetro., 3 1.905cm de profundidad/profundo, medidas aproximadas, Importado  CODIGO 172504 EN STOCK	\$5.67	\$5.67
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$5.67</b>
38	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b>	\$17.42	\$17.42


Initial: \_\_\_\_\_

MONSERRATE ARROYO

Page 7 of 9

Equindeca

06/29/2017

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
		Vollrath No. de Modelo 47943 Empaquetado 6 ea bol para mezclar, 13 cuartos de galón, acero inoxidable, 40.64cm (de) diámetro., 13.97cm de profundidad/profundo, medidas aproximadas, Importado		
		CODIGO 172507 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$17.42</b>
39	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b> Vollrath No. de Modelo 47949 Empaquetado 6 ea bol para mezclar, 20 cuartos de galón, acero inoxidable, 48.26cm (de) diámetro., 17.78cm de profundidad/profundo, medidas aproximadas, Importado	\$25.70	\$25.70
		CODIGO 17509 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$25.70</b>
40	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b>  Thunder Group No. de Modelo SLMB005 Empaquetado 72 ea bol para mezclar, 5 cuartos de galón de capacidad, base plana, curvo(a) (s) reborde, económico(a) de acero inoxidable, acabado tipo espejo (24 unidades (de) orden mínima)	\$4.13	\$4.13
		CODIGO 822503 1 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$4.13</b>
41	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b> Thunder Group No. de Modelo SLMB006 Empaquetado 24 ea bol para mezclar, 8 cuartos de galón de capacidad, base plana, curvo(a) (s) reborde, económico(a) de acero inoxidable, acabado tipo espejo (12 unidades (de) orden mínima)	\$5.92	\$5.92
		CODIGO 822504 IMPORTACION		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$5.92</b>
42	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b> Thunder Group No. de Modelo SLMB009 Empaquetado 12 ea bol para mezclar, 20 cuartos de galón de capacidad, base plana, curvo(a)(s) reborde, acabado tipo espejo, de acero inoxidable (12 unidades (de) orden mínima)	\$14.37	\$14.37
		CODIGO 822506 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$14.37</b>
43	1 ea	<b>MIXING BOWL, METAL</b>	\$35.22	\$35.22


MONSERRATE ARROYO

Initial: \_\_\_\_\_  
Page 8 of 9



Equindeca

06/29/2017

Art.	Cant.	Descripción	Precio de Venta	Precio de Venta Total
		Thunder Group No. de Modelo SLMB030 Empaquetado 12 ea bol para mezclar, 30 cuartos de galón de capacidad, base plana, curvo(a)s reborde, económico(a) de acero inoxidable, acabado tipo espejo (12 unidades (de) orden mínima)		
		CODIGO 822508 EN STOCK		
			<b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>	<b>\$35.22</b>
			Mercadería	\$2,581.35
			Impuestos 12%	\$309.76
			Total	\$2,891.11

## CONDICIONES

- Precios en dólares.
- Validez de la oferta 10 días.
- Forma de Pago:
- Oferta NO incluye costos de transporte hasta sus instalaciones.
- Oferta no incluye albañilería y plomería.
- Oferta incluye la instalación y capacitación.
- Materiales de instalación corren a cargo del cliente.
- Garantía de los equipos de un año contra defectos de fábrica.
- Fecha de Entrega: STOCK ENTREGA INMEDIATA, IMPORTACION 60 DÍAS LABORABLES

Atentamente:

NATHALY ARTEAGA  
EQUINDECA CIA. LTDA.  
CEL: 2505013  
repcionuio@equindeca.com

Aceptación: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre Impreso: \_\_\_\_\_

Gran Total de Proyecto: \$2,891.11

**Anexo 4: Fotografías**

**Casa/Terreno donde va a ser construida la hostería**









## Laguna de Yaguarcocha



### Sector comercial de la Laguna de Yaguarcocha



### Parque Laguna de Yaguarcocha



## Parque Moncayo



## El Obelisco

