

# **ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA ECOLÓGICA UBICADO EN LA .VÍA ALÓAG – SANTO  
DOMINGO, PARROQUIA MANUEL CORNEJO ASTORGA  
(TANDAPI)**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EMPRESARIAL**

**MUÑOZ GUERRERO TATIANA PAOLA**

**pao93k@hotmail.com**

**DIRECTOR: ING. FREDDY VASQUEZ.**

**fvasquez@uamericas.edu.ec**

## **DECLARACIÓN**

Yo, Tatiana Paola Muñoz Guerrero, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela Politécnica Nacional, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**TATIANA PAOLA MUÑOZ GUERRERO**

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Tatiana Paola Muñoz Guerrero, bajo mi supervisión.

---

**Ing. Freddy Vasquez**

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

## **AGRADECIMIENTOS**

Al Ingeniero Freddy Vásquez, Director de Tesis, por su confianza, afecto y amistad durante el desarrollo de la tesis, quien aportó con valiosas sugerencias y con su tiempo, convirtiéndose en mi mentor al compartir sus conocimientos y experiencia a favor del proyecto a presentar.

A la Escuela Politécnica Nacional, que abrió sus puertas para instruirme con una educación de alta calidad y a todos los profesores quienes periodo a periodo han dado lo mejor de sí para que enriquezca mi conocimientos, y llegar a ser un excelente profesional.

A mi familia, por el apoyo brindado durante todo este proceso, por sus consejos y motivaciones que han contribuido a mi realización profesional.

A mis compañeros y amigos que durante estos años me han mostrado su apoyo incondicional en todo ámbito.

A los profesionales y a las diferentes instituciones que me concedieron datos e información oportuna para el proyecto, manteniendo un clima de cordialidad y predisposición para guiarme correctamente en aspectos específicos del mismo.

## **DEDICATORIA**

Al culminar mi carrera profesional, quiero dedicar el presente trabajo a mis padres por el sacrificio hecho al darme una educación superior de alto nivel, y a mi hermano por el ejemplo que me ha dado durante todo el tiempo para llegar a ser un excelente profesional como él, por esta razón estoy segura que este es el primer paso para una vida llena de éxitos y triunfos dedicados a ellos, mi familia.

**Paola Muñoz**

# CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE FIGURAS .....	I
LISTA DE TABLAS .....	II
LISTA DE ANEXOS .....	III
RESUMEN .....	IV
PRESENTACIÓN .....	V
<b>1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 ANTECEDENTES .....</b>	<b>1</b>
1.1.1 DEFINICIÓN DE TURISMO .....	2
1.1.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO .....	2
<b>1.2 SITUACION ACTUAL DEL TURISMO .....</b>	<b>3</b>
1.2.1 ENTORNO INTERNACIONAL.....	3
1.2.2 SECTOR TURISMO EN EL ECUADOR.....	4
<b>1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>14</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>16</b>
2.2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	16
2.2.2 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
2.2.3 IDENTIFICACIÓN DEL BIEN O SERVICIO .....	22
2.2.4 ANALISIS DEL MERCADO.....	22
<b>2.3 ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>27</b>
2.3.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA (DIMENSIONAMIENTO).....	28
2.3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	29
2.3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	31
<b>2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....</b>	<b>35</b>
2.4.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO .....	35
2.4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	36
2.4.3 MARCO LEGAL.....	37
<b>2.5 ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>37</b>
2.5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	38
2.5.2 COSTOS DE PRODUCCION .....	38

2.5.3	INGRESOS DE EFECTIVO .....	41
2.5.4	ESTADOS FINANCIEROS .....	41
2.5.5	PROYECCION DE ESTADOS FINANCIEROS .....	42
2.5.6	EVALUACION FINANCIERA .....	42
<b>2.6</b>	<b>ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....</b>	<b>44</b>
2.6.1	CONTENIDO DE UN ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	45
<b>3</b>	<b>EL PRODUCTO .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1</b>	<b>INTRODUCCION DEL PRODUCTO.....</b>	<b>47</b>
<b>3.2</b>	<b>ENTORNO NATURAL PARROQUIA MANUEL CORNEJO ASTORGA .....</b>	<b>48</b>
3.2.1	REFERENTES HISTÓRICOS .....	48
3.2.2	UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y SUPERFICIE .....	49
3.2.3	CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS.....	51
3.2.4	CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS .....	53
3.2.5	DESCRIPCION DE LUGARES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS (INVENTARIO TURISTICO) 54	
3.2.6	INFRAESTRUCTURA .....	57
<b>3.3</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....</b>	<b>58</b>
<b>4</b>	<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....</b>	<b>61</b>
4.1.1	PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
4.1.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FUENTES DE DATOS .....	62
4.1.3	DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	68
4.1.4	DISEÑO DE LA MUESTRA .....	68
4.1.5	RECOPIACIÓN DE DATOS.....	72
4.1.6	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS. ....	73
4.1.7	PRUEBA DE HIPÓTESIS .....	103
<b>4.2</b>	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>106</b>
4.2.1	CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO.....	106
4.2.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	113
4.2.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	119
4.2.4	DEMANDA INSATISFECHA.....	122
4.2.5	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	123
4.2.6	ESTRATEGIAS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO .....	129
4.2.7	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	130
4.2.8	LA DISTRIBUCIÓN.....	132
4.2.9	ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN.....	133
<b>5</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>137</b>
<b>5.1</b>	<b>DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO (DIMENSIONAMIENTO).....</b>	<b>137</b>
5.1.1	Capacidad del proyecto.....	137
5.1.2	Factores determinantes del tamaño .....	138
<b>5.2</b>	<b>LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>140</b>
5.2.1	Macrolocalización.....	140
5.2.2	Microlocalización .....	145
<b>5.3</b>	<b>INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>	<b>147</b>

5.3.1	Identificación y Selección de Procesos .....	147
5.3.2	Descripción de Equipos .....	151
5.3.3	Descripción de Insumos y Servicios .....	156
5.3.4	Determinación de necesidades de mano de obra para las diferentes etapas del proceso...	156
5.3.5	Diseño .....	157
<b>6</b>	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....</b>	<b>165</b>
<b>6.1</b>	<b>ESTRUCTURA CORPORATIVA CONSTITUTIVA.....</b>	<b>165</b>
6.1.1	Tipo de Sociedad .....	165
6.1.2	Nombre Comercial .....	166
6.1.3	Participación Social .....	166
6.1.4	Órganos administrativos .....	166
<b>6.2</b>	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO .....</b>	<b>166</b>
6.2.1	Misión .....	167
6.2.2	Visión.....	167
6.2.3	Objetivos.....	167
6.2.4	Políticas.....	168
6.2.5	Valores.....	169
<b>6.3</b>	<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>169</b>
6.3.1	Cadena de mando.....	171
6.3.2	Descripción del Cargo .....	171
<b>6.4</b>	<b>MARCO LEGAL.....</b>	<b>182</b>
6.4.1	Procedimiento y Documentación requeridos para establecer la compañía. ....	182
<b>7</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>190</b>
<b>7.1</b>	<b>PRESUPUESTO DE INVERSIONES .....</b>	<b>190</b>
7.1.1	Inversiones Fijas .....	190
7.1.2	Inversiones Diferidas .....	191
7.1.3	Capital de trabajo.....	192
7.1.4	INVERSIÓN TOTAL DEL pROYECTO .....	192
<b>7.2</b>	<b>AMORTIZACION Y DEPRECIACIÓN .....</b>	<b>193</b>
7.2.1	Amortizacion .....	193
7.2.2	Depreciación .....	193
<b>7.3</b>	<b>FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>195</b>
<b>7.4</b>	<b>COSTOS Y GASTOS.....</b>	<b>196</b>
7.4.1	Costos Operativos:.....	196
7.4.2	Gastos Administrativos.....	199
7.4.3	Gastos en Ventas.....	200
7.4.4	Gastos Financieros.....	201
<b>7.5</b>	<b>INGRESOS DE EFECTIVO .....</b>	<b>202</b>
7.5.1	Venta de Paquetes.....	202
7.5.2	Venta de servicios Adicionales.....	202
<b>7.6</b>	<b>ESTADOS FINANCIEROS.....</b>	<b>204</b>
7.6.1	Balance General .....	204
7.6.2	Estado de Resultados .....	205
7.6.3	Estado de flujos de efectivo .....	206



<b>7.7</b>	<b>EVALUACION FIANACIERA .....</b>	<b>207</b>
7.7.1	Análisis de Razones o Índices Financieros .....	207
7.7.2	Valor Actual Neto .....	209
7.7.3	Tasa Interna De Retorno .....	209
7.7.4	Periodo de Recuperación del Capital .....	209
7.7.5	Relación Costo - Beneficio .....	210
7.7.6	Punto de Equilibrio .....	211
7.7.7	Análisis de sensibilidad .....	211
<b>8</b>	<b>ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL .....</b>	<b>215</b>
<b>8.1</b>	<b>REGIMEN LEGAL.....</b>	<b>215</b>
<b>8.2</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL MEDIO SOBRE EL CUAL SE PRETENDE IMPLEMENTAR LA PROPUESTA.....</b>	<b>216</b>
8.2.1	Características Físicas y Químicas.....	216
8.2.2	Condiciones Biológicas .....	217
8.2.3	Factores Socio-Culturales .....	217
<b>8.3</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN PROPUESTA .....</b>	<b>218</b>
<b>8.4</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES .....</b>	<b>219</b>
<b>8.5</b>	<b>VALORACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES .....</b>	<b>223</b>
<b>8.6</b>	<b>FORMULACIÓN DE MEDIDAS Y ACCIONES SUBSIDIARIAS (MEDIDAS CORRECTORAS) PARA PREVENIR, MITIGAR, COMPENSAR O ELIMINAR LOS EFECTOS AMBIENTALES NEGATIVOS.....</b>	<b>224</b>
8.6.1	Medidas de Mitigación .....	224
8.6.2	Medidas de Compensación .....	228
<b>9</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>229</b>
<b>9.1</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>229</b>
<b>9.2</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>231</b>
<b>10</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>232</b>
<b>11</b>	<b>GLOSARIO .....</b>	<b>236</b>
<b>12</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>240</b>

## LISTA DE FIGURAS

**Pág.**

Figura 1.1 <i>Participación De Ecuador En El Mercado Turístico De América Del Sur Año 2007</i> .....	3
Figura 1.2 <i>Producto Interno Bruto Hoteles y Restaurantes y Total</i> .....	6
Figura 1.3 <i>Participación del Producto Interno Bruto Hoteles y Restaurantes (En millones de US \$) 2001 – 2007</i> .....	6
Figura 1.4 <i>Extranjeros por País de Procedencia Año 2007</i> .....	9
Figura 3.1 <i>Ubicación Geográfica Parroquia Manuel Cornejo Astorga</i> .....	49
Figura 3.2 <i>Cascada de Napac.</i> .....	54
Figura 3.3 <i>La Cara del Diablo.</i> .....	55
Figura 3.4 <i>La Feria de la Fritada</i> .....	56
Figura 3.5 <i>Río Toachi</i> .....	56
Figura 3.6 <i>Fiesta de la Virgen de la Merced</i> .....	57
Figura 4.1 <i>Regresión Lineal Turismo Receptor</i> .....	69
Figura 4.2 <i>Distribución Normal Turismo Interno</i> .....	104
Figura 4.3 <i>Distribución Normal Turismo Receptor</i> .....	106
Figura 4.4 <i>Logotipo</i> .....	107
Figura 4.5 <i>Proyección para el Año 2008 Turismo Receptor</i> .....	114
Figura 4.6 <i>Hotel Restaurante Ramada</i> .....	123
Figura 4.7 <i>Hotel Nuevo Hotel</i> .....	124
Figura 4.8 <i>Hotel España</i> ” .....	125
Figura 4.9 <i>“Hotel Reserva Natural Tailandia.”</i> .....	126
Figura 4.10 <i>“Hotel Reserva Natural Tailandia.”</i> .....	127
Figura 5.1 <i>Mapa de Macrolocalización del Proyecto</i> .....	144
Figura 5.2 <i>Mapa de Microlocalización del Proyecto.</i> .....	146
Figura 5.3 <i>Extensión y Ubicación del Proyecto</i> .....	146
Figura 5.4 <i>Cadena de Valor Hostería Mundo Natural</i> .....	147
Figura 5.5 <i>Diseño Edificación Hostería Vista General</i> .....	158
Figura 6.1 <i>Organigrama Hostería Mundo Natural</i> .....	171
Figura 7.1 <i>Análisis de Sensibilidad TIR</i> .....	213
Figura 7.2 <i>Análisis de Sensibilidad VAN</i> .....	214

## LISTA DE TABLAS

**Pág.**

Tabla 1.1	<i>Ubicación Del Turismo En La Economía 2007 (En millones de US \$)</i> .....	5
Tabla 1.2	<i>De Extranjeros (Datos Provisionales Para El Año 2008)</i> .....	7
Tabla 1.3	<i>Llegada De Extranjeros Según Región De Procedencia 2003-2007</i> .....	8
Tabla 2.1	<i>Símbolos Diagramas de Procesos</i> .....	32
Tabla 2.2	<i>Valoración de Magnitud e Importancia Impacto Ambiental</i> .....	46
Tabla 3.1	<i>Clima Parroquia Manuel Cornejo Astorga</i> .....	51
Tabla 4.1	<i>Entrada De Extranjeros De Ecuatorianos</i> .....	64
Tabla 4.2	<i>Sitios Visitados En El Ecuador Turismo Receptor Segmento Aéreo 2007</i> .....	65
Tabla 4.3	<i>Turismo interno: visitas realizadas por residentes en Quito, según lugar de destino de feriados y otros viajes. Octubre - Diciembre 2006</i> .....	67
Tabla 4.4	<i>Proyección del Turismo Receptor</i> .....	69
Tabla 4.5	<i>Población Actual Del Turismo Receptor</i> .....	70
Tabla 4.6	<i>Proyección del Turismo Interno</i> .....	70
Tabla 4.7	<i>Población Actual Del Turismo Interno</i> .....	71
Tabla 4.8	<i>Aceptación del proyecto Turismo Interno</i> .....	103
Tabla 4.9	<i>Aceptación del proyecto Turismo Receptor</i> .....	105
Tabla 4.10	<i>Visitas a Jefatura de Pichincha Años (2000-2007)</i> .....	114
Tabla 4.11	<i>Proyección para el Año 2008 Turismo Receptor (2000-2008)</i> .....	114
Tabla 4.12	<i>Afluencia de Demandantes Turismo Receptor</i> .....	115
Tabla 4.13	<i>Proyección del Turismo Interno</i> .....	115
Tabla 4.14	<i>Afluencia de Demandantes Turismo Interno</i> .....	116
Tabla 4.15	<i>Demanda Efectiva del Turismo</i> .....	116
Tabla 4.16	<i>Estimación Demanda Futura - Turismo Receptor</i> .....	118
Tabla 4.17	<i>Estimación Demanda Futura - Turismo Interno</i> .....	119
Tabla 4.18	<i>Cuadro Organizador para el levantamiento del Inventario de Oferta Directa, Sustitutiva y Complementaria en el Sitio donde se prevé Localizar la Inversión</i> .....	121
Tabla 4.19	<i>Información para estimar los incrementos de la Oferta Directa</i> .....	121
Tabla 4.20	<i>Cálculo de la Demanda Insatisfecha</i> .....	122
Tabla 4.21	<i>Comparación De La Demanda Insatisfecha Con La Capacidad Ofrecida</i> .....	123
Tabla 4.22	<i>Precios de Servicios</i> .....	131
Tabla 4.23	<i>Requerimiento de Marketing Directo</i> .....	134
Tabla 4.24	<i>Requerimiento de Publicidad</i> .....	135
Tabla 5.1	<i>Método Cuantitativo Por Puntos</i> .....	143
Tabla 5.2	<i>Calificación para la Localización</i> .....	144
Tabla 5.3	<i>Inventario de Procesos Hostería Mundo Natural</i> .....	147
Tabla 5.4	<i>Requerimiento de Muebles y Enseres Oficina</i> .....	151
Tabla 5.5	<i>Requerimiento de Maquinarias y Equipos</i> .....	152
Tabla 5.6	<i>Requerimiento de Muebles y Enseres Hostería</i> .....	152
Tabla 5.7	<i>Menaje de Habitaciones</i> .....	153
Tabla 5.8	<i>Requerimiento de Equipos de Computación</i> .....	153
Tabla 5.9	<i>Requerimiento de Cubertería y Loza</i> .....	153
Tabla 5.10	<i>Requerimiento de Cristalería</i> .....	154
Tabla 5.11	<i>Requerimiento de Menaje de Cocina</i> .....	154
Tabla 5.12	<i>Requerimiento de Equipo Deportivo</i> .....	155
Tabla 5.13	<i>Requerimiento de Semovientes</i> .....	155
Tabla 5.14	<i>Requerimiento de Insumos y Servicios</i> .....	156
Tabla 5.15	<i>Requerimiento de Personal Administrativo</i> .....	156
Tabla 5.16	<i>Requerimiento de Mano de Obra Directa</i> .....	157
Tabla 5.17	<i>Distribución Interna Área Administrativa</i> .....	162
Tabla 5.18	<i>Distribución Interna Área de Hospedaje</i> .....	163
Tabla 5.20	<i>Distribución Interna Área de Cocina Y restaurante</i> .....	163
Tabla 5.21	<i>Distribución Interna Área de Bodegas</i> .....	164

Tabla 5.22 <i>Distribución Interna Área de Establos</i> .....	164
Tabla 6.1 <i>Resumen de requisitos que tendrá la Compañía</i> .....	166
Tabla 6.2 <i>Permisos de Funcionamiento</i> .....	184
Tabla 7.1 <i>Inversiones Fijas</i> .....	191
Tabla 7.2 <i>Inversiones Diferidas</i> .....	191
Tabla 7.3 <i>Capital de Trabajo</i> .....	192
Tabla 7.4 <i>Inversión Total del Proyecto</i> .....	193
Tabla 7.5 <i>Cuadro de Amortizaciones</i> .....	193
Tabla 7.6 <i>Porcentajes para Depreciación</i> .....	194
Tabla 7.7 <i>Cuadro de Depreciaciones</i> .....	194
Tabla 7.8 <i>Cuadro de Fuentes y Usos</i> .....	195
Tabla 7.9 <i>Tabla de Amortización</i> .....	196
Tabla 7.10 <i>Costos por consumo de restaurante Excursionistas</i> .....	198
Tabla 7.11 <i>Costos por consumo de restaurante Paquetes</i> .....	198
Tabla 7.12 <i>Resumen de Costos y Gastos</i> .....	201
Tabla 7.13 <i>Ingresos por Venta de Paquetes</i> .....	202
Tabla 7.14 <i>Ingresos por Ingresos por Actividades Deportivas</i> .....	203
Tabla 7.15 <i>Ingresos por Ingresos Restaurante</i> .....	204
Tabla 7.16 <i>Resumen de Ingresos</i> .....	204
Tabla 7.17 <i>Balance General</i> .....	205
Tabla 7.18 <i>Estado de Resultados</i> .....	206
Tabla 7.19 <i>Estado de Flujos de Efectivo</i> .....	207
Tabla 7.20 <i>Análisis de Rentabilidad</i> .....	209
Tabla 7.21 <i>Tabla Valor Actual Neto</i> .....	209
Tabla 7.22 <i>Flujo Neto Acumulado</i> .....	210
Tabla 7.23 <i>Relación Costo - Beneficio</i> .....	210
Tabla 7.24 <i>Punto de Equilibrio</i> .....	211
Tabla 7.25 <i>Análisis de Sensibilidad</i> .....	213

## LISTA DE ANEXOS

Pág.

ANEXO N° 1: RIOS Y CASCADAS .....	241
ANEXO N° 2: FLORA .....	243
ANEXO N° 3: FAUNA .....	244
ANEXO N° 4. A: DISEÑO DE CUESTIONARIO TURISMO INTERNO .....	245
ANEXO N° 4. B: DISEÑO DE CUESTIONARIO TURISMO RECEPTOR .....	247
ANEXO N° 5 : DICCIONARIO DE CÓDIGOS .....	248
ANEXO N° 6: TABLA DE COSTOS RESTAURANTE .....	249
ANEXO N° 6: TABLA DE COSTOS RESTAURANTE .....	250
ANEXO N° 7.A: PROCESO PROMOCIÓN .....	255
ANEXO N° 7.B: PROCESO PUBLICIDAD .....	256
ANEXO N° 7.C: PROCESO PROMOVER ALIANZAS ESTRATEGICAS.....	257
ANEXO N° 7.D: PROCESO VENTAS Y RESERVACIONES .....	258
ANEXO N° 7.E: LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO .....	259
ANEXO N° 7.F: PROCESO CHECK IN .....	260
ANEXO N° 7.G: PROCESO GESTION DE CAJA .....	261
ANEXO N° 7.H: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS RESTAURANTE.....	262
ANEXO N° 7.I: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS ECOTURISTICAS Y AGROTURISTICAS .....	263
ANEXO N° 7.J: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS DEPORTIVOS .....	264
ANEXO N° 7.K: PROCESO CHECK OUT .....	265
ANEXO N° 8: DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS .....	266
ANEXO N° 9: DISEÑO EXTERNO DE INSTALACIONES .....	271
ANEXO N° 10: DISEÑO DE INTERNO .....	272
ANEXO N° 11: SOLICITUD PERMISO SANITARIO .....	274
ANEXO N° 12: CUOTA DE AFILIACIÓN .....	275
ANEXO N° 13: SOLICITUD AFILIACIÓN CAMARA DE TURISMO .....	277
ANEXO N° 14: DETALLE DE INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS .....	278
ANEXO N° 15: ROL DE PAGOS .....	283
ANEXO N° 16: DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES PARA LAS ÁREAS OPERATIVA, ADMINISTRATIVA Y VENTAS.....	285
ANEXO N° 17: ESTIMACION DE LA TASA DE DESCUENTO .....	287
ANEXO N° 18: MATRIZ DE LEOPOLD .....	288

## RESUMEN

Actualmente, el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes en muchos países, en Ecuador es la sexta fuente de ingreso de divisas en la balanza de bienes y servicios, superada únicamente por el petróleo, el banano, elaborados del petróleo, manufactura de metales y los productos marítimos.

Uno de los lugares propios para el turismo donde existe una combinación de las características ambientales de las regiones sierra y costa; con diversidad de fauna y flora, que no han sido aprovechadas, se encuentra en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga, a dos horas de la ciudad de Quito (70 Km al sur).

El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la creación de la Hostería Ecológica Mundo Natural, en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga, con el propósito de brindar un lugar con una diversa gama de actividades recreativas dirigida al turista interno y receptor.

Para conocer la aceptación y los atributos del servicio a ofrecer se realizó una investigación de mercados aplicada al turismo receptor y al turismo interno, tomando como referente el número de visitantes que se dirigen a Santo Domingo de los Tsáchilas en feriados y fines de semana, es decir una población de 3.544 turistas extranjeros y 30.483 turistas nacionales, de los cuales se tomó una muestra en 50 y 264 personas respectivamente, obteniendo una aceptación para visitar la hostería del 76% para el turismo receptor y 86% para el turismo interno.

Además la investigación realizada permitió establecer la demanda futura y demanda insatisfecha, esperando tener 278 turistas extranjeros y 21.274 turistas nacionales para el primer año, estas cifras fueron convertidas a número de habitaciones demandadas para el cálculo de la demanda insatisfecha, teniendo como resultado la necesidad de 38 habitaciones el primer año, de las cuales la hostería tendrá a disposición 28.

El servicio será ofrecido principalmente en paquetes turísticos con precios que van de 35 a 45 dólares, además se venderán servicios individuales para los excursionistas. La valoración de los productos turísticos fue establecida en base a: sondeos realizados a expertos de la industria y a los costos de elaboración de los alimentos.

La localización del proyecto fue evaluada mediante un método cualitativo por puntos, reafirmando como un lugar idóneo la Parroquia Manuel Cornejo Astorga y encontrando específicamente a una finca de 23 Hectáreas de la comunidad Santuario de Baños como asentamiento para la hostería.

Para el funcionamiento de las actividades se construirá un establecimiento de 1131.6 m<sup>2</sup> de las cuales, 524.8 m<sup>2</sup> corresponde a cabañas de habitaciones, 191,6m<sup>2</sup> al área administrativa que conjuga a: oficinas, recepción, sala de estar, y bodegas. Y 383,2 m<sup>2</sup> que concierne a la cocina y al restaurante. Las instalaciones mantendrán un diseño simbiótico, acorde con el lugar, hecho de caña guadúa perfectamente tratada con cimientos de hormigón, además se establece instalaciones hídricas - sanitarias a base de pozos sépticos evitando así efectos ambientales negativos. La edificación será equipada con muebles y enseres adecuados al proyecto, y en ella laboraran nueve personas; tres en la administración y seis en el servicio propiamente dicho.

La proyección de ingresos en base a la demanda y la estimación de costos que se obtuvo en el estudio técnico, permitió elaborar las diferentes herramientas para la evaluación financiera, es así que mediante una inversión que asciende a los \$191.127,77 se alcanzarán ingresos de \$169.698 desde el primer año con costos anuales de aproximadamente \$95.342. Con los flujos anuales y considerando una tasa de descuento del 9,47% se obtendrá un VAN de \$74.014 y un periodo de recuperación de la inversión de alrededor de 4 años. Estos valores muestran factible el proyecto desde el punto de vista financiero.

Se concluye de la suma de los estudios realizados, que existe la factibilidad para el establecimiento de la hostería, fundamentado en los aspectos técnicos, financieros, y ambientales, aprovechando los recursos que sean requeridos para este proyecto.

## **PRESENTACIÓN**

El capítulo 1 muestra una descripción de la industria a la que pertenece el servicio a ofrecer, como ha sido su evolución en los últimos años, y su incidencia en la economía del país.

El capítulo 2 describe los referentes teóricos en los cuales se ha sustentado el proyecto.

El capítulo 3 identifica el producto, el entorno natural donde se instaurará el proyecto, y las características que lo convierten en un producto turístico con un alto potencial, así también los servicios que se ofrecerán en base al atractivo natural de la zona.

El capítulo 4 analiza los componentes del estudio de mercado que corroboraron la aceptación de los turistas para visitar la Hostería, además incluye la investigación de la oferta, la descripción de los precios del servicio a ofrecer y los medios de comunicación que se utilizarán para dar a conocer el servicio.

El capítulo 5 establece los parámetros para la localización e Ingeniería del proyecto definiendo los procesos, los equipos y mano de obra necesarios para la prestación del servicio.

El capítulo 6 expone el direccionamiento estratégico del proyecto, estructura organizacional y marco legal.

El capítulo 7 identifica la inversión total inicial que requiere el proyecto, así como los ingresos y gastos operativos, los estados financieros proyectados, además se analizan indicadores tales como el VAN, la TIR y el PR.

En el capítulo 8 se presenta, la evaluación ambiental de la ejecución del proyecto así como las respectivas mitigaciones y compensaciones.

El capítulo 9 define las conclusiones del trabajo presentado y lo que el autor recomienda después de la investigación realizada.



# **CAPÍTULO 1**

## **INTRODUCCIÓN**

El siguiente capítulo tiene como objetivo conocer los definiciones y aspectos generales de la industria Turística a nivel mundial y en el Ecuador y como afectan positiva y negativamente al proyecto propuesto. Así como identificar los objetivos que se plantean lograr al final de la investigación realizada.

### **1.1 ANTECEDENTES**

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros. Desde el imperio romano, pasando por la edad media y el renacimiento.

El turismo moderno se desarrolla a mediados del siglo XIX. En 1841 el inglés Thomas Cook hace un aporte muy importante al turismo, es por esto que se lo conoce como el primer agente de viajes profesional dedicado a tiempo completo al ejercicio de esta actividad”.

Después de la Primera Guerra Mundial el turismo se encontraba en auge convirtiéndose en una fuente importante de ingresos superando al valor de las exportaciones en algunos países europeos y también en América<sup>1</sup>.

Después de la Segunda Guerra Mundial el turismo se transforma en un fenómeno masivo que despierta interés en la mayoría de los países del mundo.

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki> Consultado a fecha 4 Octubre 2008

A partir de 1950 la evolución del turismo comenzó a generar altos índices de crecimiento, de tal forma que al término de la década de los setenta los ingresos totales generados por la actividad turística en todo el mundo se situaban en un 5.5% del valor total de las exportaciones mundiales.

### **1.1.1 DEFINICIÓN DE TURISMO**

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos<sup>2</sup>.

### **1.1.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO**

Así al turismo se lo puede clasificar en: Turismo cultural, Turismo de negocios, Turismo natural, Turismo activo

Cabe destacar que entre las actividades más conocidas y practicadas del turismo activo y natural se encuentran las siguientes:

**Ecoturismo:** basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

**Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.

**Turismo de Aventura:** aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física.

---

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki> Consultado a fecha 4 Octubre 2008

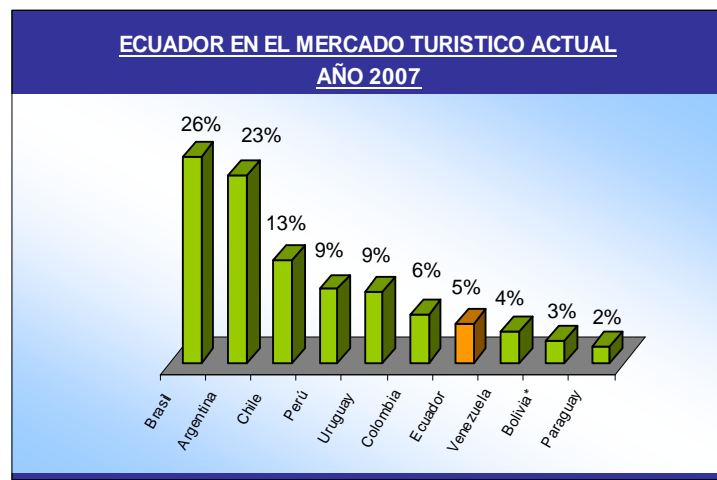
**Turismo Deportivo:** la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.

## 1.2 SITUACION ACTUAL DEL TURISMO

### 1.2.1 ENTORNO INTERNACIONAL

El constante aumento del número de turistas a nivel mundial y el crecimiento de los ingresos generados, evidencia el excelente desenvolvimiento de la actividad turística. El despliegue de la misma, durante el 2007 generó, mundialmente, ingresos de un total de USD 856.000 millones, con un crecimiento promedio anual del 5,6%, desde el año 2000.

Dentro de la estructura del mercado turístico mundial del año 2007, América representó el 16% recibiendo a 142 millones de turistas, de los cuales, 20,2 millones se dirigieron a América del Sur (14%). Ecuador, por su parte, participó con el 5% del mercado sudamericano y ocupando el séptimo lugar.



**Figura 1.1** Participación De Ecuador En El Mercado Turístico De América Del Sur Año 2007

**Fuente:** Organización Mundial del Turismo  
**Elaborado por:** Paola Muñoz

## 1.2.2 SECTOR TURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador es un destino incomparable para el desarrollo del turismo natural y Activo. Ya que desde un punto de vista geográfico el país se caracteriza por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales. Gracias a su posición geográfica privilegiada a la que se suman factores climáticos, la Cordillera de los Andes, la conjunción de corrientes marinas como la cálida del Niño y la fría de Humboldt.

Su riqueza biológica se refleja en toda una gama de organismos, a saber el 10 % de las especies de plantas del mundo se encuentran en un área que apenas representa el 2 % de la superficie total de la Tierra. En las cuatro regiones naturales se puede encontrar una infinidad de especies vegetales y animales; tenemos el privilegio de contar con alrededor de 1.640 clases de pájaros, unas 4500 especies de mariposas, 345 de reptiles, 358 de anfibios y 258 de mamíferos, entre otras.

Actualmente, el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes en muchos países. Además, tiene una alta potencialidad para generar empleo, reducir la pobreza y unir culturalmente a los pueblos.

El turismo, como se conoce, no es una industria en el sentido tradicional del término, pues se trata de un conjunto muy diverso y heterogéneo de actividades de servicios tales como el transporte, el alojamiento, alimentación y bebidas, las agencias de viajes, las actividades recreativas, culturales y deportivas

*“En el país, el turismo pronto estará llamado a reemplazar la industria petrolera, y para ello Ecuador requiere ingentes cantidades de dinero proveniente de inversiones locales y extranjeras para crear una infraestructura turística competitiva para entonces<sup>3</sup>.”*

---

<sup>3</sup> [www.iedt.org.ec](http://www.iedt.org.ec). Boletín Del Instituto Ecuatoriano De Derecho Tributario No 1 Fecha de Consulta Septiembre 2008

### 1.2.2.1 Ubicación Del Turismo En La Economía

Un aspecto fundamental del sector turístico es su capacidad de generación de divisas. En ese sentido, ha sido muy importante el ingreso de dinero por turismo, que ha crecido en un 3% en promedio, entre el 2002 y el 2007. La Balanza de Pagos del Ecuador registra en la cuenta viajes y transporte de pasajeros \$ 625,47 millones de dólares durante el año 2007, lo que representa un aumento del 27 % con relación a los ingresos registrados el año 2006; y actualmente es la sexta fuente de ingreso de divisas en la balanza de bienes y servicios, superada únicamente por el petróleo, el banano, elaborados del petróleo, manufactura de metales y los productos marítimos

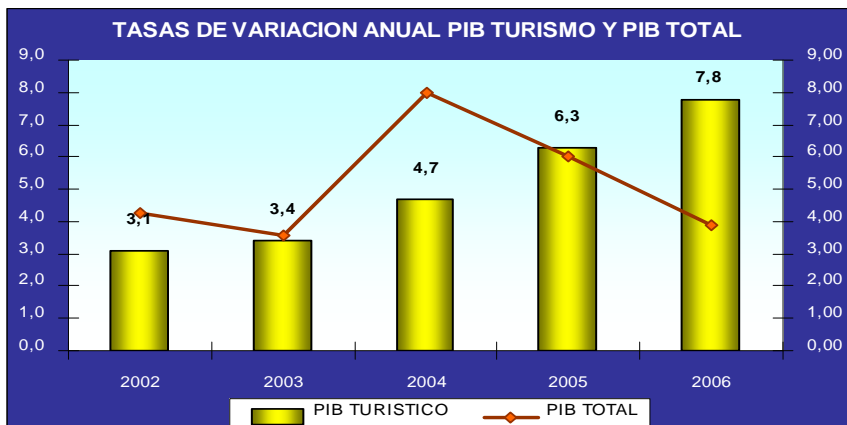
PRODUCTO /AÑO	PETROLEO	BANANO	ELABORADOS DEL PETROLEO	MANUFACTUR DE METALES	OTROS PRODUCTOS DEL MAR	TURISMO	CAMARON
2007	7.432,33	1.302,55	900,21	686,41	686,39	<u>625,47</u>	612,89

**Tabla 1.1** *Ubicación Del Turismo En La Economía 2007 (En millones de US \$)*

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Paola Muñoz

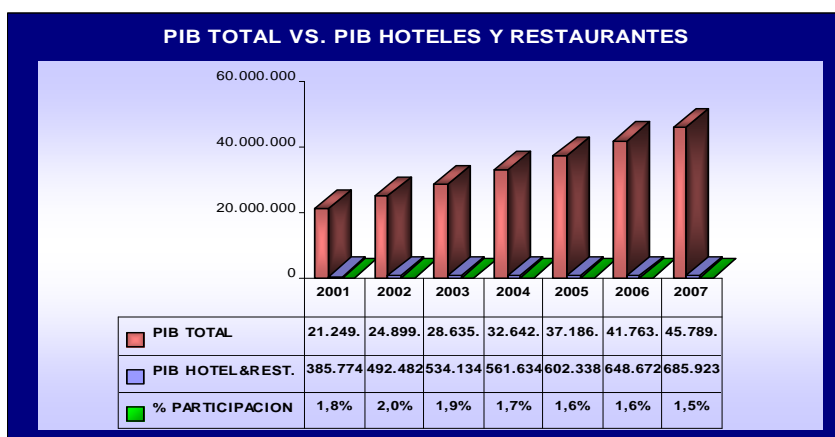
Análisis históricos del 2002 –2006 permitieron comprobar que la proporcionalidad entre el crecimiento económico y la evolución del turismo también existe para el caso de Ecuador, es así que el Producto Interno Bruto Hoteles y Restaurantes ha sobrellevado un constante incremento del 3,1% en el año 2002 al 7,8% en el año 2006. Lo que ha significado un importante ingreso de dinero al país y a la vez una herramienta para la generación de empleo.



**Figura 1.2** *Producto Interno Bruto Hoteles y Restaurantes y Total*

**Fuente:** Boletín Cuentas Nacionales Anuales No 21 Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Paola Muñoz

De cumplirse las previsiones del Banco Central del Ecuador establecidas en las Cuentas Nacionales, el turismo específicamente en Hoteles y restaurantes sería una de las actividades más dinámicas de la economía ecuatoriana. Sin embargo, su contribución al PIB total sigue siendo marginal ya que no sobrepasa del 2% en los últimos años<sup>4</sup>.



**Figura 1.3** *Participación del Producto Interno Bruto Hoteles y Restaurantes (En millones de US \$) 2001 - 2007*

**Fuente:** Banco Central del Ecuador – Cuentas Nacionales  
**Elaborado por:** Paola Muñoz

<sup>4</sup> Boletín de Cuentas Nacionales, Banco Central del Ecuador.

## 1.2.2.2 Demanda Turística

### 1.2.2.2.1 Turismo Receptor

La llegada de extranjeros al país presenta incrementos anuales, es así que del año 2004 al 2007 ha existido un crecimiento del 14,48%. Igualmente en lo que va del año existe una variación positiva en la mayoría de meses a excepción del mes de abril donde hay un decremento del 0,34%.

Se obtiene por tanto, en los meses de enero a noviembre una media anual del 7,68%, cabe recalcar que el mes que tiene mayor afluencia está entre el mes de enero, junio y de julio de cada año.

MES	2004	2005	2006	2007	2008	VAR% 2007/2008
ENE	70.868	79.118	78.856	84.070	92.378	9,88
FEB	60.761	66.052	63.408	69.534	74.174	6,67
MAR	65.619	72.880	63.504	74.929	77.946	4,03
ABR	61.874	60.489	62.108	67.788	67.557	-0,34
MAY	59.509	63.792	57.275	68.583	74.667	8,87
JUN	70.373	77.059	71.789	85.769	89.262	4,07
JUL	90.882	95.621	89.829	101.088	109.250	8,07
AGO	73.697	80.181	77.826	91.309	96.336	5,51
SEP	59.541	59.431	65.198	64.966	73.757	13,53
OCT	68.377	63.755	66.538	72.365	79.814	10,29
NOV	64.036	65.896	65.359	73.273	83.458	13,90
Subtotal	745.537	784.274	761.690	853.674	918.599	7,61
DIC	73.390	75.614	78.865	83.813		
<b>TOTAL</b>	<b>818.927</b>	<b>859.888</b>	<b>840.555</b>	<b>937.487</b>	<b>918.599</b>	

Tabla 1.2 De Extranjeros (Datos Provisionales Para El Año 2008)

Fuente: Boletín de la Cámara de Turismo de Pichincha (Captur) -Estadísticas Turísticas

Elaborado por: Paola Muñoz

Como se muestra en el siguiente cuadro las regiones donde se manifiesta el mayor flujo de extranjeros que arriban al país son: América del Norte, América del sur y Europa occidental, mostrando de igual manera que existe un incremento constante durante el periodo 2003 al 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
<b>TOTAL</b>	760.776	818.927	859.888	840.555	937.487
<b>AFRICA</b>	1.720	2.191	0	1.240	1.360
<b>AMERICAS</b>	617.088	662.019	690.743	642.075	729.610
<b>El Caribe</b>	4.075	5.097	5.301	5.483	7.381
<b>América central</b>	10.976	12.079	12.010	10.858	11.413
<b>América del Norte</b>	182.664	208.169	235.314	231.201	273.552
<b>América del Sur</b>	419.359	436.668	438.116	394.531	437.264
<b>Otros Américas</b>	14	6	2	2	0
<b>ASIA ORIENTAL Y EL PACIFICO</b>	17.831	21.195	20.222	19.488	25.223
<b>EUROPA</b>	124.137	133.495	146.537	144.682	179.700
<b>SIN ESPECIFICAR</b>	0	27	467	33.070	1.594
<b>Otros países del Mundo</b>		27	467	33.070	1594

**Tabla 1.3 Llegada De Extranjeros Según Región De Procedencia 2003-2007**

**Fuente:** Boletín CAPTUR Estadísticas Turísticas

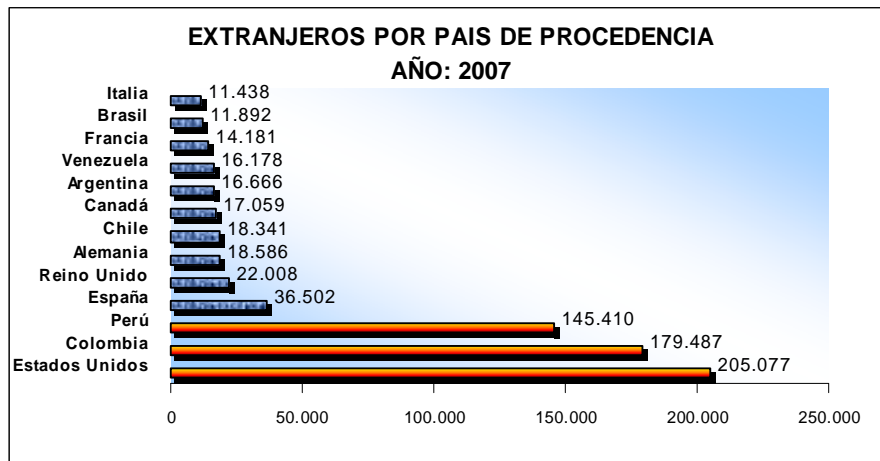
**Elaborado por:** Paola Muñoz

La procedencia de los turistas extranjeros durante el año 2007 se ha concentrado en tres países Estados Unidos, Colombia, y Perú, determinando el 70% de las visitas al país.

En donde el 83% de los visitantes procedentes de Estados Unidos, el principal mercado emisor de Quito, tuvo como objetivo realizar turismo recreativo y el 15% turismo residencial (“otros”) y el 71% de los visitantes colombianos, por su parte, llegaron para hacer turismo recreativo, 15% por negocios, 6% por eventos y 7% restante por visita a familiares y amigos<sup>5</sup>

<sup>5</sup> [www.captur.com/CAPTUR\\_PICHINCHA](http://www.captur.com/CAPTUR_PICHINCHA), BOLETIN Perfil del Turista Consultado Fecha: 3 Octubre 2008





**Figura 1.4 Extranjeros por País de Procedencia Año 2007**

**Fuente:** Boletín CAPTUR Estadísticas Turísticas

**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### **1.2.2.2.2 Turismo Interno**

Turismo interior es el conformado por los flujos de turistas que residen en el país y viajan en el interior de su territorio. En el caso ecuatoriano la demanda potencial de turismo interior está constituida en su casi totalidad por la población urbana.

