



ESCUELA DE NEGOCIOS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOSTAL
FAMILIAR PARA EXTRANJEROS EN LA CIUDAD DE QUITO, EN LA
PARROQUIA DE TUMBACO.**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniera Comercial con mención
en Administración de Empresas.**

Profesor Guía

Elisa Angélica Bravo Ramírez

Autor

Silvana Carolina Coello Fernández

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, “Plan de negocio para la implementación de un Hostal familiar para extranjeros, en la ciudad de Quito, en la parroquia de Tumbaco”, a través de reuniones periódicas con la estudiante Silvana Carolina Coello Fernández, en el semestre 2019-01, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Elisa Angélica Bravo Ramírez

C.I. 1715478002

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, “Plan de negocios para la implementación de un Hostal familiar para extranjeros, en la ciudad de Quito, en la parroquia de Tumbaco”, de la estudiante Silvana Carolina Coello Fernández, en el semestre 2019-01, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación.”

Federico Alejandro Orbe Cajiao

C.I. 1707791123

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Silvana Carolina Coello Fernández

C.I. 1718483322

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme oportunidad de culminar esta etapa en mi vida, la misma que ha sido llena de aprendizaje y conocimiento.

También a mi familia por ser un apoyo incondicional en cada momento, gracias por su enseñanza y por hacer de mí una mejor persona cada día. A la Universidad de las Américas por permitirme culminar mis estudios en esta prestigiosa universidad y de igual manera a mi profesora guía quien me ha sabido guiar y apoyar durante todo este trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, a mi abuelita y a mis hermanas que han sido un pilar fundamental en mi vida y cada día han sabido guiarme y han forjado metas y valores en mí. De la misma forma a mis amigos por su apoyo incondicional durante todo este tiempo.

RESUMEN

El impacto del turismo en el Ecuador está evolucionando de forma positiva debido que aporta un rubro importante para el crecimiento económico y es también generador de empleo. Ecuador es un país con un sin número de lugares turísticos por visitar en sus 4 regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos y además de ello las personas que lo visiten pueden vivir diferentes experiencias debido a la cultura, costumbres y gastronomía que tienen los ecuatorianos. En la ciudad de Quito se encuentra el valle de Tumbaco que se encuentra ubicado al nororiente de la ciudad, dónde se evidencia que varios hogares prestan el servicio de familia anfitriona para extranjeros. Por ello, ha surgido la idea de instalar el servicio de un hostel familiar, aprovechando la disponibilidad de un terreno de 4270 metros y que cuenta con una infraestructura para alojamiento de 12 personas. El servicio de alojamiento contará con un lugar cómodo para su estadía con desayuno incluido por un precio muy razonable y sobre todo la posibilidad de compartir en un hogar con una familia ecuatoriana, conociendo sus costumbres y cultura e incluyendo a sus nuevos huéspedes como parte de su hogar. Además, se ofrecerá a los huéspedes la posibilidad de realizar a programas de voluntariado de tipo ambiental o social durante su estadía en el país con la finalidad de contribuir con las personas que más lo necesiten. Esta investigación tiene el propósito de establecer el hostel familiar anteriormente mencionado para lo cual se realizaron diferentes análisis de la industria, la competencia, creación de estrategias para poner en marcha el negocio, así como también un análisis financiero dónde se obtuvo un VAN positivo de \$5.919,52, un TIR del 17.44% y un período de recuperación de 4.5 años.

ABSTRACT

The impact of tourism in Ecuador is evolving in a positive way as it is an important avenue for economic growth and it is also a generator of employment. Ecuador is a country with a great number of tourist attractions to visit in its 4 regions: the coast, the sierra, the Amazon, and the Galapagos islands. Additionally, visitors can have many different experiences due to the unique culture, customs, and gastronomy of Ecuador. Tumbaco is a valley of Quito located to the northeast of the city where several homes and families serve as hosts to foreign visitors. Therefore, the idea of developing a family hostel has arisen, taking advantage of the availability of a property of 4270 square meters and facilities for the accommodation of 12 people. The accommodation service will offer a comfortable place to stay with breakfast included for a very reasonable price and the added benefit of experiencing local customs and culture in the home of an Ecuadorian host family. During their stay in Ecuador, guests will also have the opportunity to volunteer in the community and help those who are most vulnerable through a variety of programs including social projects and environmental work. The purpose of this research is to establish the aforementioned family hostel. Regarding the creation of such a hostel, various analyses were carried out including analyses of the industry, competition, and start up strategies as well as a financial analysis which demonstrated a positive NPV of 5.919,52 with an IRR of 17.44% and a recovery period of four point five years.

.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Justificación del trabajo	1
1.1.1. Objetivo General.....	2
1.1.2. Objetivos Específicos	2
2. ANÁLISIS DE ENTORNOS.....	3
2.1. Análisis del entorno externo	3
2.1.1. Análisis Pest	3
2.1.1.1 Político.....	4
2.1.1.2 Económico.....	5
2.1.1.3 Social.....	6
2.1.1.4 Tecnológico	7
2.1.2. Análisis Porter.....	8
2.1.3. Matriz EFE.....	13
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE	15
3.1. Investigación cualitativa	16
3.2. Investigación cuantitativa	19
4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	22
4.1. Descripción.....	22
5. PLAN DE MARKETING.....	24
5.1. Estrategia general de marketing.....	24
5.1.1. Mercado objetivo:	24
5.1.2. Propuesta de valor:.....	25
5.1.3 Modelo Canvas	26
5.2. Mezcla de Marketing.	27
6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	31
6.1 Misión, Visión y objetivos de la organización	31
6.2 Plan de Operaciones	32
6.3 Estructura Organizacional	36

6.3.1 Descripción de las funciones y cargos	37
7. EVALUACIÓN FINANCIERA	37
7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos	38
7.2. Inversión Inicial, capital de trabajo y estructura de capital	40
7.3. Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	41
7.4. Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración	45
7.5. Índices financieros.....	46
8. CONCLUSIONES GENERALES.....	47
REFERENCIAS.....	49
ANEXOS	52

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del trabajo

El impacto del turismo en el Ecuador está evolucionando de forma positiva debido que aporta un rubro importante para el crecimiento económico y es también generador de empleo. Siendo así que para el año 2017 representó un 9.8% con relación al PIB y un 6.3% del total de empleos generados por este sector, motivo por el cual esta actividad se encuentra entre una de las cinco industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional. (El Telégrafo, 2018). El consumo turístico de los no residentes que ingresan al país representa un 2.2% con relación al PIB lo que muestra la importancia que tiene el gasto turístico. (Ministerio de Turismo, 2018)

Ecuador es un país único y maravilloso con un sin número de lugares turísticos por visitar en sus 4 regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos; sobresaltando su cultura, naturaleza y gastronomía. Es por este motivo en el año 2014 se lanzó la primera parte de la campaña publicitaria “All You Need Is Ecuador” la cual promueve la llegada de personas extranjeras permitiendo que este sector tenga un crecimiento significativo en la economía del país. (LÍDERES, 2015)

El valle de Tumbaco es un sector ubicado al nororiente de la ciudad de Quito, en la provincia de Pichincha, dónde se evidencia que varios hogares prestan el servicio de familia anfitriona para extranjeros que vienen a realizar distintas actividades, como por ejemplo: voluntariados con la comunidad, turismo o empleo, por lo tanto los hogares del sector han visto una oportunidad de negocio al otorgar un servicio de alojamiento para los mismos y a su vez recibir un beneficio económico, además de tener la oportunidad de conocer y compartir con personas de distintos lugares del mundo.

Por ello, ha surgido la idea de instalar el servicio de un hostel familiar, aprovechando la disponibilidad de un terreno de 4270 metros y con una infraestructura para alojamiento de 12 personas, en un sitio privilegiado del sector de Tumbaco, para recibir a extranjeros.

El servicio de alojamiento contará con un lugar cómodo para su estadía con desayuno incluido por un precio muy razonable y sobre todo la posibilidad de compartir en un hogar con una familia ecuatoriana, conociendo sus costumbres y cultura e incluyendo a sus nuevos huéspedes como parte de su hogar.

Además, se ofrecerá acceso a programas de voluntariado de tipo ambiental o social y se crearán alianzas con el Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Salud y Ministerio de Ambiente para poder efectuarlas y permitir que los visitantes puedan realizar este tipo de actividades durante su estadía en el país.

1.1.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad de la implementación de un hostel familiar para extranjeros en la ciudad de Quito, en la parroquia de Tumbaco.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar las oportunidades y amenazas en las que se desarrolla la empresa con la ayuda de un análisis del entorno externo de la industria.
- Conocer a la competencia directa en la industria para poder desarrollar una propuesta de valor y atraer el mercado.
- Implementar una investigación de mercado que permita determinar el nicho de mercado para la empresa.
- Identificar el mercado objetivo y establecer el precio óptimo para el servicio de alojamiento.

- Desarrollar estrategias que ayuden a generar la sustentabilidad del plan de negocio.
- Generar una estructura organizacional que permita el correcto funcionamiento del hostel familiar.
- Analizar la factibilidad económica y financiera del proyecto por medio de una evaluación financiera.

2. ANÁLISIS DE ENTORNOS

2.1. Análisis del entorno externo

Clasificación nacional de actividades económicas

Tabla No 1: Clasificación CIU

Sección I	División I55	Grupo I551	<u>Actividad I5510.09</u>
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS.	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO.	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS.	<u>Otros servicios de alojamientos por corto tiempo: casas de huéspedes; cabañas, chalets, cabañas con servicio de mantenimiento y limpieza, hostales juveniles y refugios de montaña.</u>

Tomado de: Instituto General de Estadísticas y Censos (INEC)

2.1.1. Análisis Pest

El análisis Pest es una herramienta para evaluar el entorno en el que se va a desempeñar una empresa en el cual se analizan factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, estos componentes tienen el poder de afectar el ambiente competitivo e industrial de una compañía, si la misma tiene la capacidad de detectar estos elementos podrá crear estrategias para mejorar el ambiente en el que se desarrollará. (Thompson P. G., 2015)

2.1.1.1 Político

Dentro del entorno político analizado se evidencian resultados positivos puesto que el gobierno actualmente ha implementado políticas y normativas que respaldan al turismo, como otras que se encuentran en proceso de desarrollo con la finalidad de incentivar a este sector y en el futuro éste sea una fuente generadora de grandes aportes en el país. El gobierno nacional presentó una nueva política nacional de turismo la cual menciona que el reto es cambiar la historia y convertir al país en una verdadera potencia turística. (Ministerio de Turismo, 2017).

El 5 de mayo de 2010 se crea mediante Ordenanza N°. 309 la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, la cual tiene como misión desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, así como la generación de nuevos productos turísticos, capacitaciones, adecuación de la infraestructura, entre otros. (Ministerio de Turismo, 2017). Adicionalmente el Ministerio de Turismo está trabajando en conjunto con la Organización Mundial del Turismo-OMT para la presentación de la Política Nacional de Turismo con el fin de obtener un turismo catalizador de cambio. (Ministerio de Turismo, 2017)

La ley de turismo está siendo reformada que permitan crear estrategias con la finalidad de incrementar el turismo en el Ecuador “un turista por cada habitante”. (Entorno Turístico, 2018). El crear alianzas estratégicas con organizaciones internacionales ayuda al país a establecer políticas con la finalidad de mejorar el manejo del turismo, además de encaminar a este sector con el cumplimiento de la norma INEN 2891, la cual indica que se debe cumplir con el reglamento de prestación de servicios de alojamiento de calidad. (Servicio de Normalización Ecuatoriano, 2016).

2.1.1.2 Económico

El análisis del factor económico en el Ecuador registró un crecimiento del PIB del 1,9% para el primer trimestre del año 2018, con relación al año 2017. En cuanto al sector no petrolero el crecimiento fue del 2,7%, obteniendo resultados favorables para el sector turístico evidenciando que este sector aportó a la economía ecuatoriana en el año 2017 con 2,234.4 millones de dólares, es decir un 2.2% del PIB total. (WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL, 2018).

De la misma manera este sector ayuda al incremento de la economía, así como a reducir la tasa de desempleo; puesto que el empleo generado por las actividades de alojamiento y turismo en el año 2017 apoyó directamente con 156.000 empleos, es decir el 2.2% del empleo total y se espera que esto aumente para finales del año 2018 en un 2,9%. (WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL, 2018).

Para el año 2017 la balanza turística del Ecuador representó un incremento del 38.7% con relación al año 2016, dejando un saldo positivo de 575,9 millones de dólares lo que significa que ingresaron más divisas por concepto de gasto de turismo. (Ministerio de Turismo, 2018).

El desembolso del gasto extranjero en el país en promedio en 7 días es de \$1.215,80, dejando un ingreso de divisas de 1.663 millones de dólares. Y el valor actual bruto en la industria de alojamiento fue del 5,7% al año 2017. (Banco Central del Ecuador, 2018). Es por este motivo que este sector es la tercera fuente de ingresos no petroleros. (Ministerio de Turismo, 2018)

Las tasas de interés se han mantenido constantes desde el año 2009 hasta la fecha, teniendo variaciones mínimas. (Banco Central del Ecuador, 2018), esto

no afecta a la industria en el momento de adquirir créditos para PYMES, la tasa efectiva máxima actual para este tipo de empresas es del 11,83% y la tasa referencial es del 8,79%.

2.1.1.3 Social

El factor social analizado con base en el sector turismo genera grandes expectativas hacia el crecimiento de este sector lo cual es un punto favorable; debido a que tiene gran apoyo por distintas entidades gubernamentales y continuamente se están desarrollando nuevas actividades como es la inclusión social a personas con discapacidad, además de fortalecer el turismo nacional dándose a conocer por su cultura, sus tradiciones, sus paisajes y su biodiversidad, haciendo del Ecuador un lugar más atractivo para los extranjeros. El Ministerio de Turismo en conjunto con el Ministerio Coordinador de la Producción y empleo está creando procesos de capacitación y certificación de competencias laborales turísticas. (Entorno Turístico, 2018)

De la misma manera los programas de voluntariado realizados por extranjeros son cada vez mayores, siendo este un nuevo sistema de vida donde se fomenta su espíritu de ayuda social, intercambio cultural y desarrollo personal, además que ayuda a fomentar el turismo.

Según datos obtenidos por el INEC el 76.93% de entradas al Ecuador de extranjeros en el año 2017 fueron por turismo. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018). Tras un estancamiento del turismo durante tres años, en el 2017 este sector tuvo un crecimiento del 14% con respecto al año anterior, solo en diciembre del 2017 se valoró que del ingreso de turistas al país el 30% visitó Quito como principal lugar de turismo. (Ministerio de Turismo, 2018)

Es evidente que esta rama turística y hotelera en la ciudad de Quito está en pleno auge debido a su diversidad de cultura, historia e infraestructura colonial. Otro punto importante a resaltar es que Ecuador ha sido acreedor de catorce premios obtenidos en el certamen World Travel Awards, lo cual demuestra que es un destino líder en el turismo, rompiendo records y convirtiéndose así en el país con la mayor obtención de premios de reconocimiento. (Romero, 2017)

Se ha desarrollado un plan para incentivar el turismo en personas con discapacidad, como se menciona "Ecuador se convierte en un ícono para Sudamérica en el trabajo por las personas con discapacidad visual en el sector turístico" (Ministerio de Turismo, 2018). La obra social como estilo de vida, el incremento de la ayuda social y el voluntariado en el Ecuador resulta beneficioso para el país.

2.1.1.4 Tecnológico

La tecnología en el Ecuador está teniendo una evolución favorable debido al apoyo del gobierno y la inversión que está realizado para el desarrollo de tecnologías de información; lo cual permite que el país pueda ser reconocido a nivel mundial y a su vez poner al alcance información sobre el turismo en el Ecuador. El internet es una herramienta de comunicación muy utilizada en la actualidad ya que se puede obtener gran información de cualquier tema tanto en sitios web cómo en redes sociales, siendo así que Ecuador, ha incursionado en la realización de campañas publicitarias como "All you need is Ecuador" o la campaña publicitaria "yo descubrí en Ecuador" la cual, mediante un marketing digital, busca mantener la visibilidad de mercados estratégicos de la región mediante videos y anuncios web. (Ministerio de Turismo, 2015)

Además, el país para reforzar y dar a conocer su sector turístico, ha creado alianzas con empresas desarrolladoras de software que permiten impulsar el turismo, al momento están en desarrollo algo más de 300 aplicaciones que servirán para el turismo nacional, lo cual aporta a un incremento de la matriz

productiva. (Ministerio de turismo, 2018). El país también ha ingresado a una plataforma llamada Amadeus la cual contiene una extensa información para viajeros y otras páginas web con el propósito de facilitar a los viajeros la información sobre hospedaje y lugares turísticos del país, entre estas son Expedia, Trip Advisor y Despegar.com (El Tiempo, 2018) de manera que los futuros clientes podrán observar las calificaciones, acompañada de fotos de restaurantes, hoteles, gastronomía y paisajes de la región.

Conclusión análisis PEST:

El análisis realizado de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos permitió determinar la situación en la que se encuentra la industria de acuerdo al plan de negocio que se desarrollará. Dentro del entorno político se está brindando respaldo al sector turístico con la finalidad de atraer más visitantes al país y de esta manera el sector económico se pueda incrementar, en el aspecto tecnológico se están desarrollando plataformas direccionadas al turismo dónde se puede obtener información valiosa sobre alojamientos o atractivos turísticos y finalmente en el ámbito social se pudo notar que este sector permite crear fuentes de trabajo, así como también el voluntariado está teniendo gran acogida y se está creando una tendencia actualmente dónde las personas pueden ayudar y servir.

2.1.2. Análisis Porter

Las cinco fuerzas de Porter es un enfoque utilizado para desarrollar estrategias entre industrias, para evaluar si la intensidad de la competencia ayuda a la empresa a obtener utilidad y promueve un pensamiento estratégico consolidado para adoptar mejor la estrategia creando una ventaja competitiva. (Thompson P. G., 2015)

Poder de negociación de los proveedores

Tabla No 2: Resultado poder de negociación de los proveedores.

Resultado		
Alto	Medio	Bajo

- Variedad de empresas proveedoras.
- Alianzas estratégicas.
- Los proveedores no dan gran importancia a la industria a la que venden.

El poder de negociación de los proveedores es medio, ya que actualmente en el mercado existe una gran variedad de empresas que ofertan distintos bienes y servicios necesarios para la infraestructura y equipamiento del hostel.