En el artículo publicado por Picaval en Marzo del 2006, se aclara la inexistencia de datos exactos referentes al turismo interno, a pesar de que es un factor clave para la economía del país: *“Es complicado llevar un registro en cuanto al número y monto de gasto del turismo interior, sin embargo, expertos en el sector consideran que el turismo interior es el que sustenta la actividad turística en el Ecuador, puesto que más de la mitad del consumo turístico total es realizado por residentes que se movilizan a través del territorio nacional. Los rubros más importantes de gasto son: servicios de alimentación, compra de bienes y servicios de transporte, entre otros. El gasto por concepto de hospedaje es marginal comparado a los citados, puesto que, la información estadística señala que la mayoría de este tipo de turistas se alojan con parientes”.*

De acuerdo a estimaciones del Ministerio de Turismo, el turismo interior genera aproximadamente USD 180 millones, de los cuales 49% se originan en los

feriados y 51% en fines de semana. Sin embargo, dada la reticencia del turista en general a declarar el volumen real de su gasto, se puede considerar que esta cifra es todavía mayor. Este tipo de información se la obtiene a través de encuestas.

Cabe indicar que el turismo interno, por su parte, aporta significativamente a la redistribución del ingreso nacional<sup>6</sup>.

### 1.2.2.3 Oferta turística – Infraestructura Hotelera

La oferta turística de un país está constituida por los atractivos del sector: sus ciudades, parques naturales, cultura, flora, fauna, etc, y por las empresas que brindan servicios turísticos: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte de pasajeros (terrestre, aéreo, marítimo y fluvial), etc.

La inversión que se ha hecho en infraestructura hotelera, en los últimos cinco años a sido de 1.180 millones de dólares en nuevos alojamientos, de tal forma que el número de establecimientos subió de 2.449 a 2.878, lo que representa un crecimiento anual de 4.14%, con una apertura promedio de 140 establecimientos al año, en todas las categorías<sup>7</sup>.

## 1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para definir el eje fundamental del proyecto es necesario identificar el significado de “Hostería Ecológica” es así que se considera : **hostería** todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones<sup>8</sup>, dentro de esta categoría la especialización (capacidad demostrada por un establecimiento de disponer de infraestructuras y de servicios suficientes

<sup>6</sup> [www.picaval.com.ec/picavalG/xmlpicaval/TURISMO](http://www.picaval.com.ec/picavalG/xmlpicaval/TURISMO). Sector Turismo, Marzo 2006

<sup>7</sup> [www.icex.es/FicherosEstaticos/](http://www.icex.es/FicherosEstaticos/) Boletín España Ecuador Turismo 2006

<sup>8</sup> <http://www.hotelesecuador.com.ec> *Reglamento General De Actividades Turísticas* (Decreto No. 3400) Publicado en el Registro Oficial No. 726 de 17 de diciembre del 2000

para atender con profesionalidad determinadas demandas.) del alojamiento es **Ecológico** por ser establecimientos especializados en la prestación de servicios a turistas cuya motivación principal sea descubrir y conocer de una manera científica el marco natural o paisajístico. A través de la implementación de metodologías busca interpretar, investigar y comprender uno o varios aspectos de la naturaleza, conforme la reglamentación<sup>9</sup>.

Ecuador, es un país con inmensos recursos turísticos, con una ubicación geográfica ventajosa, lo que permite que el país tenga una gran diversidad de plantas, animales y una gran riqueza étnica y cultural lo que hace del mismo un destino incomparable para el desarrollo del turismo.

Pero como se afirma en el BOLETÍN ECONÓMICO CORPORACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS Y ANÁLISIS a pesar de que ser uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, esa gran potencialidad no ha sido adecuadamente aprovechada, ya que países con menores recursos naturales tienen mayores ingresos turísticos, sea por turismo receptor o por turismo interno<sup>10</sup>.

Uno de los lugares donde existe una combinación de las características ambientales de las regiones sierra y costa con diversidad de fauna y flora que no han sido aprovechadas, se encuentra en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga conocida más comúnmente como Tandapi; esta situada al sur del cantón Mejía su superficie es de 482 km<sup>2</sup>, y como se señala en la Pagina Web del Municipio su ubicación, entre la vía Alóag-Santo Domingo, a 70 Km de Quito, le ha convertido al centro poblado en un sitio de descanso de un importante número de personas y transportistas que pasan por ahí<sup>11</sup>.

La inversión turística en la zona es mínima ya que existen escasos establecimientos hoteleros, los mismos que son de segunda y tercera categoría

---

<sup>9</sup> <http://www.rionegrotur.com.ar/secciones/legislacion/archivos/DEFINICIONES>

<sup>10</sup> <http://www.ccq.org.ec/Ceainfo037> Boletín Económico-Corporación Centro De Estudios Y Análisis La promoción turística como herramienta de política económica Junio 2007

<sup>11</sup> <http://www.municipiodemejia.gov.ec> Parroquias Ilustre Canton Mejía

contabilizando en la actualidad cinco; tres ubicadas La Parroquia Manuel Cornejo Astorga y dos en la parroquia contigua Alluriquín (no se encuentran registrados oficialmente en el Ministerio de Turismo).

En una investigación previa, basada en entrevistas para conocer la aceptación por parte de las personas a visitar el lugar; realizada el día 4 de julio del 2008 a los propietarios de los Hoteles de la comunidad como son: “Nuevo Hotel”, “Hotel España”, “Hotel Ramada” se afirma la concurrencia de personas en el sector especialmente los fines de semana y meses de Julio a Septiembre, muchos de los cuales van en búsqueda de un lugar para realizar actividades turísticas las mismas que no se pueden cubrir por no tener la infraestructura hotelera requerida.

El desarrollo de proyectos ecológicos en la zona, implica ofrecer al mercado turístico existente un reencuentro con la naturaleza y con las tradiciones locales favoreciendo a la recuperación económica y además añadiendo criterios de sostenibilidad ambiental.

Por lo que el diseño de una hostería ecológica en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga involucra la creación de un lugar, donde exista un conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes complementando con un disfrute escénico y la contemplación de los elementos naturales, sin alterar la integridad del ecosistema.

Cabe recalcar que el país busca que todas las actividades turísticas tengan un carácter de Sostenibilidad y en todos ellos un enfoque en la conservación de la naturaleza, mitigando los impactos ambientales y a la vez manteniendo ingresos económicos para el mismo; es así que Políticas de Estado para el Desarrollo de la Actividad Turística unidas al Reglamento de Ecoturismo proveen del marco legal necesario para el desarrollo de tan importante sector productivo, el mismo que a través de un desarrollo sustentable promueve e impulsa la conservación y protección de la biodiversidad.

Es por lo expuesto que la consecución del proyecto no solo permitirá aprovechar los recursos naturales, que tiene esta zona de manera sostenible, sino que a su vez concederá a los habitantes mejorar sus condiciones de vida mediante

actividades relacionadas con el comercio y oportunidades de empleo. De no ser así se dejaría de producir una fuente de ingresos potencial para el desarrollo de todos los involucrados.

#### **1.4 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA**

La implementación y construcción de nuevas microempresas que se fundamentan en el desarrollo sustentable abre oportunidades de florecimiento económico en comunidades alejadas como en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga, donde el apoyo gubernamental directo es insuficiente, por tal razón este estudio permite establecer una alternativa de progreso mediante la creación de una hostería ecológica, contribuyendo con el crecimiento del sector mediante la generación de empleo.

Por otro lado es importante señalar que existe una marcada tendencia por parte del Gobierno Nacional, Ministerio de Turismo y demás entidades gubernamentales que entendidos de los beneficios indirectos de la creación de proyectos turísticos dan al apoyo de esta actividad vía exoneración de impuestos, reembolso de determinados gastos. Además de Acceso al crédito en las instituciones financieras las que establecen financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo.

La factibilidad de la creación de una hostería ecológica en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga pretende entregar un lugar alternativo para alojamiento del turismo receptor y el turismo interno, mostrando vegetaciones exuberantes y fauna nativa en un entorno de condiciones climáticas óptimas.

El grado de aceptación de la hostería ecológica, se lo analizará a través de una investigación de mercados, para identificar la posible demanda de acuerdo al perfil del consumidor y niveles de ingreso, utilizando fuentes de apoyo secundarias, de institutos avalizados obtenidos a través de la red o boletines de dichos establecimientos.

El proyecto a su vez buscará integrar a la hostería como principal opción al elegir un lugar de alojamiento completamente alejado de los factores contaminantes de las grandes metrópolis. Además se realizará un estudio técnico para establecer los requerimientos de los recursos humanos y materiales

El conocimiento que tiene el investigador del sector donde se llevará a cabo el proyecto permitirá contribuir en el diseño y la realización del mismo ya que por poseer una extensa propiedad en esta zona conoce personalmente los atractivos turísticos que aún no han sido explotados y las posibles actividades recreativas que podrían ser llevadas a cabo aprovechando los recursos naturales que presenta.

## **1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **a) Objetivo General**

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una Hostería ecológica en La Parroquia Manuel Cornejo Astorga que incluya criterios de sostenibilidad ambiental; gestionando el uso adecuado de los recursos naturales, financieros, materiales y humanos, que se requerirán en la elaboración del proyecto.

### **b) Objetivos Específicos**

- i) Determinar situación actual del Turismo a nivel nacional y específicamente en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga
- ii) Realizar un Estudio de Mercado.
- iii) Establecer los procedimientos y requerimientos técnicos que demanda la creación de una Hostería ecológica.
- iv) Definir la estructura administrativa que se adapte a los requerimientos de este proyecto.
- v) Demostrar la rentabilidad del proyecto de una Hostería Ecológica.
- vi) Desarrollar un plan de manejo de residuos.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

El presente capítulo proyecta establecer los criterios teóricos que serán utilizados en cada una de las etapas del proyecto, para la correcta aplicación durante el desarrollo de la investigación.

#### **2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

En esta etapa se elabora el documento del proyecto, que se integra por los análisis económicos, financieros, etc. Estableciendo los elementos cuantificables y tomar decisiones acertadas<sup>12</sup>.

A este nivel se debe elegir la alternativa óptima, respaldada con estudios detallados en cada uno de los aspectos del proyecto.

Los resultados a este nivel permiten determinar si el proyecto se ejecuta o no.

Son cinco los estudios particulares que deberán realizarse para obtener toda la información relevante para la elaboración del proyecto: estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio de impacto ambiental.

En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- a. Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
- b. Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.

---

<sup>12</sup> HERNÁNDEZ, Hernández Abraham. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Internacional Thomson , Cuarta Edición, México, 2001, Pág. 33

- c. Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.<sup>13</sup>

## **2.2 ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La investigación de mercados abarca todas las actividades que permiten a una organización obtener la información que requiere para tomar decisiones sobre su ambiente, su mezcla de marketing y sus clientes actuales o potenciales. Más exactamente, la investigación de mercados es la obtención, interpretación y comunicación de información orientada a las decisiones, la cual se empleará en todas las fases del proceso estratégico del marketing<sup>14</sup>.

### **2.2.2 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN**

El proyecto formal de la investigación de mercados puede considerarse como una serie de pasos llamado: proceso de la investigación.

#### **2.2.2.1 Formulación del problema**

Una parte del proceso para definir el problema consiste en especificar los objetivos del proyecto o proyectos de investigación específicos que podrían emplearse. Cada proyecto debe tener uno o más objetivos y no debe pasarse al siguiente paso del proceso hasta que se definan esos objetivos de manera explícita<sup>15</sup>.

#### **2.2.2.2 Determinación de las necesidades de información**

Al estar satisfechos con el planteamiento de objetivos de la investigación, el investigador preparará una lista de información necesaria para alcanzar los

---

<sup>13</sup> MIRANDA M., Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 14

<sup>14</sup> STANTON William y ETZEL Michel. Fundamentos del Marketing, Mac Graw Hill, Undécima Edición, México 2000 Pág. 83

<sup>15</sup> CHURCHILL G. Investigación de Mercados, Thomson Editores, Cuarta Edición, México 2003 Pág. 46



objetivos. Una vez estipulada la información requerida, el investigador debe prever las limitaciones del proceso de compilación de datos<sup>16</sup>.

Los objetivos de una investigación responden a la pregunta: ¿Porqué se realiza este proyecto? Por lo general los objetivos de la investigación se presentan por escrito antes de realizar el proyecto. Las necesidades de información responden a la pregunta ¿Qué información específica se requiere para lograr los objetivos?. En la práctica las necesidades de información pueden considerarse como una lista detallada de los objetivos de la investigación<sup>17</sup>.

### **2.2.2.3 Diseño de la investigación y Fuentes de Datos**

Un diseño de investigación es un plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación. Es la estructura que especifica el tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de la recolección de datos<sup>18</sup>.

#### **2.2.2.3.1 Tipos de Investigación**

- Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria es el paso inicial en una serie de estudios diseñados para suministrar información para la toma de decisiones. El propósito de esta investigación es formular hipótesis con relación a problemas u oportunidades potenciales presentes en la situación de decisión<sup>19</sup>.

- Investigación Concluyente

---

<sup>16</sup> HARPER, Boyd. Investigación de Mercados, Ed. Limusa S.A, Quinta edición; Pág. 249

<sup>17</sup> TAYLOR, James y KINNEAR, Thomas. Investigación de Mercados, McGraw Hill, Quinta Edición, Colombia 1998 Pág. 62

<sup>18</sup> Idem. Pág. 63

<sup>19</sup> Idem Pág. 127

La investigación concluyente está diseñada para suministrar información para la evaluación de cursos alternativos de acción. Puede subclasificarse en: investigación descriptiva e Investigación Causal.

- Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es apropiada cuando los objetivos de la investigación incluyen: 1) describir en forma gráfica las características de los fenómenos de marketing y determinar la frecuencia de ocurrencia, 2) determinar el grado hasta el cual se asocian las variables de marketing y 3) hacer predicciones en cuanto a la ocurrencia de los fenómenos del marketing.

Una investigación descriptiva eficaz se caracteriza por una enunciación clara del problema de decisión, objetivos específicos de investigación y necesidades de información detalladas.<sup>20</sup>

#### **2.2.2.3.2 Fuentes de Datos**

Hay dos tipos generales de datos de marketing: primarios y secundarios. *Los datos primarios* se recolectan específicamente para las necesidades inmediatas de la investigación. Los *datos secundarios* son datos ya publicados y recolectados para propósitos diferentes de las necesidades inmediatas y específicas de la investigación. En consecuencia, esta diferencia se define según el propósito para el cual se recolectaron los datos.

Los datos secundarios pueden clasificarse como *provenientes de fuentes internas o externas*, las primeras están disponibles dentro de la organización y las últimas se originan fuera de ésta. Los datos externos provienen de un conjunto de fuentes, tales como publicaciones gubernamentales, datos de

---

<sup>20</sup>TAYLOR, James y KINNEAR, Thomas. Investigación de Mercados, McGraw Hill, Quinta Edición, Colombia 1998Ídem, Pág. 130

asociaciones comerciales, libros, boletines, informes y publicaciones periódicas<sup>21</sup>.

Entre los métodos de recolección de datos utilizados en la comunicación con los encuestados se incluyen las entrevistas personales, las entrevistas telefónicas, y los cuestionarios por correo. Las preguntas se formulan al encuestado y se contestan verbalmente en la entrevista personal o telefónica y por escrito en los cuestionarios.<sup>22</sup>

#### **2.2.2.4 Diseño del Cuestionario**

El cuestionario es el conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación; es un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación<sup>23</sup>.

#### **2.2.2.5 Diseño de la muestra**

El subconjunto específico de la población elegido para el estudio se conoce como *muestra*.

Al diseñar la muestra los investigadores deben especificar: 1) el marco de muestreo, que es la lista de elementos de la población de la cual se obtendrá la muestra: 2) el proceso de elección de la muestra y 3) el tamaño de la muestra

- **Marco de muestreo**

---

<sup>21</sup> TAYLOR, James y KINNEAR, Thomas. Investigación de Mercados, McGraw Hill, Quinta Edición, Colombia 1998 Pág. 141

<sup>22</sup> Ídem Pág. 137

<sup>23</sup> BERNAL, César Augusto. Metodología de la Investigación Para Administración y Economía, Prentice Hall, Colombia 2000 Pág. 222

Se refiere a la lista, el mapa o la fuente de donde pueden extraerse todas las unidades de muestreo o unidades de análisis en la población y en donde se tomarán los sujetos de estudio.<sup>24</sup>

#### ▪ **Elección de la Muestra**

Los investigadores también deben decidir sobre el tipo de muestra que será elegido. Hay dos métodos generales que pueden usarse para seleccionar entrevistados: probabilísticos o no probabilísticos<sup>25</sup>.

- **Método Probabilístico:** Muestra donde cada elemento de la población tiene probabilidades conocidas, diferentes de cero, de ser incluido en la muestra. Entre los que se encuentran: muestreo aleatorio simple, estratificado, conglomerado (por grupos), sistemático, otras.
- **Método no Probabilístico:** Muestra que se basa en el juicio personal, en algún punto del proceso de selección de elementos y, por lo tanto, imposibilita calcular las posibilidades de que cualquier elemento dado de la población sea incluido en la muestra <sup>26</sup>. Entre los que se encuentran: muestreo por conveniencia, por juicio, por cuota, por bola de nieve.

#### ▪ **Tamaño de la Muestra**

Especificar el tamaño de la muestra permite establecer cuantas instituciones o sujetos es necesario usar en el proyecto para tener respuestas confiables, sin exceder el tiempo y presupuesto asignados.<sup>27</sup>

### **2.2.2.6 Recopilación de datos**

---

<sup>24</sup>BERNAL, César Augusto. Metodología de la Investigación Para Administración y Economía, Prentice Hall, Colombia 2000 Pág. 159

<sup>25</sup> HARPER, Boyd. Investigación de Mercados, Ed. Limusa S.A, Quinta edición; Pág. 253

<sup>26</sup> CHURCHILL G. Investigación de Mercados, Thomson Editores, Cuarta Edición, México 2003 Pág. 48

<sup>27</sup> Idem.

El trabajo de campo incluirá la selección, capacitación, control y evaluación de los miembros del personal de campo. Los métodos usados en el campo son muy importantes porque suelen abarcar una parte sustancial del presupuesto de investigación y constituyen una fuente potencial de sesgo. Los métodos del trabajo de campo están dictados sobre todo por el método para recopilar datos, los requisitos del muestreo y los tipos de información que deban obtenerse<sup>28</sup>.

#### **2.2.2.7 Procesamiento de datos.**

Una vez registrados los datos, comienza el procesamiento de los mismos. Este incluye las funciones de edición y codificación. La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad, consistencia e integridad. La codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupo de respuestas, de manera que los números puedan utilizarse para representar esas categorías. En este punto los datos están listos para ser analizados en el computador<sup>29</sup>.

#### **2.2.2.8 Análisis e interpretación de datos.**

Esto significa que los investigadores deben establecer procedimientos que transformen los datos no elaborados en la información necesaria por medio de la computadora. Hay que compilar las tablas de datos, computar los porcentajes y promedios, y hacer comparaciones entre diferentes clases, categorías y grupos.

El informe de resultados de investigación representa el producto final del proceso de investigación<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> HARPER, Boyd. Investigación de Mercados, Ed. Limusa S.A, Quinta edición; Pág. 254

<sup>29</sup> TAYLOR, James y KINNEAR, Thomas. Investigación de Mercados, McGraw Hill, Quinta Edición, Colombia 1998 Pág. 63

<sup>30</sup> HARPER, Boyd. Investigación de Mercados, Ed. Limusa S.A, Quinta edición; Pág. 255

### **2.2.3 IDENTIFICACIÓN DEL BIEN O SERVICIO**

Para adelantar el estudio de mercado del bien o servicio que se pretende entregar a los consumidores, es un requisito indispensable especificar rigurosa e inequívocamente sus características. En consecuencia, un bien o servicio lo podemos identificar respondiendo interrogantes en torno a:

- Usos
- Usuarios
- Presentación
- Composición
- Características Físicas
- Producto
- Sustitutos
- Complementarios
- Bienes de capital, Intermedios y Finales
- Fuentes de Abastecimiento de Insumos
- Sistemas de Distribución<sup>31</sup>

### **2.2.4 ANALISIS DEL MERCADO**

#### **2.2.4.1 Análisis de La Demanda**

La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. El estudio no solamente cubre la demanda actual, sino también los pronósticos del consumo

---

<sup>31</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 89

que puedan estimarse con base en los datos del pasado y de otras herramientas cualitativas y cuantitativas que puedan aportar nuevas luces al respecto<sup>32</sup>.

#### **2.2.4.1.1 Área del Mercado**

Supone la determinación de la zona geográfica en donde se ubican los potenciales demandantes o beneficiarios que poseen el deseo o la necesidad, la capacidad de pago y la decisión para adquirirlo.

#### **2.2.4.1.2 Afluencia Esperada de los demandantes**

**Demanda potencial** es la demanda que podría ser captada por encima de la demanda futura, a condición de que sean habilitados instrumentos de captación no aplicados anteriormente o de que se debiliten los ejercidos por oferentes sustitutos.

**Demanda Efectiva:** es la parte de la demanda potencial que ha sido prefijada para ser captada en un horizonte temporal definido<sup>33</sup>.

#### **2.2.4.1.3 Permanecía**

Una variable básica tanto para dimensionar como para diseñar una futura empresa es la permanencia o pernocte que habitualmente es medida por el número de noches que como tendencia central, mantienen a los viajeros en un destino turístico<sup>34</sup>.

#### **2.2.4.1.4 Estacionalidad en la afluencia de viajeros**

La estacionalidad es fundamental ya que permite el diseño y el dimensionamiento de las empresas turísticas y en particular de la hotelería.

---

<sup>32</sup> MIRANDA M. , Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 90

<sup>33</sup> HERNÁNDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión, pág. 52

<sup>34</sup> Ídem Pág. 57

#### ***2.2.4.1.5 Perfil general del consumidor a captar***

Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura. Se utilizan 5 tipos de variables: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábito, gastos, preferencias y personalidad<sup>35</sup>.

#### ***2.2.4.1.6 Estimación de la Demanda Futura***

Son varios los métodos idóneos que permiten con algún grado de certidumbre estimar la demanda futura de un producto o servicio. En algunos casos, un vistazo a las estadísticas disponibles y apoyados, de pronto, en una encuesta muestral entre potenciales consumidores puede dar una idea aproximada de la dimensión del mercado.<sup>36</sup>

#### ***2.2.4.2 Análisis de La Oferta***

El primer propósito que se persigue con el análisis de la oferta es determinar y medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc<sup>37</sup>.

##### ***2.2.4.2.1 Oferta Actual***

Entre los datos indispensables para hacer mejor análisis de la oferta están:

---

<sup>35</sup> HERNÁNDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión, pág. 58

<sup>36</sup> MIRANDA M, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 98

<sup>37</sup> BACA URBINA, Gabriel; Evaluación de proyectos; Ed. Mc. Graw Hill Reimpresión, segunda edición, 1997. Pág. 36



- Nombres y Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Participación del Mercado
- Sistemas de Comercialización

#### **2.2.4.2.2 *Proyección de la oferta***

Conviene seleccionar exclusivamente la oferta inmediatamente sustitutiva, que es aquella que según el tipo de establecimiento y calidad ejercerá una efectiva competencia sobre la empresa que se encuentra en proyecto. Una vez decidida la base que representa nuestra efectiva competencia habrá que investigar datos referentes a: oferta en construcción, oferta en trámite crediticio, oferta en preinversión, oferta por desaparecer<sup>38</sup>.

#### **2.2.4.3 *Demanda Insatisfecha***

La comparación de la demanda efectiva con la oferta proyectada (periodo por periodo) nos permite hacer una estimación de la demanda insatisfecha. En efecto existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas<sup>39</sup>.

#### **2.2.4.4 *Análisis de Precios***

El Precio es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

---

<sup>38</sup> HERNÁNDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión, Pág. 69

<sup>39</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 102

Dependiendo de la clase del producto o servicio y teniendo en cuenta la estructura del mercado, se pueden identificar algunas modalidades empleadas para la fijación de precios:

- Los precios determinados por la estructura de costos.
- Los precios fijados por el mercado.
- Fijación de precios con base a la Competencia.
- Precios políticos.
- Precios Vigentes en el Mercado Internacional.

#### **2.2.4.5 Análisis de Los Canales de Distribución**

Los canales de distribución son los caminos que sigue el producto o servicio desde el productor o prestador de servicio hasta el consumidor final.

Estos canales pueden ser de dos tipos:

1. Venta directa
2. Venta a través de Intermediarios

**Venta Directa.-** Esta modalidad consiste en que la venta la realiza la misma empresa con personal propio, en base a una cartera de clientes.

**Venta a través de intermediarios.-** consiste en que el producto o servicio para llegar al consumidor pasa por uno o más intermediarios, donde cada cual aplica un porcentaje de ganancia, por lo que el precio de venta se incrementa<sup>40</sup>.

#### **2.2.4.6 Análisis de Comunicación**

La comunicación es indispensable para el éxito de un proyecto, como ya se mencionó al inicio del estudio de mercado, la “ubicabilidad” del consumidor es una de las premisas que permitirá que el público se entere de la existencia de la empresa y sobre todo de los productos y servicios que se ofrece.

---

<sup>40</sup> SOSA de la Cruz, Clifor Daniel. Cómo elaborar un proyecto de inversión turística, San Marcos, Lima, Pág. 43

La comunicación abarca las siguientes acciones:

- La publicidad
- Relaciones públicas
- Promoción en ventas
- Merchandising<sup>41</sup>

## 2.3 ESTUDIO TÉCNICO

Con el Estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de inversión correspondiente.

Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en la planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción.

El análisis de estos mismos antecedentes permitirá cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera, deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones así como la reposición de los equipos.

La descripción del proceso productivo posibilitará, además conocer las materias primas y los restantes insumos que demandará el proceso. Como ya se mencionó, el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes<sup>42</sup>.

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

---

<sup>41</sup>SOSA de la Cruz, Clifor Daniel. Cómo elaborar un proyecto de inversión turística, San Marcos, Lima, Pág. 44

<sup>42</sup>SAPAG Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mac Graw Hill, Cuarta Edición, Chile, 2000, Pág. 21

- Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

Con el estudio técnico se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico- operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto<sup>43</sup>.

### **2.3.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA (DIMENSIONAMIENTO)**

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

#### **2.3.1.1 Capacidad del proyecto**

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros similares. La forma mas utilizada es establecer la cantidad de producción o prestación del servicio por unidad de tiempo.

Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto, podemos distinguir tres situaciones:

**Capacidad Diseñada:** corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.

---

<sup>43</sup>BACA URBINA, Gabriel; Evaluación de proyectos; Ed. Mc. Graw Reimpresión, segunda edición, 1997.Pág. 86

**Capacidad Instalada:** corresponde a la capacidad máxima disponible permanente.

**Capacidad Utilizada:** es la fracción de la capacidad Instalada que se está instalando<sup>44</sup>.

### 2.3.1.2 Factores determinantes del tamaño

La determinación del tamaño del proyecto responde a un análisis detallado de las variables, entre estas están: Disponibilidad de Recursos Financieros, Disponibilidad de Mano de obra, Disponibilidad de Equipos, Muebles y Enseres, Disponibilidad de Suministros e insumos.

## 2.3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En toda inversión turística de equipamiento la localización es fundamental y en ciertos casos como el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, cualquiera sea la mezcla segmentaria de mercado que se elija<sup>45</sup>.

### 2.3.2.1 Macrolocalización

La elección de la macro localización (zona turística, región socioeconómica, centro urbano o polo turístico) depende de distintos factores como:

- Dinamismo económico del área.
- Relevancia del conjunto geográfico, climatológico, turístico y / o cultural.
- Ventajas económicas especiales<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 109

<sup>45</sup> HERNANDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión, Pág. 75

<sup>46</sup> Ídem, Pág. 75

### 2.3.2.2 Microlocalización

En cuanto a la micro localización, esta se refiere a la elección de los terrenos específicos o las edificaciones que habrá de requerir el proyecto una vez seleccionada la macrolocalización.

Frecuentemente la microlocalización depende de aspectos económicos como: la disponibilidad de recursos financieros, en base a los cuales debe preferirse terrenos cuyo costo unitario sea menor y permita destinar mayores montos a la edificación, equipo y al mobiliario del inmueble.<sup>47</sup>

Son muchos los factores que es necesario considerar dentro de la productividad de la localización:

Factores decisivos:

1. Existencia de vías de comunicación
2. Seguridad de conducción
3. Intensidad del tránsito
4. Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos.
5. Disponibilidad de agua
6. Disponibilidad de Energía eléctrica
7. Disponibilidad de Comunicaciones telefónicas
8. Disponibilidad de Terrenos
9. Atractivos turísticos
10. Calidad de los desarrollos circunvecinos
11. Condiciones sociales

---

<sup>47</sup> HERNANDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión, Pág. 77

## 12. Condiciones de Salubridad

### Factores importantes

1. Proximidad a vías principales
2. Costo del terreno
3. Condiciones del subsuelo
4. Topografía

### Factores deseables

1. Disponibilidad de materiales y mano de obra
2. Condiciones meteorológicas
3. Facilidad en lo que toca a desagües<sup>48</sup>

### **2.3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

#### **2.3.3.1 Identificación y Selección de Procesos**

Los procesos son serie de actividades o pasos relacionados entre sí a través de los cuales se transforman unos recursos y se obtiene un producto o servicio<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> CÁRDENAS Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos. Editorial Trillas. Segunda edición, México 2006. Pág. 10

<sup>49</sup> MEJIA Braulio. Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud. Ecoe Ediciones. Bogotá 2000. Pág. 4

El ordenar los procesos en forma secuencial permite comprender su verdadera dimensión. La mejor forma de entender un proceso es mediante su diagramación o flujo grama.

**Flujo grama.** Es un método para describir gráficamente un proceso, mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras similares. Permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas.<sup>50</sup>

Los diagramas de flujo o flujo gramas utilizan unos símbolos ampliamente reconocidos. Estos han sido propuestos por la ANSI (American National Estándar Institute), de Norteamérica. Los principales son:










SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Límites: Principio y Fin
	Acción
	Inspección
	Decisión
	Documentación
	Espera
	Corrector
	Sentido del Flujo
	Transporte

Tabla 2.1 *Símbolos Diagramas de Procesos.*<sup>51</sup>

### 2.3.3.2 Descripción de Equipos

<sup>50</sup> MEJIA Braulio. Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud. Ecoe Ediciones. Bogotá 2000. Pág. 45

<sup>51</sup> Ídem.



Conociendo plenamente el proceso se puede hacer un listado detallado de todos y cada una de las máquinas y muebles necesarios para la operación. Se debe consignar para cada equipo, entre otros, los siguientes datos: tipo, origen, marca, capacidad diseñada, vida útil estimada, garantías, consumo de energía y otros combustibles, personal necesario para su operación, características físicas como peso, volumen altura.

#### **2.3.3.3 Descripción de Insumos**

Lo mismo que con los productos se debe hacer una descripción detallada de los insumos principales y secundarios indicando: nombre, unidad de medida, cantidad necesaria, calidad mínima exigida, precio, forma de transporte, y almacenamiento, lugar de origen, etc<sup>52</sup>.

#### **2.3.3.4 Determinación de necesidades de mano de obra para las diferentes etapas del proceso.**

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección; la incidencia de los costos de mano de obra en los costos de operación es muy fuerte, se deberán analizar las alternativas de tiempos de operación menores, utilizando plantas de mayor capacidad<sup>53</sup>

#### **2.3.3.5 Diseño**

El diseño representa en la problemática comercial de un establecimiento turístico un elemento básico para apoyar su éxito en el mercado, ya aun entre los segmentos motivados por viajes de negocios y convenciones, una empresa turística se encuentra siempre ligada a la idea de placer, descanso y recreación.

---

<sup>52</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 135

<sup>53</sup> <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico.htm>

Normalmente incluye los siguientes aspectos:

1. Planta de Conjunto (escala 1:200 ó 1:500), cotas externas e internas con tratamiento en espacios exteriores.
2. Plantas por pisos y unidades (escala 1:100) con cotas parciales y acumuladas. Incluidas áreas sociales (con equipamiento)
3. Dos cortes como mínimo.
4. Todas las fachadas para comprensión de las unidades que incluye el proyecto
5. Sistema de construcción corte 1:20 con especificaciones de los sistemas constructivos (si es hotel destacar habitaciones)
6. Plantas de detalle
7. Perspectivas exteriores de conjunto e interiores de recogimiento.
8. Especificaciones generales.

Asimismo, el diseño debe expresar la imagen general del inmueble y la particular para las unidades de venta como habitación tipo, restaurante, cafetería, lobby bar, áreas ajardinadas. etc<sup>54</sup>

#### **2.3.3.6 Distribución Espacial**

La distribución del terreno de las distintas unidades de operación, movilización y administración, debe corresponder a criterios técnicos, económicos y de bienestar que al mismo tiempo que contribuyen a la eficiencia de la producción y determinan condiciones favorables a la convivencia de la comunidad.

#### **2.3.3.7 Distribución Interna**

---

<sup>54</sup> HERNÁNDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión, Pág. 78

Cada uno de los muebles, maquinarias y equipos que participa en el proceso de transformación o de prestación de servicio debe estar dispuesto en forma tal que garantice mejores condiciones de trabajo y seguridad, una adecuada utilización del espacio disponible, una mejor movilización de los insumos, además de una mayor eficacia en la operación que redundará, obviamente, en menores costos de producción<sup>55</sup>.

## **2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

### **2.4.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO**

#### **2.4.1.1 Misión**

La misión de una organización es el propósito o razón por la cual existe una organización. En general la misión de una organización refleja la información sobre que tipo de productos o servicios ofrece, cuales consumidores pretende atender y cuales son los valores importantes que persigue.<sup>56</sup>

#### **2.4.1.2 Visión**

Se establecerán los principales retos a cumplir dentro por la empresa para los próximos 3 años, luego de los cuales se podrá comprobar mediante las acciones y decisiones tomadas a lo largo del camino si la gestión administrativa ha sido correcta y apta para alcanzar los objetivos propuestos<sup>57</sup>

#### **2.4.1.3 Objetivos**

Los objetivos son todos aquellos fines hacia los cuales se dirige la actividad de la empresa, los mismos que deberán ser reales, medibles y cuantificables. El

---

<sup>55</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 135

<sup>56</sup> CERTO C, Samuel. Administración Moderna, Prentice Hall, Octava Edición, Colombia, 2001, Pág. 174

<sup>57</sup> KONTS H, Weibrich H; "Administración Estratégica; una perspectiva global Ed. SanPer , Segunda Edición, , Traducción México, 1989, Pág., 129

establecimiento de objetivos dentro de una organización implica detallar de forma eficiente los medios y recursos a través de los cuales dichos objetivos podrán ser alcanzados<sup>58</sup>.

#### **2.4.1.4 Políticas**

Son los medios por los cuales se logran los objetivos anuales. Las políticas incluyen directrices, reglas y procedimientos establecidos con el propósito de apoyar los esfuerzos para lograr los objetivos establecidos<sup>59</sup>

### **2.4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura se refiere a las relaciones designadas entre los recursos del sistema administrativo. Su propósito es facilitar la utilización de cada recurso, individual y colectivamente, a medida que el sistema administrativo intenta alcanzar los objetivos.

La estructura organizacional se representa por medio de una ilustración grafica denominada organigrama<sup>60</sup>.

#### **2.4.2.1 Especialización del Trabajo**

Es la asignación de varias porciones de una tarea particular a un número determinado de miembros de la organización. Varias personas realizan diferentes partes de un trabajo, en lugar de que una sola persona realice todo el trabajo.

#### **2.4.2.2 Cadena de mando**

---

<sup>58</sup> íd.: p. 129.

<sup>59</sup> FRED, R David. Conceptos de Administración Estratégica, Prentice Hall, Novena Edición, México 2003

Pág. 13

<sup>60</sup> CERTO C, Samuel. Administración Moderna, Prentice Hall, Octava Edición, Colombia, 2001, Pág. 216

Es la línea continua de autoridad que se extiende de los niveles organizacionales más altos a los más bajos y define quien informa a quién. No es posible analizar la cadena de mando sin examinar otros tres conceptos: autoridad, responsabilidad y unidad de mando.<sup>61</sup>

### **2.4.2.3 Descripción del Cargo**

Las actividades laborales de un individuo en una empresa se resumen en una declaración formal denominada descripción del cargo: una lista de actividades específicas que deben ejecutarse por quien quiera que ejerza el cargo. Cuando las descripciones de funciones diseñadas adecuadamente les comunican a los empleados en qué consiste el trabajo, establece niveles de desempeño que los empleados deben mantener y actúa como una guía que deben seguir los empleados para contribuir a que la organización alcance sus objetivos.<sup>62</sup>

### **2.4.3 MARCO LEGAL**

Toda organización posee un andamiaje jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros. Este contexto jurídico e institucional parte desde la constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresa de forma prohibitiva o permisiva.<sup>63</sup>

## **2.5 ESTUDIO FINANCIERO**

---

<sup>61</sup> FRED, R David. Conceptos de Administración Estratégica, Prentice Hall, Novena Edición, México 2003  
Pág. 237

<sup>62</sup> CERTO C, Samuel. Administración Moderna, Prentice Hall, Octava Edición, Colombia, 2001, Pág. 234

<sup>63</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 166

### **2.5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

Los resultados obtenidos con respecto al comportamiento del mercado del producto, a la técnica empleada y a la organización, proveen información pertinente para la determinación de las inversiones del proyecto. Se trata pues de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicios y la determinación del monto del capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

Las inversiones que se hacen principalmente en el periodo de instalación se pueden clasificar en tres grupos: las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo.

### **2.5.2 COSTOS DE PRODUCCION**

Durante el periodo de operación se puede identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados directamente a la producción de un bien o prestación de un servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lugar los costos causados por efecto del impulso de las ventas y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno.

#### **2.5.2.1 Costos de Fabricación:**

Son aquellos que se vinculan directamente a la producción del bien o la prestación del servicio, Se suelen clasificar en: costo directo, gastos de fabricación y otros gastos.

- a. **Costo Directo:** Está constituido por la materia prima, los materiales directos, la mano de obra directa con sus respectivas prestaciones. Para algunos proyectos específicos se podrán incluir otros materiales directos cuando no se puedan identificar plenamente como materia prima.

b. **Gastos de fabricación:** Esta constituido por materiales indirectos y de mano de obra indirecta con sus respectivas prestaciones. Estos gastos se caracterizan por la dificultad de identificar su presencia en cada unidad de producción o servicio.

c. **Otros gastos indirectos:**

- Depreciaciones de fábrica: se trata de incorporar el valor anual de la depreciación de edificaciones, equipos, muebles, vehículos y otras instalaciones ligadas directamente al proceso de producción.
- Servicios: los principales componentes de este rubro son: agua, vapor, energía, gas, teléfono. Su estimación se puede hacer teniendo en cuenta los niveles de consumo previsto según el programa de producción y financiamiento.
- Mantenimiento: Constituye todas la erogaciones por concepto de pago de protección, conservación y reparaciones de las instalaciones, equipos, muebles y vehículos.
- Impuestos de fábrica: hace referencia principalmente a los impuestos de industria y comercio, y al impuesto predial.
- Amortización de diferidos: las inversiones diferidas realizadas durante el periodo de instalación se supone que ya han sido canceladas, sin embargo, la legislación permite que en los cinco primeros años del funcionamiento del proyecto sea cargado un costo por este concepto a pesar de no constituir una erogación.
- Otros: los conceptos que no tuvieron cabida en rubros anteriores se pueden clasificar aquí, como: arriendos, comunicaciones, eliminación de desechos, investigaciones técnicas, etc<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 189

### 2.5.2.2 Gastos de administración:

En esta categoría se clasifican los gastos de sueldos y salarios del personal administrativo, los alquileres, servicios públicos, depreciación, seguros y otros gastos relacionados con las instalaciones de las oficinas administrativas<sup>65</sup>.

- a. **Sueldos:** comprende los sueldos de personal ejecutivo, personal auxiliar de compras, archivo, servicios generales, etc.
- b. **Prestaciones:** con el mismo criterio anotado se calcula el monto de las prestaciones sobre la nómina administrativa.
- c. **Depreciaciones administrativas:** se trata de la depreciación de activos fijos que tienen su origen en el área administrativa.
- d. **Amortización de diferidos:** corresponde a la amortización de diferidos que tienen origen en el área administrativa, como los gastos de organización.
- e. **Impuestos:** se hace referencia a otros impuestos que no fueron incluidos anteriormente.
- f. **Otros:** se pueden incluir: papelería y útiles de oficina, gastos de representación, transporte, relaciones públicas, etc<sup>66</sup>.

### 2.5.2.3 Gastos de ventas:

Esta sección engloba todos los gastos que se relacionan en forma directa con la función de ventas, como los salarios del personal de ventas, las comisiones sobre ventas, la publicidad, los alquileres de instalaciones comerciales, la depreciación

---

<sup>65</sup> GUAJARDO, Gerardo, *Contabilidad para no contadores*, 1era edición, McGraw-Hill Interamericana, Editores S.A., México 2005, pág. 149.

<sup>66</sup> MIRANDA Miranda, Juan José. *Gestión de Proyectos*, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005. Pág. 190



del equipo de reparto, los seguros y otros gastos relacionados con las instalaciones de las oficinas administrativas<sup>67</sup>.

- a. **Gastos de comercialización:** podemos distinguir los siguientes: sueldos y salarios, comisiones de vendedores, gastos de representación, viajes, gasto de publicidad, etc.
- b. **Gastos de distribución:** entre los gastos de distribución podemos enunciar los siguientes: sueldos y salarios de supervisores, secretarias, impulsadotas, conductores de vehículos, fletes, empaques y embases, además de la operación de los puntos de venta y almacenes.

### 2.5.3 INGRESOS DE EFECTIVO

Los ingresos de efectivo incluyen todas las entradas de efectivo de una empresa que incurren en un periodo financiero determinado. Los componentes más comunes de los ingresos de efectivo son las ventas en efectivo, las cuentas por cobrar y otros ingresos de efectivo.<sup>68</sup>

### 2.5.4 ESTADOS FINANCIEROS

#### 2.5.4.1 Balance General

Presenta la situación financiera de una entidad según se refleja en los registros contables. Contiene una lista de los recursos con los que cuenta (activos), las obligaciones que ha de cumplir (pasivos) y la situación que guardan los derechos de los accionistas (capital)<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> GUAJARDO, Gerardo, *Contabilidad para no contadores*, 1era edición, McGraw-Hill Interamericana, Editores S.A., México 2005, 149.

<sup>68</sup> LAWRENCE, Gitman. *Principios de Administración Financiera*, Preece Hall ,Octava Edición, México, 2000. Pág. 464

<sup>69</sup> SETZEN, Guadalupe. *Administración Financiera*, McGraw Hill, México, 2002 Pág. 114

#### **2.5.4.2 Estado de Resultados**

El estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo determinado.

#### **2.5.4.3 Estado de flujos de efectivo**

El estado de Flujo de efectivo ofrece un resumen de los flujos de efectivo durante el periodo de estudio, comúnmente el año que apenas finalizó. Este estado que en ocasiones se denomina estado de origen y de aplicación, ayuda a entender los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa.<sup>70</sup>

#### **2.5.5 PROYECCION DE ESTADOS FINANCIEROS**

Los estados financieros proforma muestran como será la firma si en verdad los pronósticos de ventas se llegan a cumplir y se lleven a cabo los planes de la gerencia. Mediante el análisis de los estados financieros proyectados, los gerentes pueden decir si estarán disponibles los fondos necesarios para hacer compras, si la empresa estará en capacidad de realizar pagos de préstamo a tiempo, si será necesaria la financiación externa, que retornos sobre la inversión esperan los accionistas<sup>71</sup>.

#### **2.5.6 EVALUACION FINANCIERA**

##### **2.5.6.1 Análisis de Razones o Índices Financieros**

El análisis financiero es un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de algún negocio. Las razones o indicadores (índices) financieros constituyen la forma más común del análisis financiero.

---

<sup>70</sup> LAWRENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera, Preece Hall, Octava Edición, México, 2000. Pág. 89

<sup>71</sup> GALLAGHER, Thimothy. Administración Financiera Teoría y Practica, Price Hall, Segunda Edición, Colombia 2001 Pág. 128

La razón es el resultado de establecer la relación numérica entre dos cantidades; estas dos cantidades; son dos cuentas diferentes del balance general y/o estado de pérdidas y ganancias.<sup>72</sup>

### 2.5.6.2 Valor Actual Neto (VPN)

Método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital mediante la determinación del valor presente de los flujos netos futuros de efectivo, descontados a la tasa de rendimiento requerido por la empresa.

Si el beneficio neto que se ha calculado sobre la base de un valor presente es positivo el proyecto se considera una inversión aceptable.<sup>73</sup>

Formulación matemática:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde  $Y_t$  representa el flujo de ingresos del proyecto,  $E_t$  sus egresos e  $I_0$  la inversión inicial en el momento cero de la evaluación. La tasa de descuento se representa mediante  $i$ <sup>74</sup>.

### 2.5.6.3 Tasa Interna De Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno estimada para un proyecto propuesto dado sus flujos de efectivo incrementales. Al igual que el método de VPN, el método TIR considera todos los flujos de efectivo para un proyecto y se ajusta al valor del dinero en el tiempo. Sin embargo los resultados de la TIR se expresan en un porcentaje, no como una cifra en dólares.

---

<sup>72</sup>BRAVO, Mercedes. Contabilidad General, Editora NuevoDía, Cuarta Edición, Ecuador 2001, Pág. 323

<sup>73</sup>BESLEY Scott, BRIGHAM Eugene. Fundamentos de Administración Financiera McGraw-Hill, Decimosegunda Edición, México 2001 Pág. 288

<sup>74</sup>SAPAC, Nassir; Preparación y evaluación de proyectos; Ed. McGraw Hill, cuarta edición, 2003. Pág. 301

Cuando se toman decisiones de presupuestación de capital utilizando el método TIR, la TIR del proyecto propuesto se compara con la tasa de retorno que requiere la gerencia para el proyecto.

La TIR a menudo se le conoce como la tasa crítica de rentabilidad. Si la TIR del proyecto es mayor o igual a la tasa crítica de la rentabilidad se acepta el proyecto<sup>75</sup>

#### **2.5.6.4 Periodo de Recuperación del Capital**

Definimos como el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original (el costo del activo), es el método más sencillo, y hasta donde sabemos, el método formal más antiguo utilizado para evaluar los proyectos de presupuesto de capital. Es plazo que transcurre antes de que se recupere el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperado<sup>76</sup>.

#### **2.5.6.5 Punto de equilibrio**

El análisis del punto de equilibrio es básicamente una técnica analítica para estudiar las relaciones existentes entre los costos fijos, los costos variables y las utilidades. Se trata de un enfoque formal de la planificación de las utilidades basadas en relaciones establecidas entre costos e ingresos. Es un artificio para determinar el punto en que las ventas cubrirán exactamente los gastos totales<sup>77</sup>.

## **2.6 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

Es el estudio técnico, de carácter interdisciplinar, que incorporado en el procedimiento de la Evaluación de Impacto Ambiental, está destinado a predecir,

---

<sup>75</sup> GALLAGHER, Timothy. Administración Financiera Teoría y Practica, Price Hall, Segunda Edición, Colombia 2001 Pág. 264

<sup>76</sup> BESLEY Scott, BRIGHAM Eugene. Fundamentos de Administración Financiera McGraw-Hill, Decimosegunda Edición, México 2001 Pág. 385

<sup>77</sup> WESTON, Fred; *Fundamentos de la Administración Financiera*; Interamericana S.A.; México D.F., 1982; Pág. 92.

identificar, valorar, y corregir las consecuencias o efectos ambientales que determinadas acciones pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno.<sup>78</sup>

### **2.6.1 CONTENIDO DE UN ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

- Descripción del medio sobre el cual se pretende implementar la propuesta.
- Descripción de la acción propuesta así como otras alternativas.
- Identificación y valoración de los impactos ambientales o determinación de la magnitud y naturaleza de las modificaciones en el ambiente que la acción planteada puede causar
- Formulación de medidas y acciones subsidiarias (medidas correctoras) para prevenir, mitigar, compensar o eliminar los efectos ambientales negativos.<sup>79</sup>

#### **2.6.1.1 Identificación Y Valoración De Los Impactos Ambientales Matriz Causa – Efecto (Leopold)**

Es un método de identificación y valoración que se puede ajustar a las distintas fases del proyecto, arrojando resultados cuali- cuantitativos, realizando un análisis de las relaciones de causalidad entre una acción dada y sus posibles efectos en el medio.

La base del sistema, es una matriz en que las entradas según columnas contienen las acciones del hombre que pueden alterar el ambiente, y las entradas según filas son características del medio (factores ambientales) que pueden ser alterados.

La matriz proporciona la reacción entre la causa-acción del proyecto y el factor ambiental sobre el que esta actúa produciendo un efecto.

---

<sup>78</sup> CONESA, Vicente Fdez. Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto ambiental. Mundi Prensa, Tercera Edición, Madrid 2000 Pág.27

<sup>79</sup> PAEZ Zamora, Juan Carlos. Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental Editorial Crearimagen. 1996 Pág. 17

La magnitud se considera una cifra de carácter objetivo y responde a la pregunta ¿cuánto se ha alterado el ambiente? Leopold propone una escala referencial entre 1 y 10 para todos los impactos. 1 es la menor y 10 la máxima.

La importancia se define como la trascendencia del impacto, como el peso relativo de cada impacto con relación al resto. Es una cifra más subjetiva y responde a la pregunta ¿interesa la acción que se ha producido? También se considera en una escala entre 1 y 10, pero se añade un signo positivo o negativo para denotar si el impacto es beneficioso o adverso, apoyándose en la pregunta ¿es deseable que ocurra el impacto? Si es positiva la respuesta se coloca el signo positivo.

Los valores de magnitud e importancia que se asignen a los impactos identificados pueden responder a valores prefijados como los que a continuación se detallan: <sup>80</sup>

Magnitud			Importancia		
Calificación	Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

**Tabla 2.2 Valoración de Magnitud e Importancia Impacto Ambiental <sup>81</sup>**

<sup>80</sup> PAEZ Zamora, Juan Carlos. Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental Editorial Crearimagen. 1996 Pág. 45

<sup>81</sup> Ídem. Pág. 49

## **CAPÍTULO 3**

### **EL PRODUCTO**

El capítulo tiene como objetivo identificar los atributos y características del servicio a ofrecer, el entorno natural, social y cultural de la zona y los atractivos que lo constituyen como un producto turístico.

#### **3.1 INTRODUCCION DEL PRODUCTO**

El país requiere inversión en proyectos que fomenten el turismo receptor e interno ya que es considerado un segmento importante de los ingresos en la economía nacional.

Dentro del ámbito Turístico, la inversión puede ser dada en: Planta Turística (Infraestructura Hotelera y de Restaurantes, Transporte y Agencias de Viaje), prioridades nacionales y atractivos turísticos que permita promocionar y ofrecer al mercado turístico una gama de atractivos naturales, climáticos y culturales; para ubicar al país entre los lugares mas visitados por el turismo.

El requerimiento de desarrollo de proyectos ecológicos, está siendo impulsada por organizaciones a nivel mundial y nacional, que alertados por la excesiva contaminación pronostican la importancia de la conservación del ecosistema.

Una hostería con especialización “ecológica” involucra la creación de un lugar que proporcione un conjunto de servicios como alojamiento, restaurante y actividades deportivas - recreativas a los huéspedes, complementados con un disfrute escénico y la contemplación de los elementos naturales, sin alterar la integridad del ecosistema. Donde los visitantes encuentren regiones poco perturbadas para recrearse en el medio natural y conocer la cultura de los habitantes de tal medio, y a su vez promover la apreciación de las riquezas naturales.

Es así que debido a la demanda, la diversidad de fauna y flora, así como las condiciones climáticas excepcionales, por ubicarse en una de las arterias principales entre la Costa y la Sierra, vía Alóag – Santo Domingo en las

cercanías a Quito, la Parroquia Manuel Cornejo Astorga (Tandapi) en el Cantón Mejía, se ha planteado como un lugar ideal para el desarrollo del proyecto.

## **3.2 ENTORNO NATURAL PARROQUIA MANUEL CORNEJO ASTORGA**

### **3.2.1 REFERENTES HISTÓRICOS**

El 20 de enero de 1909 la población es elevada a parroquia. Esta tierra en sus inicios estuvo habitado por personas colonas que llegaron de distintas partes del Ecuador en el año 1.958.

Gran legado histórico tiene esta parroquia ya que sus montañas eran camino de diversas culturas aborígenes.

En el año de 1955, Tandapi estaba cubierto por exuberante vegetación, llena de plataneras, cañaverales y terrenos pantanosos por las vertientes de agua a su alrededor. Siendo ya parroquia era habitada por dos familias quienes vivían de la cacería y de la elaboración de panela, la cual se comercializaba en Sto. Domingo de los Colorados.

Debido a su ubicación geográfica, sus pobladores opinan que no tienen identidad de pertenencia con el cantón, puesto que sus relaciones comerciales tienen en mayor medida con el cantón Santo Domingo, mientras que su referente administrativo está en la sede del gobierno del cantón Mejía que es Machachi.

En la actualidad aún sigue siendo el paso obligado tanto para los transportistas de



carga como para pasajeros que van hacia la costa. La naturaleza que la rodea, brinda su belleza exótica y un clima saludable, convirtiendo esto en un privilegio para quienes la habitan y la visitan<sup>82</sup>.

### 3.2.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y SUPERFICIE

#### Nombre:

Antiguamente esta parroquia llevaba el nombre de Antonio Ricaurte, pero en vista que no había relación alguna con esta tierra, tomó el nombre de Manuel Cornejo Astorga. Se dice que este personaje fue un revolucionario que se escondió y se asentó en este sector.

#### Ubicación:

Se encuentra ubicada Región Sierra en el Cantón Mejía, Prov. de Pichincha, a dos horas desde la ciudad de Quito (70 Km al sur)<sup>83</sup>.

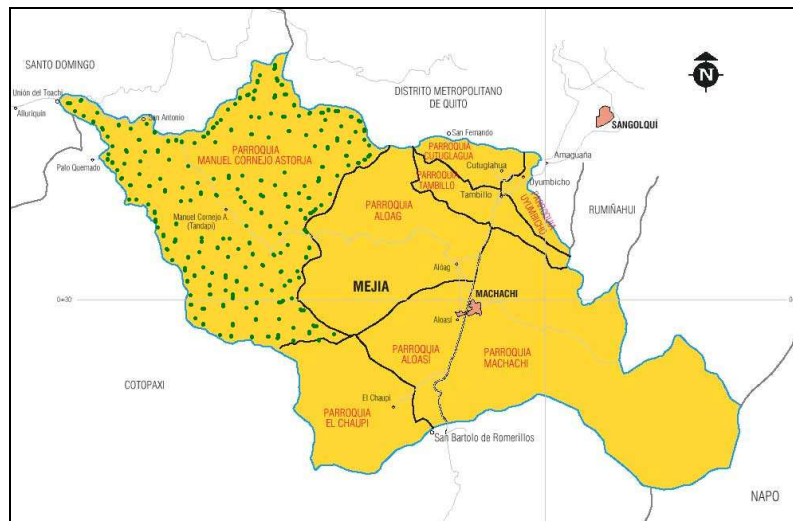


Figura 3.1 Ubicación Geográfica Parroquia Manuel Cornejo Astorga<sup>84</sup>

<sup>82</sup> [www.freewebs.com/machachi/lugaresturisticos.htm](http://www.freewebs.com/machachi/lugaresturisticos.htm)

<sup>83</sup> [www.joyasdequito.com/](http://www.joyasdequito.com/)

<sup>84</sup> Departamento de Turismo - Municipio del Cantón Mejía.

**Coordenadas Geográficas:**

Latitud:	S 0°30' / S 0°20'
Longitud:	W 79°0' / W 78°45'
Altitude (feet)	5.465
Altitude (meters)	1.665

**Extensión:**

Su superficie es de 482 km<sup>2</sup>.

**Población:**

6.500 habitantes aprox. en la actualidad.

**Límites:**

Los límites son: al Norte, la vía Chiriboga que nace en la ciudad de Quito y el río Silante; al Este colinda con la parroquia Alóag desde el río Santana hasta el nacimiento del río Sarapullo; al Sur el río Toachi y colinda con la parroquia Sigchos de la Provincia de Cotopaxi; al Oeste hasta la unión del río Toachi con el río Pilatón, colinda con la parroquia Alluriquin.

**Ciudades y Poblados:**

Entre los lugares poblados se hallan Manuel Cornejo Astorga, San Francisco de Las Pampas, Santa Rosa, Palo Quemado, La Esperie, Santuario de Baños, San Francisco de Las Damas, Atenas, Pampas Argentinas, San Francisco de Galápagos, etc.

### 3.2.3 CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS

#### Clima:

Se encuentra en zona cálida y húmeda a 1.500 metros sobre el nivel del mar presentando las siguientes características climáticas:

estacionalidad/ PERIODO SECO			estacionalidad/ PERIODO HUMEDO		
Época	temperatura media °C	precipitación pluviométrica (cm3)	Época	temperatura media °C	precipitación pluviométrica (cm3)
JUNIO A AGOSTO	15,2º	1.543	SEPTIEMBRE A ENERO	15º	5.525

Tabla 3.1 *Clima Parroquia Manuel Cornejo Astorga*

#### Orografía y Geología:

La orografía está representada por un relieve irregular, en donde se observan los siguientes accidentes: Lomas Envidia, La Bodoquera, de Tiglla, Corazón, Santo Tomás, La Delicia, Triunfo Chiquito, Sarapullu, Los Aserradores, Osa Loma, etc.

En los alrededores afloran rocas volcánico sedimentarias marinas de composición andesita basáltica de la formación Macuchi, recubiertas por rocas de la Formación Silante constituidas por conglomerados, areniscas, limonitas y ocasionalmente lavas, al O y NO yacen rocas sedimentarias de edad Mío Plistocénicas del grupo Daule (Borbón) y las Formaciones Pleistocénicas-Holocénicas, Balzar, Baba y San Tadeo, también rocas intrusivas del Terciario, así como depósitos superficiales, terrazas, coluviales y aluviales<sup>85</sup>

#### Hidrografía:

La hidrografía es numerosa y está formada por:

<sup>85</sup> Características Naturales Parroquia Manuel Cornejo Astorga - Departamento de Turismo Cantón Mejía

**Ríos:** Pilatón, Ninahuilca, Santana, Rebelde, Corazón, Quisinche, Chitua, Sarapullo, Yamboya Toachi,, Osolama, Naranjal, San Pablo, Damas, Santa Inés, Las Juntas La Esperanza, Napa, Las Delicias, Negro, Yamboya, Tandapi, Saguambi, Cristal. (Anexo N°1)

**Cascadas:** Del Napac, Peñas Blancas, Pampas Argentinas entre otras. Minas de oro y plata de Sarapullo Volcán Ninahuilc.

### **Flora:**

Este sitio comprende algunos bosques remanentes localizados al occidente de la provincia de Pichincha, el área está atravesada por una carretera de primer orden, la vía Quito-Aloag-Santo Domingo.

En el sector hay aproximadamente 2.800 especies de plantas vasculares, de las cuales al menos 100 son endémicas de la región. Debido a la inaccesibilidad de ciertas áreas del terreno, existe todavía bosque virgen, el dosel se caracteriza por la presencia de árboles de cauchillo, cedro, nogal, canelo, matapalos de los géneros Ficus y Coussapoa, sangre de gallina, anime, las palmas de los géneros Phytelaphas, Euterpe y Bactris, chontaduro, además de la caña guadúa y el helecho arbóreo. En el sotobosque es común, gualpite, paco, nacedero, achiote, platanillo, anturios, entre otros. En el bosque secundario se encuentra el guarumo plateado, laurel, y a lo largo de los ríos es común encontrar el aliso<sup>86</sup>. (Anexo N° 2).

Además existen áreas alteradas, en especial pastizales para ganado y zonas agrícolas (caña de azúcar, maíz, café, palma africana, frutales, banano). Hay además zonas destinadas a la reforestación y a actividades agropecuarias. Donde se produce banano, café, limón, plátano, naranja, caña de azúcar y yuca<sup>87</sup>.

### **Fauna:**

Hasta la fecha se han registrado más de 40 especies de mamíferos en el área, entre los que se incluyen algunas especies amenazadas de extinción o en general

---

<sup>86</sup> Características Naturales Parroquia Manuel Cornejo Astorga - Departamento de Turismo Cantón Mejía

<sup>87</sup> [www.birdlife.org/action/science/sites/andes](http://www.birdlife.org/action/science/sites/andes)

raras como Tremarctos ornatus (Osos de Anteojos), Dinomys branickii (Guanta con Rabo), Dasypus Novemcinctus (Armadillo), Cuniculus Paca (Guanta), Dasyprocta punctata (Guatusa).

Además de una diversidad de mariposas, más de 63 géneros.<sup>88</sup> (Anexo N° 3)

### **3.2.4 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS**

#### **Actividades Económicas:**

Por su alto grado de productividad y aprovechamiento del suelo, esta parroquia es eminentemente agrícola (en esta zona se cultivan toda clase de productos tanto de la costa como de la sierra) y es también una zona ganadera (producción de leche).

Existe también la actividad de la acuicultura como fuente de ingresos, cuya producción es la trucha.

De acuerdo a los datos demográficos del último censo de Población y Vivienda del año 2001 la parroquia Manuel Cornejo Astorga poseía una población de 3.132 habitantes de los cuales 1.651 son hombres y 1.481 son mujeres<sup>89</sup>.

Su población económicamente activa está representada por apenas el 80,2% de los habitantes, que en su mayoría son comerciantes y agricultores independientes.

#### **Festividades:**

24 de Septiembre: Fiestas en honor a la Virgen de las Mercedes.

28 de Septiembre: Fiestas del Recinto Nuevo Machachi.

---

<sup>88</sup> [www.birdlife.org/action/science/sites/andes](http://www.birdlife.org/action/science/sites/andes)

<sup>89</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Fascículo Cantón Mejía

### 3.2.5 DESCRIPCIÓN DE LUGARES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS (INVENTARIO TURÍSTICO)

Esta parroquia posee los siguientes atractivos turísticos:

#### **Cascada de Nápac**

Esta cascada es proveniente de las cumbres de la cordillera occidental, producto de la alta pluviosidad de la región. Se encuentra en la categoría de sitios naturales, clasificada como caída de agua, siendo un atractivo conservado, se encuentra en un entorno alterado por el flujo de personas

Para observar la Cascada Nápac se puede ir en un vehículo particular o en cualquier bus siguiendo la carretera de primer orden Alóag - Sto. Domingo. Ya que se encuentra a 65 km desde Quito<sup>90</sup>



**Figura 3.2** *Cascada de Napac.*<sup>91</sup>

#### **El diablo de Tandapi**

La Cara del Diablo o “El Poder Brutal”, fue labrada en la roca pura, por un maquinista llamado Octaviano trabajador del Ministerio de Obras Públicas, entre los años de 1985 y 1987. El Ministerio le encargó que derrocara una montaña, en una curva pronunciada. La peña impedía la visibilidad a los conductores y

---

<sup>90</sup> Ficha Turística Cascada de Napac – Departamento Turismo del Cantón Mejía Documento electrónico

<sup>91</sup> Ídem.

causaba accidentes. En esa excavación se encontró con una roca gigante, pero dúctil para la escultura.

Esta peculiar obra situada en el pleno de una curva (actualmente un mirador y paradero). La figura tiene 20 metros de alto y sobresale en la punta de una loma que da hacia la curva de la vía. El rostro tiene dos cuernos que se elevan sobre la frente; la nariz puntiaguda, la boca, semiabierta, deja al descubierto dos colmillos.<sup>92</sup>

Este atractivo se encuentra en la categoría de museos y manifestaciones culturales, clasificada como obra de arte, subtipo escultura, en un perfecto estado de conservación



**Figura 3.3** *La Cara del Diablo.*<sup>93</sup>

### **Feria de la fritada**

Tandapi además de ser una zona agrícola es una zona ganadera, lo que dio paso a una floreciente industria, el comercio de un plato sumamente apetecido como es la fritada. Gran parte de los restaurantes y locales de expendios de alimentos se dedican a la venta de este plato típico que ha tomado fama por la exquisitez de su fritada.

---

<sup>92</sup> [www.elcomercio.com.ec/solo\\_texto.asp?id\\_noticia=150076](http://www.elcomercio.com.ec/solo_texto.asp?id_noticia=150076)

<sup>93</sup> Ficha Turística Cara del Diablo – Departamento Turismo del Cantón Mejía Documento electrónico

La feria está en la categoría de folklore, clasificado como comidas y bebidas típicas, manteniendo un estado de conservación del atractivo por el constante consumo del producto por parte de los turistas<sup>94</sup>.



**Figura 3.4** *La Feria de la Fritada.*

### **Río Toachi**

El Río Toachi nace en las alturas los Andes, en las cumbres de los Ilinizas, y viaja tormentosamente hacia el occidente, atravesando los Bosques Tropicales y los valles. En el Toachi, se encuentran, rápidos de la Clases III y III+. Aquí se observa el bello contraste entre el agua blanca y el frondoso verdor de la selva.

El recurso se encuentra en la categoría de sitios naturales, en la clasificación de ríos, manteniendo un estado tanto del entorno como del atractivo conservado.<sup>95</sup>



**Figura 3.5** *Río Toachi*

<sup>94</sup> Ficha Turística Feria de la Fritada – Departamento Turismo del Cantón Mejía Documento electrónico

<sup>95</sup> Ficha Turística Río Toachi – Departamento Turismo del Cantón Mejía Documento electrónico



## Fiesta de la Virgen de La Merced

El miedo de una aparición de un supuesto espíritu en la carretera, hizo que los miembros de la cooperativa de tanqueros Coopecuador, de Latacunga, trajeran una imagen de la Virgen de las Mercedes y la colocaran en Silante. Después de un tiempo, hace 23 años, se levantó un pequeño santuario 4 km más abajo, en lo que hoy se conoce como el sitio San Ignacio La Virgen, donde la Costa termina y comienza la Sierra<sup>96</sup>.

La fiesta de la virgen está en la categoría de folklore, clasificada como manifestaciones religiosas



Figura 3.6 Fiesta de la Virgen de la Merced<sup>97</sup>

### 3.2.6 INFRAESTRUCTURA

#### Hotelera:

Actualmente en la zona existen establecimientos hoteleros de segunda y tercera categoría y en la actualidad se contabilizan tres: Hotel Ramada, Nuevo Hotel, Hotel España.

#### Red Vial:

La carretera asfaltada de dos o más vías que va junto al Río Pilatón; carreteras sin pavimentar de dos o más vías, caminos de verano, caminos de herradura y senderos, forman parte de la red vial de la zona.

<sup>96</sup> [www.archivo.eluniverso.com/2007/02/18/](http://www.archivo.eluniverso.com/2007/02/18/)

<sup>97</sup> Investigación Propia

**Comunicaciones:**

Existe red de cobertura celular en toda el área, y telefonía pública específicamente en la población de Tandapi.

**3.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

La búsqueda de lugares relajantes sea para vacaciones, feriados o simplemente para pasar un momento agradable, donde se puedan realizar diversas actividades, es la tendencia de las personas de hoy, por lo tanto la hostería nace para satisfacer tal necesidad y a la vez contribuir con el país en el desarrollo del Turismo.

La zona, posee características ambientales aptas para brindar un proyecto turístico como es una hostería ecológica, la localización del terreno es definitivamente privilegiada ya que se encuentra distanciada de la carretera principal; cuenta con un clima idóneo y una riqueza natural en flora y fauna propios de la región, donde los turistas podrán disfrutar de un maravilloso paisaje a lo largo del viaje.

La Hostería Ecológica que se propone, además de ser un lugar de alojamiento, prevé ser una verdadera experiencia para el turismo, ya que por su entorno la zona es adecuada para actividades complementarias como: observación de especies, caminatas o trekking, pesca deportiva, cabalgatas, tarabitas, camping que permitirá tener un contacto directo con la naturaleza y además conocer los procesos de producción de campo, al igual que a los animales que viven allí. Por lo que se considera que los servicios que se ofrecerá son:

**Alojamiento:**

Contendrá una infraestructura confortable provista de baño privado, conservando ciertas características rústicas en su diseño; fabricado de materiales típicos de la región, complementado con ciertos adornos de materiales reciclados para aprovechar al máximo los recursos naturales.

### **Área de Camping:**

Acampar es una actividad comúnmente al aire libre que implica pasar una o más noches en una tienda o carpa para disfrutar de la naturaleza, por lo que se mantendrá un área exclusiva para prestar este servicio adecuando el terreno para tal actividad.

### **Área de Cultivos**

Se pretende mostrar a los visitantes, la riqueza del suelo en la zona y lo que se puede producir en el mismo; destinando una área donde el turista pueda, si lo desea, con sus propias manos cosechar los productos que apetezca comer. Además al establecer dicha área ayudará al proyecto a abastecerse de ciertas cantidades de materia prima, sin requerir de otros proveedores ya que habrá alimentos producidos en las propias instalaciones.

### **Área de Animales**

Esta zona a más de suministrar productos derivados de animales propios de granja como: vacas y gallinas para el autoconsumo, permitirá tener un contacto con los animales observando y logrando sensibilización en los visitantes con la naturaleza contribuyendo así a la formación de valores personales y la formación en beneficio con el ambiente.

### **Actividades Recreativas y Deportivas:**

#### **Cabalgatas:**

La aventura de recorrer gran parte de la zona en caballos será una experiencia inolvidable, ya que a más del beneficio terapéutico que produce el andar a caballo se combina el recorrer entornos naturales sobre ríos y espesa naturaleza. Para lo cual se dispondrá de caballos debidamente entrenados.

### **Pesca Deportiva:**

A pesar de que en la zona existen riachuelos y vertientes de agua natural, para no introducir especies no nativas, se realizará una laguna artificial con truchas que servirá para la relajación y diversión de los huéspedes.

### **Tarabitas:**

Las extensas laderas de la zona son ideales para la instalación de una tarabita; que es un primitivo teleférico compuesto de una canastilla que va sujeta a un cable, por medio de una polea, empleándose la gravedad como propulsora.

### **Trekking y Observación de Especies:**

La Zona ofrece especies como aves, animales y árboles, para el disfrute visual en los alrededores, por lo que realizar trekking; que es una actividad que consistente en caminar, es una buena opción para aprovechar las condiciones ecológicas del área.

Es importante indicar que en la zona no existen lugares que pueden sustituir o que ofrezcan servicios que se piensa brindar en el desarrollo del proyecto. Actualmente en la parroquia únicamente existen tres Hoteles que se encuentran en la población de Tandapi, pero por su pequeña estructura solamente entregan alojamiento, sin mayores comodidades.

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El capítulo siguiente tiene como objetivo determinar exactamente el servicio que se va a ofrecer en la creación de una hostería Ecológica en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga y que, bajo determinadas condiciones de precio la demanda está dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades, así como la oferta existente y los medios de publicidad necesarios para dar a conocer el servicio. Y a su vez tener una base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos del proyecto turístico.

#### **4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

El objetivo central de la Investigación de Mercados es conocer aspectos relacionados con el mercadeo como identificar y satisfacer las necesidades de los clientes que harán uso de la hostería. En este sentido se realizará un proceso de investigación, para definir las necesidades, instrumentalizar las estrategias de mercados y los planes encaminados a integrar dichas necesidades, proporcionando una información útil, relevante, exacta y válida

##### **4.1.1 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN**

###### **4.1.1.1 Formulación Del Problema**

Se realizó un proyecto de estudio de investigación de mercados para:

“Obtener información del mercado turístico para establecer una Hostería Ecológica en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga, específicamente de la demanda, la oferta, precios y medios de publicidad; que permita generar estrategias para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes”

#### **4.1.1.2 Determinación De Las Necesidades De Información**

Entre las necesidades de información que la investigación de mercados cubre se encuentra:

##### *Demanda*

- Conocer Perfil del consumidor – turista.
- Determinar El mercado potencial al que se puede vender.
- Formas de ofrecer el servicio conforme los gustos, deseos, capacidad económica y otras características esenciales de los futuros visitantes.
- Fijar las Frecuencias de consumo o temporadas de visitas.

##### *Publicidad*

- Medios (publicidad/ promoción) para conocer la Hostería

##### *Oferta*

- Servicios y productos que se están ofreciendo y quien los ofrece.
- Prescribir que desean los turistas, que no se está ofreciendo en otros lugares de turismo.

##### *Precios*

- Establecer el rango de precios para la prestación del servicio.

#### **4.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FUENTES DE DATOS**

##### **4.1.2.1 Tipos de Investigación**

Dentro del planteamiento del proyecto se realizó una investigación previa (exploratoria) a través de entrevistas, para conocer la perspectiva con respecto al

turismo, a los Propietarios de Hoteles y Hostales de la zona, mediante las siguientes preguntas:

- ¿El lugar es visitado por turistas nacionales y extranjeros?
- ¿En que temporadas del año existe mayor concurrencia de visitantes?
- ¿Que servicios además de hospedaje usted brinda?
- ¿Los huéspedes solicitan servicios adicionales, Cuales?

Es así que se afirmó la concurrencia de turistas en el lugar. Así mismo se comprobó la falta de infraestructura turística que ofrezca diversos servicios de entretenimiento, inclusive en las poblaciones cercanas. A pesar que los propietarios no tenían un registro que indique las pernoctaciones del turista, nacionalidad etc.

Para complementar la información se efectuará una investigación descriptiva ya que se requiere identificar variables mercadológicas tales como:

- Características /perfiles importantes de grupos de consumidores
- La disposición a pagar de los clientes potenciales por el servicio que brinda una Hostería Ecológica.
- La manera como los clientes potenciales desean que sea ofrecido el servicio.
- Los atributos que busca el cliente potencial en el servicio.
- Medios (publicidad/ promoción) para conocer la Hostería

#### **4.1.2.2 Fuentes de Datos**

##### **Fuentes De Datos Secundarias.**

Como fuentes de datos secundarios se tomó en consideración: las estadísticas y boletines del Ministerio de Turismo, Instituto Nacional Estadísticas y Censos,

Cámara Provincial de Turismo de Pichincha, y Departamento de Turismo Cantón Mejía.

Cabe aclarar que no se encontró estadísticas exactas del turismo interno y receptor, que visitan específicamente la Parroquia Manuel Cornejo Astorga, ni al Cantón Mejía, así como la estadía de los turistas en la zona, ya que desde el año 2007 se empezó a instaurar un Departamento Cantonal de Turismo y en la actualidad se continua trabajando para establecer información turística detallada por lo tanto, para la obtención de información se consideró como referente a Santo Domingo de los Tsachilas por la cercanía y relación que tiene con la zona basándose en ciertos parámetros utilizados para establecer proyectos turísticos:

#### **Turismo receptor:**

Se tomó en consideración los datos obtenidos en el INEC de la entrada de extranjeros, exclusivamente en el mes de diciembre, durante los años 2000-2007; para estimar la población actual, seleccionando a Pichincha por ser el más representativo en el ingreso de visitantes.

Diciembre Año	Visitas a Jefatura Pichincha
2000	22.523
2001	22.590
2002	17.467
2003	25.968
2004	28.625
2005	28.761
2006	32.782
2007	33.926
2008	35.544

**Tabla 4.1** *Entrada De Extranjeros De Ecuatorianos*

**Fuente:** Boletines de Migración Internacional - INEC (2000-2007)

**Elaborado por:** Paola Muñoz



Y el Estudio de la Demanda del Turismo Receptor Segmentos Aéreo Y Terrestre Año 2007, facilitado por el Ministerio de Turismo; donde se encuentra en forma detallada el perfil del turista extranjero, así como el porcentaje de extranjeros que visitan Santo Domingo de los Tsáchilas

SITIOS	%	%	%
	Nov-06	Dic-06	Ene-07
Quito	63.96	73.80	56.94
Guayaquil	41.98	37.20	42.43
Cuenca	13.19	11.20	12.01
Galápagos	12.09	13.40	14.35
Otavalo	9.45	9.00	5.15
Amazonía	9.67	7.40	14.22
Baños	4.84	8.60	5.15
Manta	3.52	2.60	4.52
Salinas	3.52	3.60	5.62
Machala	2.2	1.00	3.43
Riobamba	2.2	2.40	2.50
Loja	1.98	2.80	3.90
Ibarra	1.76	1.00	1.40
Ambato	1.54	1.60	3.43
<b>Santo Domingo</b>	<b>0.44</b>	<b>0.60</b>	<b>2.81</b>
Playas	1.10	1.00	2.65
Milagro	0.44	0.60	2.18
Portoviejo	0.66	0.20	1.87
Bahía de Caráquez	0.88	1.20	1.72
Montañita	0.66	0.80	1.72
Puerto López	0.66	0.61	1.56
Atacames	0.88	1.00	1.56
Manabí	1.10	1.00	2.50
Ruta del Sol	1.54	0.60	1.40
Volcanes	1.32	3.80	1.40
Esmeraldas	0.88	2.00	3.74
Otros	15.82	14.99	28.77

**Tabla 4.2** *Sitios Visitados En El Ecuador Turismo Receptor Segmento Aéreo 2007*

**Fuente:** Ministerio de Turismo- Información Digital

### **Turismo Interno:**

Para la obtención de información relacionada con turismo interno se estudió al Distrito Metropolitano de Quito (provincia de Pichincha) por:

- Ser la segunda con mayor población del Ecuador según registros poblacionales disponible en el INEC (Censo Población y Vivienda 2001 e Indicadores Distrito Metropolitano de Quito; Unidad de Estudios e Investigación), con la mayor cantidad de ingresos y capacidad de gasto para actividades de turismo (hoteles y restaurantes); ya que conforma el 23% del Gasto a nivel Nacional. (Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos – Tomo 1 Nacional Urbano, Tomo 2 Quito- Guayaquil; Febrero 2003 - Marzo 2004).
- Tener la mayor existencia de circulación vial hacia la zona (Ministerio de Turismo - Sistema de Inventario vial Estimación de Trafico Promedio Anual)
- *“Ser el mayor emisor de turismo Interno”* como lo afirmaron: Ing. Carlos Gutiérrez e Ing. Marco Peña del Departamento de Turismo del Cantón Mejía<sup>98</sup>.

Tomando como referencia a las visitas realizadas por residentes en Quito, según lugar de destino de feriados y otros viajes específicamente a Santo Domingo de los Colorados durante octubre-diciembre 2006, sin tener datos más recientes: ya que como lo explicó el Ing. Emilio Echerres del departamento de Planificación del Ministerio de Turismo *“por lo costoso y complejo que resulta esta investigación no se tienen datos actuales”*<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> Investigación de Campo Departamento de Turismo Cantón Mejía Fecha: 5 Noviembre 2008

<sup>99</sup> Investigación de Campo Ministerio de Turismo Fecha: 10 de Diciembre 2008

Octubre - diciembre, 2006

**Cuadro RLFE-1**

**Turismo interno: visitas realizadas por residentes en Quito, según lugar de destino de feriados y otros viajes**

Lugares visitados	Número de visitantes	Proporción	Proporción acumulada
<b>Total</b>	<b>754.193</b>	<b>100,0</b>	
Ibarra	53.969	7,2	7,2
Latacunga	48.252	6,4	13,6
Baños de Agua Santa	36.939	4,9	18,5
Ambato	36.597	4,9	23,3
Guayaquil	34.244	4,5	27,9
Esmeraldas	31.191	4,1	32,0
Tonsura	28.309	3,8	35,7
Riobamba	28.052	3,7	39,5
<b>Santo Domingo de los Colorados</b>	<b>24.745</b>	<b>3,3</b>	<b>42,7</b>
Sangolquí	22.314	3,0	45,7
Atacames	19.932	2,6	51,1
Cayambe	19.613	2,6	53,7
Otavalo	15.472	2,1	55,7
El Quinche	15.170	2,0	57,7
Tumbaco	13.058	1,7	59,5
Guayllabamba	12.886	1,7	61,2
Cumbayá	12.457	1,7	62,8
San José de Minas	12.415	1,7	64,5
Guaranda	10.953	1,5	65,9
Loja	10.927	1,5	67,4
Tulcán	10.113	1,3	68,7
Pedernales	9.567	1,3	70,0
Nanegal	9.087	1,2	71,2
Salinas	8.926	1,2	72,4
Machachi	8.916	1,2	73,5
Manta	8.661	1,2	74,7
Papallacta	8.638	1,2	75,8
Quevedo	8.578	1,1	77,0
Cuenca	7.996	1,1	78,0
Yaruquí	7.890	1,1	79,1
Conocoto	6.572	0,9	80,0
La Maná	6.145	0,8	80,8
Portoviejo	5.764	0,8	81,5
Tena	5.673	0,8	82,3
Bahía de Caráquez	5.654	0,8	83,0
La Merced	4.326	0,6	83,6
Chone	4.182	0,6	84,2
Alausí	4.078	0,5	84,7
Playas (General Villamil)	3.945	0,5	85,2
Cotacachi	3.884	0,5	85,7
San Antonio	3.724	0,5	86,2
Huaquillas	3.351	0,4	86,7
Machala	3.330	0,4	87,1
Súa (Cab.en la Bocana)	3.156	0,4	87,5
La Paz	2.984	0,4	87,9
Mira (Chontahuasi)	2.860	0,4	88,3
San Gabriel	2.836	0,4	88,7
Mindo	2.774	0,4	89,0
Atuntaqui	2.754	0,4	89,4
Crucita	2.430	0,3	89,7
Pedro Vicente Maldonado	2.367	0,3	90,0
Otros	44.834	5,9	96,0
<b>Total fuera del país</b>	<b>30.115</b>	<b>4,0</b>	<b>100,0</b>

**Tabla 4.3 Turismo interno: visitas realizadas por residentes en Quito, según lugar de destino de feriados y otros viajes. Octubre - Diciembre 2006**

**Fuente:** Ministerio de Turismo- Información Digital

## **Fuentes De Datos Primarias.**

La fuente de datos primaria que sustente la investigación descriptiva será: una encuesta aplicada a los clientes potenciales, ya que la mejor forma de obtener información es preguntando directamente a los posibles interesados sobre los servicios adicionales de su preferencia, precios, medios de comunicación, y si estarían dispuestos a hacer uso o no de las instalaciones y servicio ofrecido etc.

### **4.1.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO**

El cuestionario permitirá conocer con exactitud las necesidades y expectativas de los turistas potenciales y será realizado directamente a los clientes del mercado meta establecido en el diseño de la muestra.

El medio o instrumento adecuado para recolectar datos del turismo interno será un Formulario Escrito o Encuesta compuesta de 5 preguntas de información General y 13 de Información específica; estructurada con preguntas semiabiertas, cerradas y de opción múltiple.

Dentro de las dos preguntas de opción múltiple se aplicará una escala ordinal ya que jerarquiza las características mencionadas, clasificando en primer lugar, el objeto que tiene mayor cantidad del atributo en comparación, con el que ocupa el segundo lugar. Además se utilizará una escala comparativa para determinar la preferencia entre lugares a ser visitados.

Para el caso del turismo receptor, se utilizara un formato mucho más simple ya que se cuenta con información casi completa y lo único que se requiere es la aceptación que se tendrá por este segmento. Por lo que el cuestionario constará de dos tipos de preguntas una cerrada y otra de opción múltiple. (Anexo N° 4).

### **4.1.4 DISEÑO DE LA MUESTRA**

- **Población**

La población que se seleccionó está comprendida entre:

### El turismo receptivo

Para hallar la población actual se realizó una proyección por regresión lineal tomando en consideración a los extranjeros que ingresaron a la ciudad de Quito en el mes de diciembre, según La Jefatura de Migración (años 2000 – 2007), obteniendo la siguiente formula:

$$y = 1991,9x + 17617$$

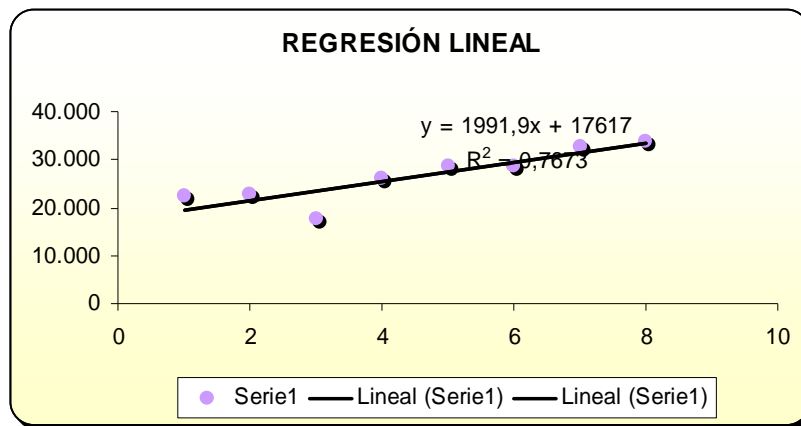


Figura 4.1 Regresión Lineal Turismo Receptor .

Fuente: Ministerio de Turismo- Información Digital

Elaborado por: Paola Muñoz

Diciembre Año	Visitas a Jefatura Pichincha
2008	35.544

Tabla 4.4 Proyección del Turismo Receptor

Fuente: Ministerio de Turismo- Información Digital

Elaborado por: Paola Muñoz

De los cuales se tomó únicamente un 49,25% que corresponde al turismo receptor que tiene como motivo principal de visita – ocio y vacaciones, de estos se seleccionó según actividades realizadas- a quienes realizan observación de

flora y fauna (47,18%) y exclusivamente a quienes visitan Santo Domingo de los Tsáchilas el 0,60%<sup>100</sup>.

Alcanzando así para el 2008 una población de 50 turistas extranjeros.

	<i>Diciembre 2007</i>	<i>Diciembre 2008</i>
<b>TURISMO RECEPTOR</b>	33.926	35.544
<b>Motivo principal de Visita - Ocio, vacaciones. (49,75%)</b>	16.878	17.683
<b>Actividades realizadas- observación de flora y fauna (47,18%)</b>	7.963	8.343
<b>Visita Santo Domingo de los Tsáchilas (0,60%)</b>	48	50
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>50</b>

**Tabla 4.5 Población Actual Del Turismo Receptor**

**Fuente:** Ministerio de Turismo.

**Elaborado por:** Paola Muñoz

### **El Turismo Interno**

A partir del año 2006 se estableció una tasa del 10,67%, estimada según El Ministerio de Turismo en PLANDETUR 2020<sup>101</sup> para proyectar la población mediante el Método de Tasa de Crecimiento.

<b>Diciembre Año</b>	<b>Visitas a Jefatura Pichincha</b>
2006	754.193
2007	834.665
2008	923.724

**Tabla 4.6 Proyección del Turismo Interno**

**Fuente:** Ministerio de Turismo - Plandetur 2020

<sup>100</sup> Estudio de la Demanda del Turismo Receptor Segmentos Aéreo Y Terrestre Año 2007 - Ministerio de Turismo

<sup>101</sup> Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"

Además se tomó a las visitas realizadas por residentes en Quito, según lugar de destino de feriados y otros viajes específicamente a Santo Domingo, el 3,3% del total de los visitantes durante el periodo octubre-diciembre 2006.