Al mantener una amplia gama de proveedores se facilita el desarrollo del negocio y se obtiene distintas ofertas lo que permite realizar un análisis comparativo de las diferentes empresas buscando la mejor opción basada en precio y calidad, aunque también existen en el mercado proveedores que muchas veces no dan valor a sus clientes puesto que disminuyen calidad pero a pesar de este factor desfavorable, la oferta es mayor y esta situación no es tan relevante así que no existirá mayor inconveniente para la construcción de las instalaciones del mismo, con todos los parámetros y servicios establecidos.

Otro punto importante es establecer alianzas estratégicas con empresas extranjeras dedicadas a voluntariado como UBELONG quienes serán las encargadas de proveer al hostel los clientes y de esta forma el hostel cuente con un cierto número de clientes ya predeterminados que se va a alojar en este establecimiento.

Poder de negociación de los clientes

Tabla No 3: Resultado poder de negociación de los clientes.

Resultado		
Alto	Medio	Bajo

- Accesibilidad de los clientes al hostel.
- Alojamiento de los turistas.
- Negociaciones de precios cuando su estadía llega a ser larga.

El poder de negociación de los clientes en la industria hotelera es medio, debido a la temporada en la que se encuentre: si existe mayor o menor afluencia de visitantes en el país. Por ejemplo, si la temporada es alta el poder de negociación de los clientes será relativamente bajo ya que su interés es encontrar un lugar donde hospedarse, en este proyecto de implementación de un hostel familiar se llevará un programa de calendarización de acuerdo a los diferentes tipos de proyectos que las personas quieran realizar, ya sea por turismo o por los distintos tipos de voluntariado que se ofrece.

Otro factor analizado es la accesibilidad, movilización y seguridad que tienen los clientes al acudir al hostel. El mismo se encuentra ubicado a 20 minutos de distancia del aeropuerto en un lugar que precautela la seguridad de los visitantes y es de vital importancia ya que de eso depende su estadía en el lugar, así como también se ha considerado llegar a una negociación cuando su estadía sea de varios días y se pueda disminuir el costo por noche.

Amenaza de productos sustitutos.

Tabla No 4: Resultado amenaza de productos sustitutos.

Resultado		
Alto	Medio	Bajo

- Empresas de alojamiento ya posicionados y con alta trayectoria.
- Cantidad de hoteles, hostales, cabañas y similares en la ciudad de Quito.
- Aplicaciones de hospedaje (Airbnb).

La industria hotelera ha incrementado potencialmente en el Ecuador, siendo así que en la ciudad de Quito hasta el año 2017, existían alrededor de 30.313 plazas hoteleras entre ellas categoría de lujo, primera y segunda categoría. Por lo tanto, las personas pueden acceder a un número elevado de productos sustitutos a un hostel familiar como pueden ser hoteles, hosterías o cabañas, considerando que depende mucho del rubro económico, el cual puede provocar que los clientes busquen satisfacer sus necesidades en los diferentes proveedores de alojamiento.

Otra amenaza de productos sustitutos son las aplicaciones de alojamiento ahora existentes, una de ellas conocida como Airbnb en la cual existe información de alojamiento de distintos tipos, por medio de ella las personas pueden publicar si tienen habitaciones disponibles en sus hogares, o espacios dónde se puede brindar el mismo servicio del hostel a precios relativamente bajos.

Rivalidad entre competidores

Tabla No 5: Resultado rivalidad entre competidores.

Resultado		
Alto	Medio	Bajo

- Publicidad desleal de la competencia.
- Abarcar el mercado a precios relativamente bajos y no competitivos.
- Infraestructura del hostel

La rivalidad entre competidores es alta, actualmente la industria de alojamiento es muy competitiva, y empiezan a salir a flote otros tipos de negocio como familias anfitrionas que buscan obtener ingresos extras y encuentran una

oportunidad de renta sobre habitaciones o instalaciones en sus hogares que no estén haciendo uso, ofertando precios en ocasiones demasiado bajos con lo cual resulta difícil competir. Al ser una industria muy competitiva existen empresas rivales que podrían recurrir a la publicidad desleal quitando prestigio al hostel familiar.

Otro punto importante analizado considerado como rival entre los competidores es la infraestructura que tendrá el hostel frente a la competencia, puesto que al ser un hostel familiar como su nombre lo indica los visitantes tendrán espacios cómodos pero reducidos y muchas veces tendrán que compartir sus habitaciones con otros huéspedes de tal forma los clientes debido a este factor pueden decidir no alojarse en el hostel y recurrir a otro lugar

Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Tabla No 6: Resultado amenaza de entrada de nuevos competidores.

Resultado		
Alto	Medio	Bajo

- Fuertes costos de inversión.
- Ubicación del hostel familiar.

La amenaza de entrada de nuevos competidores al mercado es media, ya que para iniciar un negocio se debe tomar en cuenta que los costos de inversión en infraestructura son considerables, y se necesitará tener un capital alrededor de \$80.000 dólares, sin tomar en cuenta el costo del terreno que ya se posee, además se debe contar un espacio cómodo y seguro que permita a los huéspedes sentirse a gusto en el hostel. A pesar de que el hostel se encuentra ubicado en un lugar privilegiado del valle Tumbaco y es cercano al aeropuerto, no es un lugar céntrico lo cual puede provocar cierta incomodidad de los huéspedes, sin embargo, se cuenta con alternativas para que su movilización.

Conclusión análisis PORTER

Dentro del análisis de las cinco fuerzas de PORTER se pudo evidenciar que el poder de negociación de los proveedores es **medio**, debido a que en el mercado si existen empresas proveedoras para que el hostel pueda ser puesto en marcha, el poder de negociación de los clientes resultó **medio**, pues el negocio dependerá de la temporada y las necesidades del cliente en determinado momento, la amenaza de productos sustitutos es **alta**, a causa de que al ser un hostel los clientes pueden tener otras opciones como hoteles, hosterías entre otros. La rivalidad entre competidores **alta**, a pesar de que en la ubicación dónde se encuentra no hay lugares de hospedaje cercanos es un sector en crecimiento lo cual puede copar el mercado rápidamente, y finalmente la amenaza de entrada de nuevos competidores es **media** pues existen casas anfitrionas dónde tienen habitaciones disponibles y pueden generar un nuevo tipo de negocio lo cual afectaría al hostel.

2.1.3. Matriz EFE

La matriz EFE es una herramienta que permite evaluar la información económica, política, social, legal y tecnológica determinando estos factores externos a la empresa, se analiza las oportunidades y amenazas que tiene el negocio. (David, 2013)

Tabla No 7: Matriz EFE

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
OPORTUNIDADES				
1	Apoyo del gobierno para la creación de un turismo sostenible	0.05	4	0.2
2	El poder de negociación de proveedores es bajo.	0.07	3	0.21
3	Incremento de turistas en el Ecuador con un poder adquisitivo alto.	0.3	3	0.9
4	Desarrollo de tecnologías de información para incentivar a extranjeros a visitar el país.	0.08	3	0.24
5	Se ha considerado a las actividades de voluntariado como un nuevo sistema de vida.	0.06	2	0.12
6	El sector turístico y alojamiento es considerado como un gran generador de fuentes de empleo en el país.	0.08	4	0.32
			TOTAL OPORTUNIDADES	1.99
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
AMENAZAS				
7	La competencia en el sector de alojamiento es alta.	0.06	3	0.18
8	Los permisos, normas y reglamentos de alojamiento son muy estrictos	0.08	3	0.24
9	Existe alta competitividad de precios.	0.09	2	0.18
10	Los costos de inversión para el hostel son altos.	0.08	3	0.24
11	La infraestructura y el espacio del hostel es reducido.	0.06	1	0.06
12	La ubicación del hostel no está en el centro de la ciudad de Quito.	0.05	2	0.1
			TOTAL AMENAZAS	0.94
		1	TOTAL	2.93

La matriz EFE indica que obtener una calificación de 4 es lo más óptimo y 1 indica que el negocio se encuentra en un entorno de amenazas. El resultado total de la matriz EFE es de 2.93; lo cual muestra que el plan de negocio se encuentra en un punto medio, es decir las oportunidades de negocio son mayores que las amenazas, por lo tanto, se puede desarrollar este plan de negocio aprovechando al máximo las oportunidades que tiene a su favor y de las amenazas crear estrategias y disminuir el riesgo para el negocio.

3. ANÁLISIS DEL CLIENTE

El análisis del cliente se comprende por dos métodos que son cualitativo y cuantitativo, con el objetivo de conocer el comportamiento de los consumidores, así como sus gustos y preferencias determinando qué tan admisible es el servicio ofrecido.

Problema:

Mercado insatisfecho por la demanda de hospedajes familiares en el sector de Tumbaco.

Objetivos:

- Determinar la demanda de clientes para el hospedaje de un hostel familiar.
- Conocer las necesidades y preferencias de los clientes.
- Crear estrategias para atraer mayor número de clientes.
- Encontrar las debilidades del sector de alojamiento y plantear soluciones.
- Identificar los medios de comunicación más utilizados al momento de buscar un alojamiento.

Hipótesis:

“La creación de nuevas plazas de alojamiento a través de un hostel familiar logrará satisfacer la demanda del mercado”

3.1. Investigación cualitativa

FOCUS GROUP Y ENTREVISTA A EXPERTOS

Focus Group

Dentro del proceso de investigación cualitativa se realizó un *focus group* el cual empezó seleccionando un grupo de 8 personas extranjeras que tenían como objetivo realizar programas de voluntariado en Ecuador y se pudo obtener información valiosa para el desarrollo del plan de negocio.

Tabla No 8. Focus Group

FOCUS GROUP	
Número de participantes:	8 personas
Nacionalidad:	Americana
Edad:	21-29 años
Día:	Sábado, 20 de octubre del 2018.
Lugar:	Restaurante "Hasta la vuelta señor"
Hora:	11:30am
Listado de los participantes:	<ol style="list-style-type: none"> 1. John Fox (25 años) 2. Rachel Hinderaker (27 años) 3. Lindsay Mason (29 años) 4. Simran Kaur (26 años) 5. Andrew Wedvick (23 años) 6. Sam Hayward (22 años) 7. Addi Moya (21 años) 8. Matt Rojas (25 años)

Del focus group se obtuvieron los siguientes resultados:

- Estas personas escogieron ser voluntarios bajo su propia decisión con la finalidad de ayudar y servir a los demás, de brindar sus conocimientos y apoyar en diferentes instancias.

- El idioma español es muy importante para los extranjeros porque al llegar a un lugar de habla hispana les resulta interesante poder aprender esta nueva lengua.
- El tiempo de estadía de estas personas es variado porque el mismo dependerá del tipo de proyecto en el que ellos se encuentren enfocados.
- Este grupo de personas decidieron visitar Ecuador debido a biodiversidad que tiene el país en cuanto a cultura, tradiciones y los maravillosos lugares turísticos. Entre los principales lugares que desearían conocer se encuentra el Centro Histórico de Quito, la Mitad del Mundo, el volcán Cotopaxi, las Islas Galápagos, las cascadas en Baños, la playa de Montañita, las zonas turísticas en la Amazonía, entre otras.
- Las preferencias de alojamiento con las que los participantes del focus group quisieran contar son las siguientes: un lugar cómodo y seguro, tener un precio razonable por su estadía, además de contar con acceso a internet y todos los servicios básicos, y que se asegure que su movilización será fácil y que podrán trasladarse a distintos lugares dentro y fuera de la ciudad de Quito.
- Dentro del concepto de hostel familiar estas personas indicaron que al estar hospedados en un lugar de este tipo ellos quisieran compartir momentos con los miembros de la familia, conocer sus costumbres, y cultura.

Entrevista a expertos

La entrevista fue basada en la obtención de información sobre el mercado y la determinación de las necesidades y preferencias de los clientes, de lo cual se obtuvo los siguientes puntos importantes:

Entrevista N° 1

Nombre del Entrevistado/a: Martina Käser.

Edad: 35 años

Lugar de trabajo: UBELONG

Cargo que ocupa: Mentor & Head of Outreach and Growth.

1. **Instalaciones:** al momento de escoger un lugar de alojamiento es muy importante contar con instalaciones cómodas y que cuenten con todos los servicios básicos.
2. **Ubicación:** este punto mencionado por la entrevistada es muy importante debido a que la ubicación necesita ser de fácil acceso, céntrico en la ciudad, seguro y con líneas de transporte cercanas para su movilización.
3. **Idioma:** el idioma español es algo importante que los visitantes quisieran aprender y poder practicar a lo largo de su estadía.
4. **Tipos de programas de voluntariado a los que pueden acceder las personas extranjeras:** en la actualidad el voluntariado forma parte de un nuevo estilo de vida en las personas, generalmente tienen otras ideologías de vida y el servicio a los demás enriquece su espíritu, por tales motivos la afluencia de voluntarios en el mundo está creciendo a pasos acelerados.
De esta forma se ha generado un nuevo nicho de mercado y se ha creado programas encaminados a medicina, educación, cuidado del adulto mayor cuidado del medio ambiente.
5. **Servicio:** Obtener una buena atención en el lugar de alojamiento para los usuarios es muy importante debido a que estas personas desearían sentirse como en su propia casa, tener la oportunidad de compartir con los miembros de la familia y aprender la cultura y costumbres.

Entrevista N° 2

Nombre del Entrevistado/a: Iván Morillo

Edad: 45 años

Lugar de trabajo: Hostal La Viña

Cargo que ocupa: Administrador del hostal “La Viña”

1. **Competencia:** Actualmente el sector de alojamiento en Tumbaco ha crecido debido a la demanda del mercado, y la cercanía que tiene el sector con respecto al aeropuerto de Tababela.

2. **Rentabilidad:** Se pudo constatar que el contar con un hostel genera ingresos, pero a su vez implica mucho esfuerzo y dedicación ya que se debe cumplir con ciertas normativas establecidas por la ley.
3. **Servicio:** Brindar una buena atención y contar con instalaciones de calidad, limpias, cómodas y además de tener acceso a todos los servicios básicos es muy importante en este tipo de negocios.
4. **Publicidad:** Con el pasar de los años realizar innovación en los medios de comunicación se ha vuelto indispensable es por tal motivo que contar con una página web y registrarse en plataformas de viajes es esencial.
5. **Ubicación:** El tener un negocio con una buena ubicación resulta muy atractivo para los clientes dado que es importante que cuenten con un lugar de fácil acceso y que sea céntrico.
6. **Costo:** En cuanto al costo, este varía dependiendo del sector y el tipo de habitación que deseen adquirir.

3.2. Investigación cuantitativa

Encuesta:

El proceso de investigación cuantitativa fue realizado por medio de una encuesta online con participantes de Estados Unidos; se seleccionó una muestra representativa para la investigación, el total de las encuestas fueron de 56 personas encuestadas extranjeras, de la cual se obtuvo información muy relevante como estados de opinión, características sobre lo que los clientes esperarían del servicio en el hostel familiar y sus preferencias; como también el tiempo de estadía y precio que estarían dispuestos a pagar los clientes.

Objetivos de la encuesta:

- Conocer el tiempo promedio de estadía de los extranjeros.
- Determinar el tipo de servicio requerido, el precio que estarían dispuestos a pagar y preferencias a la hora de escoger el servicio.

- Conocer que actividades complementarias les gustaría hacer con la familia.

Resultados de la encuesta:





Figura No 1: Resultados de la encuesta

Conclusiones y recomendaciones de la investigación cuantitativa:

1. Según el análisis de mercado como primer punto se obtuvo que la edad de los visitantes que ingresan al país en su mayoría va desde los 18 hasta los 25 años representando un 60,71% de los encuestados tanto hombres como mujeres.
2. Del total de los 56 encuestados el 89,29% de ellos desearían visitar Ecuador y conocer el sector de Tumbaco, siendo la actividad principal a realizar el turismo con un total de 26 personas y seguido de programas de voluntariado con 13 personas.
3. Para los turistas es de suma importancia conocer en donde se van a hospedar demostrando que 14 personas prefieren un lugar con instalaciones amplias y cómodas, 15 personas que cuente con una buena atención y 13 personas indicaron que desearían que el lugar esté limpio. Sin embargo, si deben escoger entre hospedarse en un hotel o un hostal familiar, sin duda su elección es un hostal con un 73,21%.
4. La estadía de los turistas es muy variada siendo así que su tiempo de alojamiento depende mucho de la actividad que vayan a realizar, por lo tanto, las opciones fueron: De 1 a 6 días representando un 62,5%. De 1 a

2 semanas 17,86%. De 2 a 3 semanas 7,14% y de 4 semanas en adelante representó un 12,5%.

5. El medio de comunicación que más utilizan los turistas son las redes sociales y el correo electrónico, de tal manera que a través de estos medios se creará publicidad y se brindará la información necesaria para que los mismos tengan conocimiento del hostel familiar, cómo también de las promociones que se pueda ofrecer a cada usuario.
6. En cuanto al precio que estarían dispuestas las personas a pagar por el alojamiento será de \$18,00 dólares por noche, para el establecimiento de dicho precio se utilizó el método de determinación de precios Van Westendorp, puesto que fue el resultado arrojado después de las encuestas realizadas. Este precio es un precio razonable y está dentro de los rangos de la competencia.

4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

4.1. Descripción

Según el análisis previamente realizado, en la actualidad el sector del turismo es catalogado como una fuente importante de ingresos para el país, debido a su cultura, biodiversidad, paisajes que se pueden apreciar y las diferentes actividades que se pueden realizar en el mismo. Por esta razón el gobierno ha implementado nuevas estrategias para atraer a mayor cantidad de turistas, además de respaldarlo con leyes que beneficien a este sector y así ayudarlo a crecer sustancialmente mostrando al mundo un país único y maravilloso para que quien lo visite se enamore de él.

El tipo de segmento de mercado al que se va a dirigir este proyecto son personas extranjeras de distintas partes del mundo, con un especial enfoque en Estados Unidos, entre las edades de 20 a 39 años y que su objetivo sea la realización de programas de voluntariado, puesto que el hostel además de prestar el servicio de alojamiento tiene una orientación en la ayuda social, tomando en cuenta que

hoy en día es una nueva forma de vida y permite conocer el entorno de un país de una forma distinta al que experimenta un turista.

Al ser un hostel familiar y ofrecer este tipo de actividades será distinto a otros hostales ya que los visitantes tendrán la certeza de que se sentirán como parte de la familia y tendrán un acompañamiento durante toda su estadía, así como en los distintos proyectos que los visitantes deseen realizar.

El hostel se encontrará ubicado en la calle Rumiñahui No. 656 y pasaje Mosquera, Barrio Santa Ana, en la parroquia de Tumbaco. Este lugar es un sector residencial, muy seguro y con fácil movilización para los turistas hacia distintos destinos tanto dentro como fuera de la ciudad, cabe recalcar que se encuentra a 25 minutos de distancia del aeropuerto.

Los visitantes dentro del hostel podrán disfrutar de un desayuno incluido en el precio de hospedaje, contarán con amplias áreas verdes, cancha de básquet, mesa de pingpong, piscina y área de BBQ para su entretenimiento y distracción.

La capacidad del hostel será para 12 personas, divididas en 6 habitaciones de la siguiente manera:

- 3 habitaciones sencillas (1 persona en cada habitación, total 3)
- 3 habitaciones triples (3 personas en cada habitación, total 9)

Dentro del hostel los sectores sociales como sala, comedor y cocina serán lugares compartidos con la familia y los demás huéspedes. Adicionalmente, los turistas contarán con una refrigeradora a su disposición para almacenar sus alimentos, y además podrán hacer uso de la cocina y los utensilios proveídos por la familia, así como también se permitirá un check out flexible.

El hostel familiar permitirá obtener ingresos para la familia y como proyección a futuro con el ingreso percibido se podrá incrementar la capacidad de alojamiento y expandir el negocio.

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Estrategia general de marketing.

De los resultados obtenidos después del análisis de mercado se concluyó que la estrategia que se implementará para hacer del hostel familiar un proyecto atractivo al consumidor es la estrategia de diferenciación de mercado.

Esta estrategia permitirá ofrecer a los clientes un lugar dónde los huéspedes podrán percibir una experiencia diferente, siendo la característica principal la buena atención al cliente, comodidad y el voluntariado que pueden realizar.

Se aplicará esta estrategia de la mano de un marketing social, ya que el hostel ofrecerá programas de voluntariado a extranjeros debido a que estas personas tienen una perspectiva de vida diferente, los programas están direccionados a la ayuda social como por ejemplo: dar clases de inglés en escuelas rurales del sector, las personas que tengan conocimientos en medicina apoyar en hospitales o fundaciones para servir a las personas de la comunidad, o proyectos de conservación ambiental.

5.1.1. Mercado objetivo:

Según datos obtenidos por el Ministerio de Turismo en el año 2017 se registró que el arribo de visitantes extranjeros fue de 1.608.473 personas; de las cuales el 37% llegaron a la ciudad de Quito, lo cual significó 592.537 personas.

Una de las razones más importantes por las cuales acuden al país es el turismo y dentro de otras actividades a realizar se encuentra el voluntariado representando un 5,36%. De tal modo que 31.760 personas representan este segmento, entre hombres y mujeres extranjeros, de edades desde los 20 hasta 39 años, que están interesados en conocer el Ecuador por turismo o por voluntariado, de un estrato social medio – alto. Dando como resultado un mercado meta para el hostel familiar de 14.660 personas cada año.

Tabla No 9: Entradas y salidas de extranjeros al Ecuador al año 2017

Entradas y salidas de extranjeros al Ecuador al año 2017.		
Entradas de extranjeros al país:		1.608.473
Motivo-Turismo	76,93%	1.237.398
Quito:		592.537
Otros motivos (voluntariado)	5,36%	31.760
Edad 20-39 años	46,16%	14.660

Tomado de: Instituto General de Estadísticas y Censos (INEC)

Tabla No 10: Mercado Meta

Mercado Meta	
Anual	14660 personas
Mensual	1222 personas
Diario	41 personas

5.1.2. Propuesta de valor:

La propuesta de valor que el proyecto ofrece es que se diferencia por ser un hostel familiar en dónde los huéspedes pasarán a ser parte de la familia, y durante toda su estadía y la realización de los programas de voluntariado estarán acompañados y guiados por cada uno de los miembros que allí habitan, durante las 24 horas del día atendiendo sus requerimientos en cualquier circunstancia.

Es de vital importancia destacar que la ubicación del hostel es ideal ya que se encuentra a 25 minutos del aeropuerto, y ofrece un ambiente seguro y tranquilo, además cuenta con áreas verdes que permitirá que los huéspedes se encuentren en un lugar diferente a lo que generalmente están acostumbrados y salgan de su estrés habitual.





El precio que se establecerá es \$23,50; el mismo resulta ser un valor accesible y acorde al mercado de alojamiento. “Las características que debe cumplir el producto basado en la diferenciación son: importante, distinto, exclusivo, comunicable, precio, accesible, superior y rentable.” (Armstrong, 2013)

5.1.3 Modelo Canvas

Es un modelo que permite analizar mediante 9 factores la forma de operatividad de la empresa o negocio y saber cómo se relacionan estos factores en el desarrollo de la empresa; desde clientes hasta la estructura de costos y gastos y además se puede adaptar de acuerdo a las situaciones que requiera el proyecto. (Marbaise, 2017).

Tabla No 11: Modelo Canvas

Alianzas estratégicas 	Actividades clave 	Propuesta de valor 	Relación con los clientes 	Segmento de clientes 
*Alianzas estratégicas con empresas extranjeras que manejen programas de voluntariado internacional. *Alianzas estratégicas con agencias de viaje.	*Implementación de proyectos de voluntariado. *Innovación de las instalaciones del hostel. *Personal capacitado. *Atención de calidad y oportuna.	*Ofrecer a los visitantes extranjeros una experiencia única al visitar un país biodiverso, creando valor con la aplicación de proyectos con enfoque en la ayuda social, así como el intercambio cultural y	*Ofrecer un ambiente familiar en el cual los clientes se sientan como en sus hogares. *Pensar en el bienestar y	*Hombres y mujeres de 20 a 39 años, extranjeros interesados en conocer el Ecuador por turismo o por voluntariado, de un estrato

*Convenios con empresas públicas para la realización de proyectos de ayuda social.		el aprendizaje del idioma español.	comodidad de los clientes. *Ofrecer calidad del servicio de alojamiento.	social medio - alto.
Recursos clave 	Canales 	Estructura de costos 	Ingresos 	
*Terreno amplio y de fácil acceso. *Instalaciones cómodas. *Talento humano competente.	* Canales directos e intermediarios. *Uso de páginas web y redes sociales.	*Costos fijos: -Financieros -Mantenimiento -Capital humano *Costos Variables: Comercialización del servicio que ofrecerá el hostel.	*Ingresos recibidos por el alojamiento de los clientes. *Ingresos percibidos por el servicio de alimentación	

5.2. Mezcla de Marketing.

Producto/Servicio

El servicio que ofrece el hostel tiene como principal objetivo brindar una experiencia única en dónde el servicio y la atención que se preste a los huéspedes sea de calidad, ofreciendo excelentes instalaciones, además de dar un ambiente familiar y un compromiso con sus clientes de acompañamiento durante todo el tiempo de estadía haciendo que se sientan como en su propio hogar permitiéndoles conocer la cultura y las costumbres del país. Y a su vez ofrecer los programas de voluntariado, puesto que realizar este tipo de actividades hace que los visitantes tengan la oportunidad de conocer el entorno del lugar desde otro punto de vista enfocado en la ayuda y servicio a los demás.

Estrategia del Producto/Servicio: La estrategia a utilizar será la de servicio y personalización, al ofrecer un servicio ya existente en la ciudad, esta estrategia permitirá captar los clientes ofreciéndoles un valor agregado como lo es la atención y el voluntariado extranjero.

Branding

El logotipo del hostel ha sido diseñado con el fin de mostrar un lugar de alojamiento con un estilo familiar, con un espacio cálido, seguro y confiable en dónde se pueden vivir experiencias únicas. Los colores escogidos fueron: verde que representa la biodiversidad con la que cuenta el país, blanco que significa la paz y tranquilidad de estar en un lugar alejado de la metrópoli y el símbolo de las manos que reflejan los programas de voluntariado y el compromiso con la ayuda y el servicio.



Figura No 2: Logotipo

PRECIO

Estrategia general de precios: Life & Travel Host utilizará la estrategia de fijación de precios basada en la competencia-, dónde el hostel podrá competir con los precios que oferta el mercado, ofreciendo su plus que en este caso son los programas de voluntariado, brindando calidad en el servicio a un precio accesible, este tipo de estrategia a su vez permite realizar ajustes de ser necesarios en el futuro dependiendo de la oferta y demanda y la época en la que los huéspedes se hospedarán, que podría ser en temporada alta o baja.

Estrategia de entrada: La estrategia a utilizarse es la de precio descremado, está permitirá entrar al mercado con un precio alto pero acorde a la competencia, esto permitirá maximizar la ganancia, para esto la imagen y calidad del servicio será acorde a su precio, el cliente asocia el costo de un servicio con su calidad, por lo que la empresa estará equipada adecuadamente para establecer una buena percepción del servicio.

Estrategia de ajuste: La estrategia a utilizar es la fijación de precios por segmentos, esta ayudará a fijar el precio según el tiempo y la ubicación, por ejemplo, en temporada de festividades y dependiendo el paquete de servicios que se vayan a ofrecer y el número de personas.

PLAZA

La ubicación exacta del hostel será en la parroquia de Tumbaco, en la calle Rumiñahui # 656 y pasaje Mosquera, sector la Morita a 25 minutos de distancia del aeropuerto. Este lugar se encuentra alejado del ruido de la ciudad y es considerado un lugar tranquilo ideal para descanso y con amplias áreas verdes.

Estrategia de Plaza:

La distribución se realizará por venta directa, la empresa promocionará y publicitará el servicio al consumidor final, la estrategia utilizada será la distribución intensiva. El objetivo de la empresa es llegar a todo tipo de consumidor por medio de redes sociales, mediante convenios con páginas web reconocidas prestadoras de servicios para alojamiento y alianzas estratégicas con empresas extranjeras para realizar el voluntariado.

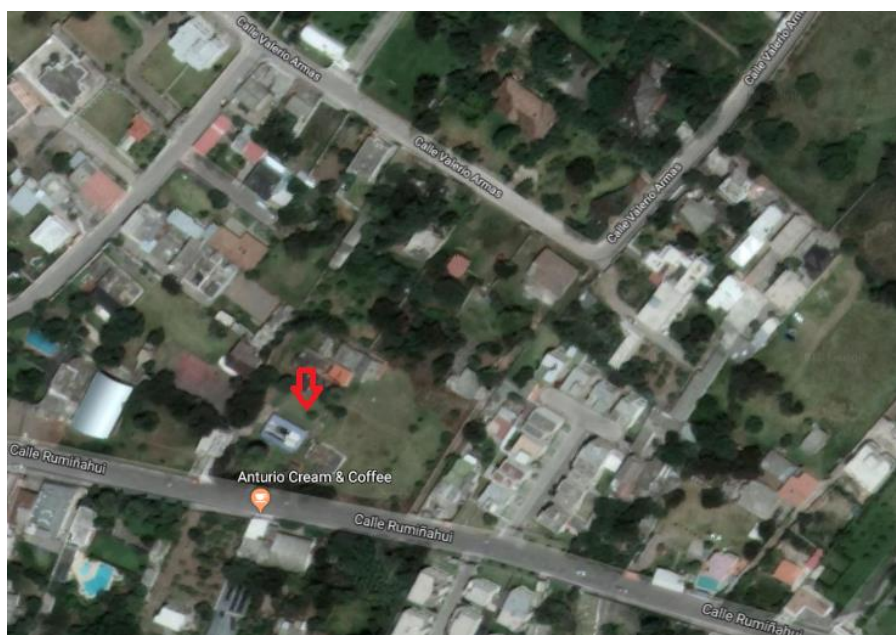


Figura 3. Ubicación

PROMOCIÓN

Estrategia de promoción: La estrategia que se va a utilizar es pull, permitiendo que la empresa capte consumidores mediante la promoción y la publicidad, incentivando a los futuros clientes a adquirir el servicio, logrando así la atracción del consumidor por un solo canal.

Publicidad

Los medios por los cuales el hostel se promocionará serán mediante redes sociales como Facebook e Instagram, y la suscripción en plataformas de alojamiento ya que según la investigación de mercado realizada las personas prefieren obtener información por este tipo de medios.

Además, para captar más clientes el hostel “Life & Travel Host” ofrecerá las siguientes promociones, cabe mencionar que los descuentos que se ofrecerán no se consideran dentro de la proyección de ventas puesto que depende del flujo de clientes que tenga el hostel y la temporada en la que se encuentre en ese momento.

- Descuentos del 10% a los visitantes si su estadía supera los 7 días.
- Se concederá un descuento del 5% para grupos a partir de 5 personas o más.
- Los referidos de personas que ya se hayan alojado en el hostel recibirán un descuento de 5% en su estadía.
- En temporada baja de septiembre a noviembre se ofrecerá descuentos del 50% para el segundo acompañante.

6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Misión, Visión y objetivos de la organización

Misión

La misión de Life & Travel Host es ofrecer un servicio de alojamiento especialmente a extranjeros, ubicado en el sector de Tumbaco, promoviendo un ambiente familiar, generando empleo en el sector y a su vez buscando la forma de contribuir con la sociedad y el medio ambiente de manera responsable por medio del desarrollo de programas de voluntariado para los huéspedes.

Visión

Ser reconocidos para el año 2023 en la ciudad de Quito como un establecimiento de alojamiento para extranjeros de calidad, con un turismo responsable e impulsando diversidad de programas de voluntariado considerándolos como un nuevo estilo de vida, creando buenas relaciones con los colaboradores y los grupos de interés con los que operamos.

Objetivos a mediano plazo:

- Alcanzar un nivel de satisfacción de los huéspedes de al menos el 80% para el 2019.
- Realizar capacitaciones de servicio al cliente al personal 2 veces al año.
- Contar con al menos 300 huéspedes en el año para el año 2020.
- Incrementar el salario de los empleados en un 10% para el año 2020.

Objetivos a largo plazo:

- Conseguir que al menos un 30% de extranjeros que ya hayan visitado el hostel regrese y envíe un referido en los siguientes 5 años.

- Aumentar la capacidad del hostel en un 20% para el año 2023.
- Recuperar al año 2025 al menos el 50% del retorno de la inversión inicial.
- Elevar los estándares de calidad de los servicios que ofrece el hostel implementando un sistema de gestión de calidad y certificándolo bajo la norma ISO 9001 para el año 2023.

Estos objetivos están basados en las políticas y reglamentos al que se deben regir los establecimientos de alojamiento según el Ministerio de Turismo. (Ver Anexo 2)

6.2 Plan de Operaciones

Infraestructura del Hostel Life & Travel host.

La infraestructura con la que contará el hostel se muestra a continuación y se detalla cada uno de los lugares a los cuales los huéspedes del hostel podrán tener acceso:

A) Acceso al Hostel: puerta de entrada y parqueadero con espacio para 8 autos.

B) Casa Principal: contará con una sala de estar, una sala de juegos y cinco habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

- 2 Habitaciones triples.
- 1 habitación sencilla.

C) Casa n° 2: contará con una cocina y dos habitaciones.

- 1 Habitación triple.

D) Casa n°3: contará con tres habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

- 2 Habitaciones sencillas.

E) Piscina.

F) Casa de las habitaciones de la familia.

G) Área BBQ

H) Áreas verdes.