	<i>Diciembre 2006</i>	<i>Diciembre 2007</i>	<i>Diciembre 2008</i>
<b>TURISMO INTERNO</b>	754.193	834.665	923.724
<b>Residentes en Quito, realizan turismo interno en Santo Domingo (3,3%)</b>	24.888	27.544	30.483
<b>Total</b>	<b>24.888</b>	<b>27.544</b>	<b>30.483</b>

*Tabla 4.7 Población Actual Del Turismo Interno*

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** Paola Muñoz

- **Marco de muestreo**

El marco de muestreo se elaboró a partir de datos sobre la población del turismo receptor que realizan turismo de aventura, ecológico y recreativo que visita Santo Domingo de los Tsachilas y los residentes que se encuentran en la provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito que hacen actividades de turismo interno.

- **Elección de la Muestra**

Para seleccionar la muestra se aplicará un muestreo aleatorio irrestricto considerando el tamaño N de la población para la proporción p; suponiendo un criterio de aceptación para visitar la hostería del 50% y un criterio de negación del 50%. Así mismo la población estadísticamente es considerada una población finita porque en el análisis se pudo establecer que lo conforman un número inferior a 100.000 visitantes internos y extranjeros.

- **Tamaño de la Muestra**

Para poder obtener el tamaño de la muestra tanto para el turismo receptor e interno se realizó un cálculo mediante la fórmula de poblaciones finitas que se describe a continuación:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2(N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

		Turismo Interno	Turismo Receptor
<b>N:</b>	Población	30.483	50
<b>e:</b>	Límite de Error	6%	6%
<b>Z:</b>	Nivel de Confianza (95%)	1,96	1,96
<b>p:</b>	Éxito	50%	50%
<b>q:</b>	Fracaso	50%	50%
<b>n:</b>	Tamaño de la Muestra	264	42

Con la resolución de la fórmula anterior se obtuvo un tamaño de muestra igual a 264 encuestas para ser aplicadas al turismo interno y 42 al turismo receptor.

#### 4.1.5 RECOPIACIÓN DE DATOS

Se creyó conveniente realizar las encuestas los días próximos a festividades del mes de Diciembre del 2008 debido a que la mayor parte de personas abandonan la ciudad para trasladarse a otros destinos en estas fechas, por tanto para encuestar al turismo interno se acudió al Terminal de Autobuses Cumandá y Estaciones de Servicio (Gasolinera Petróleos y Servicios) ubicadas en el trayecto a la vía Alóag Santo - Domingo y para el turismo externo directamente en Santo Domingo de los Tsachilas.

Una vez realizada las encuestas se procedió a la revisión, validación y análisis de los datos.



#### 4.1.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

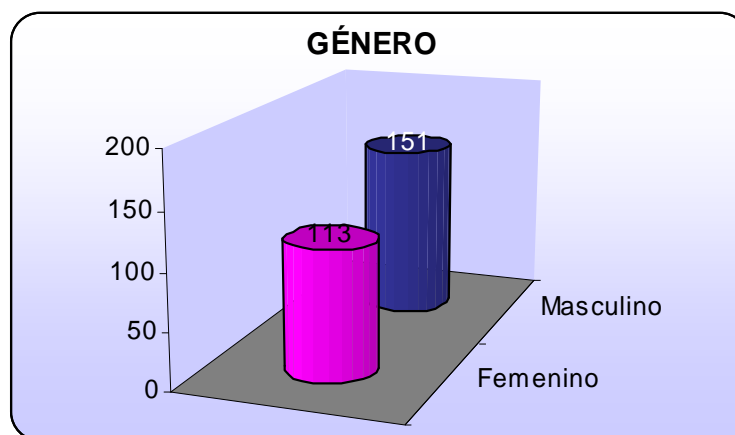
En el análisis de datos primero se prosiguió a realizar la respectiva codificación (Anexo N° 5) con el fin de ingresar las encuestas a una base de datos que permita facilitar la elaboración de gráficos e histogramas descriptivos de la situación actual y a su vez corroborar de manera rápida y ágil lo expuesto en el informe.

A continuación se presenta los resultados obtenidos:

##### Turismo Interno

##### Pregunta 1: Género

	Person.	%
Femenino	113	43%
Masculino	151	57%
Total	264	100%



**Interpretación:** Se puede concluir de acuerdo a las encuestas realizadas que la mayor parte de personas que se trasladan de la ciudad de Quito vía terrestre esta conformado por Hombres, constituyendo el 57% y en menor porcentaje mujeres 43%.

##### Pregunta 2: Nacionalidad

	Person.	%
Ecuatoriana	253	96%
Otros	11	4%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

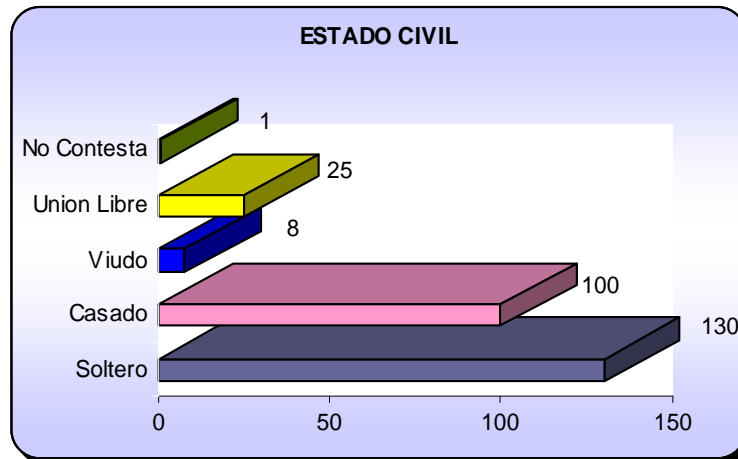


**Interpretación:** A pesar de que para el muestreo realizado se segmentó exclusivamente al turismo exterior se incluyó esta pregunta ya que los extranjeros latinoamericanos tienen facciones físicas similares a los ecuatorianos.

Afirmando lo anterior se pudo apreciar que en la investigación existió un número mínimo de personas de distintas nacionalidades como peruanos, colombianos, que se movilizan por diferentes motivos conformando un 4% del total de encuestados.

### Pregunta 3: Estado civil

	Person.	%
Soltero	130	49%
Casado	100	38%
Viudo / Divorciado	8	3%
Unión Libre	25	9%
No Contesta	1	0%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

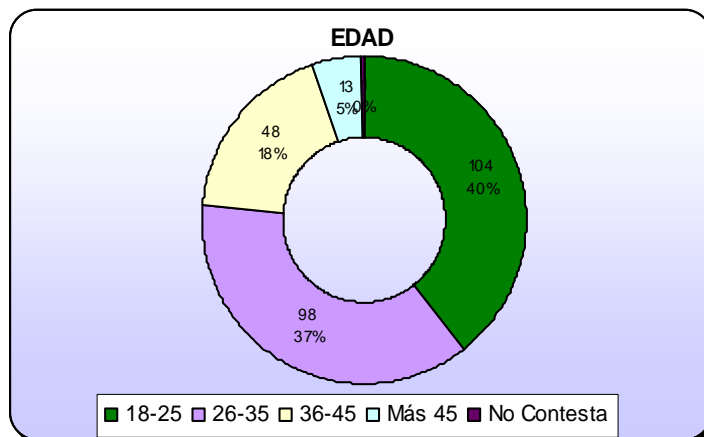


**Interpretación:**

Considerando la variable estado civil, en el período específico del estudio el 49% corresponde a personas solteras, seguido por los casados que forman el 37% del total y en menor proporción aquellas de estado civil divorciado, unión libre y viudos

**Pregunta 4: Edad**

	Person.	%
18-25	104	39%
26-35	98	37%
36-45	48	18%
Más 45	13	5%
No Contesta	1	0%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>



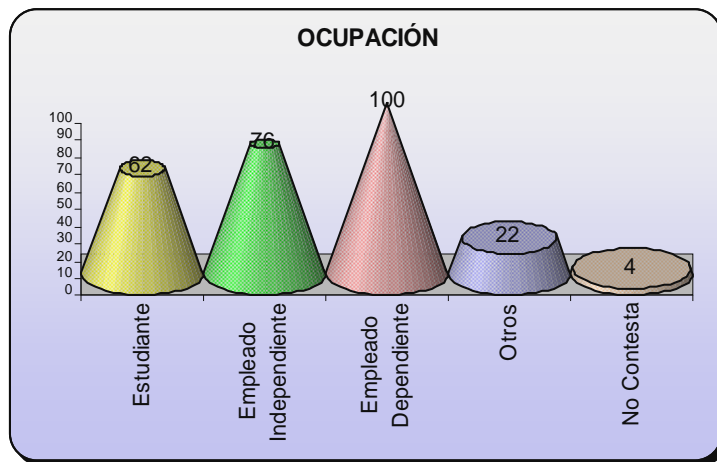
**Interpretación:**

Es interesante saber que personas que realizan viajes que tienen mas de 45 años de edad, es bajo, representa el 5% en relación a los grupos que se encuentran en los rangos de “18-25 años” y de “26-35 años”, esto es, 39% y 37% respectivamente.

Por lo que se puede establecer como mercado objetivo a estos dos grupos de personas.

**Pregunta 5: Ocupación**

		%
Estudiante	62	23%
Empleado Independiente	76	29%
Empleado Dependiente	100	38%
Otros	22	8%
No Contesta	4	2%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

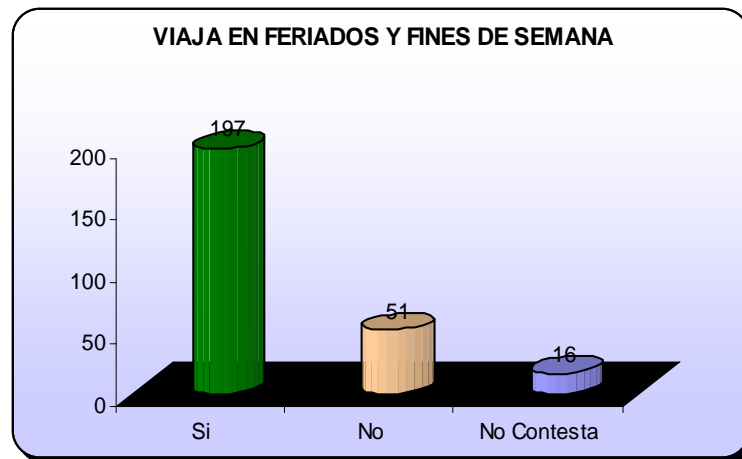


**Interpretación:**

Se puede concluir que quienes realizan mayor cantidad de viajes dentro del país son aquellas personas que mantienen una relación laboral de dependencia ya que corresponden el 35% del total, lo que indica que perciben ingresos promedio que les realizar actividades recreativas cercanas a su lugar de residencia.

**Pregunta 6:** De vacaciones ¿usted viaja desde su localidad a distintas regiones o ciudades del Ecuador?

	Person.	%
Si	197	75%
No	51	19%
No Contesta	16	6%
Total	264	100%

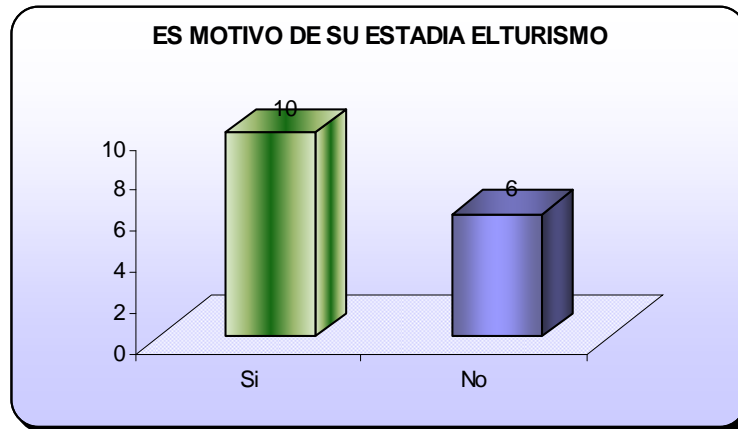


**Interpretación:**

Pese a que se encuestó a personas en condiciones de realizar viajes por encontrarse en el Terminal, como se demuestra no todos realizan turismo recreativo ya que existe un porcentaje menor de 19% que viaja por otros motivos: estudios, trabajo, negocios, tramites personales y legales en ciudades natales etc.

**Pregunta 7:** ¿La razón principal de su estadía en el país es el turismo?

	Person.	%
Si	10	4%
No	6	2%
Total	16	6%

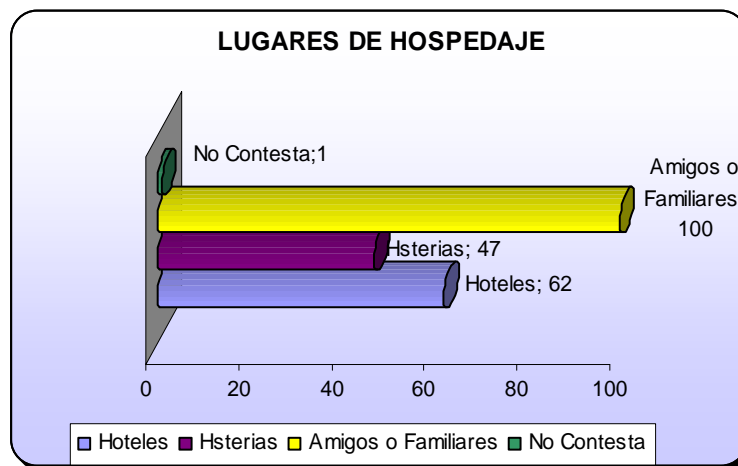


**Interpretación:**

Quienes no respondieron la pregunta anterior, contestaron esta pregunta dirigida a visitantes de otras nacionalidades, donde se pudo deducir que no todos los extranjeros que se encuentran realizando viajes lo hacen por turismo, ya que 10 personas de las encuestadas contestaron afirmativamente a la pregunta expuesta y los demás encuestados se encuentran por otros motivos.

**Pregunta 8:** ¿Cuándo usted visita otras ciudades o poblados se hospeda en?

	Person.	%
Hoteles	62	30%
Hosterías	47	22%
Amigos o Familiares	100	48%
No Contesta	1	0%
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

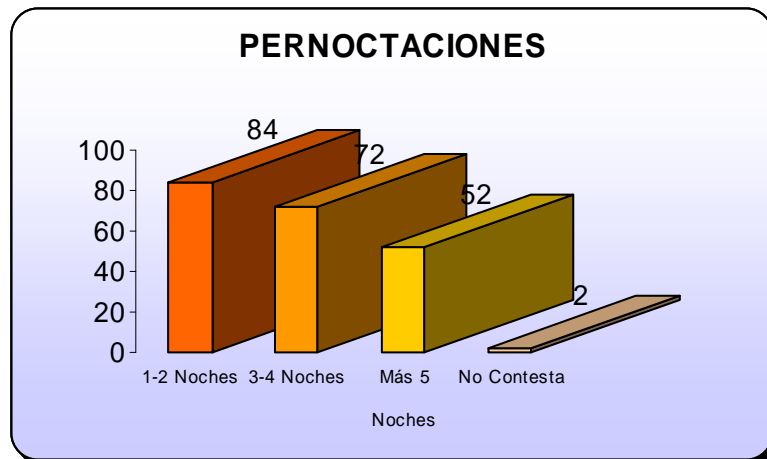


**Interpretación:**

Existe un porcentaje significativo de encuestados que tienen predisposición a hospedarse en hoteles y hosterías representado por mas del 50% conjuntamente, superado ligeramente de manera individual por el alojamiento que les brindan amigos o familiares en sus viajes es decir un 48%.

**Pregunta 9:** ¿Cuántas noches se hospeda generalmente?

	Person.	%
1-2 Noches	84	40%
3-4 Noches	72	34%
Más 5 Noches	52	25%
No Contesta	2	1%
Total	210	100%

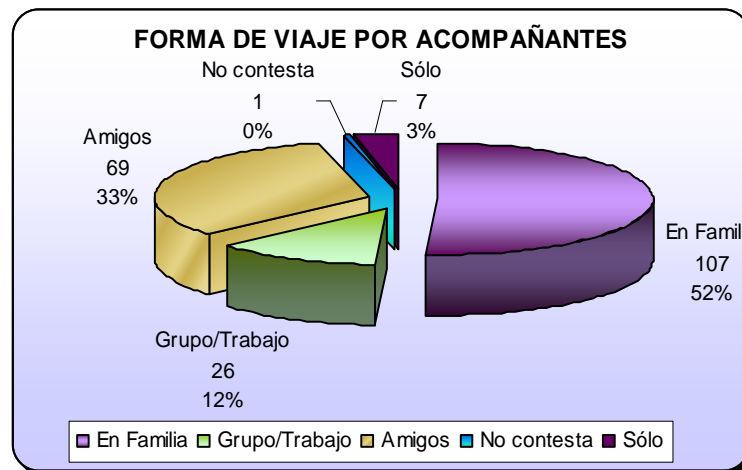


**Interpretación:**

Como se muestra en la investigación las personas generalmente se hospedan de uno a dos noches ya que para el particular corresponde a un 40%, sea en hoteles, hosterías y amigos o familiares, sin embargo cabe recalcar que las personas que indican tener una estadía superior a 5 días es decir el 25% son quienes visitan en su mayoría a sus familiares en feriados y vacaciones.

**Pregunta 10:** ¿Generalmente cuál es su forma de viaje?

	Person.	%
En Familia	107	51%
Grupo/Trabajo	26	12%
Amigos	69	33%
No contesta	1	0%
Sólo	7	3%
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>



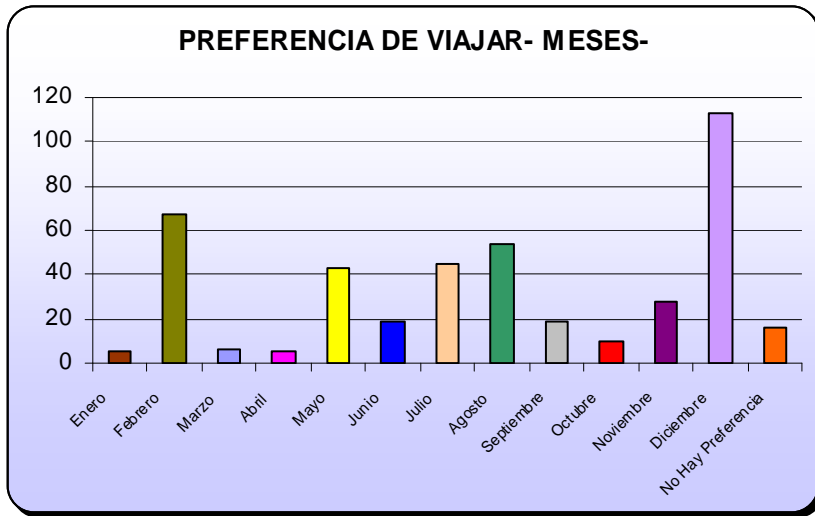
### Interpretación:

El turismo recreativo lo realizan generalmente en grupos sea en familia o amigos, siendo el primero el más representativo con el 51% y el segundo igualmente distintivo con 33% mostrando además que en el turismo interno es casi inexistente quienes realizan viajes solos.

### Pregunta 11: ¿En que meses prefiere viajar?

Meses	Person.	%
Enero	5	1%
Febrero	67	16%
Marzo	6	1%
Abril	5	1%
Mayo	43	10%
Junio	19	4%
Julio	45	10%
Agosto	54	13%
Septiembre	19	4%
Octubre	10	2%
Noviembre	28	7%
Diciembre	113	26%
No Hay Preferencia	16	4%
<b>Total</b>	<b>430</b>	<b>100%</b>





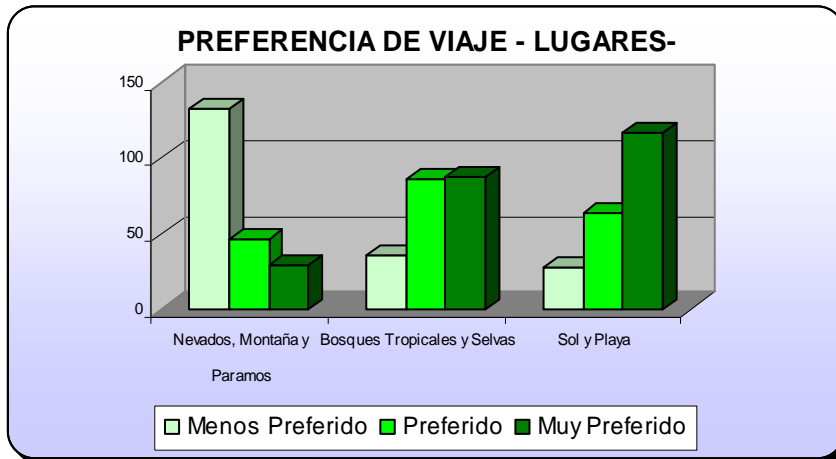
**Interpretación:**

Como se puede apreciar existe una tendencia a realizar viajes en los meses de febrero, mayo, julio, agosto, noviembre y diciembre, esto se origina por los periodos de vacaciones para los estudiantes y las festividades de navidad y fin de año. Esta temporada se puede considerar alta en el turismo.

**Pregunta 12:** Indique en orden de preferencia qué lugares para hacer turismo prefiere en sus vacaciones. Donde 1 = Menos preferido, 2= Preferido y 3= Muy preferido

**Preferencia de Viajes - Lugares**

	1		2		3	
	Menos Preferido		Preferido		Muy Preferido	
Nevados, Montaña y Paramos	133	68%	47	24%	29	12%
Bosques Tropicales y Selvas	36	18%	86	44%	87	37%
Sol y Playa	28	14%	64	32%	117	50%



**Interpretación:**

De los sitios de preferencia para ser visitado los nevados y montañas no tienen mucha acogida para ser visitados en feriados y fines de semana, ya que del orden de predilección dado, éste tuvo el mayor porcentaje de rechazo, así mismo en el turismo interno los lugares como las playas lideran la presencia de turistas. Sin embargo los Bosques y selvas tropicales afines al proyecto tienen un porcentaje muy favorable de aceptación entre el 44% y 37% de preferido y muy preferido.

**Pregunta 13:** Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.

**Atención al Cliente**

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Atención al Cliente	6	55	148	209
%	3%	26%	71%	100%
Moda	3			

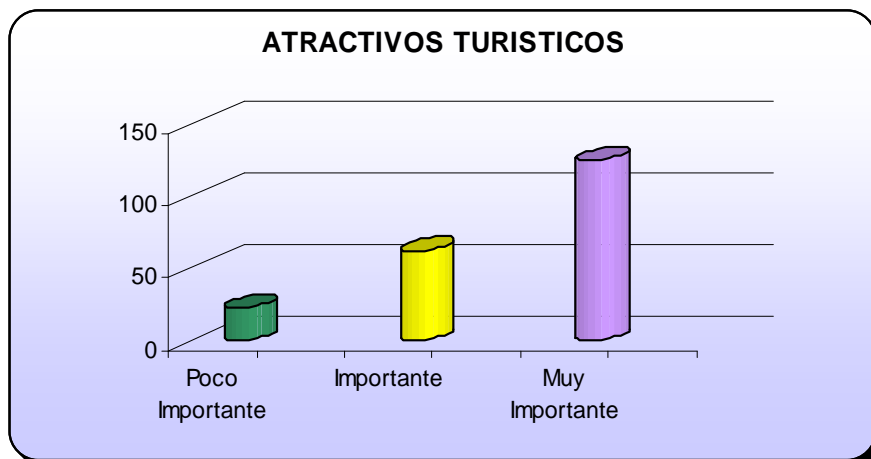


**Interpretación:**

La atención al cliente es un atributo de bastante peso para la selección de un lugar de alojamiento ya que constituye el 71% y 26 % del grado de importancia dado, siendo un factor imposible de obviar en la creación y funcionamiento de la hostería.

### Atractivos Turísticos

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Atractivos Turísticos	22	62	125	209
%	11%	30%	60%	100%
Moda	3			

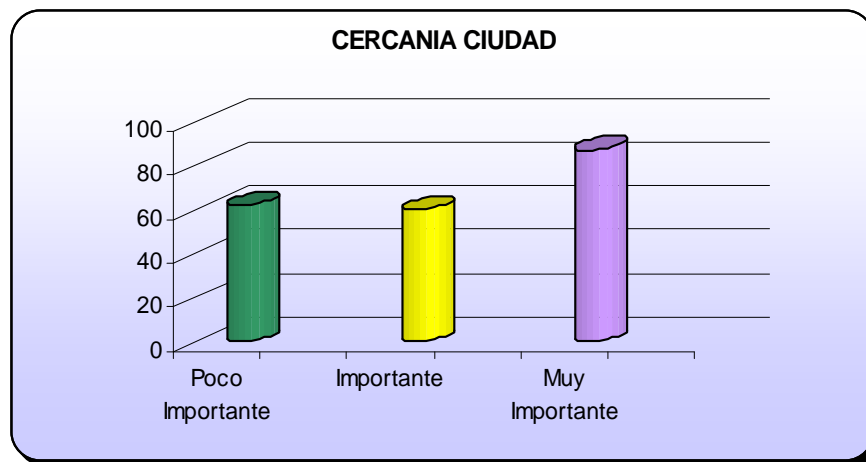


### Interpretación:

En el desarrollo del proyecto turístico una zona con atractivos turísticos de cualquier clase es apreciada altamente por los visitantes, por lo que en la ubicación se debería considerar los atractivos existentes.

### Cercanía a la Ciudad

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Cercanía a la Ciudad	62	60	87	209
%	30%	29%	42%	100%
Moda	3			

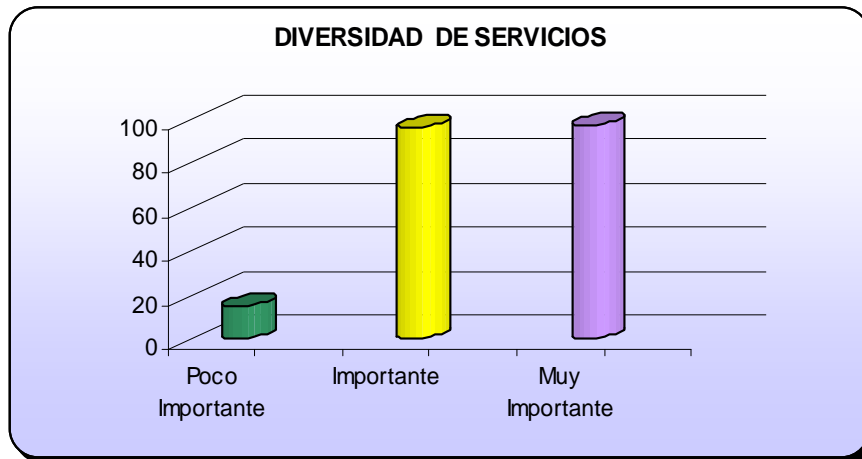


### Interpretación:

Este atributo tiene una diversidad de criterios ya que existe una igualdad notable entre aquellos que consideran poco importante y los que consideran importante este aspecto por lo que no se puede definir como decisivo.

### Diversidad de Servicios

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Diversidad de Servicios	15	96	97	208
%	7%	46%	47%	100%
Moda	3			

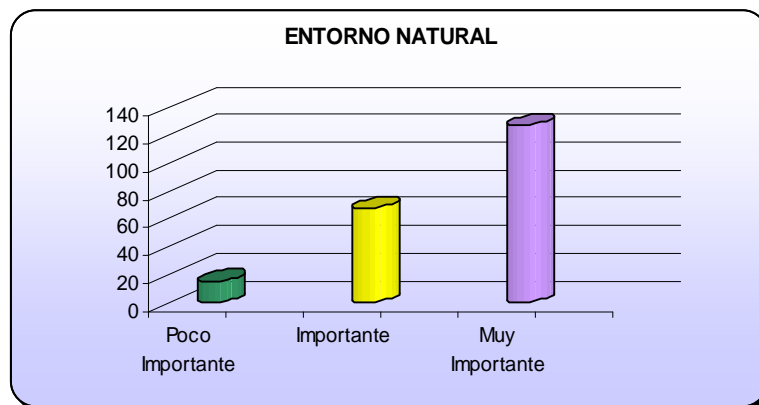


**Interpretación:**

Los servicios a ofrecer en un lugar de alojamiento son definitivamente importantes al momento de seleccionarlo ya que el 47% de las personas lo consideran muy importante y el 46% lo consideran importante.

### Entorno Natural

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Entorno Natural	15	67	127	209
%	7%	32%	61%	100%
Moda	3			

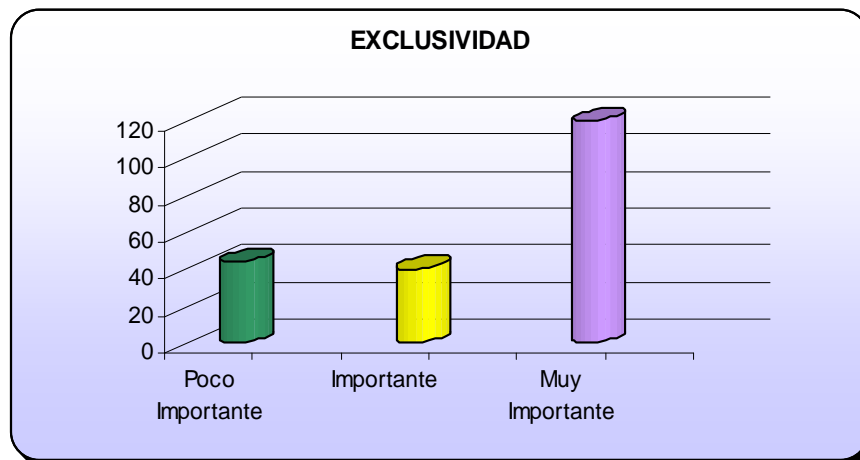


### Interpretación:

El mayor porcentaje de turistas consideran como factor clave el entorno natural considerando a este como flora, fauna, características orográficas e hidrológicas, climáticas etc. En menor porcentaje se encuentran aquellas personas que no evalúan el entorno natural en sus decisiones de hospedaje.

### Exclusividad

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Exclusividad	44	40	120	204
%	22%	20%	59%	100%
Moda	3			

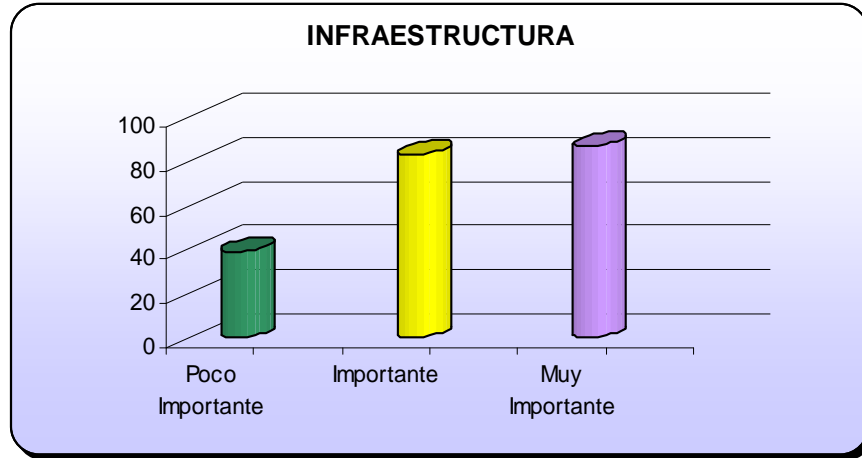


### Interpretación:

Más de la mitad de los encuestados considera muy importante tener exclusividad en su sitio de hospedaje.

### Infraestructura

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Infraestructura	39	83	87	209
%	19%	40%	42%	100%
Moda	3			

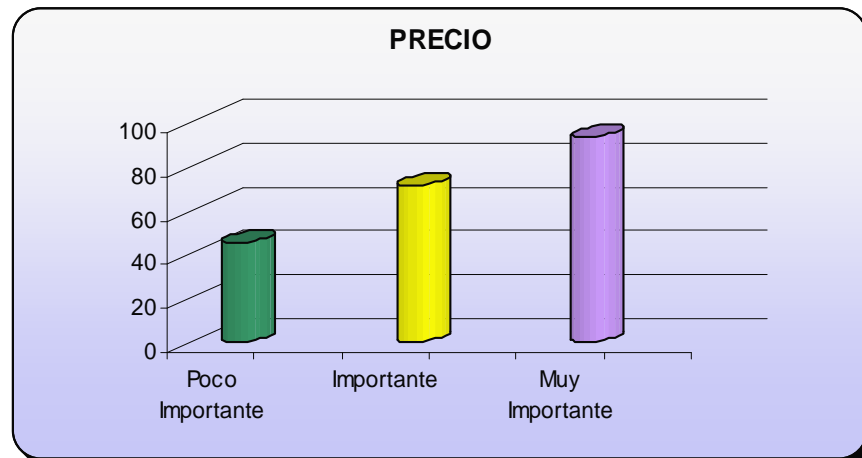


**Interpretación:**

La infraestructura es percibida por un 19% de encuestados como poco importante dando prioridad a otros atributos. Mientras que un 42% lo considera determinante en su elección.

### Precio

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Precio	45	71	93	209
%	22%	34%	44%	100%
Moda	3			

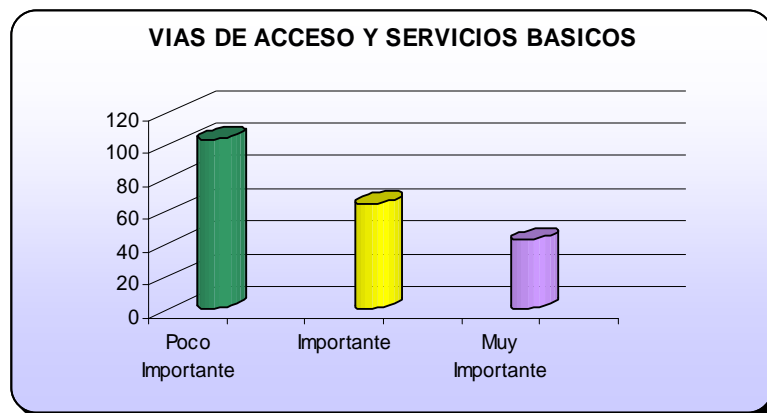


**Interpretación:**

La Elección de la importancia del precio del servicio es variable pero no significativa entre las alternativas, sin embargo todavía se lo puede considerar como terminante para la ejecución del proyecto.

**Vías de Acceso y Servicios Básicos**

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Vías de Acceso y Servicios Básicos	103	64	42	209
%	49%	31%	20%	100%
Moda	1			



**Interpretación:**

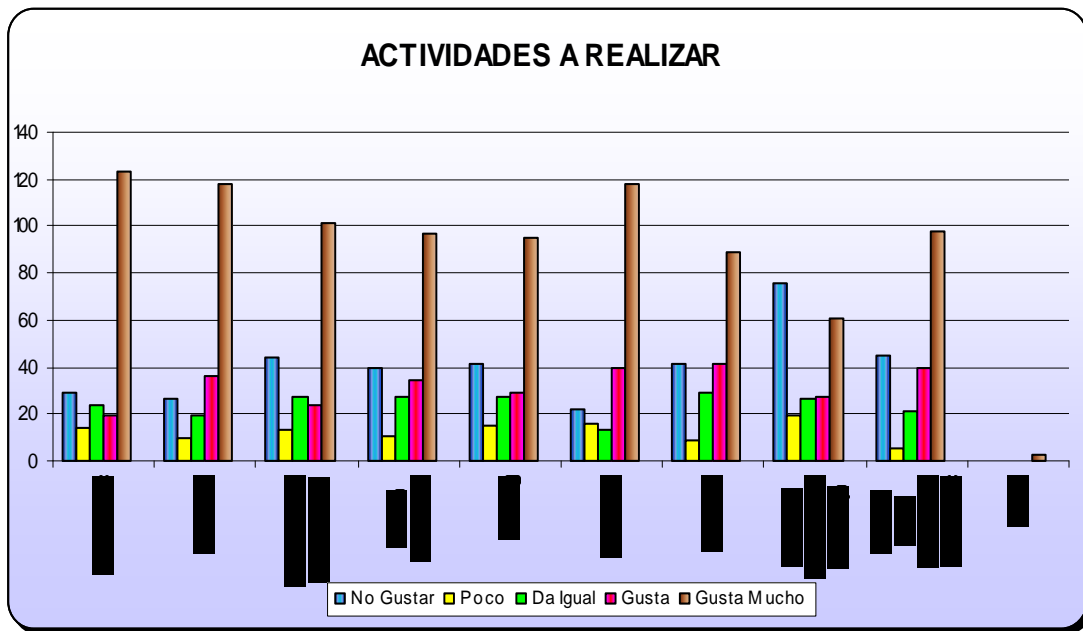
Las vías de acceso y servicios básicos es la única variable, donde según la opinión de los encuestados es de poca importancia, superando notablemente las otras alternativas planteadas.

Es así que estos aspectos pueden ser flexibles en la localización del proyecto.

**Pregunta 14:** Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. Donde 1= No me gustaría practicar, 5= Me gustaría mucho practicar.



	1	2	3	4	5	0	Total
	No me Gustaría Practicar	Me Gustaría Practicar Poco	Me da igual	Me gustaría practicar	Me gustaría mucho practicar.	No contesta	
Cabalgatas	29	14	24	19	123	55	209
Camping	26	10	19	36	118	55	209
Observación de Especies	44	13	27	24	101	0	209
Pesca Deportiva	40	11	27	34	97	0	209
Rafting	41	15	27	29	95	57	207
Tarabitas	22	16	13	40	118	55	209
Trekking	41	9	29	41	89	55	209
Conocer Actividades de Granja	76	19	26	27	61	55	209
Visita a otros Atractivos Turísticos	45	5	21	40	98	55	209
Otros	0	0	0	0	3	0	3



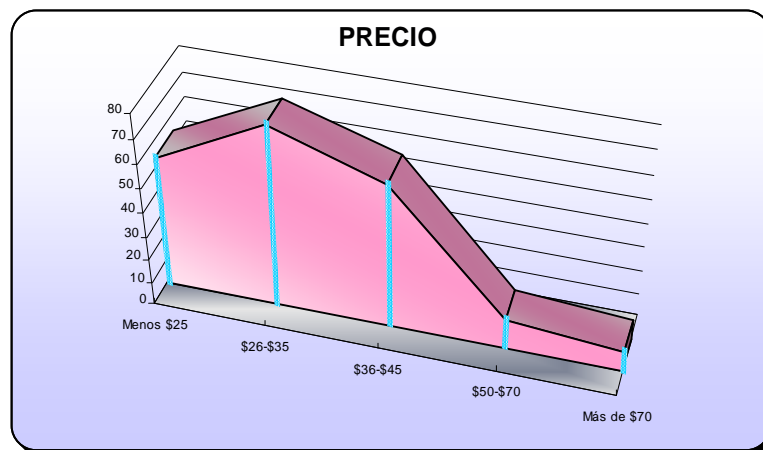
### Interpretación:

En general todas las actividades propuestas tienen alto grado de aceptación para ser practicadas en especial Tarabitas, Cabalgatas y Camping, además fue nombrada como opción adicional la practica de escaladas.

Existe un porcentaje pequeño de personas que no les gustaría practicar este tipo de actividades. Y de las opciones presentadas únicamente conocer actividades de granja no tuvo mucha aceptación por parte de los encuestados.

**Pregunta 15:** ¿Cuánto está dispuesto a pagar por persona y por cada noche de hospedaje en un lugar que tenga los atributos deseados?

Precio	Person.	%
Menos \$25	54	26%
\$26-\$35	75	36%
\$36-\$45	60	29%
\$50-\$70	12	6%
Más de \$70	8	4%
Total	209	100%

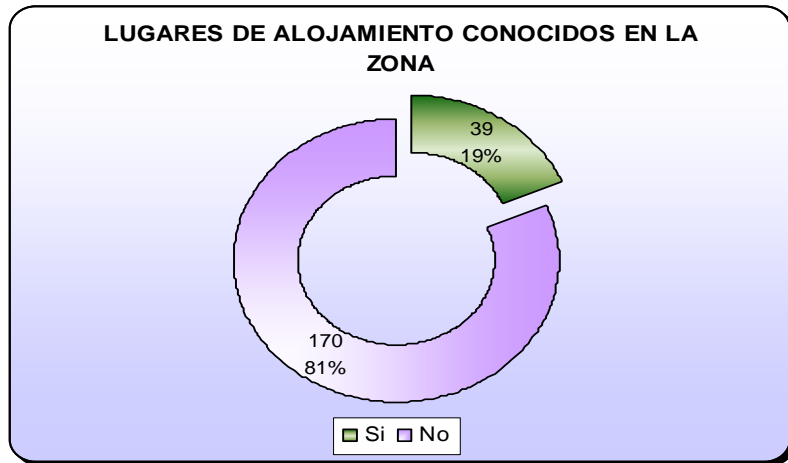


### Interpretación:

Para establecer rangos de precios que permitan evaluar la disposición a pagar por el servicio se tomó los precios de Hosterías con similares servicios a los ofrecidos y se obtuvo que Coexiste un mercado del 28% de personas que están dispuestos a pagar entre \$26-\$35 considerando como un valor aceptable para un lugar que preste diversidad de servicios recreativos, así mismo se muestra una aceptación por cancelar menos de 25 dólares y entre \$36 – \$45 y a su vez se aprecia un aparente rechazo a cantidades superiores a 70 dólares.

**Pregunta 16:** ¿Conoce lugares de Alojamiento en la vía Alóag-Santo Domingo?

Respuesta	Person.	%
Si	39	15%
No	170	64%
Total	264	100%



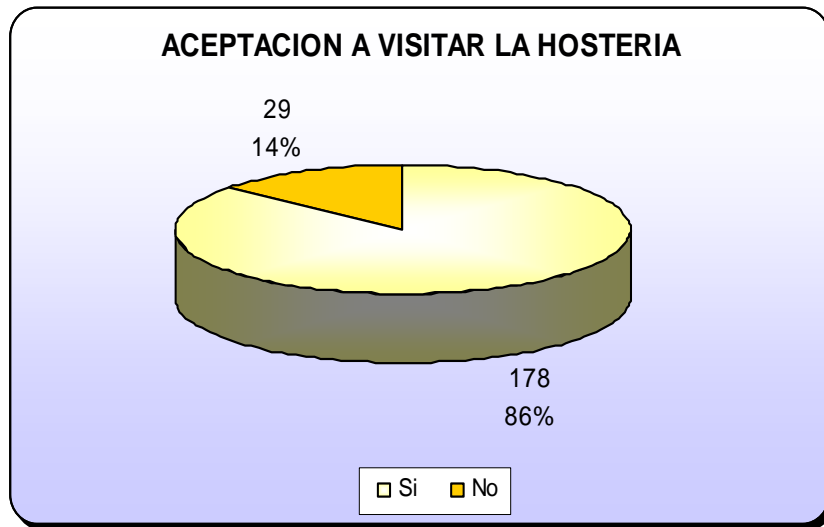
**Interpretación:**

El 15% de los encuestados aseguraron conocer lugares de alojamientos dentro de los cuales destacan hoteles y hosterías que serán objeto de estudio para la competencia.

Entre los mencionados están: Hotel Maracay, Hotel Diana Real, Hotel Tinalandia, Hostería Samawa, Hostería Parador Los Colorados, Valle Hermoso. En su mayoría estos sitios se encuentran a distancias y tiempo considerables de Quito.

**Pregunta 17:** ¿Le gustaría pasar sus vacaciones en una Hostería ubicada en una área Tropical-Húmeda en la vía Alóag-Santo Domingo (a 1h: 30min de Quito en Tandapi)?

Respuesta	Person.	%
Si	178	85%
No	29	14%
No Contesta	3	1%
Total	210	

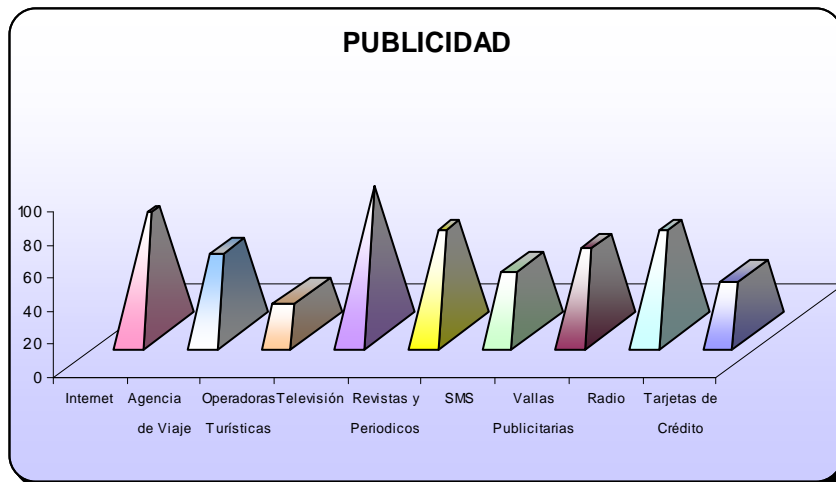


**Interpretación:**

Hubo un considerable nivel de aceptación para visitar una hostería en la zona planteada en el proyecto ya que el 86% esta dispuesto a pasar sus vacaciones, fines de semana o feriados en el lugar.

**Pregunta 18:** ¿A través de que medio publicitario le gustaría que se promocione el servicio de hospedaje?

Medios	Si	%
Internet	74	15%
Agencia de Viaje	51	10%
Operadoras Turísticas	24	5%
Televisión	88	18%
Revistas y Periódicos	64	13%
SMS	41	8%
Vallas Publicitarias	54	11%
Radio	64	13%
Tarjetas de Crédito	36	7%



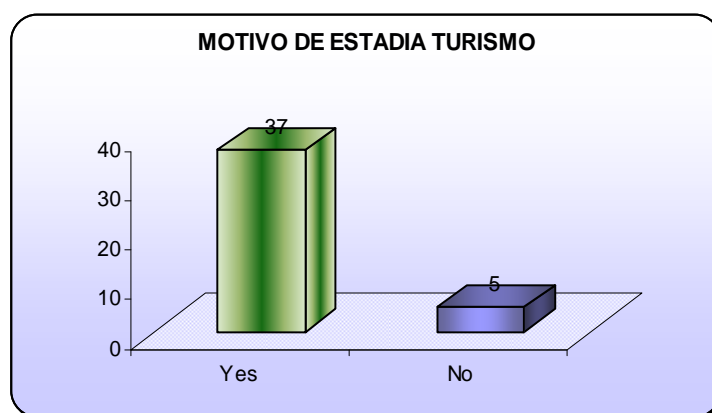
### Interpretación:

El medio de publicidad por el cual los turistas les gustaría conocer el producto está liderado por: la televisión con un 18%, seguido por el Internet, revistas y periódicos y radio. En los cuales se planteará y desarrollara estrategias que permita dar a conocer el servicio al mercado objetivo.

### Turismo Receptor:

**Pregunta 1:** ¿ Is tourism the main reason for you to stay in this country?

	Person.	%
Yes	37	88%
No	5	12%
Dont Answer	0	0
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:**

Un porcentaje considerable de los encuestados está en el país y específicamente en Santo Domingo de los Tsáchilas por motivo de hacer turismo recreativo.

Por lo que se puede afirmar que se tiene un amplio margen de mercado en turismo receptor para ser captado.

**Pregunta 2:** Evaluate the importance of the following aspects you have considered when choosing a place to room.

**Attention to client**

	1	2	3	
	Little Important	Important	Very Important	Total
Attention to clients	0	11	26	37
%	0%	30%	70%	100%
Moda	3			

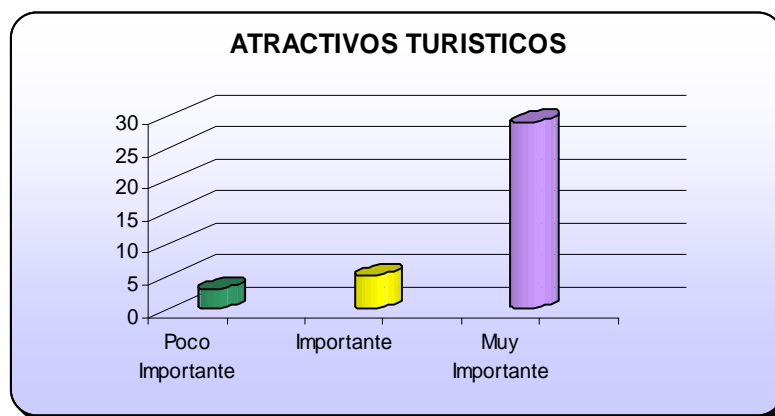


**Interpretación:**

En general se aprecia que la atención al cliente es un factor decisivo para escoger un lugar de alojamiento, por lo que se requerirá capacitar al personal para dar un excelente servicio y en conocer idiomas.

### Tourist attractions of the zone

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Tourist attractions of the zone	3	5	29	37
%	8%	14%	78%	100%
Moda	3			

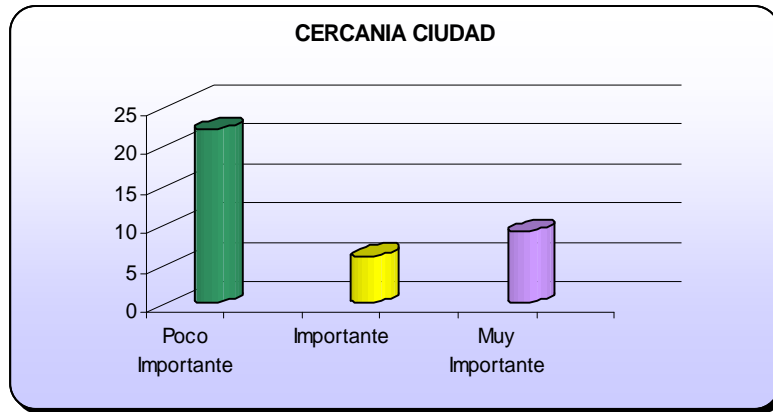


### Interpretación:

Los atractivos turísticos de un lugar o una zona son buscados por el turismo receptor mostrando un 78% de importancia a la hora de elegir un lugar, mostrando esta tendencia por el elevado numero de actividades recreativas que pueden realizar en estos sitios..

### Closeness to a city

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Closeness to a city	22	6	9	37
%	59%	16%	24%	100%
Moda	1			

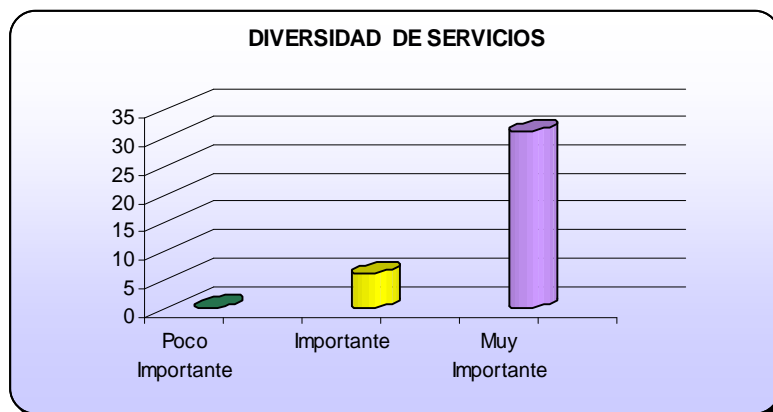


**Interpretación:**

Los encuestados en su mayoría consideran poco importante la cercanía a la ciudad de los lugares donde acuden para hacer turismo recreativo pues los recursos naturales son los que son más apreciados para realizar diferentes actividades.

**Diversity of services & activities**

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Diversity of services & activities	0	6	31	37
%	0%	16%	84%	100%
Moda	3			



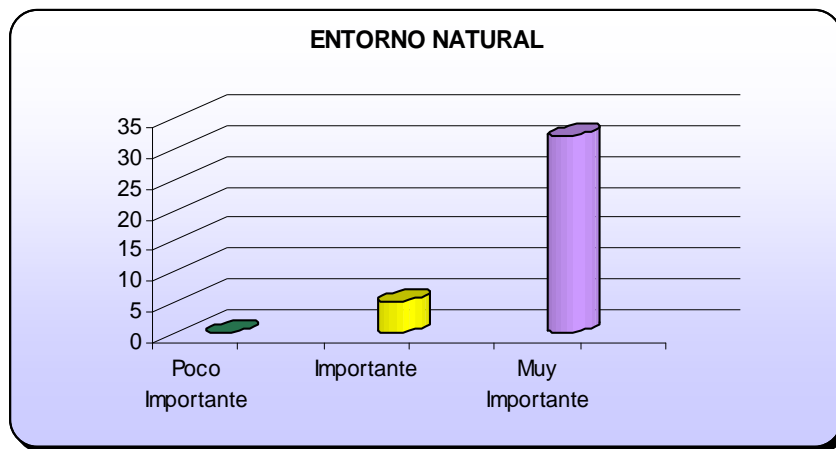
**Interpretación:**

Es de mucha importancia en el proyecto dar alternativas de actividades para realizar ya que los futuros demandantes buscan un lugar que ofrezca estas variadas alternativas.



### Climate circumstances (climate, plants, animals)

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Climate circumstances (climate, plants, animals)	0	5	32	37
%	0%	14%	86%	100%
Moda	3			

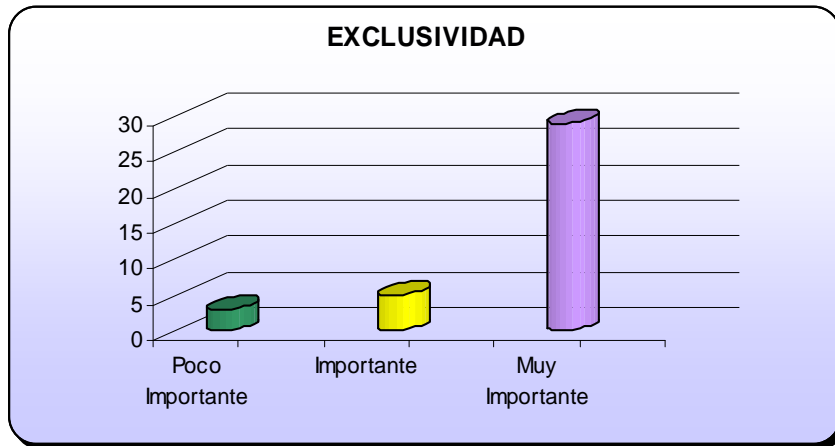


### Interpretación:

El 0% de los turistas extranjeros afirman que es poco importante un lugar que no tiene una diversidad de fauna y flora, por lo tanto no lo visitarían por considerarlo poco atractivo.

### Exclusiveness

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Exclusiveness	3	5	29	37
%	8%	14%	78%	100%
Moda	3			

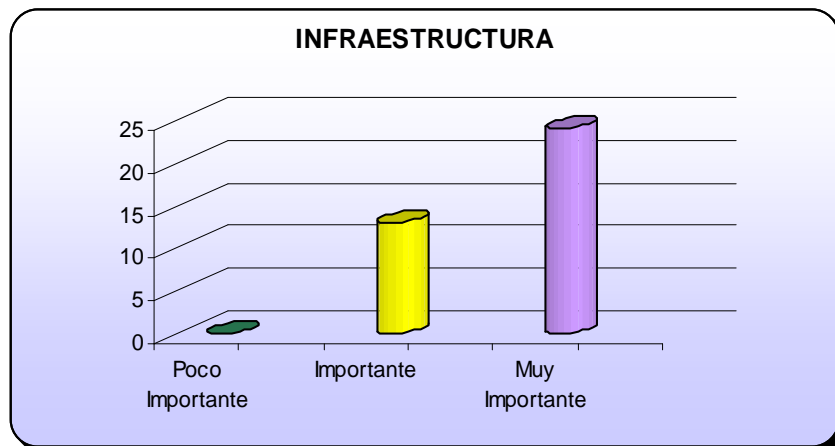


**Interpretación:**

Al turismo receptor en su mayor porcentaje le gustaría encontrar un lugar exclusivo para pasar sus vacaciones, el mismo que sea confortable y con un entorno diferente.

### Infraestructure

	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Infraestructure	0	13	24	37
%	0%	35%	65%	100%
Moda	3			

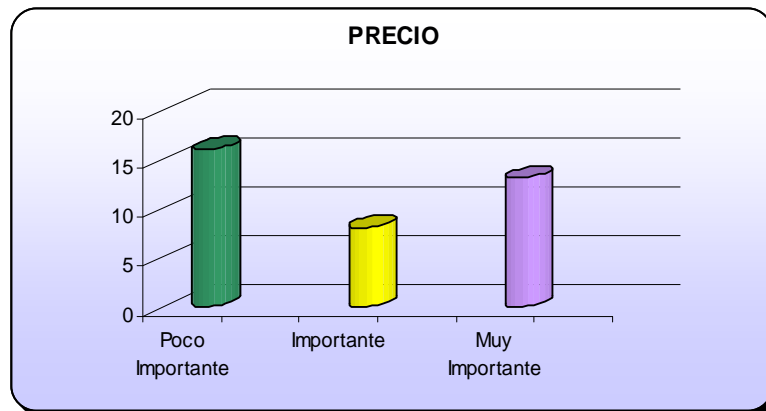


### Interpretación:

Se requerirá que los detalles en el diseño sean minuciosos ya que la infraestructura, tanto en imagen, distribución de espacios jardines, habitaciones, restaurante son altamente valorados por los futuros clientes.

### Price

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Price	16	8	13	37
%	43%	22%	35%	100%
Moda	1			

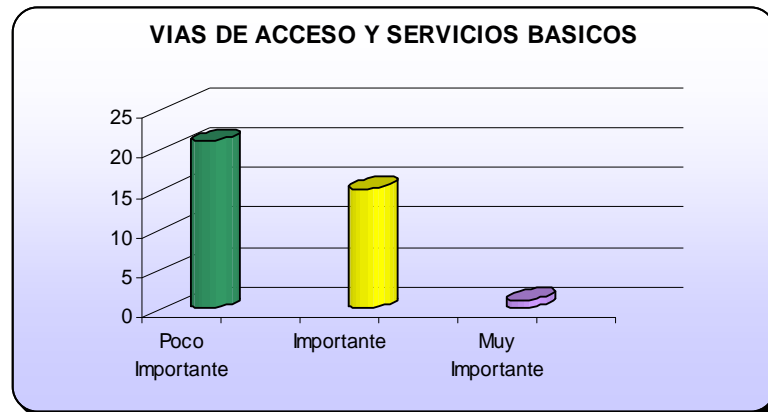


### Interpretación:

El precio es un atributo prácticamente no calificado para los turistas, por lo que el proyecto podrá ofrecer paquetes donde se incluya todos los servicios disponibles con tarifas razonables.

### Accessibility & general services

	1	2	3	
	Poco Importante	Importante	Muy Importante	Total
Accessibility & general services	21	15	1	37
%	57%	41%	3%	100%
Moda	1			

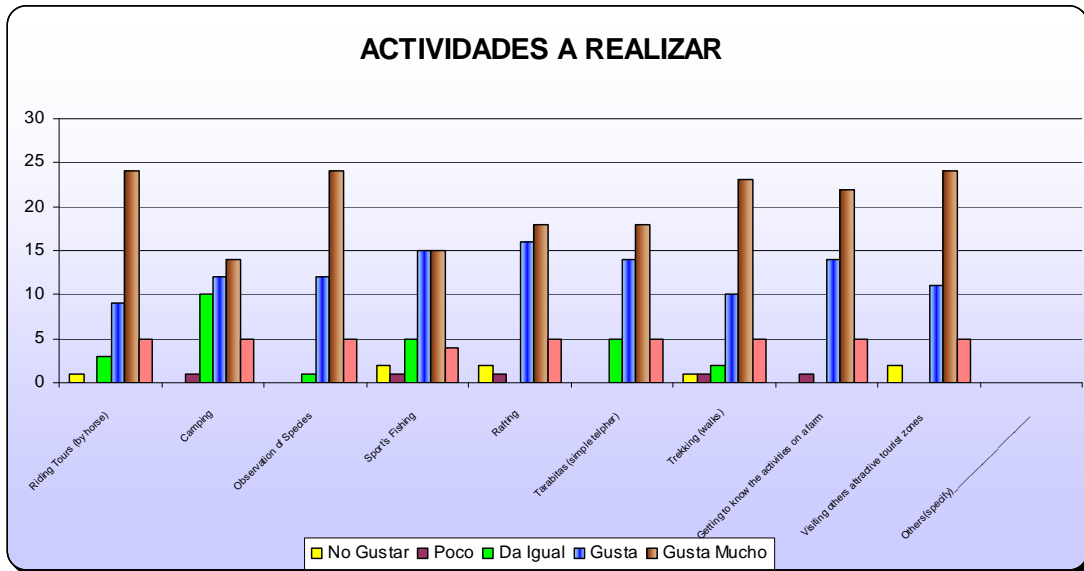


**Interpretación:**

Los servicios básicos no son muy valorados por la necesidad de encontrar entornos naturales para realizar todos los deportes que el turista extranjero desee.

**Pregunta 2:** Evaluate which activities you would like to do in the hotel. From 1= I would not like the offer to 5= I would love the offer

	1	2	3	4	5
	No me Gustaría Practicar	Me Gustaría Practicar Poco	Me da igual	Me gustaría practicar	Me gustaría mucho practicar.
Riding Tours (by horse)	1	0	3	9	24
Camping	0	1	10	12	14
Observation of Species	0	0	1	12	24
Sport's Fishing	2	1	5	15	15
Rafting	2	1	0	16	18
Tarabitas (simple telfher)	0	0	5	14	18
Trekking (walks)	1	1	2	10	23
Getting to know the activities on a farm	0	1	0	14	22
Visiting others attractive tourist zones	2	0	0	11	24
Others(specify)	0	0	0	0	0

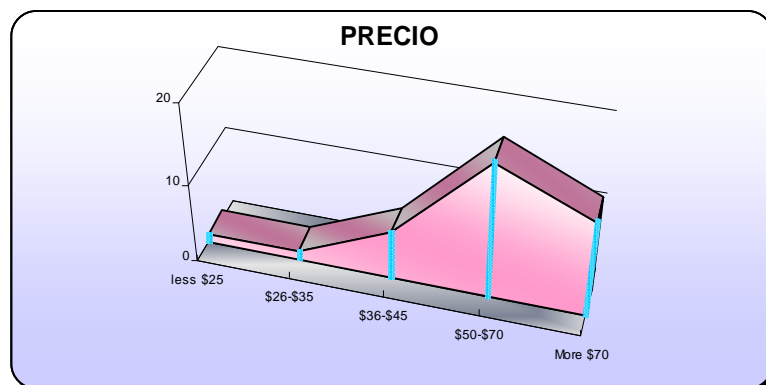


### Interpretación:

Todas las actividades planteadas son de gran aceptación por parte de los encuestados, pero cabe recalcar la observación de especies y las cabalgatas son de mayor agrado, y que no hay una sola actividad que no se quiera realizar, es así que en el proyecto se deba indicar a las agencias de viaje la posibilidad de mencionar las actividades que obtuvieron mayor votación.

**Pregunta 4:** ¿How much would you be prepared to pay per person and night for staying in a hotel which offers all activities you desire?

	Person.	%
less \$25	1	3%
\$26-\$35	1	3%
\$36-\$45	6	16%
\$50-\$70	17	46%
More \$70	12	32%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

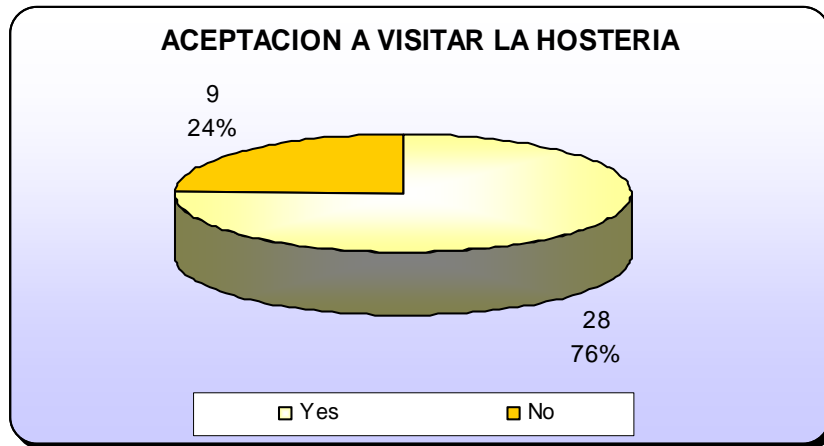


**Interpretación:**

A diferencia del turismo nacional o interno quienes prefieren un rango de precios relativamente bajos, el turismo receptor tiene capacidad adquisitiva superior para pagar precios más altos con relación al servicio prestado.

**Pregunta 5:** ¿Would you like to spend your holidays at a Hotel situated in a Tropical/Humid area in via Alóag-Santo Domingo ( 1h: 30 from Quito in Tandapi)?

	Person.	%
Yes	28	76%
No	9	24%
Total	37	100%



**Interpretación:**

El grado de aceptación para visitar la hostería, es alto ya que el 76% de las personas contestaron afirmativamente esta pregunta, mientras que el 24% no estarían de acuerdo.

## 4.1.7 PRUEBA DE HIPÓTESIS

### 4.1.7.1 Turismo Interno

Después de la investigación de mercados se obtuvo los siguientes resultados sobre la aceptación que se tendrá del proyecto planteado:

Disposición a Visitar la Hostería	Person.	%
Si	178	85%
No	29	14%
No Contesta	2	1%
Total	209	

Tabla 4.8 Aceptación del proyecto Turismo Interno

Determinando  $\hat{P}$  con 85%.

La veracidad sobre la aceptación para visitar la Hostería dependerá si se lleva a cabo o no el proyecto, por lo que las hipótesis a ser planteadas son:

- Hipótesis Nula: El grado de aceptación para visitar la Hostería es menor del 50% entre los turistas extranjeros

$$H_0 : P \leq 50\%$$

- Hipótesis Alternativa: El grado de aceptación para visitar la Hostería es mayor del 50% entre los turistas extranjeros.

$$H_A : P > 50\%$$

Donde estableciendo un nivel de significancia: para  $\alpha=0,05$  y  $Z=1,64$  (valores Z, una sola cola). Se realiza la prueba estadística.

- a) Cálculo del error estimado empleado, especificando la hipótesis nula

$$S_p = \sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}$$

$$S_p = \sqrt{\frac{(0,5)(0,5)}{210}}$$

$$S_p = 0,034503$$

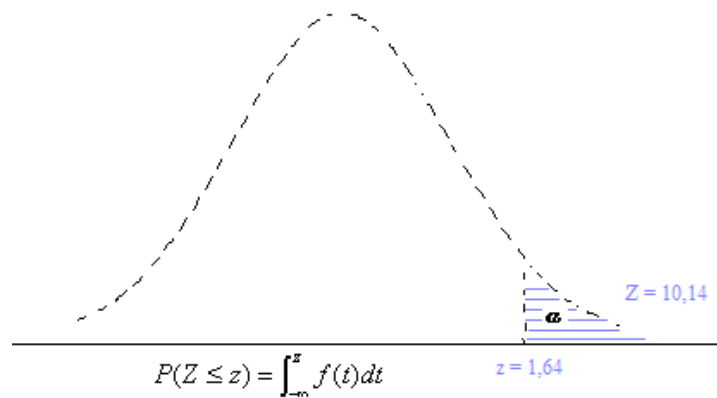
- b) Cálculo de Prueba Estadística.

$$Z = \frac{P^{\wedge} - P}{S_p}$$

$$Z = \frac{0,85 - 0,5}{0,034503}$$

$$Z = 10,1439$$

- c) Decisión: como el valor calculado para  $Z = 10,14$  es mayor que el crítico  $Z$  (1,64) se rechaza la hipótesis nula.



**Figura 4.2** *Distribución Normal Turismo Interno*

### **Conclusión:**

Por los datos obtenidos en el estudio, se concluye que con un nivel de confianza del 95% ( $1 - \alpha = 0,95$ ), más del 50% de los turistas extranjeros aceptan visitar la hostería en sus viajes de fines de semana o vacaciones.

#### **4.1.7.2 Turismo Receptor**

Después de la investigación de mercados se obtuvo los siguientes resultados sobre la aceptación que se tendrá del proyecto plantado:



Disposición a Visitar la Hostería	Person.	
Si	28	76%
No	9	24%
Total	37	

**Tabla 4.9 Aceptación del proyecto Turismo Receptor**

Determinando  $P^{\wedge}$  con 76%.

La veracidad sobre la aceptación para visitar la Hostería dependerá si se lleva a cabo o no el proyecto, por lo que las hipótesis a ser planteadas son:

- Hipótesis Nula: El grado de aceptación para visitar la Hostería es menor del 50% entre los turistas nacionales

$$H_0 : P \leq 50\%$$

- Hipótesis Alternativa: El grado de aceptación para visitar la Hostería es mayor del 50% entre los turistas nacionales.

$$H_A : P > 50\%$$

Donde estableciendo un nivel de significancia: para  $\alpha=0,05$  y  $Z=1,64$  (valores Z, una sola cola). Se realiza la prueba estadística.

- a) Cálculo del error estimado empleado, especificando la hipótesis nula

$$S_p = \sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}$$

$$S_p = \sqrt{\frac{(0,5)(0,5)}{40}}$$

$$S_p = 0,07905$$

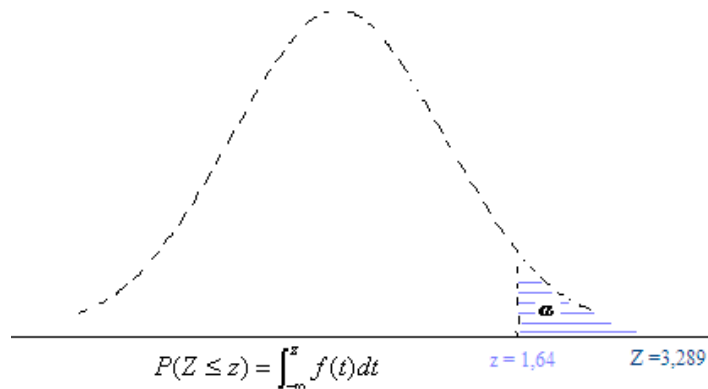
- b) Cálculo de Prueba Estadística.

$$Z = \frac{P^{\wedge} - P}{S_p}$$

$$Z = \frac{0,76 - 0,5}{0,07905}$$

$$Z = 3,289$$

- c) Decisión: como el valor calculado para  $Z = 3,289$  es mayor que el crítico  $Z$  (1,64), se rechaza la hipótesis nula.



**Figura 4.3** *Distribución Normal Turismo Receptor*

**Conclusión:**

Por los datos obtenidos en el estudio, se concluye que con un nivel de confianza del 95% ( $1-\alpha=0,95$ ), más del 50% de los turistas internos aceptan visitar la hostería en sus viajes de fines de semana o vacaciones por lo tanto se puede seguir con el proyecto.

**4.2 ANALISIS DEL MERCADO**

**4.2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO**

**4.2.1.1 Usos y Usuarios**

La Hostería está enfocada tanto al turista interno como al extranjero, que busca un lugar de alojamiento y relajación para pasar vacaciones, feriados y fines de semana o simplemente para excursionar, en un lugar cercano a la Ciudad de Quito, donde exista una exuberante y rica vegetación así como animales propios del entorno, dentro de una Selva Tropical Húmeda semejante a la Amazonía. Con la posibilidad de realizar diferentes actividades deportivas, agro turísticas y eco turísticas. Dirigidos por profesionales de la más alta calidad que mostrarán a los clientes la diversidad del entorno.

#### 4.2.1.2 Producto

El Reglamento General de Actividades Turísticas en el Art. 23. Señala:

*Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.*

Cumpliendo con este apartado, LA HOSTERIA MUNDO NATURAL, será un lugar de relajación donde se pueda encontrar múltiples actividades, para diversos gustos, enfocados siempre en la conservación y concientización de las riquezas naturales que tiene el país, esta será situada sobre un terreno de 23 hectáreas.



Figura 4.4 Logotipo

El turismo sostenible que se plantea permitirá:

1. Diversificar la producción manteniendo la integridad cultural y la diversidad biológica
2. Fomentar el arraigo rural y revalorizar el patrimonio cultural local.
3. Integrar a todos los grupos humanos a la cadena productiva, especialmente a través de la creación de oportunidades laborales para mujeres y jóvenes.

4. Fomentar el asociacionismo y la implementación de cadenas solidarias para mejorar la comercialización de productos locales.
5. Ampliar la oferta turística y agregar valor a la existente.

Para la construcción se utilizarán materiales con tecnología alternativa basados en la utilización de caña guadua, en las cubiertas se utilizará paja toquilla y en el diseño se tomará en cuenta la realidad ecológica del lugar para reducir al mínimo los impactos ambientales.

La estructura arquitectónica estará conformada por módulos de base octagonal; para las habitaciones se adecuarán cuatro módulos con 7 habitaciones cada una equipadas con baño privado y vista panorámica, para el restaurante y cocina un modulo que tendrá conexión directa con la recepción Sala de Estar y Oficinas.

Estos aspectos fueron determinados, según la investigación de mercados realizada, en la forma de viaje, ya que el 51% de los visitantes realizan turismo acompañados de la familia o amigos, requiriendo espacios amplios pero que incluyan una cercanía entre usuarios.

Las actividades eco turísticas, deportivas y agro turísticas se realizarán en torno a las características naturales de la zona, es así que:

**Rafting:** Los turistas podrán realizar esta actividad en el Río Santa Ana, ya que presenta un color transparente por la escasa actividad humana en torno al río, sin observación de sólidos en suspensión o posibles contaminantes. Con características de **Río Clase II.** (Fácil.) Aguas un poco turbulentas con huecos y hoyos de no más de 25 centímetros, remolinos pequeños sin peligro alguno para un nadador. Con temperaturas de 8°C que no suben de 2°C en verano.

**Pesca Deportiva:** Por la riqueza de vertientes y acequias cercanas se elaborará un río artificial en base a estas aguas para sembrar alevines de truchas aptas en estas condiciones climáticas.

**Escalada, observación de Especies, Tarabitas y Cabalgatas** se delimitarán según la geología y condiciones del suelo, características panorámicas y condiciones naturales en diferentes puntos estratégicos a lo largo del terreno.

**Actividades de Granja:** las actividades de granja serán realizadas en corrales y huertos ubicados en las cercanías de la estructura principal del establecimiento.

Entre las actividades con animales de corral se encuentran:

- Ordeño
- Alimentar a aves, conejos, cuyes, ganado.
- Recolección de huevos.
- Elaboración de quesos

En el huerto se podrá cosechar:

- Frutas: naranjas, limas, limones, naranjilla, caña, toronjas, tomates, guayaba.
- Vegetales: col, nabo
- Hortalizas: zanahoria, tomate riñón, cebolla.

Conjuntamente para satisfacer las expectativas de los futuros clientes se ofrecerá un servicio por paquete turístico de la siguiente forma:

### **Paquete 1 (Dos días y Una Noche)**

Desde las 12:00 p.m. del día 1 Hasta las 12:00 p.m. del día 2

#### **Día 1**

- Almuerzo de bienvenida.
  - \* Incluye menú del día, bebida, fruta.
- Recorrido a la zona, observación de flora, fauna, visita a ríos.
- Paseo a caballo y/o pesca deportiva.
- Cena.
  - \* Incluye menú del día, bebida, postre.

#### **Día 2.**

- Desayuno.

- \* Opción 1 Continental
- \* Opción 2 Autóctono.
- Ejecutar Actividades de Granja: interacción con animales de corral y visita al huerto.
- Viaje en Tarabita.
- Almuerzo.
  - \* Incluye Menú del día, Bebida, postre

**Paquete 2**  
**(Tres días y Dos Noches)**

Desde las 12:00 p.m. del día 1 Hasta las 12:00 p.m. del día 3

**Día 1**

- Almuerzo de bienvenida.
  - \* Incluye menú del día, bebida, fruta.
- Recorrido a la zona, observación de flora, fauna, visita a ríos.
- Paseo a caballo y/o pesca deportiva.
- Cena.
  - \* Incluye menú del día, bebida, postre.

**Día 2.**

- Desayuno.
  - \* Opción 1 Continental
  - \* Opción 2 Autóctono.
- Rafting
- Almuerzo.
  - \* Incluye Menú del día, Bebida, postre
- Realizar Actividades de Granja: interacción con animales de corral y visita al huerto.
- Traslado en Tarabita

**Día 3.**

- Desayuno.

- \* Opción 1 Continental
- \* Opción 2 Autóctono.
- Escalada y Traking
- Almuerzo.
  - \* Incluye Menú del día, Bebida, postre

Cabe indicar que se da la opción de cambiar o remplazar las actividades al gusto de los clientes al momento de contratación del paquete, de igual forma se puede extender los días según el deseo del cliente, sin embargo para efectos de proyección de la demanda se tomará estas dos opciones.

Además considerando que en la industria turística los visitantes son considerados turistas y excursionistas, y recalando que los segundos son personas que no pernoctan en un establecimiento. Se propondrá que ciertas actividades sean valoradas en forma individual:

- **Entrada:** Uso Gratuito de Área de Camping, visita a zona de Observación de Especies, e interacción con animales de corral (agroturismo)
- **Alquiler de Equipos Deportivos:**
  - \* Cascos – Chalecos- Ante braceras- Rodilleras - bote. (Rafting)
  - \* Carpas- Linternas- Mantas –Térmicas. (Camping)
  - \* Sogas- Cascos –Ante braceras- Rodilleras.(Escaladas)
- **Alquiler de Semovientes:**
  - \* Caballos
- **Pesca Deportiva**
- **Solo Alquiler de Habitación**

Se contará también con servicio de restaurante ofreciendo una gama corta de platos típicos. Dentro de los platos típicos mencionados se encuentra:

- **Desayunos:**
  - \* Continental: café/leche/agua aromática/te, jugo, huevos, sanduche de queso.

- \* Autóctono: café/leche/agua aromática/te, jugo, tortillas de verde y yuca, huevos fritos y arroz.
- **Almuerzos / Cena**
  - \* Pollo asado, o seco de pollo papas, arroz, ensalada
  - \* Pescado asado o al vapor papas, arroz, ensalada.
  - \* Chuletas asadas papas, arroz, ensalada.
- **Bebidas y Postre**
  - \* Gaseosa, agua, jugo
  - \* Flan, helado , musee.

Los menús indicados en el paquete no son los platos a la carta, contemplan distintas cantidades e ingredientes.

Cabe indicar que se contará con una pequeña bodega o tienda para que los clientes puedan adquirir otros productos comestibles o de camping.

#### **4.2.1.3 Sustitutos**

Como ya se ha mencionado no existe competencia directa en la zona, pero se evidencia la presencia de sustitutos como Hoteles, que a pesar de no tener todos las comodidades pueden afectar la demanda; al constituirse como una opción de hospedaje para los clientes.

Se puede incluir además aquellos hoteles y hosterías que se encuentran en las poblaciones cercanas como Santo Domingo de los Tsáchilas y Alluriquín que por la distancia geográfica también se los puede circunscribir como posibles sustitutos.

#### **4.2.1.4 Complementarios**

Los servicios complementarios al alojamiento lo conforman: el servicio de transporte y los restaurantes.

El primero involucra la existencia de vehículos de transporte público, ya que el traslado del cliente hacia el establecimiento influirá en la demanda en especial cuando éste no posee transporte propio, por lo que; cabe mencionar que en la



Vía Alóag Santo Domingo circulan diversas flotas interprovinciales como: Trans. Esmeraldas, Panamericana, Transportes Baños, Alóag, Macuchi, Zaracay etc.

Los restaurantes en el sector hotelero son considerados como servicios complementarios, y en este proyecto específicamente uno de los atractivos turísticos es la feria de la fritada, que detiene a varios visitantes en la zona existiendo en la actualidad 20 establecimientos especializados en este plato.

#### **4.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La investigación de mercado realizada fue un preámbulo para determinar las características del mercado actual a captar, así también para estimar la futura demanda del servicio.

##### **4.2.2.1 Área del Mercado**

A diferencia de la producción de un bien, en el cual el productor va hacia la demanda, en un servicio como es el turismo se debe lograr que los demandantes se dirijan hacia el mismo, por lo tanto el Área de mercado para el proyecto esta constituido por el turismo interno y receptor que podrían hacer uso de la hostería. El turismo receptor será constituido por visitantes extranjeros de distintas nacionalidades que ingresan a Pichincha y se desplazan a ciudades y poblaciones cercanas. Y el turismo Interno será conformado por residentes en Quito que se encuentran en capacidad de realizar turismo recreativo por año.

##### **4.2.2.2 Afluencia Esperada de los demandantes**

En el Turismo Receptor, la demanda potencial lo conforman extranjeros que ingresan a Pichincha y se dirigen hacia Santo Domingo de los Tsáchilas para hacer actividades de turismo de aventura, Agroturismo y Ecoturismo. Por lo que se requirió al igual que en la muestra, realizar una proyección anual tomando en consideración años anteriores.

Año	Visitas a Jefatura Pichincha
2000	255.490
2001	286.615
2002	282.741
2003	303.030
2004	325.545
2005	351.583
2006	359.062
2007	416.479

**Tabla 4.10** *Visitas a Jefatura de Pichincha Años (2000-2007)*

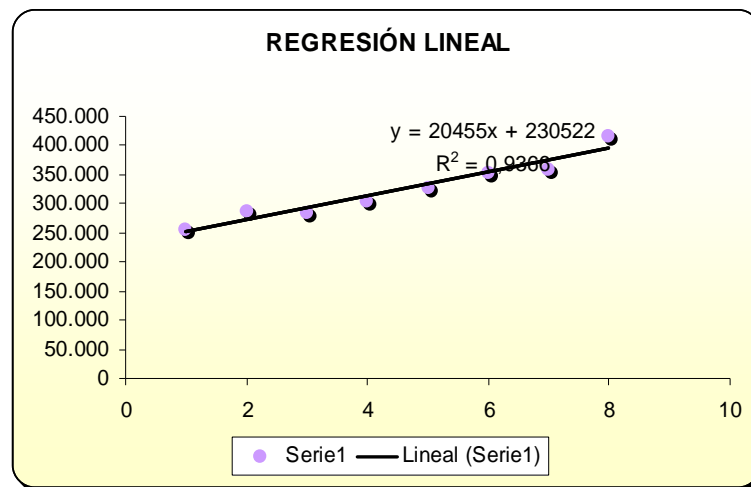
**Fuente:** Boletines de Migración Internacional - INEC (2000-2007)

Año	Visitas a Jefatura Pichincha
2008	414.617

**Tabla 4.11** *Proyección para el Año 2008 Turismo Receptor (2000-2008)*

**Fuente:** Boletines de Migración Internacional - INEC (2000-2007)

**Elaborado por:** Paola Muñoz



**Figura 4.5** *Proyección para el Año 2008 Turismo Receptor*

**Fuente:** Boletines de Migración Internacional - INEC (2000-2007)

**Elaborado por:** Paola Muñoz

Así, de 414.617 extranjeros que se estima ingresaron en el 2008 solo se tomará a quines cuyo principal motivo de visita es vacaciones, que prefieren realizar actividades eco turísticas en Santo Domingo de los Tsáchilas y se hospedan en hoteles y hosterías, es decir 379 personas.

	2008
<b>TURISMO RECEPTOR</b>	414.617
<b>Motivo principal de Visita - Ocio, vacaciones. (49,75%)</b>	206.272
<b>Actividades realizadas- observación de flora y fauna (47,18%)</b>	97.319
<b>Visita Santo Domingo de los Tsáchilas (0,60%)</b>	584
<b>Hospeda en Hosterías y Hoteles (64,90%)</b>	379
<b>Total</b>	<b>379</b>

**Tabla 4.12** *Afluencia de Demandantes Turismo Receptor*

**Fuente:** Ministerio de Turismo- Información Digital, PLANDETUR 2020

**Elaborado por:** Paola Muñoz

Para el turismo interno la demanda potencial también fue proyectada hasta el año 2008 manteniendo los criterios aplicados en la investigación de mercado:

Año	Turismo Interno
2006	2.586.075
2007	2.862.009
2008	3.167.386

**Tabla 4.13** *Proyección del Turismo Interno*

**Fuente:** Ministerio de Turismo- Información Digital

**Elaborado por:** Paola Muñoz

Seleccionando a quienes se encaminan a Santo Domingo Tsáchilas en sus períodos de esparcimiento y que tienen afinidad por actividades eco turísticas y se Hospedan en Hoteles y Hosterías, es decir de 3.167.386 visitantes anuales solamente se escogerá a 20.720 personas.

	2008
<b>TURISMO INTERNO</b>	3.167.386
Residentes en Quito, realizan turismo interno en Santo Domingo (3,4%)	107.691
Realizar actividades eco turísticas en selvas y Bosques Tropicales (37%)	39.846
Hospeda en Hosterías y Hoteles (52%)	20.720
<b>Total</b>	<b>20.720</b>

Tabla 4.14 *Afluencia de Demandantes Turismo Interno*

**Fuente:** Ministerio de Turismo- Información Digital, Investigación de Mercados Realizada  
**Elaborado por:** Paola Muñoz

La demanda efectiva lo conformarán los turistas nacionales y extranjeros que acceden a visitar la hostería ecológica es decir el 86% y 67% respectivamente.

DEMANDA EFECTIVA	2008
<b>TURISMO RECEPTOR</b>	379
Aceptación a Visitar Hostería (67%)	254
<b>Total</b>	<b>254</b>
<b>TURISMO INTERNO</b>	20.720
Aceptación a Visitar Hostería (86%)	17.819
<b>Total</b>	<b>17.819</b>

Tabla 4.15 *Demanda Efectiva del Turismo*

**Fuente:** Investigación de Mercados Realizada  
**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### 4.2.2.3 Permanencia

El promedio de estadía en el país de los visitantes no residentes del segmento aéreo en el país es de 21 días, de los cuales pasan desde 3 noches a 5 noches en una misma ciudad o población<sup>102</sup>.

<sup>102</sup> Ministerio de Turismo - Estudio De Demanda De Turismo Receptor Segmentos Aéreo Y Terrestre. Información Digital

Los turistas internos que pernoctan en su viaje en su mayoría lo hacen alrededor de 1 a 2 noches.

#### **4.2.2.4 Estacionalidad en la afluencia de viajeros**

Existe evidencia de temporada alta en determinados meses, por ejemplo para el turismo receptor; junio, julio, agosto y febrero, marzo son de amplia preferencia, y para el turismo interno predomina el mes de diciembre.