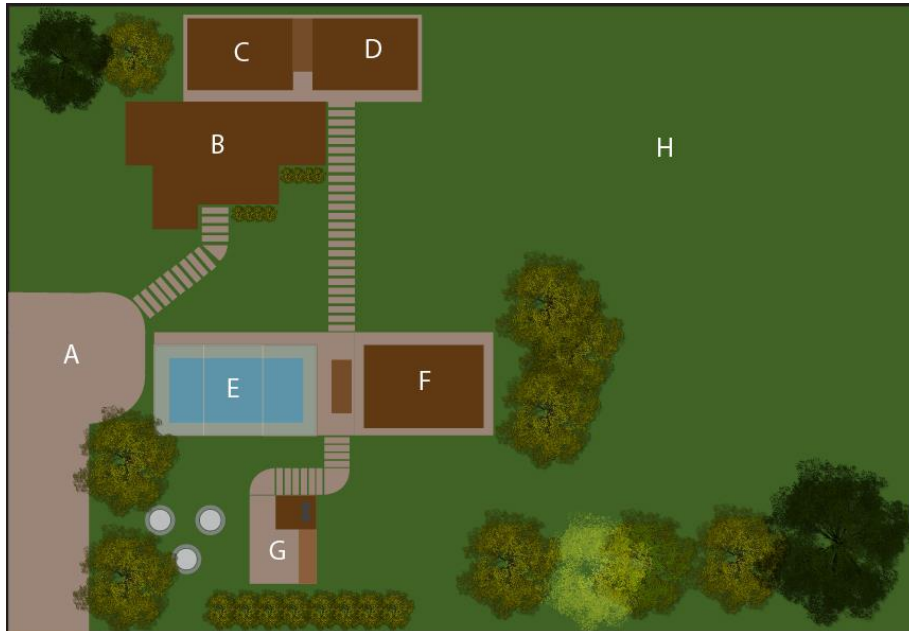


Figura 4. Área Verdes

Mapa de procesos

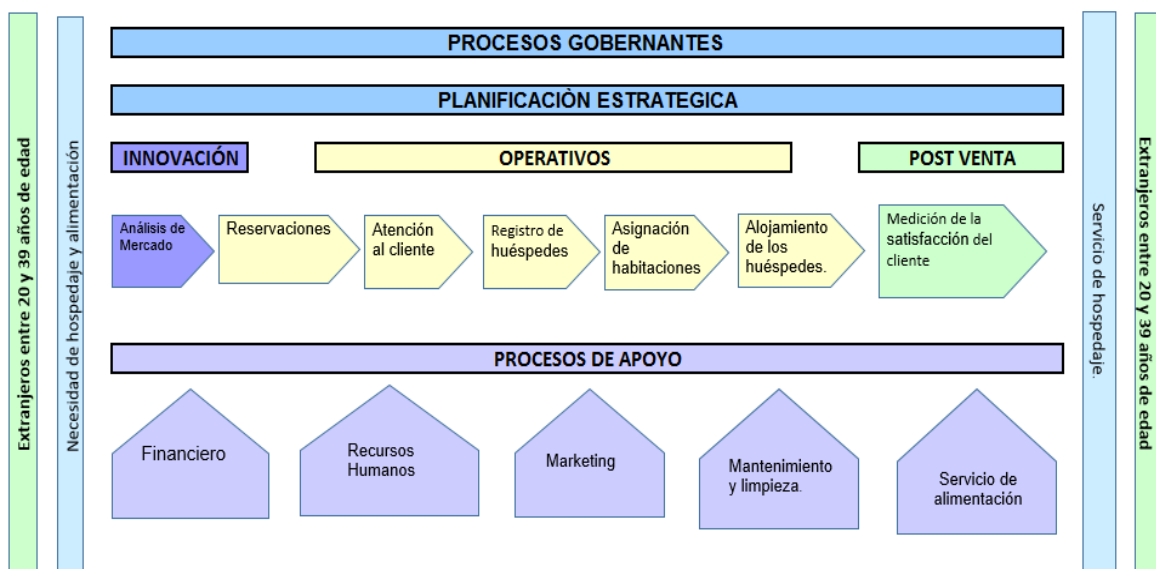
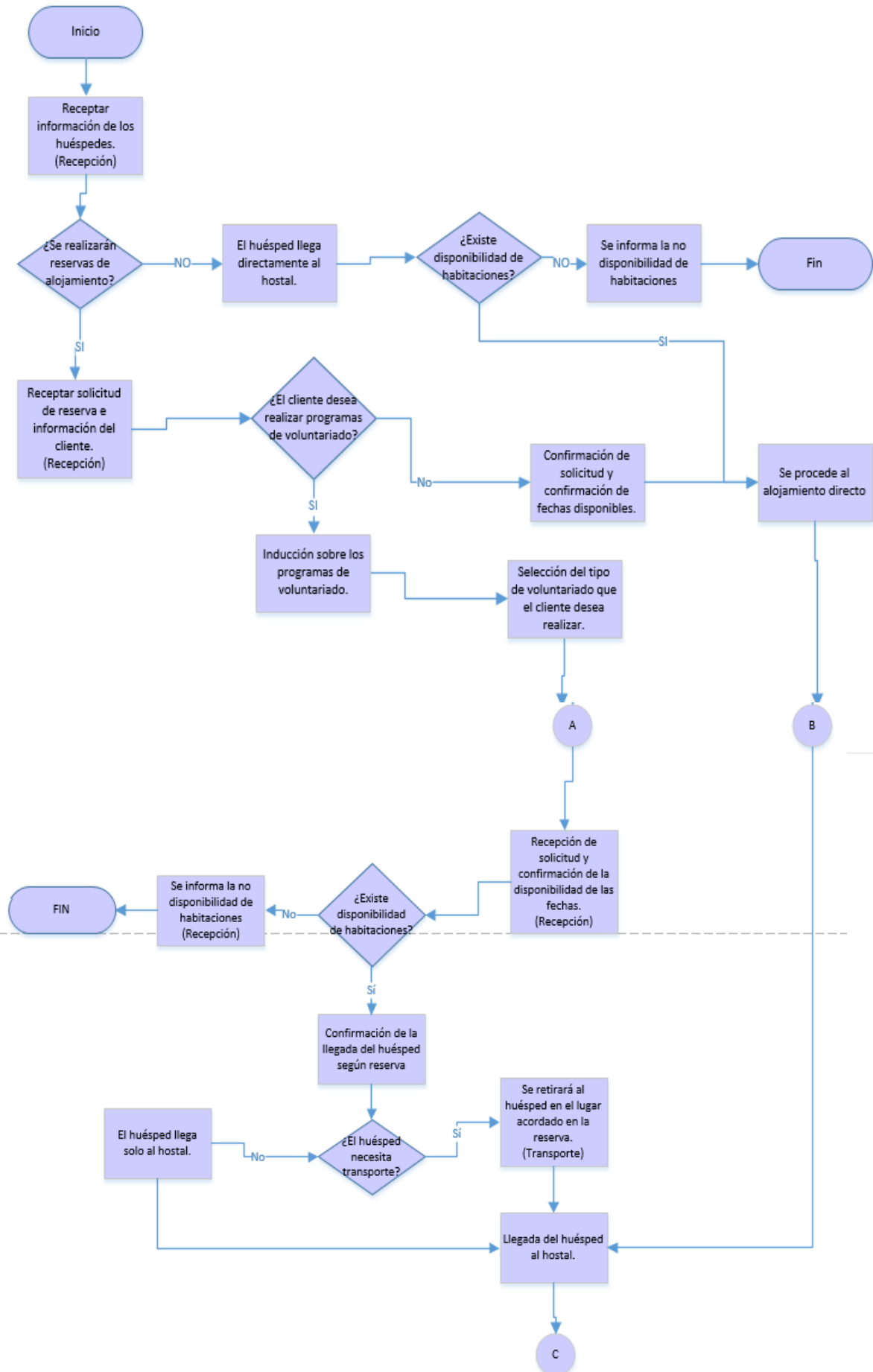


Figura 5. Mapa de procesos

Flujo de procesos



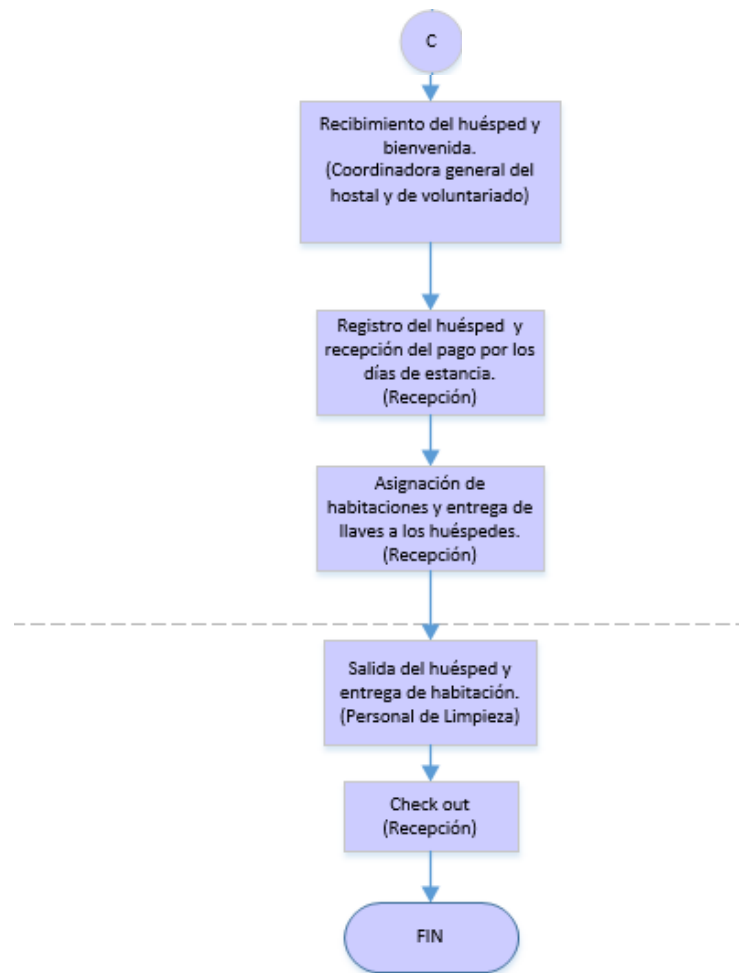


Figura 6. Flujo de procesos

6.3 Estructura Organizacional

Estructura Organizacional Actual

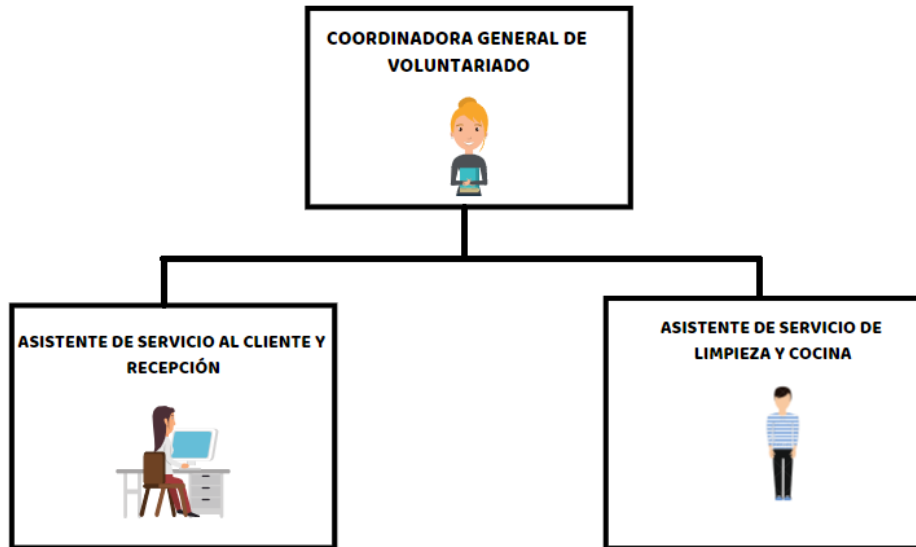


Figura 7. Estructura Organizacional Actual

Estructura Organizacional Proyectada 5 años

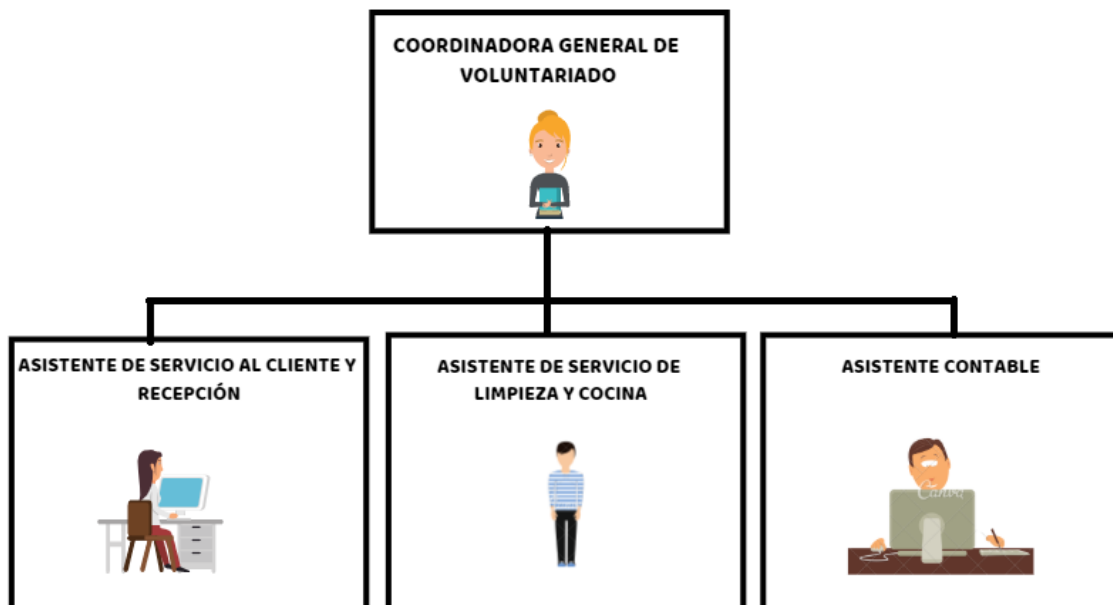


Figura 8. Estructura Organizacional Proyectada

6.3.1 Descripción de las funciones y cargos

En la siguiente sección se procederá a detallar las funciones y el cargo de cada uno de los miembros de la empresa.

Coordinadora general del hostel y de voluntariado. - Es la persona encargada del direccionamiento, coordinación y supervisión del hostel, así como también verificar la disponibilidad de habitaciones, gestionar reservas, planificar y desarrollar los proyectos de voluntariado.

Asistente de servicio al cliente y recepción. - Es la persona que tiene como funciones atender a los huéspedes ya sea vía telefónica o en persona, recibirlos al momento de su llegada al hostel, así como también atender cualquier requerimiento durante su estadía y además gestionar el cobro.

Asistente de servicio de limpieza y cocina. - Es la persona encargada de realizar la limpieza diaria del hostel y preparar los desayunos para los huéspedes que se encuentren alojados.

Asistente contable. - Es la persona encargada de manejar los ingresos y egresos de la empresa, gestionar el pago de sueldos a los colaboradores y presentación de balances a los organismos de control.

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la elaboración de la Evaluación Financiera se utilizó supuestos sobre variables económicas que ayudaron a estimar la viabilidad del proyecto.

Tabla No 12: Variables económicas

Inflación	2,15%
Bonos del tesoro (Rf)	3,21%
Rendimiento del mercado (Rm)	8,47%
Riesgo país (Rp)	8,06%
Crecimiento anual de la industria	14,00%

Riesgo de la industria	0,94
Crecimiento salarial	2,93%
Transporte	\$ 15,00
Desayuno	\$ 1,40

Los datos de inflación, riesgo país, crecimiento anual de la industria, crecimiento salarial se han tomado del promedio de los últimos 10 años, para tener una mejor proyección de los costos, gastos y estados financieros.

7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos

La empresa para determinar su proyección de ingresos, costos y gastos se basó en la cantidad de clientes que se alojen en el hostel y el ingreso que se recibirá por la prestación del servicio de alojamiento por noche. Se tomó en cuenta el crecimiento de la industria del sector para el año 2018 que fue del 14%. El precio de hospedaje por persona será de \$23,50 por noche, el mismo que va incrementar en función a las decisiones de la empresa, es decir un incremento del 6% anual en el precio desde el segundo año permitiendo a la empresa incrementar sus ingresos, a continuación se va a detallar cada uno de los resultados obtenidos, de la capacidad total se estableció un porcentaje de ocupación del hostel 35%, los ingresos por ventas en el año uno es de \$38187,28 con una cantidad de servicios prestados de 1625 y en el año 5 el ingreso por ventas es de \$85766,82 y la cantidad de servicios prestados en ese año es de 2891, comparando estos dos años en ese transcurso de tiempo las ventas se incrementan \$47579,44 al igual que la cantidad a 1265.

Tabla No 13: Proyección de ingresos

AÑOS	1	2	3	4	5
VENTAS	38187,28	47430,08	57784,18	70398,62	85766,82
CANTIDAD	1625	1904	2188	2515	2891

El monto de los costos se elaboró en función de la cantidad, la depreciación de los equipos y el asistente de limpieza y cocina. Es así que en el año 1 los costos son de \$2.973,57 y en el año 5 de \$5.591,71, existe un aumento en los costos

de \$2.624,14, en relación con los ingresos estos son bajos, si analizamos los costos unitarios se puede observar que estos en el año cuarto son menores con un \$1,92 y en el año quinto de \$1,93, es decir que en estos 2 años tenemos mayores ingresos, menos costos, por lo tanto la empresa va a tener mayor utilidad.

Tabla No 14: Costo del Servicio

AÑOS	1	2	3	4	5
CANTIDAD	1625	1904	2188	2515	2891
COSTO TOTAL	2973,57	3684,88	4270,65	4823,49	5591,71
COSTO UNITARIO	1,83	1,94	1,95	1,92	1,93

Los gastos estarán compuestos por los rubros de servicios de cocina que será calculado con el desayuno que ofrece el hostel y la cantidad, los servicios básicos, el mantenimiento y la jardinería, el consumo de gas, los sueldos administrativos y ventas, el gasto de constitución en el primer año y el gasto de marketing que sería las redes sociales, material publicitario y la implementación de la página web, tomada en cuenta a esta a partir del cuarto año, todos estos montos son calculados con el promedio de inflación incrementando cada año el 2,15%. En el año 2 los gastos empiezan a disminuir hasta el año 5, que es el que genera la mayor cantidad de gastos de \$39.237,94 debido a que este año se implementa un nuevo gasto que es la creación de la página web.

Tabla No 15: Gastos Operacionales

Gastos operacionales						
DETALLE/AÑOS	0	1	2	3	4	5
Incremento			2,15%	2,15%	2,15%	2,15%
Servicio de cocina		2274,99	2665,68	3063,78	3521,33	4047,21
Servicios basicos		720,00	735,48	751,29	767,45	783,95
Mantenimiento y jardineria		600,00	612,90	626,08	639,54	653,29
Internet		300,00	306,45	313,04	319,77	326,64
Suministros de oficina		120,00	122,58	125,22	127,91	130,66
Consumo de gas		1800,00	1838,70	1878,23	1918,61	1959,86
Sueldos administrativos y ventas		17735,60	19348,57	19772,11	20206,49	28690,20
Gasto de constitucion y puesta en marcha		10900,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total gastos generales		34450,59	25630,36	26529,74	27501,10	36591,81
Gastos de marketing						
Incremento			2,15%	2,15%	2,15%	2,15%
Redes sociales		547,20	558,96	570,98	583,26	595,80
Página Web		0,00	0,00	0,00	0,00	1090,00
Material publicitario		882,00	900,96	920,33	940,12	960,33
Total gastos de marketing		1429,20	1459,93	1491,32	1523,38	2646,13
Total Gastos		35879,79	27090,29	28021,06	29024,48	39237,94

7.2. Inversión Inicial, capital de trabajo y estructura de capital

Inversión inicial: la inversión inicial que demanda la empresa es de \$32.926,28, el cual está constituido por capital de trabajo y los activos fijos, propiedad, planta y equipo, este monto es muy importante para el proyecto ya que este se realiza mediante el análisis de los insumos, muebles y enseres y equipos que necesita la empresa para su funcionamiento, los gastos, la capacidad de la empresa de endeudamiento.

Tabla No 16: Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Valor
Capital de trabajo	\$ 20.796,28
Activos fijos, propiedad, planta y equipo	\$ 12.130,00
Total	\$ 32.926,28

Capital de trabajo: Se considera por la cantidad de dinero que necesitará la empresa para operar, en este monto se va a incluir los rubros de costos operacionales, los gastos administrativos, la recuperación de las ventas, la

cantidad total requerida será de \$20796,28, esta cifra muestra la cantidad de liquidez necesaria para la empresa en la constitución de la misma.

Tabla No 27: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costos operacionales anuales	\$ 2.973,57
Gastos administrativos y ventas	\$ 35.879,79
Total costos y gastos anuales	\$ 38.853,35
Recuperacion de ventas	\$ 18.057,08
Capital de trabajo requerido	\$ 20.796,28

Estructura de Capital

El monto va a estar compuesto por 60% de capital propio que será de \$19.755,77, que estará conformado por dos socios con la aportación del 50% cada uno, el 40% será obtenido por medio de un préstamo en el banco Produbanco, por un valor de 13.170,51 con una tasa de interés de 11,85% a 60 meses, generando cuotas mensuales de \$291,97.

Tabla No 18: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL			Produbanco	
DETALLE	%	VALOR		
Capital propio	60%	\$ 19.755,77	Tasa de interés Kd	11,85%
Deuda	40%	\$ 13.170,51	Tiempo en meses	60
Total		\$ 32.926,28	Tasa efectiva	0,99%
			Cuota	\$291,97

7.3. Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

Estado de Resultados: el objetivo de este estado es maximizar las utilidades, ya que la empresa cuenta con la información oportuna para tomar decisiones y optimizar sus recursos, en este estado constan los ingresos y egresos que se da en base a un periodo determinado que en este caso será anualmente en la que se muestra detalladamente los ingresos que al año 5 serán de \$85.766,82, los gastos y costos que al igual que los ingresos son mayores en el año 5 y es de \$ 38169,28 y como consecuencia en este año se obtendrá un utilidad neta de

\$30206,43, esta utilidad tuvo resultado después de deducir los costos, gastos, intereses, participación de trabajadores e impuestos, que a comparación del primer año que es de \$ 1630,27 se obtiene una diferencia de \$ 28.576,16 en términos de ganancia.

Tabla No 19: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 38.187,28	\$ 47.430,08	\$ 57.784,18	\$ 70.398,62	\$ 85.766,82
Costo de ventas	\$ 2.973,57	\$ 3.684,88	\$ 4.270,65	\$ 4.823,49	\$ 5.591,71
Utilidad bruta en ventas	\$ 35.213,71	\$ 43.745,20	\$ 53.513,54	\$ 65.575,13	\$ 80.175,11
Servicios basicos	\$ 720,00	\$ 735,48	\$ 751,29	\$ 767,45	\$ 783,95
Internet	\$ 300,00	\$ 306,45	\$ 313,04	\$ 319,77	\$ 326,64
Suministros de oficina	\$ 120,00	\$ 122,58	\$ 125,22	\$ 127,91	\$ 130,66
Sueldos administrativos y ventas	\$ 17.735,60	\$ 19.348,57	\$ 19.772,11	\$ 20.206,49	\$ 28.690,20
Gasto de constitucion y puesta en marcha	\$ 10.900,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Redes sociales	\$ 547,20	\$ 558,96	\$ 570,98	\$ 583,26	\$ 595,80
Página Web	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.090,00
Material publicitario	\$ 882,00	\$ 900,96	\$ 920,33	\$ 940,12	\$ 960,33
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costos y gastos	\$ 34.178,37	\$ 25.657,89	\$ 26.723,62	\$ 27.768,48	\$ 38.169,28
GASTOS OPERACIONALES	\$ 31.204,80	\$ 21.973,01	\$ 22.452,97	\$ 22.945,00	\$ 32.577,58
Utilidad antes de Intereses	\$ 4.008,91	\$ 21.772,19	\$ 31.060,57	\$ 42.630,14	\$ 47.597,54
Intereses	\$ 1.451,63	\$ 1.194,81	\$ 905,84	\$ 580,72	\$ 214,90
Utilidad despues de interes	\$ 2.557,29	\$ 20.577,38	\$ 30.154,72	\$ 42.049,42	\$ 47.382,63
15% participación trabajadores	\$ 383,59	\$ 3.086,61	\$ 4.523,21	\$ 6.307,41	\$ 7.107,40
Utilidad antes de impuestos	\$ 2.173,70	\$ 17.490,77	\$ 25.631,51	\$ 35.742,01	\$ 40.275,24
25% impuesto a la renta	\$ 543,42	\$ 4.372,69	\$ 6.407,88	\$ 8.935,50	\$ 10.068,81
Utilidad neta	\$ 1.630,27	\$ 13.118,08	\$ 19.223,64	\$ 26.806,50	\$ 30.206,43

Estado de Situación Financiera: este estado muestra la posición financiera de la empresa, el análisis realizado fue de forma anual y es de utilidad para realizar una comparación financiera entre empresas competidoras y determinar la situación actual de la empresa analizada.

Cuando se habla de posición financiera se refiere a los bienes entre activos corrientes y no corrientes que posee la empresa, es decir los activos en el primer año serán de \$32.926,28 y en el quinto año de \$114.314,36 evidentemente se muestra un aumento en el transcurso de ese tiempo, también se incluye las deudas con terceros de \$13.170,51 ,19 en el primer año que irá disminuyendo cada año de manera paulatina, siendo así que en el transcurso del cuarto al quinto año la deuda terminará con un valor de \$3.327,15 y los aportes que han

realizado los socios como capital invertido de \$19.755,77, en este incluirá ya la utilidad neta retenida obtenida en el estado de resultados de \$90984,92, en el quinto año.

Tabla No 20: Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$ 32.926,28	\$ 34.395,16	\$ 45.440,94	\$ 62.402,72	\$ 86.697,44	\$ 114.314,36
Corrientes	\$ 20.796,28	\$ 24.203,53	\$ 37.187,67	\$ 56.087,82	\$ 82.104,24	\$ 111.442,86
Efectivo	\$ 20.796,28	\$ 21.980,37	\$ 34.479,20	\$ 52.788,08	\$ 78.084,15	\$ 111.442,86
Cuentas por cobrar		\$ 2.223,16	\$ 2.708,48	\$ 3.299,74	\$ 4.020,09	\$ -
No Corrientes	\$ 12.130,00	\$ 10.191,63	\$ 8.253,27	\$ 6.314,90	\$ 4.593,20	\$ 2.871,50
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 12.130,00	\$ 12.130,00	\$ 12.130,00	\$ 12.130,00	\$ 12.130,00	\$ 12.130,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 1.938,37	\$ 3.876,73	\$ 5.815,10	\$ 7.536,80	\$ 9.258,50
PASIVOS	\$ 13.170,51	\$ 13.009,12	\$ 10.936,82	\$ 8.674,96	\$ 6.163,18	\$ 3.573,67
Corrientes	\$ -	\$ 1.890,66	\$ 2.127,24	\$ 2.463,22	\$ 2.874,40	\$ 3.573,67
Cuentas por pagar		\$ 1.389,50	\$ 1.415,88	\$ 1.442,88	\$ 1.470,51	\$ 1.975,46
15% Trabajadores		\$ 207,38	\$ 294,36	\$ 422,21	\$ 580,92	\$ 661,33
Impuestos por pagar		\$ 293,79	\$ 417,01	\$ 598,13	\$ 822,97	\$ 936,88
No Corrientes	\$ 13.170,51	\$ 11.118,46	\$ 8.809,58	\$ 6.211,74	\$ 3.288,78	\$ (0,00)
Deuda a largo plazo	\$ 13.170,51	\$ 11.118,46	\$ 8.809,58	\$ 6.211,74	\$ 3.288,78	\$ (0,00)
PATRIMONIO	\$ 19.755,77	\$ 21.386,04	\$ 34.504,12	\$ 53.727,75	\$ 80.534,26	\$ 110.740,69
Capital	\$ 19.755,77	\$ 19.755,77	\$ 19.755,77	\$ 19.755,77	\$ 19.755,77	\$ 19.755,77
Utilidades retenidas		\$ 1.630,27	\$ 14.748,35	\$ 33.971,99	\$ 60.778,49	\$ 90.984,92
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 32.926,28	\$ 34.395,16	\$ 45.440,94	\$ 62.402,72	\$ 86.697,44	\$ 114.314,36

Estado de Flujo de Efectivo: es un estado en el cual consta el flujo de dinero que tiene una empresa permitiendo así un correcto funcionamiento, se detalla el movimiento de dinero y como es aprovechado durante la operación de la misma. Este es uno de los estados financieros básicos que informa sobre las variaciones, movimientos de efectivo y equivalentes en un periodo dado. Muestra el efectivo que ha sido generado, las actividades operativas, la inversión y financiamiento que está dado por el capital invertido por los socios y el endeudamiento.

El flujo de efectivo cuenta con un valor negativo puesto que es la inversión inicial la misma con la cual se poner en marcha el proyecto, sin embargo se puede notar que al final del quinto año se recupera dicha inversión generando rentabilidad.

Tabla No 21: Estado de Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Actividades de operación		\$ 3.236,15	\$ 14.807,70	\$ 20.906,71	\$ 28.219,04	\$ 36.647,48
Utilidades neta		\$ 1.630,27	\$ 13.118,08	\$ 19.223,64	\$ 26.806,50	\$ 30.206,43
Depreciaciones		\$ 1.938,37	\$ 1.938,37	\$ 1.938,37	\$ 1.721,70	\$ 1.721,70
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 1.890,66	\$ 236,58	\$ 335,98	\$ 411,18	\$ 699,27
Incremento activos		\$ (2.223,16)	\$ (485,32)	\$ (591,27)	\$ (720,34)	\$ 4.020,09
Actividades de inversion	\$ (12.130,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (12.130,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de financiamiento	32.926,28	-2.052,06	-2.308,88	-2.597,84	-2.922,96	-3.288,78
Deuda a largo plazo	13.170,51	-2.052,06	-2.308,88	-2.597,84	-2.922,96	-3.288,78
Dividendos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte de capital	\$ 19.755,77	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento de efectivo	\$ 20.796,28	\$ 1.184,09	\$ 12.498,83	\$ 18.308,88	\$ 25.296,08	\$ 33.358,70
Efectivo inicial	0	\$ 20.796,28	\$ 21.980,37	\$ 34.479,20	\$ 52.788,08	\$ 78.084,15
Efectivo final (flujo)	\$ 20.796,28	\$ 21.980,37	\$ 34.479,20	\$ 52.788,08	\$ 78.084,15	\$ 111.442,86

Estado de Flujo de Caja: el estado de flujo de caja se caracteriza por enfocarse en las cuentas que ingresan debido a las ventas y las que egresan por los gastos y cuentas por pagar, estos términos se relacionan con el Estado de Resultados. La variación del capital de trabajo y los gastos de capital que se realizarán en el primer año serán de (\$12.130,00). El flujo empieza con un valor negativo debido a la inversión inicial sin embargo con el pasar de los años se puede observar que se recupera la inversión. La importancia del Flujo de Caja es que permite a la conocer en forma rápida la liquidez de la empresa, además que es de mucha importancia ya que ayuda a determinar el TIR Y el VAN para los índices financieros de la empresa.

Tabla No 22: Flujo de caja

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	-32926.28	7754.19	8471.49	-3009.13	-21882.27	74929.25

7.4. Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración

Para la proyección del flujo de caja del inversionista se tendrá en consideración los rubros de los datos de los préstamos, gastos de interés, amortización de capital y el escudo fiscal determinando cuan viable es el proyecto.

La liquidez del inversionista tendrá su mayor obtención en el quinto año.

Tabla No 23 Flujo de caja del inversionista

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-19755.77	5611.02	6498.60	-4790.44	-21882.27	74929.25

Para el cálculo de las tasas de descuento se tomó en consideración los siguientes indicadores macroeconómicos: tasa libre de riesgo, tasa de mercado, beta de la industria y riesgo país; obteniendo un CAPM del 16.21% y un WACC del 12.87%.

Tabla No 24: Tasas de descuento

TASAS DE DESCUENTO	
Tasa libre de riesgo	3,21%
Tasa de mercado	8,47%
Beta de la industria	0,94
Riesgo país	8,06%
Costo de capital CAPM	16,21%
Tasa impositiva	33,70%
% deuda	40%
% capital propio	60%
Costo de deuda (Tasa de interes)	11,85%
WACC	12,87%

El valor actual neto se da después de medir los flujos de los futuros ingresos, egresos y deducir la inversión inicial después de la ganancia, deduciendo así si el proyecto es viable o no. En este caso el VAN del proyecto es de \$5.919,52 y del inversionista es de \$8.699,91. La tasa interna de retorno, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión, si el TIR es mayor a la tasa de

descuento del proyecto que en este caso es de 17.44%, es rentable y debe ser aceptado. El índice de rentabilidad para el proyecto es de \$0,18 mientras que para el inversionista es de \$0,44 por cada dólar invertido. El periodo de recuperación del capital va hacer de 4.5 años.

Luego de realizar el análisis de los indicadores se puede verificar que el proyecto es rentable y factible.

Tabla No 25: Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA		
Indicadores	Proyecto	Inversionista
VAN	\$ 5,919.52	\$ 8,699.91
TIR	17.44%	26.41%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4.56	4.49
IR	\$ 0.18	\$ 0.44

7.5. Índices financieros

Los índices financieros calculados para el proyecto comparándose con la industria se muestran a continuación.

El proyecto presenta una liquidez en el primer año de \$12,80 incrementándose año tras año hasta llegar a un \$31.18; esto revela que la empresa tiene la capacidad de cumplir las obligaciones que están próximas a vencer.

La razón de endeudamiento de una empresa mide la capacidad que tiene la misma para cubrir las deudas a corto plazo con los recursos existentes; en este proyecto se muestra un endeudamiento del 40% el mismo que para el quinto año disminuye a un 3.13% lo cual denota que la empresa pudo cubrir sus obligaciones. La rotación de activos de la industria para el quinto año es de 2.5, es decir que los activos se cambiaran 2 veces al año, para mayor eficiencia.

Tabla No 26: Índices Financieros

DETALLE	INDICES FINANCIEROS						Industria
	0	1	2	3	4	5	
Liquidez	\$ -	\$ 12,80	\$ 17,48	\$ 22,77	\$ 28,56	\$ 31,18	18,52
Capital de trabajo	\$ 20.796,28	\$ 22.312,86	\$ 35.060,43	\$ 53.624,60	\$ 79.229,84	\$ 107.869,19	
Endeudamiento	40,00%	37,82%	24,07%	13,90%	7,11%	3,13%	56%
ROI		4,7%	28,9%	30,8%	30,9%	26,4%	17,23%
ROE		7,62%	38,02%	35,78%	33,29%	27,28%	23,14%
Rotacion de activos		1,11	1,04	0,93	0,81	0,75	2,5

8. CONCLUSIONES GENERALES

- El sector turístico en el Ecuador ha crecido sustancialmente lo que permite ser generador de empleo en distintos ámbitos, dentro del sector hotelero ha aportado de forma positiva por lo cual se ha evidenciado varias oportunidades de generar ingresos. El gobierno actualmente es un ente que impulsa y respalda al turismo mediante políticas y normativas con la finalidad de incentivar este sector logrando así que con el pasar de los años llegue a ser una potencia turística y una fuente que genere grandes aportes económicos al país.
- Una correcta investigación de mercado tanto cualitativa como cuantitativa permitió determinar características principales sobre lo que las personas esperan de un lugar de alojamiento; entre las principales está la obtención de un servicio de calidad, comodidad, seguridad y que tenga fácil accesibilidad para acudir al lugar.
- La oportunidad de negocio dio como resultado después de realizar el análisis del entorno que era factible la creación de un hostel familiar que ofrezca programas de voluntariado especialmente para extranjeros.
- El hostel ha establecido estrategias del mix marketing enfocadas en el servicio, precio, plaza y promoción logrando de esta manera que sea un negocio atractivo teniendo como resultado una mayor cantidad de clientes.

- Se ha establecido una estructura organizacional que permitirá el correcto funcionamiento del hostel tomando muy en cuenta la misión, visión y los objetivos que tiene el mismo para su efectivo desarrollo y crecimiento.
- El análisis financiero obtuvo resultados positivos, luego del análisis de los indicadores financieros como el valor neto, la tasa de interés de entorno, el costo de capital ponderado WACC demostrando ser un negocio viable y rentable en una proyección de 5 años.

REFERENCIAS

- Armstrong, K. &. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Banco Central del Ecuador. (Abril de 2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/ect201804.pdf>
- Censos, i. N. (s.f.). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/balanza-turistica-con-saldo-positivo-en-2017/>
- David, F. R. (2013). Administración Estratégica. En F. R. David, *Administración Estratégica* (pág. 80). México: Pearson Education.
- Ecuador, B. C. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- El Telégrafo. (11 de Junio de 2018). Empleo en turismo creció 5.1% a inicios del año. *El Telégrafo*, 1.
- El Tiempo. (10 de Enero de 2018). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/ecuador-ingresa-al-sistema-de-agencias-de-viajes-internacionales-de-turismo-online>
- Entorno Turístico. (2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/retos-del-mintur-ecuador-2018/>
- Entorno Turístico. (2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de Proyección del turismo para Ecuador en el 2018: <https://www.entornoturistico.com/proyeccion-del-turismo-para-ecuador-en-el-2018/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (30 de Abril de 2018). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.turismo.gob.ec/balanza-turistica-con-saldo-positivo-en-2017/>
- LÍDERES. (2015). ALL YOU NEED IS ECUADOR. *LÍDERES*, 1.
- Líderes. (s.f.). *Líderes*. Obtenido de Líderes: 2017
- Marbaise, M. (2017). *El Modelo Canvas*. Madrid: 50 minutos.es.
- Ministerio de Trísmo. (2011). *Ministerio de Trísmo*. Obtenido de Ministerio de Trísmo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/ecuador-ama-la-vida1.png>

- Ministerio de Turismo . (Septiembre de 2014). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/find-out-quito-una-nueva-forma-de-hacer-turismo/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/campana-promocional-yo-descubri-en-ecuador-inicia-segunda-etapa-video/>
- Ministerio de Turismo. (27 de Septiembre de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/gobierno-nacional-presento-la-politica-nacional-de-turismo-que-convertira-al-pais-en-potencia-turistica/>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Ánàlisis Macroeconómico del Consumo Turístico*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (4 de Enero de 2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- Ministerio de Turismo. (6 de Abril de 2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/balanza-turistica-consaldo-positivo-en-2017/>
- Oficial, R. (2011). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: Lexis.
- ONU, O. D. (2015). *El voluntariado y los Objetivos Mundiales*. Obtenido de VOLUNTARIOS ONU: <https://www.unv.org/es/voluntariado/el-voluntariado-y-los-objetivos-mundiales>
- Romero, D. (2017 йил 11-Septiembre). Quito ganó 3 de 14 premios que recibió Ecuador en los "Oscar del Turismo". *El Comercio*, p. 1.
- Thompson, P. G. (2015). Administración Estratégica. En P. G. Thompson, *Administración Estratégica* (pág. 42). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Thompson, P. G. (2015). Administración Estratégica. En P. G. Thompson, *Administración Estratégica* (pág. 57). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Turismo, Q. (2017). *Plan Estratégico*. Quito.
- WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL. (2018). *WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL*. Obtenido de WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL ECONOMIC IMPACT 2018 ECUADOR: <https://www.wttc.org/>