Esta podrá ser tomada para analizar y estimar los periodos de tiempo en el cual habrá mayor demanda y ocupación del establecimiento, así mismo para plantear estrategias para incrementar las visitas en la temporada baja.

#### **4.2.2.5 Perfil general del consumidor a captar**

Existen dos consumidores con similares perfiles entre sí:

##### **Turista Extranjero**

Es, generalmente, hombre, con ocupación clasificada entre “Técnicos y profesionales, científicos e intelectuales” con edades que se encuentran en los rangos de “21-30 años” y de “31-40 años”, esto es, 24.09% y 25.53% respectivamente. Proviene principalmente de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos en su orden, el 52.80%, 36.48% y 43.48%, corresponden al grupo de estas edades. El segmento de “Ocio, recreo y vacaciones” es mayoritario en relación a los otros motivos de viaje, está representado por el 49.75%, seguido de “Negocios y motivos profesionales” y “Visita a parientes y amigos” entre otros. Inglaterra, Suecia, Suiza, Estados Unidos, Canadá y Alemania son quienes se encuentran en este segmento ocio y vacaciones.

Cuando el principal motivo de viajar es por recreación y esparcimiento el 42.17% lo hace “solo”.

Se registra además que el 55.53% y 67.34% son visitantes que viajan “en grupo de amigos” y en “grupo familiar” en su orden, cuando llegan al país por recreación y esparcimiento. El 47.18% de no residentes que llegan al Ecuador realizan

específicamente una observación de flora y fauna, la visita a áreas protegidas. De los cuales un 64.90% utiliza hoteles y similares<sup>103</sup>.

### **Turista Interno**

Al igual que el turista extranjero, en general es hombre con edades que se encuentran en los rangos de 18 a 25 años y de 26 a 35 años, siendo un 49% de estado civil soltero, y en menor porcentaje casados, que manejan en su mayoría independencia económica ya que son empleados dependientes, únicamente el 23% que se encuentra en el primer rango de edad son estudiantes que realizan viajes.

El 75% realiza turismo recreativo interno, con una preferencia del 37% hacia lugares con de bosques húmedos o selvas tropicales con un favoritismo notable hacia actividades eco turísticas y de turismo recreativo. Quienes pernotan alrededor de uno a dos noches, teniendo como segundo lugar de preferencia de hospedaje a las hosterías y hoteles alrededor del 30% y 22% respectivamente. Siendo su forma de viaje generalmente acompañados de su familia, sin embargo en su mayoría quienes eran estudiantes realizan sus viajes con amigos.

#### **4.2.2.6 Estimación de la Demanda Futura**

La estimación de la demanda para el turismo receptor se planteará al igual que para la obtención de la muestra, aplicando la fórmula obtenida en el modelo de regresión para los próximos 8 años.

Año	Demanda Efectiva
2009	278
2010	294
2011	310
2012	326
2013	342
2014	358
2015	374
2016	390

**Tabla 4.16** *Estimación Demanda Futura - Turismo Receptor*

**Fuente:** Boletines de Migración Internacional - INEC (2000-2007)

**Elaborado por:** Paola Muñoz

<sup>103</sup> Ministerio de Turismo - Estudio De Demanda De Turismo Receptor Segmentos Aéreo Y Terrestre.

La demanda interna se lo va a valorar con dos tasas de crecimiento; una del 10,67% hasta el 2010 y la segunda del 4,02% hasta el 2016<sup>104</sup>, además considerando que para la estimación de ingresos no todos los visitantes van a pernoctar es decir son excursionistas, se ha proporcionado que este segmento representa el 36%<sup>105</sup> y el restante corresponde a los turistas propiamente dichos.

Año	Tasa de Crecimiento	Turismo Interno	Excursionistas	Turistas
2008	10,67%	21.824	7.857	13.968
2009		24.153	8.695	15.458
2010		26.730	9.623	17.107
2011	4,02%	27.805	10.010	17.795
2012		28.923	10.412	18.510
2013		30.085	10.831	19.255
2014		31.295	11.266	20.029
2015		32.553	11.719	20.834
2016		33.861	12.190	21.671

**Tabla 4.17** Estimación Demanda Futura - Turismo Interno

**Fuente:** Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”

**Elaborado por:** Paola Muñoz

### 4.2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se hizo el levantamiento de un inventario general que cubrió los tipos de establecimientos disponibles en la región entre: hoteles, hosterías, restaurantes, transportes.

La oferta existente de lugares de alojamiento en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga lo comprenden Hoteles de Segunda y Tercera Categoría que no prestan los servicios a ser ofrecidos por la Hostería Ecológica planteada en el proyecto, por tal razón se tomó para el estudio de la oferta también a ciertas Hosterías ubicadas en poblaciones de la actual provincia de Santo Domingo de los

<sup>104</sup> Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” Pág. 25

<sup>105</sup> Ídem Pág. 10

Tsáchilas que presentaron cercanía geográfica a máximo 2h: 30 min. Desde Quito y a casi una hora del proyecto propuesto.

Analizando exclusivamente los alojamientos de: Alluriquín, Santo Domingo, El Esfuerzo mostrados en la gráfica.



Figura 4.6 Delimitación de la oferta a 63 Km<sup>106</sup>

En el siguiente cuadro se muestra un resumen de los establecimientos y servicios ofertados así como de sus precios y categorías

<i>Tipo de Establecimiento</i>		<i>Categoría</i>	<i>Capacidad Disponible</i>	<i>Precios y Tarifas Promedio</i>	<i>Relación de Cercanía</i>
Hotel	Ramada	2 Estrellas	9 hab. 20 pax.	\$9 -\$12	Alta
Hotel	Nuevo Hotel	1 Estrella	10 hab. 20 pax.	\$9 -\$12	Alta
Hotel	España	2 Estrellas	12 hab. 25 pax.	\$10 -\$15	Alta
Hotel - Reserva Natural	Tinalandia	4 Estrellas	16 hab. 48 pax.	\$250 -\$740	Media
Hostería	Samawa	3 Estrellas (Primera)	20 hab. 60 pax.	\$30 - \$45	Media
Hotel	Florida	2 Estrellas	9 hab. 22 pax.	\$8 - \$12	Media
Hostería	Mi Cuchito	2 Estrellas	15 hab. 25 pax.	\$15-\$20	Baja
Hostería	Rey Tour	2 Estrellas	15 hab. 25 pax.	\$12	Baja
<b>Restaurantes</b>				\$3-\$5	Alta
<b>Transporte Terrestre</b>		4 Estrellas		\$2 - \$2,50	Alta

<sup>106</sup> www.pichincha.gov.ec - Consejo Provincial de Pichincha Fecha: 14 Diciembre 2008



<b>Atractivos Turísticos</b>	Sitios Naturales	\$ 0	Alta
	Museos y		
	Manifestaciones culturales		
	Folklore		

**Tabla 4.18** Cuadro Organizador para el levantamiento del Inventario de Oferta Directa, Sustitutiva y Complementaria en el Sitio donde se prevé Localizar la Inversión

**Fuente:** www.in-quito.com, www.hosteriasamawa.com, Archivos de El Universo, El Comercio, Investigación Propia.

**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### 4.2.3.1 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se estableció bajo tres parámetros en función a las habitaciones disponibles: La oferta competitiva, la oferta en construcción, y la oferta en trámite crediticio, fiscal o legal.

A través de una investigación de campo se ha comprobado la inexistencia de lugares de alojamientos en construcción, y que aproximadamente cada 10 años se presume se inaugura un establecimiento que puede ser considerado como competencia.

En cuanto a la oferta en trámite tampoco se obtuvo información al respecto donde se indique las intenciones de instaurar un lugar de alojamiento que precise servicios como los ofrecidos.

Año	Oferta Competitiva en Función de ( 63 Km.)	Oferta en construcción	Oferta en trámite crediticio/Fiscal o Legal	Total
2008	89	0	0	89
2009	89	0	0	89
2010	89	0	0	89
2011	89	0	0	89
2012	89	0	0	89
2013	89	0	0	89
2014	89	0	0	89
2015	89	0	0	89
2016	89	0	0	89

**Tabla 4.19** Información para estimar los incrementos de la Oferta Directa

**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### 4.2.4 DEMANDA INSATISFECHA

Para establecer la demanda insatisfecha fue necesario llevar el número de visitantes que se estima vendrán los próximos años, a número de Habitaciones Demandadas, mediante la siguiente fórmula (tanto las tasas como algunos datos han sido tomados del Ministerio de Turismo Suplemento Ejecutivo BOH25, así como de la Investigación de mercados realizada):

$$H.D = \frac{V \times E}{P \times R \times L.A}$$

Donde:

		Turismo Interno	Turismo Receptor
<b>H.D:</b>	Habitaciones Demandadas		
<b>V:</b>	Visitantes esperados en personas	21.824	262
<b>E:</b>	Estadía o permanencia	1,5	1,94
<b>P:</b>	Promedio de Ocupación Esperado	54%	54%
<b>R:</b>	Relación de Camas Ocupada/Habita	1,46	1,46
<b>L.A:</b>	Lapso o período que permanecerá abierto el establecimiento-	365	365

Aplicando los criterios anteriores se evidencia una demanda insatisfecha para que el proyecto se muestre viable.

Año	Oferta por Habitación	Demanda Receptor	Demanda Interno	H. D.Receptor	H.D. Interno	H.D Insatisfecha
2008	89	262	21.824	1	114	26
2009	89	278	24.153	1	126	38
2010	89	294	26.730	2	139	52
2011	89	310	27.805	2	145	58
2012	89	326	28.923	2	151	63
2013	89	342	30.085	2	157	70
2014	89	358	31.295	2	163	76
2015	89	374	32.553	2	170	83
2016	89	390	33.861	2	177	90

**Tabla 4.20** *Cálculo de la Demanda Insatisfecha*

**Elaborado por:** Paola Muñoz

Para los posteriores cálculos de costos e ingresos se creyó conveniente convertir el número de habitaciones demandadas nuevamente a número de visitantes esperados. La proyección establecida indicó que la capacidad en habitaciones será suficiente e inclusive para los posteriores años se podría ampliar las instalaciones para cubrir la demanda esperada. En cuanto a los excursionistas únicamente se considerará el 6% de la proyección total, por la capacidad del proyecto.

Año	H.D Insatisfecha	Visitantes	Excursionistas Proyectados	H.D Hosteria Mundo Natural	Visitantes	Excursionistas Esperados 7%
2009	38	5.688	24.153			
2010	52	7.693	26.730			
2011	58	8.537	27.805			
2012	63	9.413	28.923	28	4.153	1.604
2013	70	10.324	30.085			
2014	76	11.272	31.295			
2015	83	12.257	32.553			
2016	90	13.281	33.861			

**Tabla 4.21 Comparación De La Demanda Insatisfecha Con La Capacidad Ofrecida**

**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### 4.2.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

##### PARROQUIA MANUEL CORNEJO ASTORGA



**Figura 4.6 Hotel Restaurante Ramada**

**Nombre:** “HOTEL RESTAURANTE RAMADA”

**Dirección:** Vía Alóag – Santo Domingo Centro de Tandapi

**Categoría:** Dos estrellas

**Descripción del Establecimiento:** Ubicado al borde de la carretera principal, cuenta con una infraestructura básica, sin servicios adicionales, únicamente alojamiento y restaurante.

**Alojamiento:** Posee habitaciones dobles y sencillas.

Habitaciones: 9

Plazas: 15

**Actividades:** Ninguna.

**Precios:**

**Medios de Promoción:** Pagina Web: No

**Registro en el Ministerio de Turismo:** NO



**Figura 4.7** *Hotel Nuevo Hotel*

**Nombre:** “HOTEL NUEVO HOTEL”

**Dirección:** Vía Alóag – Santo Domingo Centro de Tandapi

**Categoría:** una estrella

**Descripción del Establecimiento:** Su ubicación céntrica proporciona, una localización de manera sencilla además de poseer su propio restaurante.

**Alojamiento:** Posee habitaciones sencillas y dobles.

Habitaciones: 10

Plazas: 20

**Actividades:** Ninguna

**Precios:**

**Medios de Promoción:** Pagina Web: No

**Registro en el Ministerio de Turismo:** NO



**Figura 4.8** *Hotel España*

**Nombre:** “HOTEL ESPAÑA”

**Dirección:** Vía Alóag – Santo Domingo Centro de Tandapi

**Categoría:** Dos estrellas

**Descripción del Establecimiento:** Posee una infraestructura más moderna y estilizada además de contar con los servicios básicos, mínimos necesarios pero exclusivamente hay atención viernes- sábados, domingo.

**Alojamiento:** Posee habitaciones sencillas y dobles.

Habitaciones: 12

Plazas: 25

**Actividades:** Ninguna

**Precios:**

**Medios de Promoción:** Pagina Web: NO

**Registro en el Ministerio de Turismo:** NO

## PARROQUIA ALLURIQUIN



**Figura 4.9** “*Hotel Reserva Natural Tailandia.*”<sup>107</sup>”

**Nombre:** Reserva natural Hotel Tinalandia

**Dirección:** Vía a Quito Km 16

**Categoría:** Primera

**Descripción del Establecimiento:**

La Reserva natural Tinalandia atraviesa aproximadamente 200 acres, la mayoría de cual es selva tropical primaria, con una reserva adyacente de 600 acres. Ubicada en una elevación de aproximadamente 2,000 pies.

**Alojamiento:**

Tinalandia tiene dos principales instalaciones de alojamiento, en la parte baja están el área de recepción y el comedor, en la parte alta están las habitaciones principales y una área de recreación.

Habitaciones: 16

Plazas: 48

**Actividades:**

- Observación de aves
- Caminata por el bosque
- Paseos a caballo
- Rafting

---

<sup>107</sup> [www.in-quito.com](http://www.in-quito.com)

**Precios:**

4 días / 3 noches \$250

5 días / 4 noches \$350

6 días / 5 noches \$480

7 días / 6 noches \$740

**Medios de Promoción:** Pagina Web: [www.in-quito.com](http://www.in-quito.com)

**Registro en el Ministerio de Turismo:** Si



**Figura 4.10** “Hotel Reserva Natural Tailandia”<sup>108</sup>”

**Nombre:** Hostería Samawa

**Dirección:** VIA QUITO KM. 6

**Categoría:** Primera

**Descripción del Establecimiento:**

Hostería Samawa se encuentra a pocos minutos de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados (Alluriquin) ubicada al occidente de la capital del Ecuador, Quito, con su clima cálido húmedo, y rodeada de ríos de abundante caudal y exuberante vegetación, cuenta con 200 hectáreas para recorrer en el medio de frutales y flores.

**Alojamiento:**

Posee habitaciones temáticas con enfoque árabe, pica piedra rústica, y dobles Y aéreas de Recreación como: Piscina, Sauna, Turco, Hidromasaje, Spa, Bar, Salón de convenciones, Internet

---

<sup>108</sup> [www.hosteriasamawa.com](http://www.hosteriasamawa.com)

Habitaciones: 20

Plazas: 60

**Actividades:**

- Cabalgatas
- Canchas Deportivas
- Juegos de Salón
- Mini Zoológico

**Precios:**

Varían entre 30 y 45 Dólares la noche por persona

**Medios de Promoción:** Pagina Web: [www.hosteriasamawa.com](http://www.hosteriasamawa.com)

**Registro en el Ministerio de Turismo:** Si

**Nombre:** Florida

**Dirección:** Vía a Quito-Santo Domingo Km 103

**Categoría:** Tercera

**Descripción del Establecimiento:** Piscina, sauna, turco, restaurante, alojamiento, Ping Pong.

**Alojamiento:**

Cabañas con capacidad para 22 personas

**Actividades:** Ninguna

**Precios:**

**Medios de Promoción:** Pagina Web: <http://www.santodomingo.gov.ec>

**Registro en el Ministerio de Turismo:** Si

**PARROQUIA SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS**

**Nombre:** RANCHO HOSTERIA MI CUCHITO

**Dirección:** VIA CHONE KM 2

**Categoría:** segunda categoría

**Alojamiento:**

Habitaciones: 15

Plazas: 25



**Actividades:** piscina, sauna, turco, área de parrilladas, canchas deportivas.

**Precios:** 15- 20 dólares.

**Medios de Promoción:** Pagina Web:

**Registro en el Ministerio de Turismo:** Si

**Nombre:** HOSTERIA REY TOUR

**Dirección:** VIA EL ESFUERZO (Margen Izq. 1 Km de Esc. Jhon Kennedy)

**Categoría:** Dos estrellas

**Descripción del Establecimiento:** Posee piscina, cabañas, área de camping y parrilladas

**Alojamiento:** las cabañas tienen una capacidad máxima de 4 personas.

Habitaciones: 15

Plazas: 25

**Actividades:** Pesca Deportiva

**Precios:**

**Medios de Promoción:** Pagina Web: No.

**Registro en el Ministerio de Turismo:** Si.

#### 4.2.6 ESTRATEGIAS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO

Se plantearán las siguientes estrategias para el servicio a ser ofrecido, ya que se lo consideró como un producto nuevo en la zona:

1. Estrategia de penetración:

Se creará una cuota global del mercado, ofertando un producto nuevo en una zona con todas las condiciones aptas para actividades turísticas, que aún no han sido explotadas, mostrando como ventaja la cercanía existente a la Capital; el mayor polo económico del país.

2. Estrategia de diversificación turística:

Se aplicará una estrategia de diversificación turística Horizontal, ya que se buscará una mayor cobertura del mercado turístico ofreciendo una amplia gama

de servicios turísticos como: actividades agro turísticas, eco turísticas y deportivas, para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

#### **4.2.7 ANÁLISIS DE PRECIOS**

##### **4.2.7.1 Determinación de Precios**

El precio en un servicio de alojamiento como se mostró en la investigación realizada, aunque no es un factor decisivo para la selección del lugar, tiene un alto grado de relevancia para los clientes, por lo que para establecer los precios de los servicios se aplicó diferentes criterios:

##### **3. Fijación de precios basada en el costo**

El restaurante manejará como materia prima los alimentos para la preparación de los platos, por lo que la fijación de precios será el costo de elaboración más un margen de utilidad (Anexo N° 6)

##### **4. Fijación de precios basada en la competencia**

Los consumidores basan sus juicios acerca del valor de un producto en los productos que los diferentes competidores cobran por productos similares.

Por tal razón se consideró como referente para la Investigación de Mercados los precios por paquetes turísticos de establecimientos con similares servicios obteniendo una aceptación del 36% en el rango de 25 a 35 dólares, seguido por el 29% en el rango de 36 a 45 dólares.

De igual forma los servicios que serán ofrecidos de forma individual fueron valorados, mediante una investigación realizada a empresas dedicadas a la misma actividad.

<i>Precios de Servicios Individuales</i>		
<b>Entrada</b>		2,00
<b>Alquiler de Equipos</b>	Rafting	20,00
	Escalada	7,00
	Acampada	3,00
<b>Solo Alojamiento</b>		18,00
<b>Uso de Tarabitas</b>		0,50
<b>Pesca Deportiva</b>		2,50
<b>Alquiler de Semovientes</b>		1,00
<b>Alimentos y Bebidas (Mini Market)</b>	Ingresos	0,00
	Irregulares	
<i>Precios de Restaurante</i>		
<b>Menú del Día</b>		2,50
<b>Plato A la carta</b>		3,50
<b>Postres</b>		1,00
<b>Bebidas</b>		0,80
<i>Precios por Paquetes</i>		
<b>Paquete 1</b>	Dos días una Noche	35,00
<b>Paquete 2</b>	Tres días, dos Noches	45,00

Tabla 4.22 *Precios de Servicios*

Elaborado por: Paola Muñoz

#### 4.2.7.2 Estrategias de ajustes de precios

Las estrategias de ajuste de precios tienen como propósito lo siguiente:

- Lograr reincidencia en visitar la hostería, así como prolongar su estadía en las instalaciones.
- Ser una puerta a la publicidad directa, es decir ser recomendada por parte de quienes ya asistieron y consideraron un precio adecuado

Dichas estrategias se llevarán a cabo mediante:

- **Fijación de precios de descuento y complemento:** basa su teoría, en "recompensar" a los clientes por ciertas respuestas, como pagar anticipadamente el producto, comprar por cantidades o fuera de temporada.
- **Descuento en efectivo:** reducción del precio para los compradores que paguen el producto dentro de una cierta fecha.

- **Descuento por cantidad:** reducción del precio para los compradores que adquieran el producto en grandes cantidades. .
- **Descuento por temporada:** reducción del precio para los compradores que adquieran productos fueran de temporada.

#### **4.2.8 LA DISTRIBUCIÓN**

La función de la distribución es poner el producto a disposición del cliente final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo.

Los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los servicios.

##### **4.2.8.1 Estrategias del canal de distribución**

Se van a utilizar dos estrategias para el canal de distribución:

- Estrategia de empuje (push): Uno de los instrumentos para promover el servicio será la búsqueda de un canal de distribución corto con empresas expertas en el ramo, en especial para tener un contacto con el turismo receptor.
- Estrategia de atracción (pull): La hostería también dirigirá la promoción del producto directamente al turista, encargándose plenamente de todas las actividades oportunas para brindar el servicio, con el objetivo de fomentar la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución.

##### **4.2.8.2 Canales de distribución**

Para lograr la mayor eficiencia y eficacia en el sistema de distribución. Se va a utilizar dos canales de distribución: canal corto y canal directo.

- Canal corto (Empresa – Agencia- Turista): Se formará una asociación con agencias de viajes y operadoras turísticas, que permitan acercar al cliente, especialmente extranjero a los servicios ofrecidos.
- Canal directo: La hostería ofrecerá el servicio en forma directa, sin intermediarios principalmente al turista nacional, ya que realizará un marketing directo en medios de comunicación nacional dirigida al mercado objetivo.

#### 4.2.9 ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN

Para dar a conocer la hostería se ha establecido un nombre que indica las peculiaridades del servicio: “Hostería Mundo Natural” ya que es precisamente la idea que se quiere impulsar, un lugar donde los clientes estén rodeados 100% de naturaleza y puedan disfrutar de todos sus beneficios y bondades.

Por lo cual se realizará las siguientes acciones con el fin de difundir el servicio:

##### 4.2.9.1 Marketing Directo

Se incursará en varios medios de comunicación ya mencionados en la investigación de mercados, que permitan ser un canal directo entre el servicio y los futuros demandantes:

- **Anuncios de Prensa:** Se publicará anuncios en revistas y periódicos de mayor circulación una vez cada mes. Además de registrarse en uno de los medios informativos con más acogida a nivel nacional, como es la Guía telefónica.
- **Vallas Publicitarias:** Se ubicará estratégicamente una valla en la vía Alóag Santo Domingo, en la entrada a la población de Tandapi.

- **Campaña Televisiva:** Se realizará una campaña televisiva indistintamente cuatro meses al año.  
Además de participar en programas dedicados exclusivamente al turismo como El Caminante de Teamazonas, Próxima Parada de Ecuavisa Internacional y segmentos turísticos de Noticieros y programas culturales.
- **Campaña en Radiodifusoras:** Se efectuará en programas de radio matutinos seis meses al año incluyendo en temporadas altas como: Febrero, Julio y Agosto.
- **Internet:** Por ser el segundo medio de comunicación con mayor grado de aceptación para conocer el servicio, se realizará una página Web para detallar los servicios.

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<b><u>Requerimiento Marketing Directo</u></b>			
<b>Medio</b>	<b>Descripción de Requerimiento</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Costo</b>
<b>Prensa Escrita</b>	Publicación en revistas Dominicales - Perioditos Nacionales 1 vez cada mes	Mensual	200,00
	Inscripción en Guía Telefónica	Anual	800,00
	Revistas de circulación mensual	Mensual	200,00
<b>Valla Publicitaria</b>	Valla en 3m x 5m. Sin estimar costos de Mantenimiento, ni impuestos por uso de vía pública.	1 Vez	2.800,00
<b>Campaña Televisiva</b>	Cuñas 1 diaria Viernes, Sábado, Domingo rotativo	Mensual	1.500,00
<b>Campaña Radiodifusión</b>	Presentación , Despedida , 4 Cuñas , 4 Menciones Lunes a Viernes 09h:00 – 12h:00	Mensual	1.150,00
<b>Pagina Web</b>	Registro de Dominio, subpaginas para pagina principal, gráficos y animación el logotipos	1 vez	300,00
<b>Total</b>			<b>6.950,00</b>

**Tabla 4.23** *Requerimiento de Marketing Directo*

**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### 4.2.9.2 La publicidad

La publicidad que se demandará para la presentación y promoción del servicio lo constituyen la elaboración de afiches, posters, y artesanías.

Estos tienen como objetivo principal informar de una manera práctica al mercado objetivo la existencia del servicio.

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<u>Requerimiento de Publicidad</u>			
Material	Descripción de Requerimiento	Periodicidad	Costo
Afiches	Full color a manera de trípticos x 1000 unid.	3 meses	80,00
Póster	Desde 40cm x 30cm Full color x 500	3 meses	85,00
Artesanías	Diversas formas	3 meses	50,00
<b>Total</b>			<b>215,00</b>

**Tabla 4.24** *Requerimiento de Publicidad*

**Elaborado por:** Paola Muñoz

#### 4.2.9.3 Relaciones públicas y Alianzas Estratégicas

Las relaciones públicas y alianzas estratégicas mantendrán abierta la imagen del establecimiento con organizaciones y empresas que interactúan con el cliente potencial, para lo cual se requerirá:

- Establecer contacto con las agencias de viajes de Quito y Santo Domingo inicialmente, para dar a conocer los servicios que se ofrecen y sea esta la carta de presentación que motive a la recomendación de la hostería al turista extranjero.
- Con Empresas de Equipo Deportivo al otorgar paquetes turísticos que puedan ser concedidos en rifas o sorteos para difundir a la hostería.
- Crear convenios con empresas emisoras de tarjetas de crédito para colocar anuncios en los estados de cuenta.
- Incentivar en Universidades, y establecimientos de Educación Secundaria visitar la hostería para paseos y excursiones.

#### **4.2.9.4 Promoción en ventas**

La promoción en ventas consistirá en dar incentivos a corto plazo para incentivar la compra del servicio, como por ejemplo:

- Aplicación de un pase de cortesía para grupos superiores a 20 personas
- Obsequio de bienvenida o artesanía a base de materiales nativos.
- Otorgar una actividad extra o un plato gratuito según los montos de consumos realizados.
- Dar un porcentaje de descuento a los clientes más frecuentes, consumos fuera de temporada y reservaciones anticipadas con pagos en efectivo.

Cabe recalcar que se estimó que la promoción en ventas tendrá una incidencia extremadamente baja sobre los ingresos totales.

#### **4.2.9.5 Merchandising**

Una de las políticas estatales de mayor relevancia es el incentivar el Turismo en el país; en especial si éste es clasificado como ecoturismo, por lo que existen Ferias, Convenciones y Exposiciones en las cuales se podrá incursionar.

Al integrarse a instituciones como el Ministerio de Turismo, la Cámara Provincial Turismo de Pichincha y el Departamento de Turismo del Cantón Mejía, se tendrá la facilidad de ser acreditado para ejercer el turismo a nivel nacional e internacional, siendo facultado para participar en convenciones que permitan dar a conocer el servicio como:

- La Feria Internacional de Turismo en Ecuador – FITE a través de la participación del departamento de Turismo del Cantón Mejía.
- En convenio con el Ministerio de Turismo ser nombrados en las principales ferias mundiales como: son ITB (Berlín), TMLA (Quito), FITUR (España), WTM (Inglaterra).



## CAPÍTULO 5

### ESTUDIO TÉCNICO

El capítulo cinco tiene como objetivo determinar los factores técnicos que intervienen en la instauración de la Hostería Ecológica en la vía Alóag - Santo Domingo, Parroquia Manuel Cornejo Astorga para obtener la información necesaria que permita cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación.

#### 5.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO (DIMENSIONAMIENTO)

El tamaño del proyecto se ha determinado por la combinación de ciertos factores que se detallan a continuación:

##### 5.1.1 CAPACIDAD DEL PROYECTO

Según los resultados obtenidos en el estudio de mercado se pudo dimensionar la capacidad mediante:

- La aceptación que se tiene para visitar el lugar que corresponde al 86% en el caso del turismo interno y al 67% en el turismo receptor
- La comparación con establecimientos que ofrecen servicios similares.
- Y la proyección de la demanda según las habitaciones requeridas.

**Capacidad Diseñada:** La hostería será diseñada para una capacidad de 40 personas en el alojamiento, sin embargo se establece para la prestación de otros servicios esta cifra va a aumentar.

**Capacidad Instalada:** En promedio para la industria hotelera el índice de instalación corresponde al 54% ya que la concurrencia de turistas es estacional.

## **5.1.2 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO**

### **5.1.2.1 Disponibilidad de Recursos financieros**

Para cubrir las necesidades de inversión del proyecto en términos de: costo de la inversión inicial, en activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo. Se recurrirá a dos fuentes para la obtención de recursos: primero la aportación de recursos económicos de los accionistas y segundo recursos financiados por entidades crediticias como la Corporación Financiera Nacional que tienen gran apertura a proyectos de inversión turística.

### **5.1.2.2 Disponibilidad de Mano de Obra**

En el mercado laboral actual existe Recurso Humano especializado para prestar sus servicios en la Hostería y éste será seleccionado minuciosamente de acuerdo a las siguientes características: nivel de educación y capacitación, experiencia en área a desempeñarse, disponibilidad de viajar hacia la hostería y residencia permanente en la zona y deseo de colaboración.

Cabe recalcar que para las construcciones y adecuaciones de las instalaciones se trabajará con los pobladores de la zona ya que son expertos en el manejo de materiales nativos de construcción como madera y piedra, y técnicas de cultivo contribuyendo así a la generación de empleo en el área.

### **5.1.2.3 Disponibilidad de Equipos Muebles y Enseres**

Para lograr el desarrollo del servicio se adquirirá: equipos para hotelería en distintos tamaños y materiales destinados a equipar el restaurante; disponibles a nivel nacional en centros especializados en la comercialización como: Codehotel, Almacenes Jiménez Norte, Montero, Almacenes Espinosa, Ferrisarito.

Para adquisición de equipos de actividades se dispone en la ciudad de almacenes dedicados a la venta de materiales para deportes y aventura como Equipos Cotopaxi.

En cuanto a equipos de computación y eléctricos existe una variedad de diseños, marcas, capacidades, en Almacenes como Jhaer, Call & Buy , Comandato, Citicomp. Etc.

Además los muebles adecuados para el servicio de alojamiento se los puede comprar ya hechos en Mueblerías en diversos materiales y colores o se los puede ordenar a artesanos-carpinteros bajo definidas especificaciones.

#### **5.1.2.4 Disponibilidad de Insumos y Servicios**

Los principales insumos a utilizarse lo constituyen los artículos para limpieza y mantenimiento de las instalaciones, que son de fácil acceso en los supermercados locales.

En cuanto a los servicios básicos; la zona cuenta con servicio de telefonía móvil e Internet, además de redes eléctricas, sin embargo el resto de servicios van a ser adecuados ya que el entorno es completamente natural.

#### **5.1.2.5 Disponibilidad de Materia Prima**

En la industria turística la materia prima es aportada por los atractivos y existe una gran importancia en localizarse sobre ellos o en sus cercanías, por lo que el proyecto a desarrollar se encuentra ubicado donde existen atractivos naturales como: montañas, planicies, caídas de agua, grutas, lugares de observación, ríos, etc. donde en su mayoría no existe modificación o intervención del hombre. Es decir se cuenta con la materia prima suficiente.

Por otro lado cabe recalcar que para la prestación de servicios en especial de restaurante se tendrá una pequeña área de cultivos de frutas y vegetales, así se tendrá una provisión de alimentos para abastecer este servicio, pero para complementar aquellos que no se produce se recurrirá a Supermercados de Santo Domingo por la cercanía a la hostería y en su defecto de Quito.

## **5.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto fue expuesta previamente en el Estudio de Mercado, a continuación se muestra de manera detallada este aspecto técnico; evaluando los factores que intervienen en la macro y micro localización, que sirvieron para concretar la ubicación del proyecto.

### **5.2.1 MACROLOCALIZACIÓN**

Para ratificar la ubicación de la hostería se ha realizado una evaluación de las características de la localidad considerando una ponderación del 60% a los factores decisivos, 30% a los factores importantes, y 10% a los factores deseables.

#### **a. Factores decisivos**

##### **- Existencia de vías de comunicación**

La localización está sobre una carretera continua Vía Alóag -Santo Domingo que une polos económicos como son Quito y Santo Domingo, constituyéndose en la arteria principal para unir Costa y Sierra.

##### **- Seguridad de conducción.**

Posee vías con trazado normal y señalización en sentido costa- sierra y viceversa, sin embargo tiene una topografía variada, y con una superficie defectuosa, que requiere ser prudente al viajar.

##### **- Intensidad del tránsito**

Es una vía con alto volumen de tránsito, como lo indica el sistema de inventario vial, en la estimación de tráfico promedio diario anual (Información sobre tramos de mayor circulación según tipo vehicular Año: 2004) con 2626 vehículos livianos, 796 buses, y 1867 pesados.

- **Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos.**

Se encuentra a 2 horas de uno de los polos económicos más grandes del Ecuador como lo es Quito y a 30 minutos de los Santo Domingo de los Colorados.

- **Disponibilidad de agua**

Tiene acueducto Incompleto ya que solo la cabecera parroquial posee agua potable y en la actualidad el Municipio del Cantón Mejía esta encargado de la construcción de la ampliación de las redes de distribución de agua. En las comunidades continuas poseen tanques reservorios de agua. Así mismo se están realizando los estudios respectivos para abastecer a toda la parroquia.

- **Disponibilidad de Energía eléctrica**

Posee energía eléctrica en la gran mayoría de los poblados, e inclusive en zonas alejadas algunos moradores tienen a disposición este servicio y las áreas que no cuentan con este servicio se encuentran a 1000 metros de una línea.

- **Disponibilidad de Comunicaciones telefónicas**

En el centro de la localidad (Tandapi) y en determinadas zonas existe telefonía fija y móvil, en el resto de la parroquia tiene cobertura móvil e Internet.

- **Disponibilidad de Terrenos.**

Los terrenos son un espacio disponible para desarrollar ampliamente un centro turístico, por sus dimensiones, riqueza natural y panorámica.

- **Atractivos turísticos**

Existen lugares turísticos no desarrollados ríos, montañas, miradores naturales, y otros pocos muy conocidos como: cara del diablo, la virgen de la merced, las cascadas, etc.

- **Calidad de los desarrollos circunvecinos**

Los servicios de alojamiento y recreacionales son escasos y los que existen no cumplen con requisitos mínimos de un atractivo turístico.

- **Condiciones sociales**

Es una zona de seguridad social, en especial porque gran parte de los habitantes de cada una de las comunidades se conoce.

- **Condiciones de Salubridad**

Son zonas de clima medio, donde no existe la proliferación de plagas que afecten gravemente a los habitantes.

## **b. Factores importantes**

- **Proximidad a vías principales**

Las poblaciones circundantes tienen una visualidad a más de 1000 metros de las vías principales.

- **Costo del terreno**

Los costos son bajos con relación a la extensión que cada uno tiene, y por la extensión de los mismos pocos son los dueños, que generalmente se dedican a la agricultura y el resto conserva intactos los bosques y selvas.

- **Condiciones del subsuelo**

Existen zonas con condiciones aptas para la cimentación de edificios bajos, no es una zona propensa a terremotos, ni con otros riesgos como volcanes a pesar de ciertas irregularidades del suelo.

- **Topografía**

Posee topografías con pendientes promedio del 5% al 10%

## **c. Factores deseables**

- **Disponibilidad de materiales y mano de obra**

Se dispone de un entorno completamente natural, con diversidad de atractivos y servicios a ser ofrecidos, además de gente preparada, colaboradora y cordial y colonos o guías de la zona conocedores de la flora y fauna del lugar.

- **Condiciones meteorológicas**

Posee condiciones normales con precipitaciones mayores en enero y periodo seco en agosto, y una temperatura mínima de 15 grados.

- **Facilidad en lo que toca a desagües**

Existen desagües por bombeo o por gravedad a servidumbres que no ocasionan perjuicios o molestias externas ni internas.

Factores	Ponderación	PARROQUIA MANUEL CORNEJO ASTORGA	
		Calificación	Total
<b><i>Evaluación de Factores Decisivos</i></b>	<b>60%</b>		
Existencia de Vías de Comunicación	5%	4	0,20
Seguridad de Conducción	5%	3	0,10
Intensidad de Tránsito	5%	5	0,25
Distancia a centros Urbanos mayores (a sitios potenciales)	5%	3	0,10
Disponibilidad de Agua	5%	3	0,15
Disponibilidad de Energía Eléctrica	5%	3	0,15
Disponibilidad de Comunicaciones Telefónicas	5%	5	0,25
Disponibilidad de Terrenos	5%	5	0,25
Atractivos Turísticos	5%	3	0,15
Calidad de los desarrollos Circunvecinos	5%	0	0,00
Condiciones Sociales	5%	5	0,25
Condiciones de Salubridad	5%	5	0,25
<b><i>Factores Importantes</i></b>	<b>30%</b>		
Proximidad a las vías Principales	8%	2	0,15
Costo del Terreno	8%	4	0,30
Condiciones del Subsuelo	8%	5	0,38
Topografía	8%	3	0,15
<b><i>Factores Deseables</i></b>	<b>10%</b>		
Disponibilidad de Materiales y Mano de Obra	3%	4	0,13
Condiciones Meteorológicas	3%	4	0,13
Facilidad en Desagües	3%	1	0,03
<b>TOTAL</b>		<b>67</b>	<b>3,55</b>

Tabla 5.1 Método Cuantitativo Por Puntos

Elaborado por: Paola Muñoz

Después de efectuarse la suma de todos los puntos se establecerá el siguiente criterio para la calificación de la ubicación del proyecto:

<b>Ubicación</b>	<b>Puntuación Total</b>
Descartable	De 0 a 15
Malo	De 16 a 35
Regular	De 36 a 55
Bueno	De 56 a 75
Excelente	De 76 a 95
Optimo	De 96 a 100

**Tabla 5.2 Calificación para la Localización.**<sup>109</sup>

Se concluye que la macro ubicación es Buena ya que tiene una puntuación total de 64 puntos, así mismo en la ponderación se obtuvo 3,55 muy cercano a la máxima evaluación de 5 indicando que cumple favorablemente con los factores esenciales considerados en la ubicación de proyectos turísticos, por lo que se proseguirá a evaluar y seleccionar la micro ubicación.



**Figura 5.1 Mapa de Macrolocalización del Proyecto**<sup>110</sup>

<sup>109</sup> CÁRDENAS Tabares, Fabio. *Proyectos Turísticos*. Editorial Trillas. Segunda edición, México 2006. Pág.

<sup>110</sup> [www.municipiodemejia.gov.ec](http://www.municipiodemejia.gov.ec),



## **5.2.2 MICROLOCALIZACIÓN**

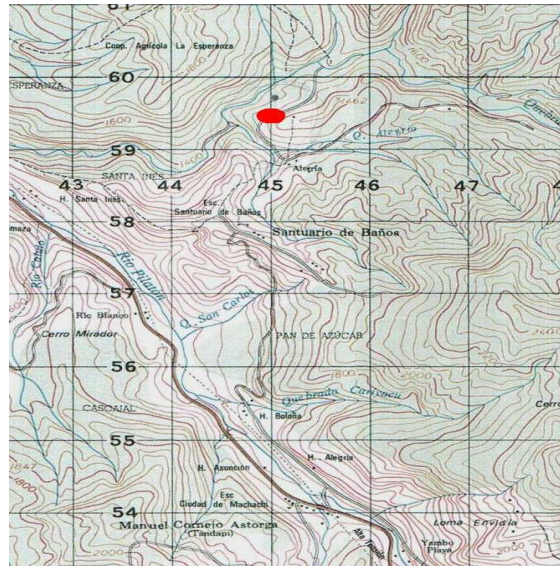
Las características físicas y ambientales que muestra la Parroquia Manuel Cornejo Astorga son el marco para seleccionar la localización exacta para la instaurar la Hostería.

Por lo que se evaluará un sitio donde se posea las características mínimas necesarias para el normal funcionamiento y desarrollo de la misma: accesos, servicios básicos, cercanías a atractivos turísticos que constituye un factor primordial y costos.

### **5.2.2.1 Selección de Alternativa**

Se ha seleccionado como lugar idóneo la Localidad denominada “Santuario de Baños” por las siguientes razones:

- Tiene vías de Acceso desde la carretera principal en la Población de Tandapi. Y las vías están en condiciones favorables para el ingreso de vehículos apropiados para la travesía.
- Posee cobertura para comunicaciones celular, Internet, radio y actualmente se está extendiendo proyectos para telefonía fija.
- Cuenta con redes de energía eléctrica y agua (mediante tanques)
- Tiene una mega diversidad de flora y fauna desde el acceso a la carretera, combinado con paisajes de vegetación exuberante con riachuelos, y cascadas.
- Existen zonas de selva virgen y bosques primarios.
- Se cuenta con una amplia propiedad para la ejecución del proyecto, además se puede extender el proyecto ya que los costos son relativamente bajos.



**Figura 5.2** *Mapa de Microlocalización del Proyecto.*<sup>111</sup>

De acuerdo a lo analizado anteriormente la ubicación será en una finca de propiedad del investigador, que cuenta con 23 hectáreas de terreno con planicies y laderas para diversas actividades deportivas. A 30 minutos de la vía principal en las cercanías del caudaloso río Santa Ana y Alegría.



**Figura 5.3** *Extensión y Ubicación del Proyecto*

<sup>111</sup> Instituto Geográfico Militar

## 5.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 5.3.1 IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

Para la identificación de los procesos se prosiguió primero a realizar la cadena de valor que indica como el servicio va a llegar a los clientes, es decir busca una ventaja competitiva indicando las actividades primarias y de apoyo, y este se describe a continuación:

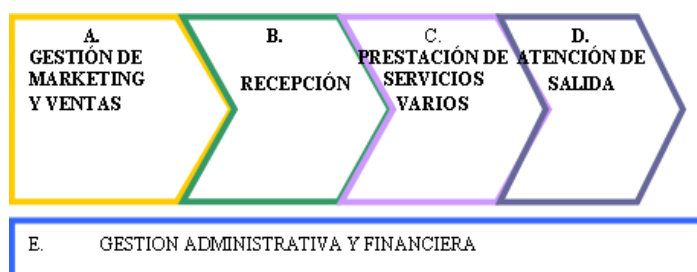


Figura 5.4 Cadena de Valor Hostería Mundo Natural

Para complementar la cadena de valor se planteó el inventario de procesos donde muestra los procesos y los subprocesos que se van a realizar teniendo como resultado 10 procesos productivos, 3 de apoyo y 1 procesos gobernante.