/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ecuador2018.pdf

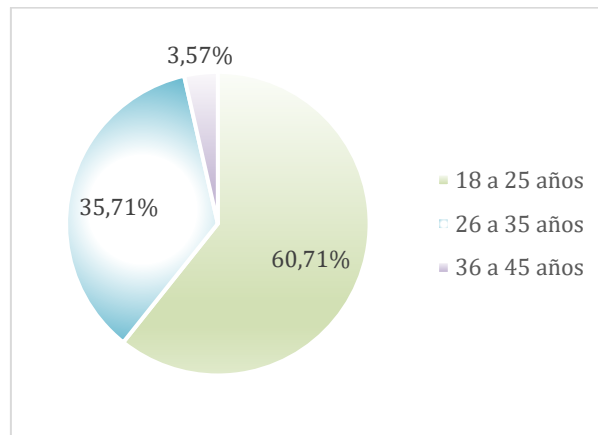
WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL. (2018). *WORLD TRAVEL TOURISM COUNCIL*. Obtenido de TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2018 ECUADOR: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ecuador2018.pdf>

ANEXOS

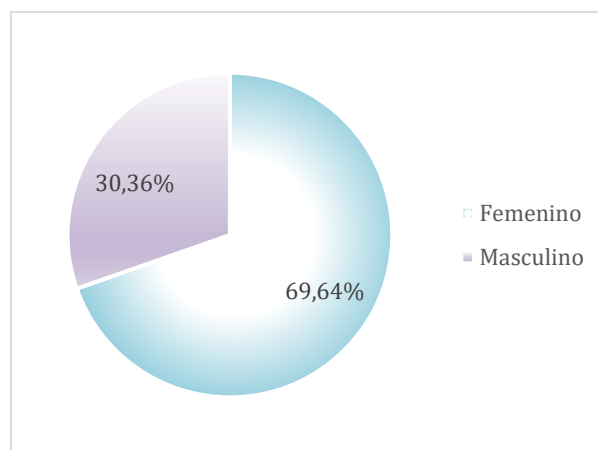
ANEXO 1

Encuesta y resultados:

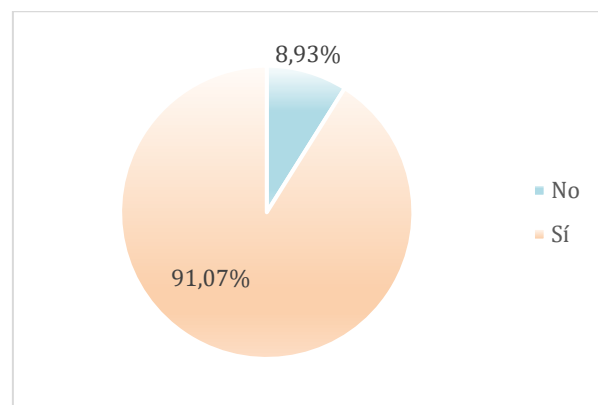
1) Edad



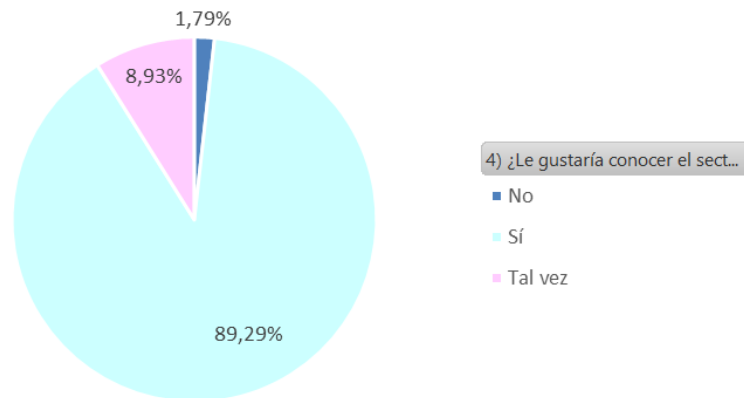
2) Género



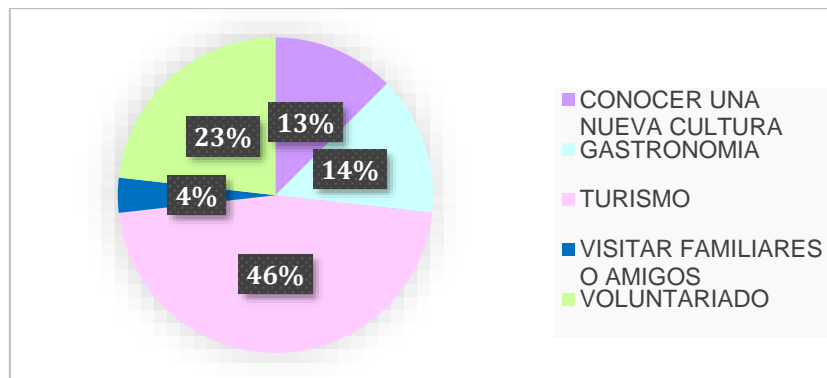
3) ¿Conoce usted sobre la localidad de Tumbaco, Quito-Ecuador?



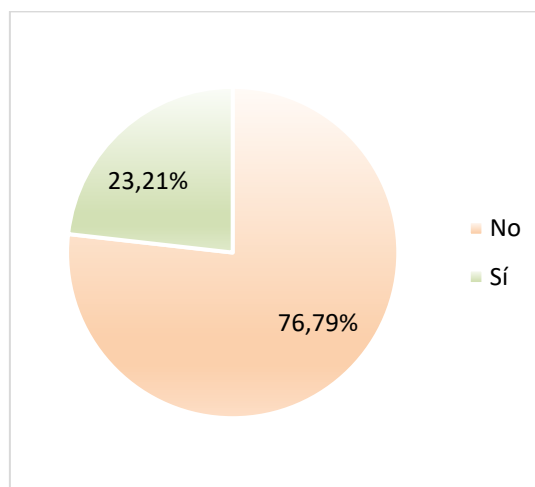
4) ¿Le gustaría conocer el sector de Tumbaco?



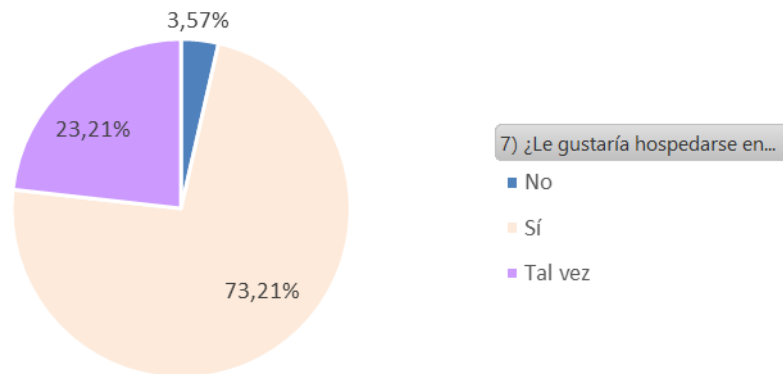
5) ¿Por qué motivos quisiera usted visitar este lugar?



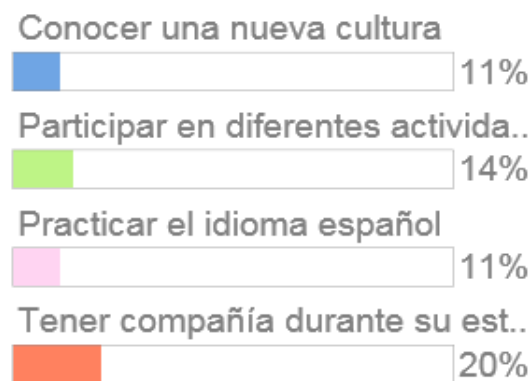
6) ¿Se ha hospedado en algún hotel/ hostel en el sector de Tumbaco?



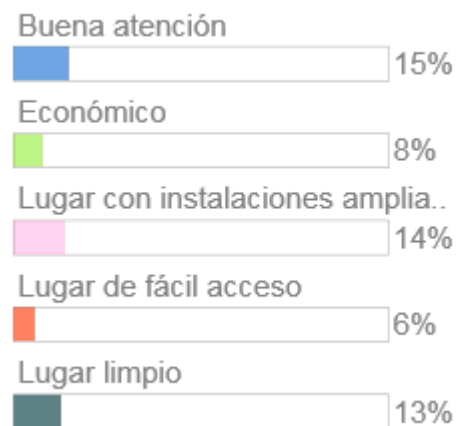
7) ¿Le gustaría hospedarse en un hostel familiar en el sector de Tumbaco?



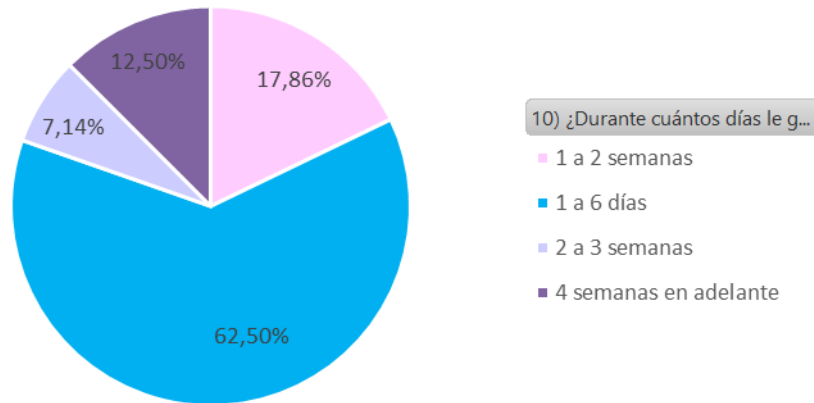
8) ¿Por qué motivos le gustaría hospedarse en un hostel familiar?



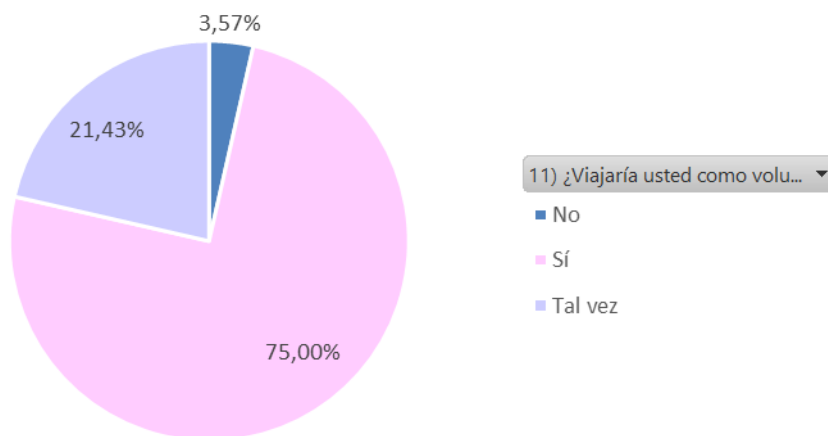
9) ¿Qué atributos son los más importantes para usted a la hora de escoger un lugar para hospedarse?



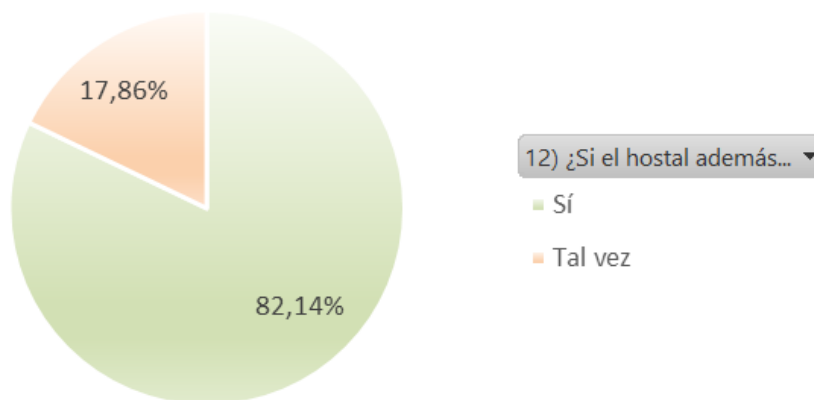
10) ¿Durante cuántos días le gustaría hospedarse en un hostel familiar?



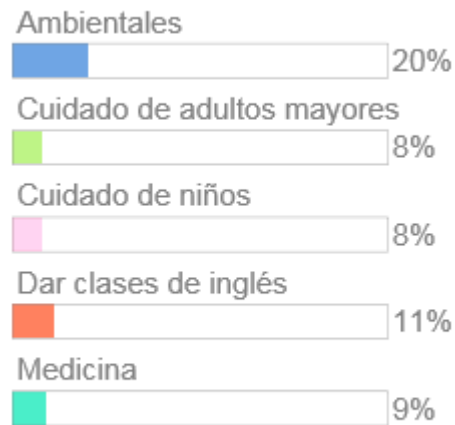
11) ¿Viajaría usted como voluntario?



12) Si el hostel además de ofrecer el alojamiento incluye programas de voluntariado enfocados en medio ambiente o ayuda social. ¿Los realizaría?

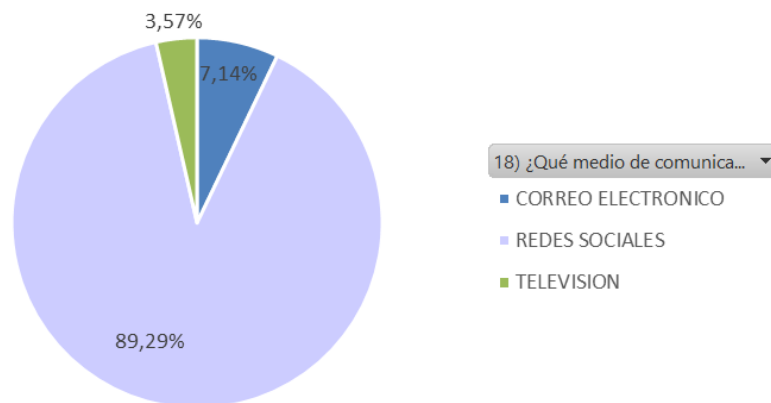


13) De los siguientes tipos de voluntariado ¿En qué programa estaría

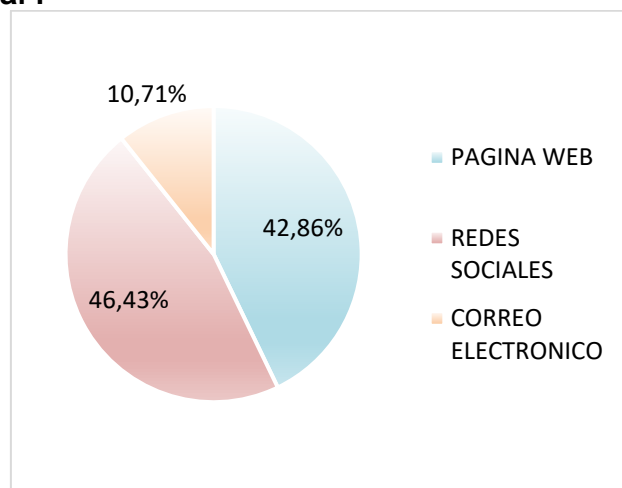


usted interesado?

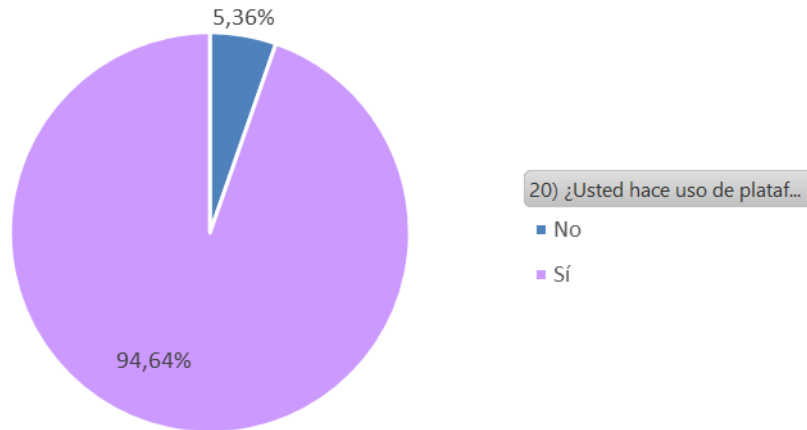
18) ¿Qué medio de comunicación es el que más utiliza?



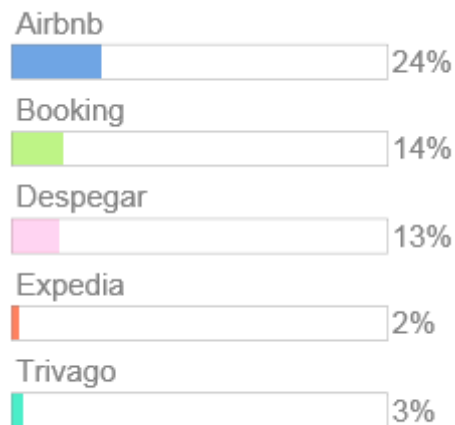
19) ¿De qué manera le gustaría obtener información sobre el hospedaje del hostel familiar?



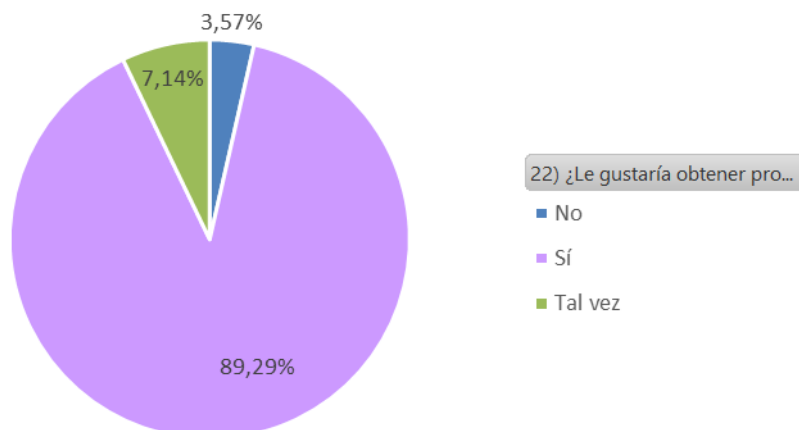
20) ¿Usted hace uso de plataformas de viajes?



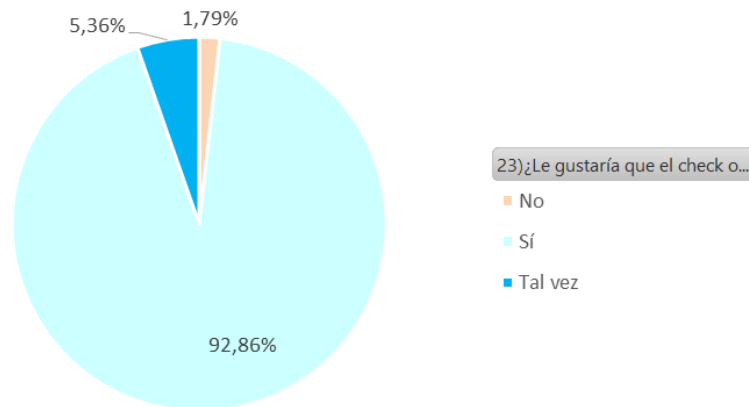
21) ¿Qué tipos de plataformas de viajes utiliza?



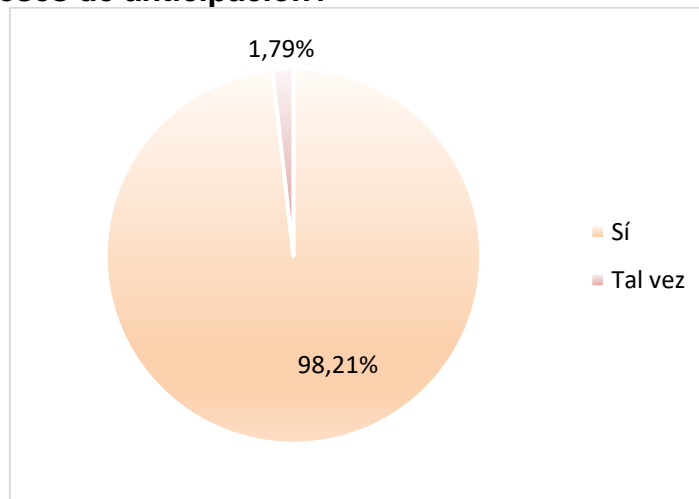
22) ¿Le gustaría obtener promociones en el hostel, por ejemplo, descuentos si su estadía es larga?



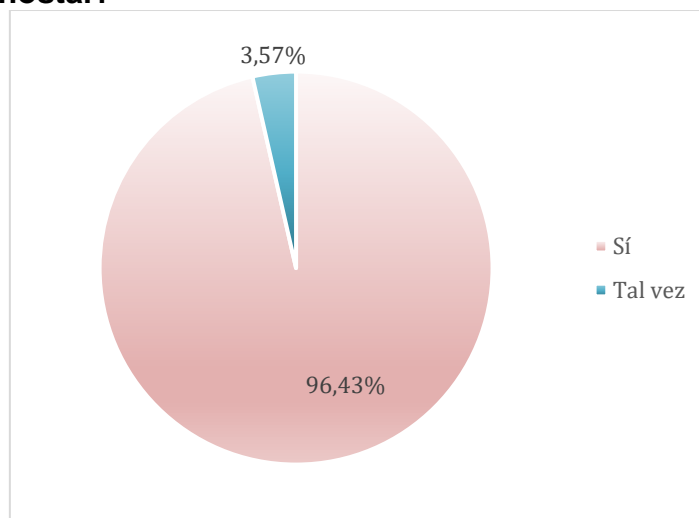
23) ¿Le gustaría que el check out del hostel tenga un horario flexible?



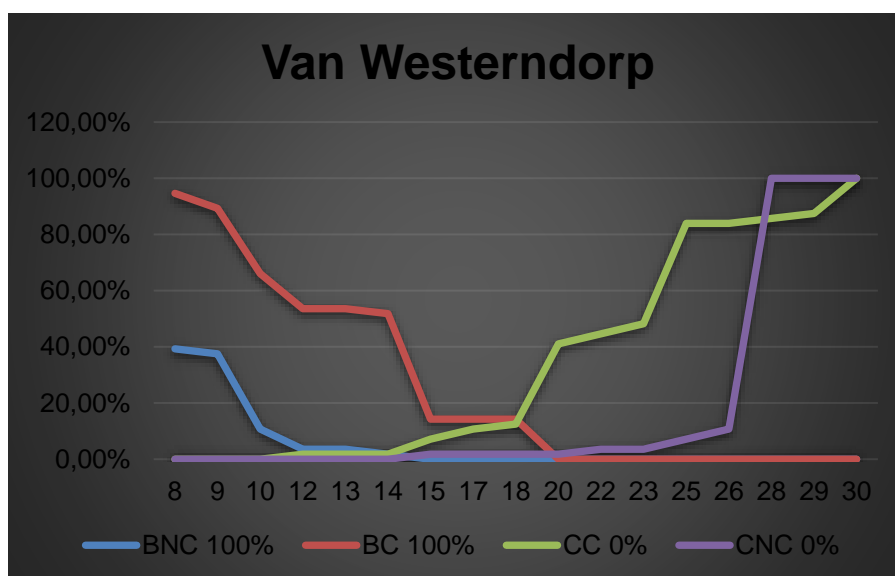
24) ¿Le gustaría obtener descuentos en su estadía si realiza reservas con al menos 3 meses de anticipación?



25) ¿Le gustaría obtener descuentos en restaurantes del sector por estar alojado en el hostel?



Precio determinado según el método de VANWESTERNDORP



ANEXO 2

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO

Acuerdo Ministerial 24

Registro Oficial Suplemento 465 de 24-mar.-2015 Última modificación: 18-feb.-2016

Estado: Vigente

MINISTERIO DE TURISMO No. 20150024-A

Considerando:

Que, la Constitución de la República en sus artículos 24 y 66 reconoce y garantiza a las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas actividades turísticas establecidas conforme a la Ley;

Que, la Constitución de la República del Ecuador señala en su artículo 227 que: "La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación. Es así que para una correcta administración se deberá velar por el cumplimiento de estos principios;

Que, el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social;

Que, el artículo 5 de la Ley de Turismo establece como actividad turística al servicio de alojamiento;

Que, el artículo 15 de la Ley, establece: "El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana (...);"

Que, el artículo 16 de la Ley, prescribe: "Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley";

Que, el artículo 19 de la Ley, contempla que el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo, mismas que deberán sujetarse a las normas de uso internacional, para lo cual expedirá las normas técnicas correspondientes;

Que, el artículo 43 del Reglamento a la Ley de Turismo determina que: "se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje";

Que, el servicio de alojamiento por su naturaleza, alcance y peculiaridad requiere ser reglamentado a través de un cuerpo normativo específico en el cual se establezcan los parámetros a los cuales debe someterse esta actividad, a fin de que su conceptualización, clasificación, categorización y servicio prestado respondan a estándares técnicos y objetivos que permitan la generación de una oferta de calidad.

Que, entre las actividades turísticas existentes, el alojamiento constituye un factor determinante en la experiencia de viaje, medición de satisfacción de los turistas y posicionamiento de los diferentes destinos turísticos del Ecuador a nivel nacional e internacional, por lo cual el país requiere contar con el marco regulatorio que le permita ubicarse como una potencia turística en el contexto internacional.

Que, el artículo 44 del Reglamento General a la Ley establece: "Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible. Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas, ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo".

Que, la primera disposición transitoria del Reglamento General a la Ley de Turismo, dispone que las normas técnicas y reglamentos especiales por actividad y por modalidad que se han determinado en este Reglamento con el objeto de regular la actividad turística a nivel nacional serán formuladas, consultadas y expedidas, por el Ministerio de Turismo, a través de Acuerdo Ministerial, en un plazo no mayor a 24 meses, contados a partir de la publicación de este Reglamento general, en el Registro Oficial;

Que, a partir de la emisión del Reglamento mencionado no se ha emitido Acuerdo Ministerial alguno para regular la actividad turística de alojamiento por lo que es inminente la promulgación de este cuerpo normativo para la actividad turística de alojamiento;

Que, el estado ecuatoriano reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el Buen Vivir (sumak kawsay);

Que, es necesario expedir una normativa que ofrezca mecanismos de mejoramiento de los servicios, para lo cual, el Ministerio de Turismo ha basado sus políticas públicas en sólidos pilares de calidad y seguridad, que garanticen el bienestar del turista, con el objeto de consolidar al Ecuador como potencia turística.

Que, la calidad es una prioridad en la política pública del Ministerio de Turismo, que se debe ver reflejada en la prestación de actividades, modalidades y servicios turísticos; y,

En ejercicio de las facultades que le confieren los artículos 151 y 154 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador; y, el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva.

Acuerda:

Expedir el siguiente

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO CAPITULO I

SECCION I AMBITO GENERAL

Art. 1.- Objeto. - El objeto del presente Reglamento es regular la actividad turística de alojamiento.

Art. 2.- Ámbito de aplicación. - El presente Reglamento será aplicado a nivel nacional.

Art. 3.- Definiciones. - Para la aplicación del presente Reglamento se deberá tomar en cuenta los siguientes términos y definiciones:

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

2. Amenities: Artículos de limpieza y cuidado personal, entregados como cortesía al huésped, en las habitaciones de los establecimientos de alojamiento turístico.

3. Área de uso común: Es la superficie construida de un establecimiento de alojamiento turístico que provee de servicios generales al inmueble, tales como vestíbulo principal, cuartos de baño y aseo comunes, entre otros.

4. Área deportiva: Es un área específica, dentro del establecimiento de alojamiento turístico, que está provista de todos los medios necesarios para la práctica de uno o más deportes a manera de recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico para el huésped.

5. Botiquín de primeros auxilios: Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos lo siguiente: algodón hidrófilo, tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, suero fisiológico, sales hidratantes, termómetro, vendas elásticas, manual de primeros auxilios.

6. Business center o centro de negocios: Espacio común habilitado para personas de negocios en un establecimiento de alojamiento turístico, con equipamiento de oficina (hojas, grapadora, esferográficos, entre otros) y medios telemáticos adecuados para poder trabajar. Suele contar con varios puestos informáticos con acceso a internet.

7. Catastro de alojamiento: Es el registro administrativo de los establecimientos de alojamiento registrados ante la Autoridad Competente el cual mantiene datos de su identificación, número de registro, clasificación, categorización y los demás que determine la Autoridad Nacional de Turismo.
8. Categoría: Se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría.
9. Categoría única: Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el número de estrellas. Esta categoría se utilizará para refugio, casa de huéspedes y campamento turístico.
10. Cuarto de baño y aseo: áreas destinadas al aseo personal o para satisfacer una determinada necesidad biológica.
11. Cuarto de baño y aseo compartido: Cuarto de baño, en espacio independiente a las habitaciones, destinado a servir los requerimientos hasta de 6 plazas. Este tipo de baño puede ser unisex.
12. Cuarto de baño y aseo en áreas comunes: Cuarto de baño que se encuentra ubicado en áreas para uso común y/o múltiple de huéspedes. Este tipo de baño puede ser unisex, dependiendo de la capacidad del establecimiento.
13. Cuarto de baño y aseo privado: Cuarto de baño de uso exclusivo para los huéspedes de una determinada habitación.
14. Establecimiento de alojamiento turístico: Es el establecimiento considerado como una unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la

competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente Reglamento.

15. Establecimiento de alojamiento turístico con distintivo superior: Es el establecimiento que además de cumplir con los requisitos obligatorios y de categorización para registrarse como establecimiento de alojamiento turístico, cumple con requisitos distintivos adicionales que permiten obtener la condición de "Superior".

16. Frigo bar: Pequeño refrigerador disponible en una habitación con o sin bebidas y/o alimentos para el consumo de los huéspedes del establecimiento.

17. Habitación compartida: Cuarto compartido de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de varias personas, pudiendo no pertenecer al mismo grupo. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico categorizados de tres, cuatro y cinco estrellas.

18. Habitación privada: Cuarto privado de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o más personas del mismo grupo, según su capacidad y acomodación.

19. Hospedaje: Servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida.

20. Huésped: Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.

21. Jornada hotelera: Período de tiempo determinado según las políticas del establecimiento, en el que se define el horario de ingreso (check in) y salida (check out) de los huéspedes.

22. Plaza: Espacio de hospedaje por persona con el que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico.

23. Requisitos obligatorios: Son los requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria los establecimientos de alojamiento turístico a nivel nacional, sea cual fuere su clasificación o categoría, con excepción de los determinados como categoría única. En caso de que el establecimiento no cumpla con estos requisitos, no podrá registrarse y se sancionará conforme a la normativa vigente.

24. Requisitos de categorización: Son los requisitos diferenciadores que permiten distinguir las categorías establecidas en el presente Reglamento. Estos requisitos son de cumplimiento obligatorio para obtener una categoría de alojamiento y/o mantenerla.

25. Requisitos distintivos: Son los requisitos voluntarios que permiten elevar los estándares de calidad de un establecimiento de alojamiento turístico, y le facultan acceder a la distinción de "Superior", en caso que deseen adquirir la misma. Estos requisitos serán cuantificados a través de un sistema de puntuación y serán de libre elección para el establecimiento.

26. Servicios complementarios: Son los servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, pueden ser gratuitos u onerosos y se describirán en el presente Reglamento, tales como restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado, entre otros.

27. Tarifa rack o mostrador: Tarifa máxima por pernoctación que determina el establecimiento de alojamiento turístico por el servicio de alojamiento. Este deberá considerar el valor por huésped, por noche, por tipo de habitación y por temporada, incluido impuestos. Anualmente esta tarifa deberá ser registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo, conforme lo dispuesto en este Reglamento.

28. Tiempo compartido o "time sharing": Es la modalidad mediante la cual el propietario o los copropietarios de un inmueble, someten el mismo a un régimen contractual mediante el cual se adquieren derechos de uso sobre el inmueble, por parte de distintas personas, en distintos períodos del año, con fines vacacionales.

29. Tipos de camas:

- a) Cama de una plaza: Cama cuya dimensión es de al menos 80x190 cm.
- b) Cama de una plaza y media (twin): Cama cuya dimensión es de al menos 105x190 cm. Las dimensiones de este tipo de cama deberán ser consideradas para camas adicionales.
- c) Cama de dos plazas (full): Cama cuya dimensión es de al menos 135x190 cm.
- d) Cama de dos y media plazas (Queen): Cama cuya dimensión es de al menos 156x200 cm.
- e) Cama de tres plazas (King): Cama cuya dimensión es de al menos 200x200 cm.

30. Tipos de habitación:

- a) Habitación individual o habitación simple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de una sola persona.
- b) Habitación doble: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de dos personas.
- c) Habitación triple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de tres personas.
- d) Habitación cuádruple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cuatro personas. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico de cinco estrellas.
- e) Habitación múltiple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cinco o más personas. Este tipo de habitación no aplica para establecimientos de cinco estrellas.
- f) Habitación júnior suite: Habitación destinada al alojamiento turístico compuesto por un ambiente adicional que se encuentre en funcionamiento.

g) Habitación suite: Unidad habitacional destinada al alojamiento turístico compuesta de una o más áreas, al menos un baño privado y un ambiente separado que incluya sala de estar, área de trabajo, entre otros.

31. Todo incluido o "all inclusive": Es la modalidad de servicio que brinda un establecimiento de alojamiento turístico, donde ofrece alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y otros servicios, dándole al turista una estadía completa sin que deba incurrir en pagos adicionales a los establecidos en el contrato.

Nota: Numeral 17 reformado por artículo 1, literal a) de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en el Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

Art. 4.- Ejercicio de la actividad. - Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley.

SECCION II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS HUESPEDES Y ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO

Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes. - Los huéspedes tendrán los siguientes derechos y obligaciones:

- a) Ser informados de forma clara y precisa del precio, impuestos, tasas y costos aplicables al servicio de alojamiento;
- b) Ser informados de las políticas, planes, y procedimientos determinados por el establecimiento;
- c) Recibir el servicio conforme lo contratado, pagado y promocionado por el establecimiento de alojamiento;
- d) Recibir el original de la factura por el servicio de alojamiento;

- e) Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, sin signos de deterioro y en correcto funcionamiento;
- f) Comunicar las quejas al establecimiento de alojamiento turístico;
- g) Denunciar por los canales establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, las irregularidades de los establecimientos de alojamiento turístico;
- h) Pagar el valor de los servicios recibidos y acordados;
- i) Entregar la información requerida por el establecimiento previo al ingreso (check in), incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresan;
- j) Cumplir con las normas del establecimiento de alojamiento y aquellas determinadas por la normativa vigente;
- k) Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al establecimiento, cuando le fuere imputable.

Art. 6.- Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico.

- Los establecimientos de alojamiento turístico gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- a) Recibir el pago por los servicios entregados al huésped;
- b) Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público, sin que esto exima a los huéspedes de su obligación de pago;
- c) Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico;
- d) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente;
- e) De ser el caso, cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento, conforme al tipo de servicio ofrecido;

- f) Obtener el registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento;
- g) Exhibir la licencia única anual de funcionamiento en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo;
- h) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento;
- i) Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped;
- j) Otorgar información veraz del establecimiento al huésped;
- k) Notificar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la transferencia de dominio o modificación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de los diez días de producida;
- l) Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente; así como, propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento, los mismos que podrán ser realizados mediante cursos en línea.
- m) Determinar la moneda extranjera que se acepta como forma de pago en el establecimiento;
- n) Asumir su responsabilidad en caso de ocasionar daños y perjuicios al huésped, cuando le fuere imputable;
- o) Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento y demás normativa vigente relacionada con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias;
- p) En caso de incidentes y accidentes el establecimiento deberá informar sobre el hecho a las Autoridades competentes;
- q) Respetar la capacidad máxima del establecimiento;

- r) Respetar y cumplir con los límites máximos de ruido establecidos conforme a la Autoridad competente;
- s) Exigir información al huésped, incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresen al establecimiento;
- t) Prestar las facilidades necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad competente;
- u) Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas en la normativa pertinente y de conformidad con lo previsto en este Reglamento;
- v) Llevar un registro diario y proporcionar a la Autoridad Nacional de Turismo y a las autoridades que así lo requieran, información sobre el perfil del huésped donde se incluya al menos nombre, edad, nacionalidad, género, número de identificación, tiempo de estadía y otros que se determinen.