INVENTARIO DE PROCESOS	CODIGO
<b>PROCESOS PRODUCTIVOS</b>	
<b>GESTION DE MARKETING Y VENTAS</b>	<b>A</b>
Promoción	A.1
Publicidad	A.2
Promover Alianzas Estratégicas	A.3
Ventas y Reservasiones	A.4
<b>RECEPCION</b>	<b>B</b>
Mantenimiento y Limpieza	B.1
Check In	B.2
Gestión de Caja	B.3
<b>PRESTACION DE SERVICIOS</b>	<b>C</b>
Prestación de Servicio Restaurante	C.1
Prestación de Servicio de Actividades Eco turísticas y Agro turísticas	C.2
Prestación de Servicio de Actividades Deportivas	C.3
<b>ATENCIÓN DE SALIDA</b>	<b>D.</b>
<b>PROCESOS DE APOYO</b>	
<b>ADQUISICIONES</b>	<b>E</b>
<b>GESTION RECURSOS FINANCIEROS Y CONTABILIDAD</b>	<b>F</b>
<b>GESTION DE RECURSOS HUMANOS</b>	<b>G</b>
<b>PROCESOS GOBERNANTES</b>	
<b>DIRECCION EMPRESARIAL</b>	<b>H</b>

Tabla 5.3 Inventario de Procesos Hostería Mundo Natural

#### **5.3.1.1 Promoción**

Gran parte de los productos turísticos se impulsan mediante paquetes promocionales que formula el establecimiento, razón por la cual el proceso requerirá información mensual de los demandantes con respecto a los servicios más solicitados y de las promociones propuestas por la competencia para elaborar paquetes según la temporada . (Anexo N° 7.A)

#### **5.3.1.2 Publicidad**

El proceso comienza determinando las necesidades de publicidad bimensualmente para: el lanzamiento de productos, ofrecimiento de paquetes y dar a conocer el producto etc. Para posteriormente acudir a expertos en realización de material publicitario (diseño grafico, producción de TV, Vallas). Y a su vez determinar los precios que se requerirán en la ejecución. (Anexo N° 7.B)

#### **5.3.1.3 Promover Alianzas Estratégicas**

Las Alianzas estratégicas sean con empresas operadoras de turismo o empresas privadas será un proceso que se realizará de manera continua mediante la presentación formal de la empresa con los servicios que se ofrecerá, otorgando una invitación al establecimiento y de esta manera negociar condiciones de precios y pagos para finiquitar contratos. (Anexo N° 7.C)

#### **5.3.1.4 Ventas y Reservasiones**

En las empresas que venden servicios como el hospedaje las reservasiones implican: ofrecer que servicios se encuentran disponibles, las fechas aconsejables

para las reservaciones, las habitaciones disponibles y mantener informado al cliente novedades que puede tener su reservación, así como posteriores promociones al incluirlo en la base de datos. (Anexo N° 7.D)

#### **5.3.1.5 Mantenimiento y Limpieza**

El proceso de mantenimiento y limpieza de las instalaciones conlleva una revisión exhaustiva de cada una de las áreas que están siendo ocupadas o van a ser ocupadas por los clientes, en un tiempo no superior a 30 min. por habitación, tomando en consideración los materiales de limpieza, o de reparación e instalación que van a ser utilizados, para que el lugar quede en perfectas condiciones. (Anexo N° 7.E)

#### **5.3.1.6 Check In**

Es el proceso donde se tiene un primer contacto con el cliente en el uso de las instalaciones, por lo que se realizan actividades de registro e indicación de servicios, además de informar a administración el ingreso de clientes sin reservación para coordinar la asignación de habitaciones.

Este proceso se admitirá un tiempo mínimo de atención de 10 min. ya que conlleva la presentación detallada del lugar, respondiendo todas las inquietudes de los huéspedes. (Anexo N° 7.F)

#### **5.3.1.7 Gestión de Caja**

El proceso de gestión de caja es aquel donde se hace las recaudaciones de los servicios vendidos sea de alojamiento, entrada o actividades deportivas, además se genera las facturas para ser entregada al cliente y posteriormente realizar los arqueos o informes de caja de forma diaria.

Las diversas transacciones no requerirán un tiempo superior de 5 min., evitando así molestias a los clientes por retraso en la atención. (Anexo N° 7.G)

#### **5.3.1.8 Prestación de Servicio Restaurante**

El proceso del servicio de restaurante describe cada uno de los pasos requeridos para ofrecer alimentos y bebidas a los clientes desde la recepción del pedido, la entrega a cocina para la preparación y montaje del mismo así como la entrega oportuna de la orden, que no excederá un tiempo de 20 min., conservando durante todo el proceso la cortesía adecuada con los huéspedes. (Anexo N° 7.H)

#### **5.3.1.9 Prestación de Servicio de Actividades Eco turísticas y Agro turísticas**

Este proceso incluye actividades para mostrar y enseñar a los turistas y visitantes lo que se puede realizar en un medio ambiente conservado y respetando a las especies que aquí conviven, facilitando a un guía personalizado o dejando al turista descubrir por si solo los atractivos dando las respectivas indicaciones generales y precauciones a tomar. (Anexo N° 7.I)

Se estableció un tiempo aproximado de 1 a 2 horas para la ejecución de estas actividades, ya que puede variar según las condiciones físicas del usuario y la favorable aceptación a su práctica.

#### **5.3.1.10 Prestación de Servicio de Actividades Deportivas**

Por ser actividades de más alto riesgo se requiere primero dar indicaciones de los peligros o limitaciones que pueden tener algunas personas al practicarlos, seguidamente proporcionar el equipo requerido sea cascos, protectores, chalecos, etc. Y asegurarse a todo momento la integridad de los practicantes.

Se estableció un tiempo aproximado de 1.5 a 2.5 horas para la ejecución de estas actividades, ya que puede variar según las condiciones físicas del usuario y la favorable aceptación a su práctica. (Anexo N° 7.J)

#### 5.3.1.11 Atención de Salida Check Out.

El proceso de registro de salida es confiado a recepción, ya que implica la verificación de la entrega en perfectas condiciones de todos los insumos e instalaciones prestados durante la estadía de los huéspedes, cuyo tiempo de realización no excederá de 5 min. (Anexo N° 7.K)

### 5.3.2 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS

Los equipos a utilizar se determinaron según los servicios que la hostería va a prestar entre el área administrativa y área de operación, de los cuales a continuación se enunciará la cantidad y el tipo; siendo más detallados en el Anexo N° 8:

<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<u>Requerimiento de Muebles y Enseres</u>		
Nombre	Unidades	Valor Unitario
<b>MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA</b>		
Archivador	2	120,00
Sillas Giratorias	4	33,00
Basureros	3	2,99
Estación de Trabajo	1	350,00
Escritorio	2	80,00

**Tabla 5.4** *Requerimiento de Muebles y Enseres Oficina*

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b>Requerimiento de Maquinarias y Equipos</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>
Cocina Industrial	1	1.850,00
Lavadora	1	890,00
Secadora	1	650,00
Refrigeradora	1	1.920,00
Horno Microondas	1	228,28
Licuadaora	2	65,00
Batidora	1	40,00
Televisor	1	260,00
DVD	1	69,99
Mini Componente	1	260,66
Balanza	1	18,00
Soporte para TV	1	25,00
Mesones	2	280,00
Parrilla	1	30,00

Tabla 5.5 *Requerimiento de Maquinarias y Equipos*

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b>Requerimiento de Muebles y Enseres</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES PARA HOSTERÍA</b>		
Camas	10	105,00
Literas	10	210,00
Mesas y Sillas de Rest.	10	31,00
Mueble para Recepción	1	230,00
Sillas de Descanso	5	15,00
Sillon de Espera	1	40,00
Sillas Moviles	1	26,00
Muebles con Espejo	20	105,00
Estantes	5	50,00
Basureros	30	2,99
Veladores	20	22,00

Tabla 5.6 *Requerimiento de Muebles y Enseres Hostería*



<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<u>Requerimiento de Muebles y Enseres</u>		
Nombre	Unidades	Valor Unitario
<b>Menaje de Habitaciones</b>		
Cobijas	40	22,00
Colchón	15	80,00
	20	100,00
Edredones	40	35,00
Cubrecolchones	35	12,50
Sábanas	40	15,50
Almohadas	40	5,00
Alfombras	50	7,00
Cortinas	40	12,00
Toallas	60	4,00

**Tabla 5.7 Menaje de Habitaciones**

<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<u>Requerimiento en Equipos de Computación</u>		
Nombre	Unidades	Valor Unitario
Computador	4	763,13
Teléfono - Radios	2	94,99
Impresora Tinta	1	134,99
Impresora Matricial	2	216,00

**Tabla 5.8 Requerimiento de Equipos de Computación.**

<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<u>Requerimiento Cubertería y Loza</u>		
Nombre	Unidades	Valor Unitario
Cucharas	50	0,35
	50	0,40
Cuchillos	50	0,65
	15	0,75
Cubiertos	50	0,35
Vajilla	50	8,00
Porta Servilletas	8	0,5

**Tabla 5.9 Requerimiento de Cubertería y Loza**

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b>Requerimiento en Cristalería</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>
Vasos Grandes	50	0,6
Jarras	10	3
Vasos Pequeños	20	0,4
Copas	40	0,5

**Tabla 5.10** *Requerimiento de Cristalería*

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b>Requerimiento de Menaje</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>
Abrelatas	1	9,44
Colador	2	6,50
Jugo de Cuchillos	1	38,00
Exprimidores	3	2,45
Moldes	1	12,00
	2	7,00
Juego de Ollas acero Inoxidable	2	140,00
Pelador	1	0,64
Puntillas	2	1,72
Juego de Sartenes Teflón	1	59,00
Olla de Presión	1	31,00
Recipientes	3	3,00
	3	6,00
	3	8,00
Tabla de Corte	3	12,30
Bandejas	1	15,00
Ensaladeras	1	3,82
Tenedor	2	6,00
Cucharones	8	11,16
Espatula	2	7,00
Saleros y Condimenteros	10	1,00
Cortador de Papas	1	120,00
Manga	1	8,00

**Tabla 5.11** *Requerimiento de Menaje de Cocina*

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b>Requerimiento en Equipo Deportivo</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>
Carpas	5	35,00
Cascos	5	45,30
Traje	5	40,00
Linterna	5	10,00
Botas	10	15,00
Bolsa de Dormir	5	40,00
Bote	2	300,00
Mallas	3	50,00
Cuerdas	3	80,00
Cascos	3	60,00
Mosquetones	6	12,00
Bolsas de Magnesio	6	25,00
Calzado de Escalada	4	60,00
Arnés de Cintura	3	90,00
Cañas pescar	5	27,00
Chalecos	6	25,00

**Tabla 5.12** *Requerimiento de Equipo Deportivo*

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b>Requerimiento en Semovientes</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>
Caballos	5	500,00
Vacas	2	550,00
	1	600,00
Pollos	4	1,00
Conejos	3	15,00
Alevín Peces	50	0,07
Semillas	5	0,60

**Tabla 5.13** *Requerimiento de Semovientes.*

### 5.3.3 DESCRIPCIÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS

En general los servicios básicos en la zona tienen un valor relativamente bajo con relación a las ciudades grandes, por lo que se estimó los siguientes valores mensuales;

<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<i>Requerimiento Insumos y Servicios</i>		
Nombre	Periodicidad	Valor
Agua potable	Mensual	70,00
Energía eléctrica	Mensual	140,00
Teléfono Celular	Mensual	100,00
Teléfono Fijo - Radios	Mensual	55,00
Internet	Mensual	30,00
Utiles de oficina	Mensual	30,00
Suministros de limpieza	Mensual	120,00
Uniformes hostería	Anual	350,00

**Tabla 5.14** *Requerimiento de Insumos y Servicios*

### 5.3.4 DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA PARA LAS DIFERENTES ETAPAS DEL PROCESO.

Durante el desarrollo del proceso se vio la necesidad de mano de obra que permitirá brindar un servicio de calidad requerido por el cliente.

El recurso Humano administrativo estará conformado por tres integrantes: el Gerente General, Asistente Administrativo y el Director en Ventas.

<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<i>Requerimiento de Personal Administrativo</i>		
Cargos	Personal No.	Sueldo Mensual C/U
Gerente General	1	550,00
Asistente Administrativo	1	380,00
Director en Ventas	1	440,00

**Tabla 5.15** *Requerimiento de Personal Administrativo*

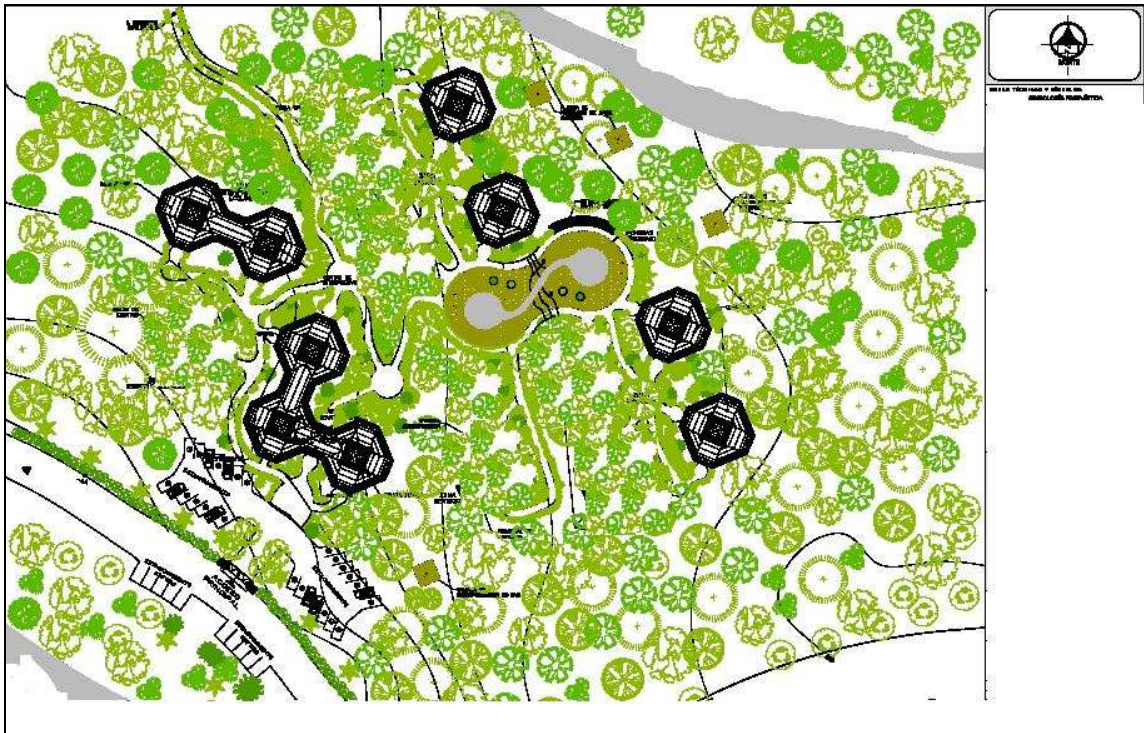
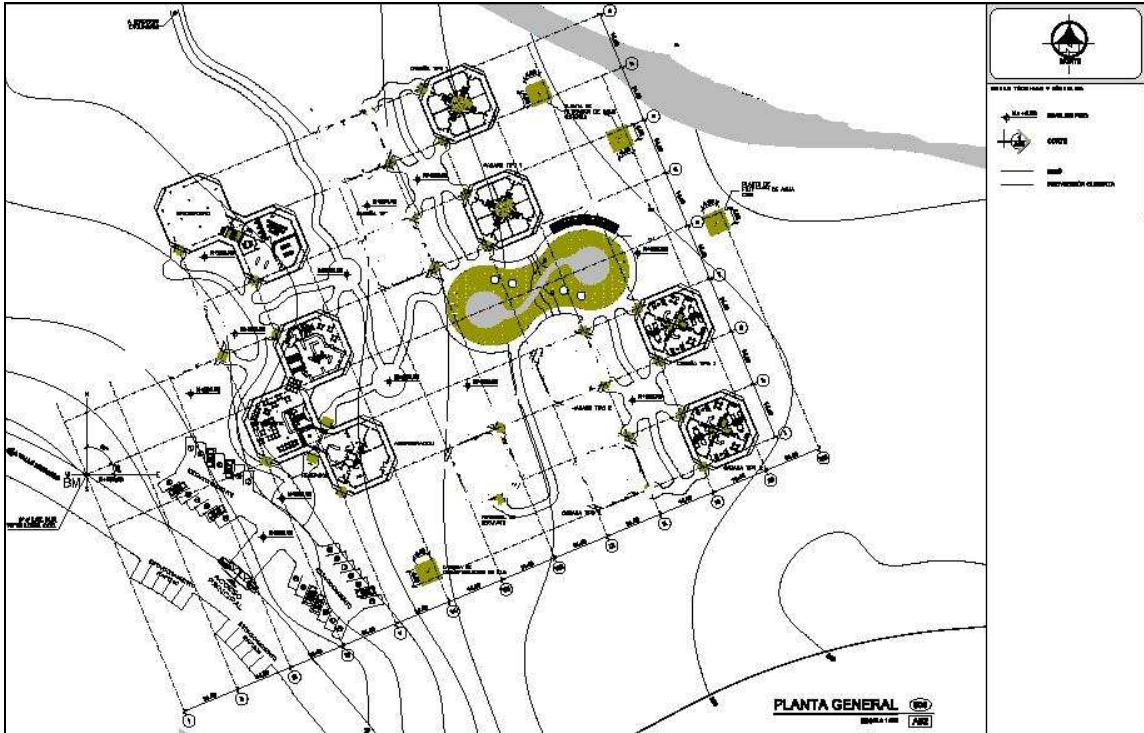
Para el servicio propiamente dicho o mano de obra directa se requerirá de 9 personas, considerando que desde el año 2008 se homogenizó los sueldos del sector hotelero al salario básico unificado establecido por el Ministerio de Trabajo se ha establecido porcentajes mayores de remuneraciones a las impuestas

<i>Hostería Mundo Natural</i>		
<u>Requerimiento de Servicio (MOD)</u>		
Cargos	Personal No.	Sueldo Mensual C/U
Recepcionista	1	250,00
Encargado de Mantenimiento y Limpieza	2	218,00
Chef	1	350,00
Asistente de Cocina	1	260,00
Mesero	2	250,00
Guía Nacional	1	280,00
Guía Nativo	1	280,00

**Tabla 5.16** *Requerimiento de Mano de Obra Directa*

### 5.3.5 DISEÑO

El proyecto tendrá ciertas características estéticas como la simbiosis que permite la integración con el entorno natural. (Anexo N° 9)



Arquitecto Giovanni Enríquez

Figura 5.5 Diseño Edificación Hostería Vista General

### 5.3.5.1 Materiales de Construcción

**Cimientos:** Se realizarán con plintos de hormigón enterrados armados, en cuya cúspide se erguirán las columnas propiamente dichas de caña guadúa cuya base estará protegida por impermeabilizantes o brea caliente. Esta cimentación no requerirá grandes movimientos de tierra. Las edificaciones serán elevadas del nivel del suelo no menor de 1.50 m para aislar la estructura de la humedad.

**Estructura:** Utilizando piezas o secciones de caña guadúa se servirá de soporte para la cubierta y para el entramado de la pared, se empleará en la parte intermedia y para las alfadas la parte superior del mismo por lo general se construyen las edificaciones elevadas del suelo a una altura no menor de 0.60 m. se apoyará sobre columnas que generalmente sirve de aislamiento en el suelo.

**Paredes:** Se utilizarán paredes de caña guadúa con tres métodos para tener variedad, pared de esterilla, pared de caña guadua y pared de bahareque.

**Pared de Esterilla** se dispone de un entramado recubierto con tableros de esterilla de 3 a 4 m de longitud.

**Pared de Caña Guadúa** son livianos y se construye con tiras de Bambú estas ayudan a que no se absorba el calor y se ventilen bien los ambientes.

**Pared de Bahareque** Se utiliza un entramado de bambúes verticales con una separación de entre 20 y 45 cm. Entre ejes, los pies derechos se aseguran a los bambúes horizontales a sus extremos. El recubrimiento se realiza por ambas caras con dos capas de mortero.

**Cubierta:** los techos tendrán mayor inclinación para que la lluvia evacue más rápidamente y para que la radiación solar no caliente tanto a los materiales del techo, debe existir un colchón de aire que evite la penetración del calor. Y los materiales disponibles como paja y hoja no se pueden colocar planos sino sobre una loseta de hormigón para evitar la filtración de agua.

La forma básica es de 4 planos cuyos aleros sobresalen generosamente por sus lados para la protección del sol y de la lluvia.

**Pisos:** Se utilizarán pisos elevados hechos de madera sobre viguetas del mismo material. Los materiales son sujetos con amanes o pernos.

**Corrales:** Para el techo se utilizará teja, y para las paredes adobe con piedra para que este ayude a que la humedad no destruya el adobe, para el piso material blando y absorbente y para la cama paja de arena o heno.

### **5.3.5.2 Distribución Espacial**

Partiendo del diseño general se hizo una distribución que permita optimizar los recursos y el tiempo de prestación de muchos de los servicios a ser ofrecidos:

**Accesos:** El Proyecto eco turístico contará con un acceso general que proviene del camino principal.

**Circulaciones:** las circulaciones internas al centro se adaptan a la disposición topográfica del terreno. Las principales circulaciones partirán del área recreativa a las áreas ecológicas. Se tratará de reducir al máximo el impacto que pueda causar la circulación sobre el entorno natural por lo que se pretenderá construir del mismo material imperante en la zona con un adecuado arborizado en su recorrido.

**Área Administrativa:** el Área estará construida en su totalidad sobre 191.6 m<sup>2</sup> distribuidos entre el Hall de Ingreso, Sala de Estar, Recepción, Gerencia, Secretaría, Bodegas y Baños.

#### **Área Habitaciones:**

Conservando un diseño octagonal cada modulo poseerá 262.4 m<sup>2</sup> compuesta de 4 habitaciones sencillas y 3 habitaciones dobles.

Cada habitación tendrá el dormitorio, cuarto de baño y una Mini Sala de Estar.



En las duchas de esta área se utilizarán cabezales de duchas ahorradores los cuales reducirán la salida de agua de 10 litros por minuto. El agua de las lluvias será almacenada y utilizada para los sanitarios y en estos se instalará botellas de arena para el ahorro de agua en las descargas.

**Establos o Corrales:** los establos lo conforman la caballeriza, establo de vacas, galpón de Aves y el Corral de Conejos sumando 40 m<sup>2</sup> de construcción .

- **Caballeriza** Es importante que tenga una buena ventilación para evitar trastornos bronquiales, tener una buena iluminación ya que la oscuridad afecta a su visión.
- **Galpón.** Así mismo la ventilación debe eliminar la humedad para que el aire del interior se renueve y se eliminen los gases producto de la fermentación de heces.
- **Corral** El piso debe tener una cubierta de aserrín para proporcionarles mayor confort, el techo será de teja y las paredes de madera.

**Huertos:** los semilleros se hortalizas y legumbres en una área de 20m<sup>2</sup> En el huerto se aplicará la agricultura ecológica la cual evitará la contaminación de los productos dando así fertilidad al suelo a través del compost y técnicas de rotación de cultivos y el sistema de riego por goteo.

**Área de Recreación** Comprenderá más de las 20 Hectáreas de la hostería, distribuidas en diferentes puntos, según las condiciones requeridas.

- **Área de Ríos:** se creará un río artificial de 8m x 50cm para realizar la pesca deportiva.
- **Tarabitas:** la extensión de las tarabitas será de 20 m aprox. ubicada a uno de los costados del terrero, donde existe las condiciones del suelo ideales.

- **Área de Senderos:** los senderos marcados comprenderán una extensión de casi la totalidad del terreno, pudiendo extenderse si el turista lo desea únicamente acompañado con guía.
- **Escalada:** se encontrará ubicada a algunos metros de la hostería en una elevación de aproximadamente de 6.5 m (adecuada para la práctica de este deporte) o más si el turista requiere.

### 5.3.5.3 Distribución Interna

Para la distribución interna se tomó las áreas ya establecidas en la distribución espacial indicando detalladamente los equipos muebles y maquinarias que van a contener (Anexo N° 10):

**Área administrativa:** el área administrativa contendrá los elementos básicos de una oficina ya que en la mayoría de las actividades predominará el uso de las telecomunicaciones.

Área	Muebles, Maquinaria y Equipo
Gerencia	Silla Giratoria, Basurero, escritorio, computador, teléfono
Asistencia Administrativa	Archivador, Silla Giratoria, computador, Teléfono, Impresora Tinta, estación de trabajo
Marketing y Ventas	Archivador, Basurero, Escritorio, computadora, teléfono

**Tabla 5.17 Distribución Interna Área Administrativa**

**Habitaciones:** las habitaciones tendrán similares elementos decorativos y ambientales, sin embargo según su capacidad serán abastecidas por camas y/o literas.

Área	Muebles, Maquinaria y Equipo
Habitación Simple	Cama, Colchón, cobija, edredon, cubrecolchon, almohada, cortina, alfombra, velador, Toallas, Peinador
Habitación Doble	Litera, Colchón, cobija, edredon, cubrecolchon, almohada, cortina, alfombra, velador, Toallas, Peinador

**Tabla 5.18** *Distribución Interna Área de Hospedaje*

**Recepción:** el hall es un espacio de uso compartido que se lo equipará con sillas y televisión para disfrute de los visitantes, la recepción por su lado tendrá muebles adecuados para la tarea.

Área	Muebles, Maquinaria y Equipo
Recepción	Mueble de Recepción, Silla de Espera y Silla Móvil, computadora, Teléfono
Hall	Sillas de Descanso, TV, DVD.

**Tabla 5.19** *Distribución Interna Área de Recepción*

**Área Cocina Y restaurante:** en el diseño establecido la cocina ya viene previsto de una infraestructura específica que será complementada con la maquinaria y equipo necesario facilitando el desarrollo de las actividades. El restaurante estará equipado con 10 mesas con capacidad para 4 personas cada una.

Área	Muebles, Maquinaria y Equipo
Restaurante	Mesas y Sillas de Res, Mini Componente
Cocina	Cocina, Refrigeradora, Licuadora, Batidora, Menaje, Cubertería, Cristalería, Loza, Horno, Mesones, Parrilla

**Tabla 5.20** *Distribución Interna Área de Cocina Y restaurante*

**Área Bodega:** Las Bodegas estarán provistas básicamente de los equipos deportivos y productos alimenticios que van a ser alquilados o vendidos a los clientes

Área	Muebles, Maquinaria y Equipo
Bodega Deportiva	Equipo deportivo, Estantes
Bodega A & B	Estantes

**Tabla 5.21** *Distribución Interna Área de Bodegas*

**Establos o Corrales:** se encontraran los animales para que puedan ser exhibidos con todos los complementos requeridos para su mantenimiento y crianza.

Área	Muebles, Maquinaria y Equipo
Semovientes	Caballos, Vacas, Pollos Conejos.
Cultivo	Semillas

**Tabla 5.22** *Distribución Interna Área de Establos*

## CAPÍTULO 6

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

El siguiente capítulo establece la estructura administrativa, que garantice el logro de los objetivos y metas de la empresa, así como el marco legal sobre el cual operará la Hostería Ecológica Mundo Natural.

#### 6.1 ESTRUCTURA CORPORATIVA CONSTITUTIVA

##### 6.1.1 TIPO DE SOCIEDAD

Hostería Ecológica Mundo Natural se establecerá como Sociedad Anónima, ya que de acuerdo a la Ley de Compañías Sección VI Art. 143 al 300 cumplirá las siguientes características:

---

<b><i>Integración del Capital</i></b>	Se integra por la aportación de accionistas (dinero o especies). El monto Mínimo de capital suscrito es \$800, y el monto mínimo de capital pagado es la cuarta parte del capital suscrito.
<b><i>Modificación de Capital</i></b>	Se puede realizar una disminución o un aumento de capital se debe pedir autorización a la Superintendencia de Compañías y debe ser registrada en el Registro Mercantil.
<b><i>De las Reservas</i></b>	La reserva legal se tomará de las utilidades líquidas un porcentaje no menor del 10%
<b><i>De los Socios y Accionistas.</i></b>	Número mínimo de socios para incorporar la empresa es de dos y no existe límite máximo.
<b><i>De la Constitución</i></b>	<u>Requisitos de Fondo:</u> *Capacidad *Consentimiento *Objeto y Causa Lícita *Fin de Lucro. <u>Requisitos de Forma:</u> *Elevar el acta constitutiva a escritura pública *Aprobación por parte del juez de lo civil. *Registro Mercantil

---

**Tabla 6.1 Resumen de requisitos que tendrá la Compañía****Fuente:** Ley de Compañías**Elaborado por:** Paola Muñoz

### **6.1.2 NOMBRE COMERCIAL**

La Ley de Propiedad Intelectual en el **Art. 229**. Aclara: “*Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica*”.

Para el proyecto se ha establecido el nombre comercial “Hostería Mundo Natural”, el mismo se lo podrá obtener al registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial. El registro tendrá una duración indefinida contada a partir de la fecha de su concesión.

### **6.1.3 PARTICIPACIÓN SOCIAL**

El capital suscrito será: 88.000 dólares de los cuales los cuatro socios aportarán de manera equitativa con 22.000 dólares cada uno.

### **6.1.4 ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS**

La junta general será formada por todos los accionistas, que en el proyecto específicamente son dos:

En el **Art. 251** de la Ley de Compañías establece que la estructura básica y generalizada de la compañía anónima comprende a la Presidencia y a la Gerencia, dependiendo del número de accionistas; por lo tanto para el efecto, se nombra como órgano administrativo al Gerente.

## **6.2 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO**

### **6.2.1 MISIÓN**

Hostería Ecológica Mundo Natural es una empresa turística ecuatoriana destinada a proporcionar servicio de alojamiento, restaurante y actividades recreativas – deportivas, para satisfacer necesidades y expectativas del turismo interno y externo de descubrir un espacio donde se muestre una riqueza de flora y fauna, en un entorno natural diverso. Contribuyendo al desarrollo turístico del país y de la zona; sin alterar la integridad del ecosistema, mediante un trabajo conjunto que se fundamenta en la honestidad y ética de la dirección, del personal y la comunidad, buscando a su vez reconocimiento en el mercado y rentabilidad para los accionistas.

### **6.2.2 VISIÓN**

En el año 2015 Hostería Ecológica Mundo Natural se posicionará en el mercado turístico nacional como una de las mejores hosterías ecológicas incrementando la prestación del servicio, al turista en 5%, y así aportar al desarrollo turístico en la parroquia Manuel Cornejo Astorga ajustándose a estándares internacionales de calidad y cumpliendo totalmente las exigencias de sus clientes.

### **6.2.3 OBJETIVOS**

- Mantener un buen nivel de satisfacción de los clientes entregando un servicio de alojamiento de la más alta calidad e integridad.
- Ampliar la participación en el mercado, en la prestación de servicios de alojamiento a nivel provincial.
- Garantizar el seguimiento y mejoramiento continuo de todos los procesos que se requieren para la prestación del servicio.
- Vigorizar la imagen corporativa a nivel interno; haciendo participe al personal de la visión organizacional y a nivel externo; realizando publicidad y encuestas periódicas para conocer nuevas necesidades del cliente.

- Innovar consecutivamente para mejorar las instalaciones y servicios generados a los turistas de acuerdo a sus exigencias.
- Incrementar las ventas y la rentabilidad a socios.
- Impulsar normas de conservación y preservación del medio ambiente mostrando la diversidad de especies existentes en la zona y el manejo sostenible de los recursos.
- Incentivar a los clientes internos a través de programas de capacitación y motivación fortaleciendo los valores organizacionales, ofreciendo estabilidad laboral y reconocimiento al equipo de trabajo.

#### **6.2.4 POLÍTICAS**

##### **Política de Calidad**

Es la Política de Calidad de la Hostería Ecológica proveer servicios de acuerdo a la misión, Implantando la calidad a todos los niveles de la empresa, para la mejora en eficiencia y procedimientos de trabajo a través del desarrollo constante de las personas fortaleciendo la capacidad de gestión interna y de gerencia organizacional, los cuales deberán satisfacer o exceder las expectativas de los clientes y de este modo mejorar permanentemente la imagen y prestigio del lugar dentro de la Industria Hotelera Nacional.

##### **Política de Prestación de Servicio.**

Es la Política de Prestación de Servicio de la Hostería Ecológica orientarse al cliente y contribuir a la fidelización de los mismos dándoles la mejor relación calidad-precio, manteniendo la cortesía en todos los niveles de servicio, evitando discusiones y mostrando la buena imagen y presencia del cliente interno así como del establecimiento.

##### **Política de Conservación del Medio Ambiente.**

Es la Política de Conservación del Medio Ambiente de la Hostería Ecológica mantener y promocionar una diversidad natural, social y cultural, mediante el uso sostenible de recursos además de optimizar todos los desechos y transformarlos en materia útil.



### 6.2.5 VALORES

**Confianza:** Reflejada en la total lealtad y continuidad de todos los importantes y prestigiosos clientes para establecer relaciones a largo plazo.

**Innovación:** para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes desarrollando proactividad ante los cambios (del entorno, sectorial, del mercado y de los clientes).

**Honestidad:** Actuar con transparencia con los clientes ofreciéndoles siempre el precio justo y cumpliendo lo ofrecido.

**Profesionalidad:** El equipo estará integrado por un amplio grupo de expertos reconocidos por su rigor profesional.

**El Trabajo En Equipo:** Actuar con compañerismo mediante la suma de esfuerzos personales en la búsqueda del cumplimiento de metas y objetivos de la empresa. Estar siempre dispuestos a ofrecer apoyo.

**Excelencia:** Actuar para ser reconocidos por la calidad prestada a los clientes en la actividad desarrollada. El talento del equipo humano garantiza la calidad de los servicios.

**Retribución:** Dar una retribución justa, razonable y específica para cada individuo, además de brindar un ambiente saludable que favorezca el equilibrio entre la vida profesional y personal.

### 6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa estará bajo una organización funcional existiendo líneas de comunicación directa hacia la Gerencia, conformada por tres departamentos:

#### **Departamento Administrativo:**

El departamento será el responsable de actividades como la contratación del personal, la compra de insumos, el pago de obligaciones y haberes, etc. Generando información oportuna a la gerencia; en lo referente a la administración

del personal y la gestión financiera, mediante la coordinación y colaboración con el departamento de servicios.

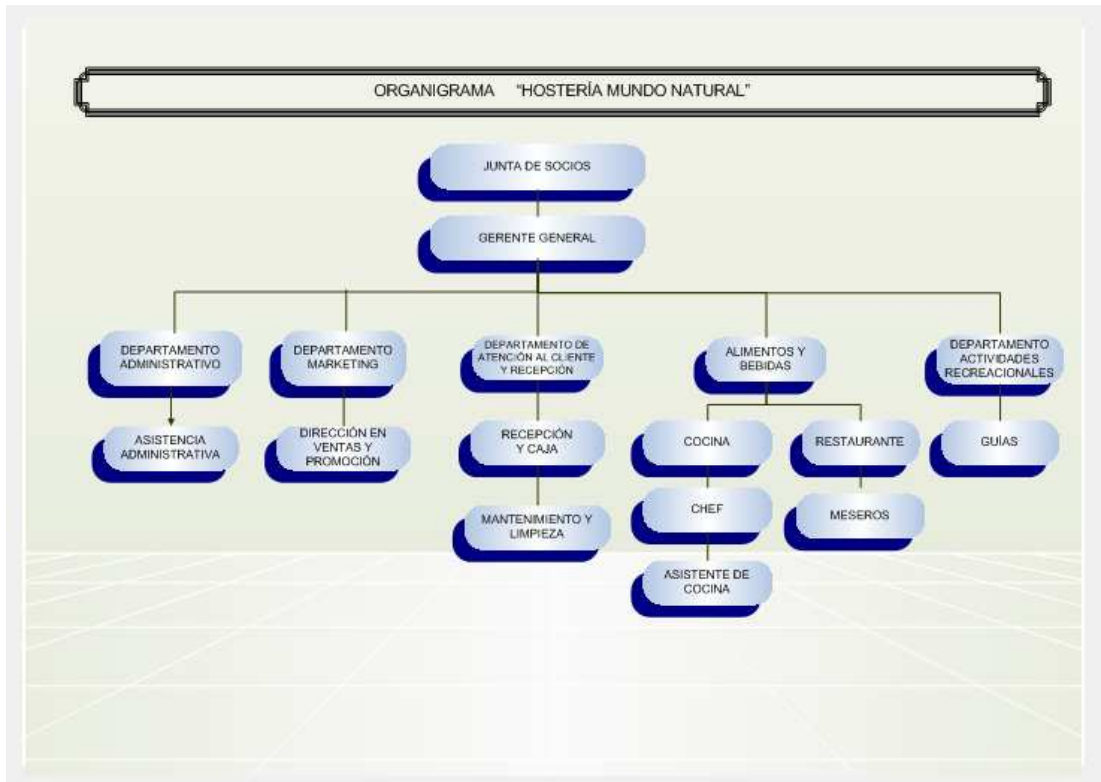
### **Departamento De Marketing:**

El departamento será un vínculo entre el cliente, la competencia y la organización, identificando sus expectativas y necesidades para planificar, organizar y dirigir estrategias que permitan impulsar el desarrollo comercial de la misma.

### **Departamento De Servicios Generales:**

Es el departamento donde se ejecutarán las actividades concernientes a la prestación del servicio, en el cual existe netamente contacto con el cliente, de aquí que se ha dividido en tres secciones:

- Recepción / Caja: lugar donde se recibe al turista, para su registro además donde se realiza pedidos de servicios y cobro de cuentas.
- Mantenimiento: Es el área de apoyo, que permite que se desarrolle con normalidad la prestación del servicio en el cual se incluye la limpieza de instalaciones y mantenimiento de equipos e infraestructura.
- Alimentos Y Bebidas: Área en la cual se preparará y servirá a los clientes alimentos y bebidas. (Cocina y Restaurante)
- Actividades Recreacionales: Área donde se planificará y se realizara las actividades turísticas de caminata, observación de especies, cabalgatas, etc.



**Figura 6.1** *Organigrama Hostería Mundo Natural*

**Elaborado por:** Paola Muñoz

### 6.3.1 CADENA DE MANDO

La estructura administrativa descrita en el organigrama define como autoridad al Gerente General, constituyéndose como la persona que tendrá relación directa con el personal de las áreas: director de ventas, chef, recepcionista, guía líder, para la planificación y control departamental, además de apoyarse para ciertos asuntos en la asistencia administrativa.

### 6.3.2 DESCRIPCIÓN DEL CARGO

**Junta de accionistas:** Por la naturaleza de la constitución de la organización, se establecerá a la Junta de Accionistas como ente directivo que instaurará los objetivos de la entidad, metas y políticas, siendo el factor decisivo en situaciones críticas.

## **Descripción General**

Se preocupa de la dirección y planificación de la empresa, estableciendo directrices para su normal funcionamiento, basado en la normativa jurídica requerido para este servicio.

### **Descripción Detallada**

- Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos.
- Aprobar el presupuesto anual, los planes y programas a desarrollarse
- Analizar resúmenes gerenciales contables, financieros, patrimoniales y de personal.
- Establecer la normativa interna de la organización: estatutos y reglamento interno, teniendo la facultad de modificarla cuando lo crea conveniente.
- Autorizar la celebración de contratos, convenios, según las pautas establecidas para sus propósitos.

**Gerente General:** Será el encargado de coordinar y ejecutar planes de acción en todas las áreas de la empresa, incentivando al equipo humano para conseguir los objetivos corporativos.

## **Descripción General**

Se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

### **Descripción Detallada**

- Planear y desarrollar nuevos productos y procesos.
- Indicar las necesidades de inversión.
- Establecer cronogramas, plazos y presupuestos
- Controlar costos
- Analizar proyecciones financieras
- Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad
- Determinar el flujo de informaciones
- Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia

- Alcanzar objetivos esperados.
- Implementar un programa de conservación ambiental
- Monitorear la condición de uso de muebles, decoración, equipos y utensilios.
- Participar en la definición y administración de contratos y acuerdos
- Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped
- Asegurar el cumplimiento de las leyes y legislaciones en todas las esferas
- Establecer los requerimientos de personal
- Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo
- Establecer una política de remuneración e incentivo

**Asistente Administrativo:** Será un apoyo a las actividades de la gerencia.

### **Descripción General**

Se ocupa principalmente, de gestionar actividades tanto con proveedores internos y externos, incorporando técnicas administrativas para apoyar a la gerencia.

### **Descripción Detallada**

#### **Actividades de Secretariado:**

- Elaborar resúmenes e informes escritos y orales
- Llevar una agenda de las actividades del Gerente.
- Elaborar documentos cartas, oficios, memorandums.
- Mantener contacto con proveedores
- Dar atención al Teléfono y demás medios de comunicación

Ofrecer productos y servicios:

- Controlar el crédito Obtener información, documentos y garantía de pago
- Confirmar reservas: coordinar la información de modificaciones presentadas en la reserva, con el huésped, el establecimiento, las agencias, aerolíneas o demás empresas involucradas.
- Ajustar la solicitud a la disponibilidad y controlar la tasa de ocupación hotelera y posible exceso de contratación

Mantener vínculos con intermediarios:

- Coordinar con el departamento de recepción actividades como el registro de ingreso del huésped (check in), o el exceso de contratación (overbooking).
- Coordinar con el departamento comercial el desarrollo de alianzas o acuerdos comerciales con otras empresas externas al establecimiento.
- Mantener interrelación con los departamentos involucrados con la disponibilidad del establecimiento.

**Actividades de Contabilidad:**

- Emitir mensualmente, hasta el día 10 del mes siguiente al de cierre contable, el balance general y estado de pérdidas y ganancias.
- Emitir estados financieros preparados en base a principios de contabilidad generalmente aceptados, Normas Ecuatorianas de Contabilidad, Normas Internacionales de Contabilidad y Normas Internacionales de Información financiera y declaraciones mensuales de retenciones de impuesto a la renta en la fuente e IVA.
- Revisar reportes de ventas diarios facturas y depósitos entregados.
- Recibir y revisar las facturas por compra de materia prima, materiales y/o insumos.
- Ingresar las facturas, comprobantes, retenciones, conciliaciones sistema contable, anexos.
- Elaborar y archivar comprobantes de venta, retenciones, N/C, N/D, asientos de diario, conciliaciones mensuales, comprobantes de ingreso y egreso.
- Elaborar pruebas de control interno tributarias, ventas, nómina, pagos a proveedores, inventarios, valoración de activos fijos, gastos de venta y gestión.
- Procesar pagos por servicios
- Codificar y etiquetar cada ítem de activo fijo que adquiera la empresa; da de alta en el correspondiente auxiliar de activos fijos.
- Asegurar la correcta valoración del inventario, aplica los porcentajes de depreciación autorizados por la ley por cada tipo de activo.
- Mantener control de usuario y ubicación de los activos fijos
- Genera reportes mensuales de inventarios para cotejarlos con el físico.

- Realizar la declaración y pago de impuestos y contribuciones: SRI, predial, patente, Superintendencia de Compañías, etc
- Realizar la nómina para el cálculo de compensación salarial para el archivo en el registro contable y acreditación a cuentas de los empleados

**Director en Ventas:** el servicio de alojamiento requiere una persona especializada que, se encargue de conocer lo que demanda el mercado, y formule estrategias para dar a conocer el dicho servicio.

### **Descripción General**

Se ocupa principalmente, de conocer las tendencias del mercado atender demandas de viajes y su operación, comprometiéndose con la excelencia en la prestación de los servicios.

### **Descripción Detallada**

Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):

- Investigar y analizar tendencias del mercado.
- Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios.
- Definir política de precios.
- Construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento.
- Negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.
- Promover las ventas.
- Mantener el valor comercial de la hostería.
- Mantener contactos con empresas proveedoras de servicios turísticos.
- Exponer planes de viajes existentes, excursiones y demás productos y servicios.
- Motivar la decisión de compra.
- Montar material publicitario.
- Agrupar folletos promocionales por tipo, tamaño o preferencia del turista.