CAPITULO II SECCION I

DE LOS PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO, INSPECCION E IDENTIFICACION

Art. 7.- Requisitos previo al registro. - Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos:

- a) En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- c) Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;

- d) Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;
- e) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;
- f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;
- g) Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos;
- h) Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo.

Nota: Artículo reformado por artículo 1, literal b de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

Art. 8.- Del procedimiento de registro e inspección de un establecimiento turístico. - El procedimiento para el registro e inspección de un establecimiento de alojamiento turístico será el siguiente:

- a) La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de los establecimientos de alojamiento turístico, en el que se determinará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización.
- b) Para el registro, el empresario deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la Autoridad Nacional de Turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento.

c) La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a los establecimientos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada al establecimiento.

d) En caso de que los resultados de la inspección, determinen que el establecimiento no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de modificaciones, re-categorizaciones o reclasificaciones, la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidas en la normativa vigente.

Art. 9.- Cambio de clasificación o categoría. - Todo establecimiento que manifieste su voluntad de cambiar su clasificación o categoría, deberá realizar el proceso correspondiente determinado en la herramienta digital de la Autoridad Nacional de Turismo.

Sin perjuicio de lo previsto en el inciso anterior, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado según el caso, no exigirán la presentación de documentación alguna, que ya hubiere sido acreditada en el momento pertinente.

Art. 10.- De la identificación del establecimiento turístico. - El establecimiento deberá contar con un letrero visible en la parte exterior del mismo, en el cual no podrá ostentar una tipología o categoría que pueda engañar a los huéspedes, turistas, autoridades y público en general, sobre las condiciones y calidad del establecimiento. El incumplimiento de la presente disposición, dará lugar a las sanciones establecidas en la normativa vigente.

SECCION II

DEL PROCEDIMIENTO DE LICENCIAMIENTO

Art. 11.- Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento. - Para el proceso de licenciamiento de los establecimientos de

alojamiento turístico, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia de licenciamiento, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de registro de turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso.

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- a) Pago del impuesto predial.
- b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.

En el caso de que el Gobierno Autónomo Descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de los establecimientos de alojamiento, la Autoridad Nacional de Turismo otorgará de manera gratuita un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en este Reglamento.

CAPITULO III

DE LA CLASIFICACION Y CATEGORIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO

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

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

a) Hotel. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

b) Hostal. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

b.1. Hostería - Hacienda Turística – Lodge-Hostería. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

b.2. Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

b.3. Lodge. - 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 y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar

excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c) Resort. - Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto.

Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

d) Refugio. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

e) Campamento turístico. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

f) Casa de huéspedes. - Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.

Nota: Numerales c.1, c.2 y c.3 reformados por literales c) y d) del artículo 1 y literal c) del artículo 3, de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico. - Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico Categorías asignadas:

Hotel 2 estrellas a 5 estrellas

Hostal 1 estrella a 3 estrellas

Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas

Lodge

Resort 4 -5 estrellas a 5 Refugio Categoría única

Campamento turístico

Casa de huéspedes

Art. 14.- Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico. - El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local.

Las modificaciones y/o adecuaciones que pudieren afectar o alterar la clasificación y/o categorización del establecimiento de alojamiento turístico ya registrado, deberán ser notificadas a la Autoridad Nacional de Turismo por medio de su herramienta digital, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la modificación, para su actualización. En caso de no dar cumplimiento a la disposición de este inciso, se aplicarán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

CAPITULO IV

DE LOS REQUISITOS OBLIGATORIOS, DE CATEGORIZACION Y DISTINTIVOS

Art. 15.- Requisitos obligatorios. - Los requisitos obligatorios estarán contenidos en el Anexo A que es parte integrante del presente Reglamento y deberán ser considerados por todos los establecimientos de alojamiento turístico que no se encuentren determinados en este Reglamento como categoría única.

Art. 16.- Requisitos de categorización y categoría única. - Los requisitos de categorización y categoría única se encontrarán detallados en los anexos que son parte integrante de este Reglamento conforme a lo siguiente:

- a) Hotel Anexo 1
- b) Hostal Anexo 2
- c) Hostería, Hacienda Turística y Lodge Anexo 3
- d) Resort Anexo 4
- e) Refugio Anexo 5

- f) Campamento turístico Anexo 6
- g) Casa de huéspedes Anexo 7.

Art. 17.- Requisitos distintivos. - Los establecimientos de alojamiento turístico de manera opcional, podrán acceder al reconocimiento de distintivo "Superior", disponible para las categorías de tres a cinco estrellas, de cualquier tipología a la que pertenezcan, siempre y cuando cumplan con los requisitos obligatorios, requisitos de categorización, más el siguiente puntaje:

CATEGORIA Puntos requeridos como requisitos para distintivo "Superior"

5 Estrellas 60

4 Estrellas 50

3 Estrellas 40

2 Estrellas N/A

1 Estrella N/A

Los requisitos distintivos se encontrarán detallados en el anexo B, que es parte integrante de este Reglamento.

CAPITULO V SECCION I

DE LA COMERCIALIZACION

Art. 18.- Políticas de comercialización. - Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con políticas que permitan una correcta comercialización de los mismos. Estas políticas se deberán manejar de la siguiente manera:

1. Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común.
2. Desarrollar una política de pago y cancelación de reservas.

3. Establecer un sistema propio o contratado de manejo de reservas. Es facultad del establecimiento establecer un sistema de pago en línea. (No aplica para casa de huéspedes y refugio).

4. Usar obligatoriamente el logo de la Autoridad Nacional de Turismo en herramientas digitales, conforme lo establecido en el manual de aplicación de uso de logotipo. El uso del logo deberá estar vinculado a través de un enlace, en el portal electrónico del establecimiento, que se remita directamente a la página en la que conste información sobre el registro del establecimiento ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a quienes se les haya transferido las competencias.

Art. 19.- Prohibición sobre comercialización. - Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico ofertar, a través de cualquier medio de información, servicios o infraestructura que no correspondan a su establecimiento, a su clasificación o categorización. Es decir, la clasificación o categorías no podrán ser utilizadas para engañar o inducir a confusión al público respecto de la calidad del servicio brindado.

En caso de que se compruebe este hecho, se aplicarán las sanciones determinadas en la normativa nacional de turismo, sin perjuicio de las sanciones que se establecen en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

SECCION II

DEL TIEMPO COMPARTIDO O "TIME SHARING"

Art. 20.- Del tiempo compartido o "time sharing". - Los establecimientos de alojamiento turístico que sean utilizados para el régimen de tiempo compartido o "time sharing", deberán obtener el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento correspondiente por parte de la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les hubiere facultado para el efecto.

Art. 21.- Contratos de tiempo compartido o "time sharing". - Los establecimientos de alojamiento turístico que operen bajo esta modalidad deberán contar con contratos que incluyan cláusulas de fácil comprensión para sus clientes. No se

podrán incluir cláusulas o estipulaciones que causen indefensión al cliente o sean contrarias al orden público y a las buenas costumbres.

Para registrar estos contratos ante la Autoridad Nacional de Turismo, el representante legal del establecimiento deberá demostrar que éste se encuentra apto para su funcionamiento.

Art. 22.- Registro de contratos. - Sin perjuicio de lo mencionado en el artículo anterior, los contratos o sus modificaciones, deberán contar con la autorización de la Autoridad Nacional de Turismo previa a su utilización.

Art. 23.- Sanciones. - En caso de que el establecimiento que se encuentre operando bajo esta modalidad, incumpla alguna de las disposiciones del presente capítulo, será sujeto de las sanciones determinadas en la Ley de turismo y demás normativa aplicable.

DISPOSICIONES GENERALES:

PRIMERA. - Los establecimientos de alojamiento turístico serán de libre acceso al público, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a los que incumplan las normas básicas de convivencia.

SEGUNDA. - Los establecimientos de alojamiento turístico no podrán desarrollar actividades de intermediación u operación turística directamente, solo a través de agencias de viajes u operadoras turísticas legalmente registradas, quedando habilitado únicamente el servicio de traslado del huésped desde el establecimiento a puertos o aeropuertos y viceversa, de acuerdo a la normativa vigente.

TERCERA. - Los establecimientos de alojamiento turístico deberán informar a la Autoridad Nacional de Turismo hasta el primero de diciembre de cada año sobre las tarifas rack o mostrador del año siguiente. Estas considerarán el valor por huésped, por noche, por tipo de habitación y por temporada baja y alta, incluido impuestos; de no hacerlo la Autoridad Nacional de Turismo sancionará conforme a la normativa vigente.

CUARTA. - Los establecimientos de alojamiento turístico que brinden los servicios de alimentos y bebidas, y modalidades de aventura dentro de sus instalaciones deberán regirse al Reglamento específico para cada actividad.

QUINTA. - Los establecimientos de alojamiento turístico deberán mantener convenios o contratos suscritos con compañías de taxis que cuenten con el permiso de operación pertinente conforme a las disposiciones de la normativa correspondiente, para prestar el servicio a sus clientes únicamente cuando se trate de movilización no turística. Se deberá exhibir de manera visible en la recepción del establecimiento los datos de contacto de las compañías de taxis con las que se haya suscrito contratos o convenios. Este requisito no aplica para establecimientos ubicados en lugares remotos.

SEXTA. - Los establecimientos de alojamiento turístico que se comercialicen bajo la modalidad de vacaciones "ALL INCLUSIVE" o TODO INCLUIDO, deberán ofertar de manera transparente todos los servicios que se incluirán durante la estadía de sus huéspedes, así como los costos finales que se deriven de esta modalidad.

SEPTIMA. - Se prohíbe a los establecimientos de alojamiento turístico permitir el ingreso de niños, niñas y adolescentes a los establecimientos con fines de explotación sexual, laboral, trata y tráfico de personas. En caso de que se incumpla con esta disposición, se aplicarán las sanciones establecidas en la legislación vigente.

OCTAVA. - Los establecimientos de alojamiento turístico categorizados de cuatro y cinco estrellas deberán cobrar el 10% por concepto de servicios. Dicho valor deberá ser redistribuido según las especificaciones de la normativa vigente.

NOVENA. - Para el cumplimiento de los requisitos referentes a accesibilidad para personas con discapacidad o movilidad reducida, los establecimientos de alojamiento turístico deberán acoger las especificaciones contenidas en las normas INEN sobre accesibilidad al medio físico.

DECIMA. - La Autoridad Nacional de Turismo se encuentra facultada para realizar en cualquier momento, sin notificación previa, inspecciones a los establecimientos de alojamiento turístico, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento. Las inspecciones se realizarán con la presencia del propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico.

DECIMA PRIMERA. - La jornada hotelera dependerá de las políticas del establecimiento, las cuales deberán ser debidamente informadas al huésped previo a su ingreso.

DECIMA SEGUNDA. - Los establecimientos de alojamiento ubicados en áreas naturales protegidas deberán cumplir, además de las disposiciones del presente Reglamento, con la normativa establecida por la Autoridad Ambiental competente.

DECIMA TERCERA. - Los nuevos establecimientos permitidos en áreas naturales protegidas solamente podrán ser categorizados de 3 a 5 estrellas o categoría única a excepción de casa de huéspedes y deberán cumplir con la normativa correspondiente.

DECIMA CUARTA. - Los establecimientos de alojamiento turístico que expendan bebidas alcohólicas en sus instalaciones, podrán ser inspeccionados por el Ministerio del Interior para verificar el origen de los productos ofertados.

DECIMA QUINTA. - Los centros de turismo comunitario que presten el servicio de alojamiento deberán obtener el registro y licencia correspondiente a alojamiento turístico ante la Autoridad Nacional de Turismo, con la finalidad de cumplir con las disposiciones del presente Reglamento. El valor por concepto de registro y licencia será conforme a lo establecido por la Autoridad Nacional de Turismo.

DECIMA SEXTA. - En caso de que existan establecimientos que compartan características de dos o más tipologías, para el registro se considerará la tipología que predomine.

DECIMO SEPTIMA. - Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos lo siguiente:

CATEGORIA REQUISITO

5 ESTRELLAS Sistema de tratamiento de aguas residuales 4 ESTRELLAS Sistema de tratamiento de aguas residuales 3 ESTRELLAS Pozo séptico

2 ESTRELLAS Pozo séptico 1 ESTRELLA Pozo séptico

Los nuevos establecimientos de alojamiento turístico categorizados como cinco estrellas, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.

DECIMA OCTAVA. - La Autoridad Nacional de Turismo tiene la obligación de coordinar con instituciones involucradas, directa o indirectamente, en la actividad de alojamiento, con el fin de que toda la información posible sea obtenida en línea, para facilitar los trámites de los usuarios.

DECIMA NOVENA. - Todos los establecimientos de alojamiento turístico serán considerados como una unidad integral de negocios para el desarrollo de sus actividades.

VIGESIMA. - Para establecimientos de alojamiento turístico que funcionen en edificios patrimoniales se estará a lo dispuesto en el presente Reglamento, en tanto y en cuanto no contravenga a la normativa específica para la declaración de bienes patrimoniales.

Nota: Disposición agregada por artículo 1 literal e) de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS:

PRIMERA. - La Autoridad Nacional de Turismo, desarrollará el sistema informático que permitirá el registro de clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico; hasta ello se continuará con el proceso de registro y licenciamiento habitual.

Una vez que se encuentre lista la herramienta digital, el establecimiento de alojamiento tendrá hasta el 28 de febrero de 2016 para realizar el proceso de registro, conforme lo determine la Autoridad Nacional de Turismo.

La clasificación y categoría de los establecimientos de alojamiento turístico ostentadas hasta el año 2014, se mantendrán hasta el 31 de marzo del año 2016. En el caso de los establecimientos de alojamiento turístico que hayan obtenido la licencia única anual de funcionamiento previo al plazo indicado para obtener el Registro de Turismo, no será necesaria la emisión de una nueva. Para procesos administrativos se tomará en cuenta la clasificación y categoría del nuevo Registro de Turismo.

Nota: Amplíese 30 días el plazo establecido en el segundo inciso de esta Disposición. Dado por artículo 4 de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

Nota: Disposición reformada por artículo 1 de Acuerdo Ministerial No. 2, publicado en Registro Oficial 693 de 18 de febrero del 2016.

SEGUNDA. - El nuevo proceso de clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico existentes tendrán como plazo hasta el 28 de febrero de 2016 para cumplir con las disposiciones establecidas en este instrumento. De existir cambios en la clasificación o categoría deberán contemplarlas en todos los espacios en los que se identifique y publicite al establecimiento.

Nota: Disposición reformada por artículo 2 de Acuerdo Ministerial No. 2, publicado en Registro Oficial 693 de 18 de febrero del 2016.

TERCERA. - Los nuevos establecimientos de alojamiento deberán cumplir con las disposiciones establecidas en el presente Reglamento, a partir de su publicación en el Registro Oficial.

CUARTA. - Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con personal profesional o certificados en competencias laborales de forma progresiva.

QUINTA. - Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con personal que hable al menos un idioma extranjero de forma progresiva

SEXTA. - Deléguese a la Coordinación Jurídica de la Autoridad Nacional de Turismo para que en el plazo de 1 mes contado a partir de la publicación del presente Reglamento en el Registro Oficial, realice un modelo de contrato para los establecimientos que operan con la modalidad de tiempo compartido o "time sharing". Una vez emitido este modelo de contrato los establecimientos que apliquen esta modalidad deberán sujetarse al mismo.

SEPTIMA. - Dispóngase a la Coordinación Administrativa Financiera y Coordinación General de Estadística e Investigación de la Autoridad Nacional de Turismo, que, hasta el 30 de junio de 2015, desarrolle la nueva fórmula de aplicación para el cobro del valor por concepto de registro y licencia anual de funcionamiento.

OCTAVA. - Nota: Disposición derogada por artículo 3, literal a) de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

NOVENA. - Se considera un establecimiento de alojamiento turístico nuevo, aquel que hasta la fecha de publicación del presente Reglamento en el Registro Oficial, no se encuentra registrado en la Autoridad Nacional de Turismo o Gobierno Autónomo Descentralizado, según el caso.

DECIMA. - Los establecimientos de alojamiento turístico existentes, tendrán un plazo máximo de 3 años a partir de la publicación de este Reglamento en el Registro Oficial, para implementar instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 220V.

DECIMA PRIMERA. - Los establecimientos de alojamiento turístico existentes, tendrán un plazo máximo de 3 años a partir de la publicación de este Reglamento

en el Registro Oficial, para implementar trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.

DECIMA SEGUNDA. -

Nota: Disposición derogada por artículo 3, literal b) de Acuerdo Ministerial No. 1, publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

DECIMA TERCERA.- Los responsables legales, propietarios o administradores de los establecimientos de alojamiento según las clasificaciones previstas para el efecto, en cuyos establecimientos se encuentren animales silvestres en cautiverio, deberán solicitar a la Autoridad Ambiental Nacional en cada sede provincial, el inicio del registro individual de los especímenes de todos los grupos taxonómicos así como su regularización para el manejo de los animales silvestres, previo al cumplimiento de los requisitos para exhibición. Esta actividad se realizará en un plazo de 6 meses a partir de la emisión del presente Reglamento, tiempo en el que la Autoridad Ambiental Nacional dará seguimiento al manejo de los especímenes.

De no dar cumplimiento en el plazo indicado se procederá con el decomiso de los especímenes y se iniciará el correspondiente proceso administrativo y penal de ser el caso. Cada sede provincial de la Autoridad Ambiental Nacional abrirá un registro según el procedimiento establecido por dicha Autoridad.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS:

PRIMERA. - Deróguese la Resolución No.172, en lo pertinente al sector de alojamiento, la cual fue emitida por la Corporación Ecuatoriana de Turismo el 24 de noviembre de 1989.

SEGUNDA. - Deróguese toda normativa vigente que se oponga al presente Reglamento, en lo pertinente al sector de alojamiento.

DISPOSICIONES FINALES:

PRIMERA. - Para fines de regulación y control de los establecimientos de alojamiento turístico, serán parte integrante de este Reglamento 9 anexos referentes a los requisitos obligatorios, de clasificación, categorización y distintivos, que deberán ser cumplidos a cabalidad por los establecimientos de alojamiento y los funcionarios que realicen el control de los mismos conforme a las disposiciones establecidas en esta norma.

SEGUNDA. - El incumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Reglamento será sancionado conforme a la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

TERCERA. - El presente Reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en San Francisco de Quito, a los 25 días de febrero de 2015. f.) Sandra Naranjo Bautista, Ministra de Turismo.

Publicado en Registro Oficial 664 de 7 de enero del 2016.