Asegurar la satisfacción del cliente:

- Mantener contacto permanente con el cliente
- Atender pedidos de reservas.
- Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras.
- Gestionar participación a Locales turísticos con finalidades específicas, como ferias, congresos y otros.
- Controlar estándares de calidad
- Facilitar el alquiler de vehículos y reservas de servicios turísticos.
- Demostrar y vender; resaltar puntos importantes del producto turístico, manejar objeciones, cerrar la venta.

**Recepcionista/Cajero:** Dentro del personal de servicios, se requerirá quien reciba a los clientes y a su vez se encargue de los cobros, por el uso de las instalaciones y demás servicios.

### **Descripción General**

El recepcionista se ocupa, principalmente, de recibir y registrar al cliente a su llegada (check in); relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped (check out).

#### **Descripción Detallada**

- Registrar el ingreso del huésped (check in):
- Verificar los datos de reserva, llenar la ficha de ingreso, libro o registro
- Controlar el acceso a las habitaciones:
- Entregar, recoger y controlar la llave de la habitación.
- Entregar información sobre la ciudad, el establecimiento y sus servicios
- Informar al huésped sobre condiciones de seguridad, precios, tarifas y horarios

Efectuar los procesos de salida del huésped (check out):

- Presentar la cuenta del huésped con el detalle de los gastos efectuados.
- Recibir el pago de acuerdo a las condiciones de reserva efectuada.
- Averiguar la satisfacción del huésped durante su estadía.
- Coordinar el servicio de traslado de pasajeros a su destino (transfer out) u otro servicio de Transporte requerido.



- Actualizar los sistemas administrativos:
- Ayudar en el cierre de caja y controlar la caja chica.
- Asegurar la satisfacción del cliente solicitar opiniones sobre productos y servicios.
- Arreglar dinero, cheque o comprobante de tarjeta de crédito..
- Verificar ingresos y egresos de dinero en caja chica para gastos menores.
- Comparar valores con el registro.
- Enviar documentación para contabilidad.
- Verificar cantidad existente en caja.
- Verificar datos y solicitar autorización de tarjeta de crédito.
- Emitir documentos:
- Emitir factura o comprobante de consumo con los respectivos cálculos, de impuestos.
- Aplicar las técnicas de atención y servicio al cliente.

**Encargado de Limpieza y Mantenimiento:** el encargado de limpieza será un apoyo importante para el desempeño del servicio ya que es el responsable de mantener la imagen del establecimiento.

### **Descripción General**

Se ocupará, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes así como de realizar mantenimiento a equipos e infraestructura.

### **Descripción Detallada**

Limpiar, asear y ordenar las habitaciones:

- Adecuar la habitación para recibir al huésped: poner o retirar elementos extra
- Coordinar con el departamento de reservas el estado de las habitaciones.
- Inspeccionar el estado de una habitación.
- Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación.
- Contar, revisar y clasificar la ropa de habitación para su envío a la lavandería

- Comunicar a la administración anomalías de comportamiento o uso indebido de las habitaciones por parte del huésped.
- Escuchar y comunicar al supervisor las impresiones y opiniones del huésped.
- Realizar las tareas de limpieza sin perturbar la estadía del huésped.
- Administrar el servicio de lavandería del establecimiento.
- Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento
- Generar el reporte de daños y llenar la memoria técnica del equipo, habitación o área afectada y determinar el presupuesto para la reparación.
- Reparaciones:
  - Reparar fallas leves eléctricas, hidráulicas, mecánicas, telefónicas
  - Reparar pisos, retocar la pintura, reparar revestimientos reparar tumbados.
  - Limpiar rótulos.
  - Hacer instalaciones provisionales.
- Realizar control de plagas, mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria de las diferentes áreas del establecimiento.

**Chef:** el servicio de restaurante que se brindará es indispensable para satisfacer a los clientes, ya que el responsable será quien cumpla con las especificaciones alimenticias del cliente.

### **Descripción General**

El chef de cocina se ocupará principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento

### **Descripción Detallada**

- Planificar y controlar la cocina:
- Analizar reportes, estadísticas y desempeño de la cocina.
- Elaborar programación de la cocina.
- Mantener al día información sobre la demanda del servicio para la planificación de la producción.

- Programar y distribuir el trabajo y el personal necesario para la realización del servicio de la Cocina.
- Efectuar levantamiento de material necesario y costos.
- Coordinar la actividad de la cocina e interactuar con otras áreas involucradas.
- Supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios.
- Analizar costos y rentabilidad del menú.
- Administrar existencia (stock) y consumo:
- Analizar el consumo frente al menú.
- Solicitar compra de mercadería
- Recibir y verificar calidad de la mercadería.

**Asistente de Cocina:** será el responsable de colaborar e informar al chef en lo que se requiera además de actividades complementarias en la cocina.

### **Descripción General**

Se ocupará, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.

#### **Descripción Detallada**

- Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada;
- Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta: Sugerir platos,
- Cortar, torneado, picar, moler, rallar y licuar el producto alimenticio
- Moldear verduras y legumbres
- Limpiar, cortar, deshuesar y conservar ave, carne, caza, pescados y mariscos;
- Condimentar y marinar alimento;
- Cocinar, asar, freír, rehogar, estofar, saltear, guisar y gratinar alimento; utilizar técnicas de cocción.
- Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos.

**Mesero:** el cargo a continuación es el responsable de dar un servicio complementario al de cocina, cumpliendo con la entrega de los alimentos y bebidas.

### **Descripción General**

El mesero se ocupa, principalmente, de acomodar al cliente en la mesa; servir alimentos y bebidas; finalizar el plato con el tipo de servicio escogido; presentar la cuenta y recibir el pago

#### **Descripción Detallada**

- Realizar montaje de mueblería, mantelería, vajilla, cristalería, cubertería, y menaje menor.
- Identificar una mesa adecuada a la preferencia del cliente o según la reservación y disponibilidad;
- Presentar el menú o carta y dar sugerencias.
- Servir al cliente a la mesa.
- Limpiar la mesa y retirar lo que no está en uso.
- Asegurarse que el cliente desea finalizar el servicio
- Solicitar la cuenta al cajero.
- Verificar el consumo y presentar la cuenta al cliente.
- Investigar la opinión del cliente sobre productos y servicios.
- Identificar diferencias entre comandas y facturas.

**Guías:** el guía ayudará a mostrar los servicios deportivos - recreativos en la hostería, mostrando la biodiversidad de la zona.

### **Descripción General**

El guía se ocupará, principalmente, de conducir al turista por un ambiente no urbano; facilitar el contacto con la naturaleza, actividades deportivas y de aventura, que involucren riesgos evaluados, controlados y asumidos en el contacto con la naturaleza, en sitios o zonas geográficas específicas, de manera segura, además de brindar información técnica especializada sobre determinado atractivo natural de interés turístico.

## **Descripción Detallada**

Planificar la actividad de turismo de aventura:

- Efectuar el levantamiento de las potencialidades de la localidad.
- Abrir y recomendar rutas.
- Definir actividades.
- Indicar rutas, horarios y puntos de parada.
- Sugerir itinerarios.
- Informar de costumbres locales.
- Operar equipos de uso en ambientes naturales: Utilizar técnicas de navegación, orientación y cartografía.
- Armar campamentos.
- Alertar sobre aspectos de seguridad, confort y velocidad adecuada al tour.
- Crear situaciones para que el turista pueda experimentar con la naturaleza de forma segura y placentera.
- Informar sobre cultura, historia, flora, fauna, la importancia de los ecosistemas, clima,
- Particularidades y curiosidades de la región.
- Mantener al turista motivado e interesado en la programación
- Orientar sobre riesgos
- Indicar mejores lugares para tomar fotos, filmar, acampar y establecer paradas especiales
- Cuidar de la imagen de la operadora contratante.
- Mantener una buena relación con las comunidades receptoras.
- Actuar en situaciones de Riesgo:
- Planificar alternativas para los casos de excursiones de grupos bajo mal tiempo u otros aspectos inesperados; modificar o cancelar la actividad en función de peligros y riesgos.
- Realizar cambios en la programación de la actividad de turismo
- Usar fenómenos naturales útiles en la previsión del tiempo.
- Actuar en emergencias: controlar el comportamiento del turista en caso de accidentes e imprevistos

## 6.4 MARCO LEGAL

El Marco legal que se requiere para la conformación de empresas turísticas está regido por la LEY DE TURISMO, Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo).

Además son participes en la aprobación de la creación del establecimiento diversos organismos como:

- Superintendencia de Compañías.
- Servicio de Rentas Internas.
- Municipio de Mejía: Ley de Régimen Municipal.
- Ministerio de Salud Pública: según el Código de la salud .
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Cuerpo de Bomberos- Ley de Defensa contra incendios.

### 6.4.1 PROCEDIMIENTO Y DOCUMENTACIÓN REQUERIDOS PARA ESTABLECER LA COMPAÑÍA.

1. **Cuenta de Integración:** Se realizará el depósito del monto de dinero que represente el capital, en una cuenta Bancaria.
2. **Escritura pública de constitución de la compañía.**

La escritura pública constará de:

- Nombres, apellidos y estado civil de los socios, de las personas naturales o jurídicas, en los dos casos la nacionalidad y el domicilio.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- El objeto social.
- Duración de la compañía.
- Domicilio de la compañía.
- Importe de capital con la expresión del número de participaciones.
- Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie.

- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y sustituirla.

### **3. Aprobación en la Superintendencia de Compañías.**

Se hará un Oficio dirigido a la Superintendencia de Compañías, pidiendo se autorice o acepte la razón social para constituirse, y posteriormente se tendrá la resolución emitida por la Superintendencia de Compañía, en la que resuelve aprobar el contrato constituido y la publicación por la prensa del extracto.

La solicitud es presentada en simple papel blanco y la respuesta se otorga en cuatro días laborables.

### **4. Inscripción en el Registro Mercantil.**

Los Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil de Constitución de Compañías son:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
- Certificado de afiliación a una de las Cámaras de la Producción del Cantón en donde se encuentra el domicilio de la compañía, según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
- Publicación del extracto (periódico).
- Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s) (VIGENTE).

- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para Constituciones).
- Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para actos societarios).

## 5. Registro Único de Contribuyentes.

Para las empresas se requiere:

- La escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento de Representante Legal.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Llenar el formulario 01A

## 6. Obtención de Permisos para la constitución de establecimientos de alojamientos:

En el siguiente cuadro se resume los permisos que debe cumplir el alojamiento, al inicio de sus actividades y durante su funcionamiento.

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR LA OBLIGACION	FRECUENCIA DE PAGO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Registro de Actividad turística Licencia Única de Funcionamiento Turismo	Ministerio de Turismo Ministerio de Turismo/ Municipios	Solo 1 vez Anual	P. Naturales y Jurídicas P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario Certificados de Salud de Empleados	Ministerio de Salud Ministerio de Salud	Anual Anual	P. Naturales y Jurídicas P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

**Tabla 6.2 Permisos de Funcionamiento**

**Fuente:** Asociación Hotelera del Ecuador – Permisos de Funcionamiento Establecimientos Turísticos  
**Elaborado por:** Paola Muñoz



### **a. Registro Actividad Turística**

Los Artículos 8 y 9 citados en el Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, mencionan la obligatoriedad del registro de la actividad a la cual se regirá la Hostería:

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

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

Prescribiendo un plazo máximo de 30 días después del inicio de la actividad para obtener el Registro de Turismo, en el Ministerio de Turismo, siendo sancionado hasta con la clausura del lugar de no cumplir con tal obligación.

#### **Requisitos:**

- 1) Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- 2) Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- 3) Copia del R.U.C.
- 4) Copia de la cédula de identidad.
- 5) Copia de la papeleta de votación
- 6) Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.

- 7) Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
- 8) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- 9) Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
- 10) Declaración Juramentada

#### **b. Licencia Funcionamiento Turismo**

Igualmente aplicando los Art. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, se requerirá renovar Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o Municipio Cantón Mejía, según corresponda, además se indica como plazo: hasta el 28 de febrero de cada año.

#### **c. Permiso Sanitario - Certificados De Salud Empleados**

Se deberá renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud según el Código de la salud; Reglamento de Tasas en un Plazo de hasta el 31 de marzo de cada año.

Requisitos Permiso Sanitario:

- Solicitud para permiso de funcionamiento (Anexo N° 11).
- Planilla de Inspección.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

#### **d. Patente**

Según la Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón, el pago de patentes deberá hacerse en forma anual hasta el 31 de enero, en el respectivo Municipio.

Al momento de constituir la empresa se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

Para los posteriores años se necesita cancelar las obligaciones del 2 al 31 de enero de cada año, estimando el impuesto del 1.5 x 1000, sobre los activos totales lo siguiente:

- Los balances y declaraciones en original y copia presentados en la Superintendencia de Compañías y/o Ministerio de Finanzas.
- La declaración del impuesto del 1.5 x 1000, sobre activos totales presentada al Municipio. El formulario correspondiente puede adquirirlo en Recaudaciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado.

- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Copia del carné del contador, actualizado.
- Copia de la Carta de pago del 1.5 x 1000, del año anterior.

### **Rótulos y Publicidad Exterior**

La colocación de rótulos requiere la obtención de un permiso en el Municipio del Cantón Mejía.

Para permisos a mediano (6 meses a 1 año) y largo plazo (1año a 5 años) se presentará:

- Croquis de ubicación y fotografía actual del sitio.
- Solicitud de permiso de rotulación con timbres y con el registro de datos del titular. Documento que acredite la propiedad o autorización del propietario en caso de arrendamiento
- Comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al presente año y autorización del propietario del inmueble.

### **Bomberos**

De acuerdo a la Ley de Defensa contra incendios (Art. 35) y su Reglamento (Art. 40), requiere su renovación anual hasta el 31 de marzo.

### **7. Afiliación a la Cámara de Turismo CAPTUR.**

Para la obtención del el certificado de afiliación se requerirá los siguientes documentos:

- Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta

- Copia del último aumento de Capital (sí hubiese).
- Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
- Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
- Cancelar la cuota de afiliación (Anexo N° 12)
- Llenar formulario de afiliación (Anexo N° 13)

## **8. Otros**

Además se debe considerar aspectos complementarios para el inicio de actividades como:

1. Inscripción en el IESS para obtener el número de identificación del empleador y la aprobación de los formularios de los roles de pago.
2. Inscribir todos los contratos de trabajo en el ministerio de trabajo.
3. Imprimir documentación como: facturas, comandas etc.

# **CAPÍTULO 7**

## **ESTUDIO FINANCIERO**

El presente capítulo tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores para elaborar cuadros analíticos y obtener datos adicionales que permita la evaluación financiera del proyecto para demostrar su viabilidad.

### **7.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

Después de haber determinado estrategias y tácticas a emprenderse según el tipo de servicio a entregarse; para satisfacer de la mejor manera a los clientes se ha determinado el siguiente presupuesto de Inversiones, estimado las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo.

#### **7.1.1 INVERSIONES FIJAS**

Los Activos Fijos que requiere la Hostería se clasifican en:

- 1.- Maquinaria y Equipo:
- 2.- Construcción e Instalaciones
- 3.- Muebles y Enseres
- 4.- Menaje de Instalaciones
- 5.- Cubertería y Loza
- 6.- Cristalería
- 7.- Menaje Cocina
- 8.- Semovientes
- 9.- Equipo Deportivo
- 10.- Terrenos

Estas inversiones alcanzaron la suma de 142.059,13 dólares de los cuales los rubros más representativos fueron: la construcción, el terreno y los equipos y maquinarias (Anexo N° 14)

<b>Hostería Mundo Natural</b>	
<b><u>Inversiones En Activos Fijos</u></b>	
Construcciones e Instalaciones	95.814,10
Terrenos	12.000,00
1.- Maquinaria y Equipo	6.691,93
2.- Equipo de Computación	3.281,31
3.-Muebles y Enseres	7.601,67
4.-Menaje de Instalaciones	7.807,50
5.-Cubertería y Loza	502,75
6.-Cristalería	88,00
7.-Menaje Cocina	827,87
8.-Semovientes	4.255,50
9.-Equipo Deportivo	3.188,50
<b>Total</b>	<b>142.059,13</b>

**Tabla 7.1 Inversiones Fijas.**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.1.2 INVERSIONES DIFERIDAS

Las inversiones diferidas lo conforman todos los rubros necesarios para legalizar el funcionamiento de la Hostería, entre los que se encuentran: licencias, patentes, escritura pública, inscripción a la respectiva cámara etc. Sumando un total de 5.032 dólares

<b>Hostería Mundo Natural</b>		
<b><u>Inversiones Diferidas</u></b>		
<b>Requerimiento</b>	<b>costo</b>	
<b>De Constitución</b>	Inscripción del nombre comercial (presentación y título)	82,00
	Afiliación a la cámara de Turismo Pichincha	450,00
	Elaboración de Escritura Publica y aspectos legales	800,00
	Permiso sanitario, Patente, Inscripción de registro Mercantil, RUC, Rótulos, licencia de Turismo y otros	450,00
<b>Investigación y Desarrollo</b>	Asesoría Técnica	3.000,00
<b>Imprevistos</b>		250,00
<b>Total</b>		<b>5.032,00</b>

**Tabla 7.2 Inversiones Diferidas.**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

En el capital de trabajo se estimó: la mano de obra, indirecta, los requerimientos para publicidad, relaciones públicas y los servicios o suministros necesarios que permitan cubrir los costos y gastos de las actividades de funcionamiento en los primeros cinco meses de la Hostería, tiempo en el cual se estima se normalicen los ingresos.

En la publicidad se incluyen valores que se harán una sola vez en el proyecto como la página Web y rótulos.

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<i>Capital de Trabajo</i>			
Descripción	Valor Mensual	Tiempo Requerido	Total
Mano de Obra Directa	2.978,13	5	14.890,67
Mano de Obra Indirecta	1.691,19	5	8.455,97
Insumos y Servicios	855,00	5	2.875,00
Requerimiento de Publicidad	3.050,00	4	16.100,00
Material para Relaciones Públicas	215,00	5	215,00
Imprevistos	300,00	5	1.500,00
<b>Total</b>			<b>44.036,64</b>

**Tabla 7.3** *Capital de Trabajo*

**Elaborado por:** Paola Muñoz

### 7.1.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

En resumen el proyecto propuesto requerirá una inversión total de 191.127,77 entre capital de trabajo, activos diferidos e inversiones fijas.



<i>Hostería Mundo Natural</i>	
<u>Resumen de Inversiones</u>	
Construcciones e Instalaciones	95.814,10
Terrenos	12.000,00
Inversiones Fijas	34.245,03
Inversiones Diferidas	5.032,00
Capital de Trabajo	44.036,64
<b>Total</b>	<b>191.127,77</b>

**Tabla 7.4 Inversión Total del Proyecto**

Elaborado por: Paola Muñoz

## 7.2 AMORTIZACION Y DEPRECIACIÓN

### 7.2.1 AMORTIZACION

La amortización se dedujo de acuerdo a lo dispuesto en el numeral 7 Art. 16 del Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, que dice: “las amortizaciones se efectuarán en un período no menor de 5 años en porcentajes anuales iguales”. Por lo que se consideró el 20% de amortización a los gastos de constitución.

<i>Hostería Mundo Natural</i>						
<u>Proyección Amortización</u>						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Valor						
<b>Amortización</b>						
Constitución Empresa	5.032,00	1.006,40	1.006,40	1.006,40	1.006,40	0,00
<b>Total</b>						

**Tabla 7.5 Cuadro de Amortizaciones**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.2.2 DEPRECIACIÓN

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar ésta pérdida contablemente se utilizan las depreciaciones de

conformidad con los porcentajes dispuestos en el reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno:

Descripción	Tasa
<b>DEPRECIACIONES</b>	
Construcciones e Instalaciones	5%
Maquinaria y Equipo	10%
Muebles y Enseres	20%
Equipos de Oficina	33%
Cuartería y Loza	33%
Cristalería	33%
Menaje	33%
Equipo Deportivo	33%

**Tabla 7.6 Porcentajes para Depreciación**

Elaborado por: Paola Muñoz

Para el efecto: el menaje de cocina, instalaciones, equipo de oficina, cristalería, y equipo deportivo se estableció un porcentaje mayor de depreciación, ya que como lo señala el Servicio de Rentas Internas por utilización intensiva del activo se puede autorizar porcentajes mayores a los indicados.

<i>Hostería Mundo Natural</i>							
<u>Proyección Depreciaciones y Amortizaciones</u>							
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
	Valor						
<b>Depreciaciones</b>							
Construcciones e Instalaciones	95.814,10	4.790,71	4.790,71	4.790,71	4.790,71	4.790,71	4.790,71
Maquinaria y Equipo	6.691,93	669,19	669,19	669,19	669,19	669,19	669,19
Muebles y Enseres	7.601,67	1.520,33	1.520,33	1.520,33	1.520,33	1.520,33	0,00
Equipos de Oficina	3.281,31	1.093,77	1.093,77	1.093,77	0,00	0,00	0,00
Cuartería y Loza	502,75	167,58	167,58	167,58	0,00	0,00	0,00
Cristalería	88,00	29,33	29,33	29,33	0,00	0,00	0,00
Menaje	8.635,37	2.878,46	2.878,46	2.878,46	0,00	0,00	0,00
Equipo Deportivo	3.188,50	1.062,83	1.062,83	1.062,83	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>29.989,53</b>	<b>12.212,21</b>	<b>12.212,21</b>	<b>12.212,21</b>	<b>6.980,23</b>	<b>6.980,23</b>	<b>5.459,90</b>

**Tabla 7.7 Cuadro de Depreciaciones**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.3 FINANCIAMIENTO

Para iniciar las actividades de funcionamiento se obtendrá un crédito a fin que cubra el déficit, ya que se ha presupuestado una inversión inicial de 191.127,77 dólares. De los cuales los accionistas aportarán únicamente con el 46%.

<i>Hostería Mundo Natural</i>					
<i>Fuentes y Usos</i>					
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>	<i>Recursos Propios</i>		<i>Recursos Ajenos</i>	
		<i>%</i>	<i>Valor</i>	<i>%</i>	<i>Valor</i>
Terreno	12.000,00	100%	12.000,00	0%	0,00
Construcciones	95.814,10	30%	28.744,23	70%	67.069,87
1.- Maquinaria y Equipo	6.691,93	50%	3.345,97	50%	3.345,97
2.- Equipo de Computación	3.281,31	100%	3.281,31	0%	0,00
3.-Muebles y Enseres	7.601,67	50%	3.800,84	50%	3.800,84
4.-Menaje de Instalaciones	7.807,50	50%	3.903,75	50%	3.903,75
5.-Cubertería y Loza	502,75	100%	502,75	0%	0,00
6.-Cristalería	88,00	100%	88,00	0%	0,00
7.-Menaje Cocina	827,87	50%	413,94	50%	413,94
8.-Semovientes	4.255,50	100%	4.255,50	0%	0,00
9.-Equipo Deportivo	3.188,50	60%	1.913,10	40%	1.275,40
Inversiones Diferidas	5.032,00	50%	2.516,00	50%	2.516,00
Capital de Trabajo	44.036,64	53%	23.339,42	47%	20.697,22
<b>Total</b>			88.104,79		103.022,98

**Tabla 7.8 Cuadro de Fuentes y Usos**

**Elaborado por:** Paola Muñoz

La relación de crédito calculado presenta un 54% de financiamiento sobre la inversión fija total, es decir 103.022,98 dólares.

El recurso financiado se lo obtendrá a través de la entidad financiera (CFN) mediante el programa denominado Credipyme que da facilidades para la obtención del capital de trabajo, activos fijos y asistencia técnica, además en construcciones financia hasta el 60%, alcanzando un financiamiento total para

proyectos nuevos del 70%. El crédito a largo plazo que se requerirá involucra una tasa de interés anual del 9,78%<sup>112</sup> con garantía hipotecaria en un plazo de 5 años.

<i>Hostería Mundo Natural</i>				
<i>Plan de Préstamos</i>				
<b>Año</b>	<b>Monto</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Cuota</b>
<b>1</b>	103.022,98	10.044,74	20.604,60	30.649,34
<b>2</b>	82.418,38	8.035,79	20.604,60	28.640,39
<b>3</b>	61.813,79	6.026,84	20.604,60	26.631,44
<b>4</b>	41.209,19	4.017,90	20.604,60	24.622,49
<b>5</b>	20.604,60	2.008,95	20.604,60	22.613,54

**Tabla 7.9** *Tabla de Amortización*

**Elaborado por:** Paola Muñoz

## **7.4 COSTOS Y GASTOS**

Durante el periodo de operación se logró identificar egresos de dinero: operativos, administrativos, de ventas y Financieros detallados a continuación.

### **7.4.1 COSTOS OPERATIVOS:**

#### **7.4.1.1 Mano de Obra Directa**

Dentro de la mano de obra directa se encuentra el personal que interviene en la preparación y servicio de alimentos así como también los guías, personal de mantenimiento y recepción, cuyos sueldos han sido determinados tomando como referencia otros establecimientos, ya que a partir del año 2007 en la Industria Hotelera los rubros de sueldo según el cargo fueron homologados por el Ministerio de Trabajo al salario mínimo vital.

<sup>112</sup> [www.cfn.fin.ec](http://www.cfn.fin.ec) – Tasas de Interés.

El rol de pagos (Anexo N° 15) contempla además todas las obligaciones que el empleador debe cumplir: décimo cuarto sueldo, décimo tercer sueldo, vacaciones, fondos de reserva, aporte patronal.

Cabe indicar que se proyectará un porcentaje de incremento de sueldos similar al de la inflación, tomando como referente el análisis realizado por el Banco Central del Ecuador al Mercado Laboral Ecuatoriano que señala:

*“El Ministerio de Trabajo determinará un aumento equivalente a la inflación esperada para el sector privado, por lo que se mantendrá como política interna este porcentaje para el pago de sueldos y salarios en los próximos años.”<sup>113</sup>*

#### **7.4.1.2 Materia Prima Restaurante**

Se ha tomado como materia prima los ingredientes para la preparación de los diferentes platos que se ofrecerán en el restaurante; que se incluyen en la venta de paquetes turísticos y aquellos que se venderán de forma individual a los excursionistas.

El consumo por parte de los excursionistas se estimó en base a consultas hechas a expertos que prestan servicios de similares características; tomando como base que el 10% de los excursionistas harán uso de este servicio.

Igualmente se mantuvo una tasa asociada con la inflación para un posible incremento en el precio de las materias primas.

---

<sup>113</sup> [www.bce.org.ec](http://www.bce.org.ec) – Análisis del Mercado Laboral Ecuatoriano

<b>Hostería Mundo Natural</b>									
<b>Costos Restaurante Por Consumo Excursionistas</b>									
	Año 1			Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
	%	Excur.	Costo	Total	Total	Total	Total	Total	Total
<b>Desayuno</b>	10%	169	1,54	260,9	266,8	276,0	285,5	295,3	305,5
<b>Plato a la Carta</b>	10%	169	2,10	355,1	360,9	373,3	386,2	399,5	413,3
<b>Menú del Día</b>	10%	169	1,80	304,3	310,2	320,9	331,9	343,4	355,2
<b>Postre</b>	10%	169	0,77	130,2	136,0	140,7	145,6	150,6	155,8
<b>Jugos</b>	50%	845	0,60	507,2	536,4	554,9	574,0	593,8	614,3
<b>Total</b>				<b>1.558</b>	<b>1.610</b>	<b>1.666</b>	<b>1.723</b>	<b>1.783</b>	<b>1.844</b>

**Tabla 7.10 Costos por consumo de restaurante Excursionistas**

<b>Hostería Mundo Natural</b>									
<b>Costos de Consumo Por Paquetes</b>									
	Año 1			Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
	Turistas	Costo	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
<b>Desayuno</b>	1	4.153	1,54	6.410	6.410	6.631	6.860	7.097	7.341
<b>Almuerzo (Menú del día)</b>	2	4.153	1,80	12.460	12.890	13.335	13.795	14.270	14.763
<b>Cena (Menú del día)</b>	1	4.153	1,80	7.476	7.476	7.734	8.001	8.277	8.562
<b>Total</b>				<b>26.346</b>	<b>26.776</b>	<b>27.700</b>	<b>28.655</b>	<b>29.644</b>	<b>30.666</b>

**Tabla 7.11 Costos por consumo de restaurante Paquetes**

### 7.4.1.3 Mantenimientos de Equipos

En especial los equipos deportivos, por su uso requerirán mantenimiento constante, para asegurar la salud y bienestar del turista, por lo que se ha establecido destinar un porcentaje del 3% de la totalidad de activos fijos, es decir 684.90 dólares anuales para su efecto.

#### **7.4.1.4 Suministros e Insumos**

Los suministros e Insumos valorados para un año alcanzan la cifra 6.410,00 dólares y para posteriores años presentarán un incremento en el precio, tomando como referente la tasa de Inflación del 3,45% del mes de febrero del 2009<sup>114</sup>.

#### **7.4.1.5 Inventario de bodega**

Para dar un servicio completo se creyó conveniente ofrecer la venta de insumos propios para realizar actividades deportivas, además de pequeños accesorios para lo cual se estimó un rubro anual de 850 dólares los cuales podrán ir incrementándose según los criterios de la inflación.

#### **7.4.1.6 Depreciaciones y Amortizaciones**

El más alto rubro entre los gastos de amortización y depreciación lo constituye el área operativa con alrededor del 80% de la inversión total. Por lo que la depreciación se aplicará sobre 103.103,56 dólares en activos, los cuales fueron descontados para los años respectivos. (Anexo N° 16)

### **7.4.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

#### **7.4.2.1 Sueldos y Salarios**

Los sueldos administrativos estarán conformados por las remuneraciones que se darán al gerente, y al asistente administrativo incluidos los beneficios de ley, estimado igualmente un incremento en sueldos del 3% para los siguientes años.

#### **7.4.2.2 Depreciaciones y Amortizaciones**

Las depreciaciones y amortizaciones que se estimaron corresponden al 12% del total de las inversiones es decir 16.620,90 dólares, siendo este un rubro bajo por la capacidad del área administrativa que se tiene durante los primeros años.

---

<sup>114</sup> [www.bce.org.ec](http://www.bce.org.ec) - Índice de Inflación Mensual

### **7.4.3 GASTOS EN VENTAS**

#### **7.4.3.1 Sueldos y Salarios**

La planificación realizada mostró la necesidad de tener una persona encargada de las relaciones públicas y demás actividades necesarias para dar a conocer el servicio y las instalaciones, estimando un sueldo mensual de 440,00 dólares con incremento del 3% para los próximos años.

#### **7.4.3.2 Publicidad Y Materiales**

La publicidad que se manejará lo comprenden: la prensa escrita, televisiva, radiodifusión y la red en Internet, considerando valores promedios tomados de diversos medios de comunicación, sumando un total de 18.930 dólares para el primer año. No fueron incluidos los rótulos y la creación de la página Web ya que ésta inversión fue realizada previamente en el capital de trabajo.

Por otro lado considerando la variación de precios causada por la inflación se ha estimado un incremento anual a la par de la inflación.

Los materiales publicitarios como afiches, postres se elaborarán dos veces al año estimando un valor total de 430 dólares anual sujeto a incrementos.

#### **7.4.3.3 Viáticos**

Los viáticos se calcularon en base a la necesidad de traslado del director en ventas para cumplir compromisos y cerrar negociaciones; con rubros que incluyen transporte, alimentación y otros, siendo valorando anualmente por 1.800 dólares.

#### **7.4.3.4 Depreciaciones y Amortizaciones**

El equipo y construcciones requeridos para cumplir las actividades de ventas suman 6.480,65 dólares, es decir el 8 % de la inversión total.



#### 7.4.4 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros requeridos para el proyecto lo conforman los Intereses generados por el financiamiento obtenido es decir el 54% de la inversión total, cancelando en el primer año 10.044,74 dólares, y reduciendo paulatinamente hasta llegar a 2.008,95 en el último año.

<i>Hostería Mundo Natural</i>						
<u>Proyección de Costos y Gastos</u>						
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6
<b>OPERATIVOS</b>						
	10.109,0	10.353,4	10.605,2	10.867,5	11.134,5	
Mano de Obra Directa	5	6	0	0	7	6.146,01
	27.903,6	28.386,0	29.365,3	30.378,4	31.426,4	32.510,6
Materia Prima Restaurante	3	0	1	2	7	9
Mantenimientos de Equipos	684,90	684,90	684,90	684,90	684,90	684,90
Inventario Para Bodega	850,00	879,33	909,66	941,05	973,51	1.007,10
Suministros e Insumos	6.410,00	6.631,15	6.859,92	7.096,59	7.341,42	7.594,70
Depreciaciones y Amortizaciones	10.532,0	10.532,0	10.532,0			
	8	8	8	6.175,12	6.175,12	4.501,76
	56.489,6	57.466,9	58.957,0	56.143,5	57.736,0	52.445,1
<b>Subtotal</b>	6	1	8	7	0	5
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos y Salarios	3.651,94	3.748,42	3.847,79	3.950,14	4.055,57	4.164,16
Depreciaciones y Amortizaciones	1.722,58	1.722,58	1.722,58	1.175,70	1.175,70	718,61
<b>Subtotal</b>	5.374,52	5.471,00	5.570,37	5.125,84	5.231,27	4.882,76
<b>GASTOS EN VENTAS</b>						
Sueldos y Salarios	1.739,52	1.785,17	1.832,18	1.880,61	1.930,48	1.981,86
	18.930,0	19.583,0	20.258,7	20.957,6	21.680,6	22.428,6
Publicidad Y Materiales	0	9	0	3	6	5
Viaticos	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Depreciaciones y Amortizaciones	963,95	963,95	963,95	635,82	635,82	239,54
	23.433,4	24.132,2	24.854,8	25.274,0	26.046,9	26.450,0
<b>Subtotal</b>	7	0	3	5	6	4
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
	10.044,7					
Gastos Financieros	4	8.035,79	6.026,84	4.017,90	2.008,95	0,00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>95.342</b>	<b>95.106</b>	<b>95.409</b>	<b>90.561</b>	<b>91.023</b>	<b>83.778</b>

Tabla 7.12 Resumen de Costos y Gastos

Elaborado por: Paola Muñoz

## 7.5 INGRESOS DE EFECTIVO

Los ingresos de efectivo se han calculado en base a la proyección de la demanda, considerando que los turistas y los excursionistas tienen distintas necesidades.

Los ingresos serán generados por dos fuentes: la venta de paquetes y la venta de servicios adicionales.

### 7.5.1 VENTA DE PAQUETES

La investigación de mercados mostró que tendrá mayor aceptación el paquete turístico que incluya 2 días y una noche a un precio de 35 dólares, por lo que para la proyección de ingresos; a pesar de ofrecer diferentes estilos de paquetes turísticos se tomó este referente para ser multiplicado por la demanda insatisfecha de habitaciones.

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<i>Proyección de Ingresos por Paquetes</i>			
	Visitantes	Precio	Total
<b>Año 1</b>	4.153	35,00	145.366
<b>Año 2</b>	4.153	35,00	145.366
<b>Año 3</b>	4.153	35,00	145.366
<b>Año 4</b>	4.153	35,00	145.366
<b>Año 5</b>	4.153	35,00	145.366
<b>Año 6</b>	4.153	35,00	145.366

**Tabla 7.13 Ingresos por Venta de Paquetes**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.5.2 VENTA DE SERVICIOS ADICIONALES

La hostería ofrecerá servicios individuales para los excursionistas, los mismos que se han estimado en base a la aceptación que se tuvo en la investigación previa y mediante una consulta realizada a expertos del ramo: propietarios de hosterías con similares servicios ; sobre la preferencia de práctica de actividades, estos generaran ingresos adicionales para la realización de las operaciones diarias.



**Tabla 7.15 Ingresos por Ingresos Restaurante**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.5.2.3 Bodega

La bodega o despensa mantendrá un stock de productos indispensables para la estadía en la Hostería, que se calcula tendrá un ingreso que supera los 1000 dólares.

En resumen los ingresos para el primer año ascenderán a 148.011,27 dólares siguiendo un crecimiento constante hasta llegar a 149.599,79 para el sexto año.

<i>Hostería Mundo Natural</i>					
<i>Resumen de Ingresos</i>					
	Paquetes	Otros Servicios	Restaurante	Bodega e Insumos	Total
<b>Año 1</b>	145.366	20.880,37	2.451,54	1.000,00	169.698,24
<b>Año 2</b>	145.366	20.880,37	2.451,54	1.034,50	169.732,74
<b>Año 3</b>	145.366	20.880,37	2.451,54	1.070,19	169.768,43
<b>Año 4</b>	145.366	20.880,37	2.451,54	1.107,11	169.805,35
<b>Año 5</b>	145.366	20.880,37	2.451,54	1.145,31	169.843,54
<b>Año 6</b>	145.366	20.880,37	2.451,54	1.184,82	169.883,06

**Tabla 7.16 Resumen de Ingresos**

Elaborado por: Paola Muñoz

## 7.6 ESTADOS FINANCIEROS

### 7.6.1 BALANCE GENERAL

El balance de situación inicial muestra una descripción de los recursos de la empresa en el año cero, donde se establece como bancos lo requerido en capital de trabajo, activos diferidos y activos fijos que conjuntamente suman un total 191.127,77 dólares, cumpliendo con la ecuación contable con relación al patrimonio y al pasivo.

<b>Hostería Mundo Natural</b>					
<b>Estado de Situación Inicial</b>					
<b>Activos</b>			<b>Pasivo y Patrimonio</b>		
	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>	<b>Detalle</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		44.036,64	<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		103.022,98
Caja Bancos	44.036,64		Crédito Bancario	103.022,98	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		5.032,00			
Activo Diferido	5.032,00				
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		142.059,13	<b>PATRIMONIO</b>		88.104,79
Terreno	12.000,00		Capital Social	88.104,79	
Construcciones	95.814,10				
Maquinaria y Equipo	6.691,93				
Equipo de Computación	3.281,31				
Muebles y Enseres	7.601,67				
Menaje de Instalaciones	7.807,50				
Cubertería y Loza	502,75				
Cristalería	88,00				
Menaje Cocina	827,87				
Semovientes	4.255,50				
Equipo Deportivo	3.188,50				
<b><u>TOTAL ACTIVOS</u></b>	-	<b><u>191.127,77</u></b>	<b><u>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</u></b>		<b><u>191.127,77</u></b>

**Tabla 7.17 Balance General**

Elaborado por: Paola Muñoz

## 7.6.2 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados se lo elaboró con el fin de conocer la situación económica que tendrá la hostería. El mismo que reflejó una utilidad neta después de impuestos, desde el primer año de 55.829 dólares manteniendo un crecimiento constante hasta el año seis, alcanzando 58.737 dólares

<b>Hostería Mundo Natural</b>						
<b>Balance de Resultados</b>						
	<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>	<b>Año6</b>
<b>INGRESO POR VENTAS</b>	169.698,24	169.732,74	169.768,43	169.805,35	169.843,54	169.883,06
(-) COSTO DE VENTAS	45.957,58	46.934,83	48.425,00	49.968,45	51.560,88	47.943,40
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>123.740,66</b>	<b>122.797,91</b>	<b>121.343,43</b>	<b>119.836,90</b>	<b>118.282,67</b>	<b>121.939,66</b>
Gastos administrativos	3.651,94	3.748,42	3.847,79	3.950,14	4.055,57	4.164,16
Gastos de ventas	22.469,52	23.168,25	23.890,88	24.638,23	25.411,15	26.210,51
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>97.619,20</b>	<b>95.881,24</b>	<b>93.604,75</b>	<b>91.248,52</b>	<b>88.815,95</b>	<b>91.565,00</b>
Gastos Financieros	10.044,74	8.035,79	6.026,84	4.017,90	2.008,95	0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES PARTICIPACION</b>	<b>87.574,46</b>	<b>87.845,45</b>	<b>87.577,91</b>	<b>87.230,63</b>	<b>86.807,00</b>	<b>91.565,00</b>
Participación de trabajadores 15%	13.136,17	13.176,82	13.136,69	13.084,59	13.021,05	13.734,75
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>74.438,29</b>	<b>74.668,63</b>	<b>74.441,22</b>	<b>74.146,03</b>	<b>73.785,95</b>	<b>77.830,25</b>
Impuestos 25%	18.609,57	18.667,16	18.610,31	18.536,51	18.446,49	19.457,56
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>55.829</b>	<b>56.001</b>	<b>55.831</b>	<b>55.610</b>	<b>55.339</b>	<b>58.373</b>

**Tabla 7.18 Estado de Resultados**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.6.3 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

El Estado de Flujo de efectivo vislumbra los ingresos y egresos, incluida la inversión inicial que requerirá el proyecto, obteniendo por obvias razones un valor negativo de -191.128 dólares el primer año y valores favorables para los subsiguientes años hasta llegar a la suma de 60.352 dólares.

<i>Hostería Mundo Natural</i>							
<u>Flujo de Fondos</u>							
	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>							
Inversion en Activos Fijos	-142.059,13						
Inversion en Activos Diferidos	-5.032,00						
Capital de Trabajo	-44.036,64						
<b>INGRESOS</b>							
Ingresos Operacionales		169.698,24	169.732,74	169.768,43	169.805,35	169.843,54	169.883,06
<b>EGRESOS</b>							
<b>Egresos Operacionales</b>							
Operativos		56.489,66	57.466,91	58.957,08	56.143,57	57.736,00	52.445,15
Administrativos		5.374,52	5.471,00	5.570,37	5.125,84	5.231,27	4.882,76
Publicidad		23.433,47	24.132,20	24.854,83	25.274,05	26.046,96	26.450,04
<b>Egresos no Operacionales</b>							
Pago de Intereses		10.044,74	8.035,79	6.026,84	4.017,90	2.008,95	0,00
<b>Utilidad Antes de Impts.</b>		<b>74.355,85</b>	<b>74.626,84</b>	<b>74.359,30</b>	<b>79.243,99</b>	<b>78.820,37</b>	<b>86.105,10</b>
15% de Participación de los Trabajadores		11.153,38	11.194,03	11.153,90	11.886,60	11.823,06	12.915,76
Utilidad antes de impuesto a la renta		63.202,47	63.432,81	63.205,41	67.357,39	66.997,31	73.189,33
Impuesto a la renta 25%		15.800,62	15.858,20	15.801,35	16.839,35	16.749,33	18.297,33
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>47.401,85</b>	<b>47.574,61</b>	<b>47.404,06</b>	<b>50.518,05</b>	<b>50.247,98</b>	<b>54.892,00</b>
Depreciaciones y Amortizaciones		13.218,61	13.218,61	13.218,61	7.986,63	7.986,63	5.459,90
<b>FLUJO NETO EFECTIVO ANUAL</b>	<b>-191.128</b>	<b>60.620</b>	<b>60.793</b>	<b>60.623</b>	<b>58.505</b>	<b>58.235</b>	<b>60.352</b>

**Tabla 7.19 Estado de Flujos de Efectivo**

Elaborado por: Paola Muñoz

## 7.7 EVALUACION FINANCIERA

### 7.7.1 ANÁLISIS DE RAZONES O ÍNDICES FINANCIEROS

Los índices financieros a ser analizados son exclusivamente los de rentabilidad:

- **Margen de Utilidad Operativa**

Presentará una estabilidad promedio del 44% al 51% de las ventas generadas sobre la utilidad antes de impuestos, lo que muestra una inversión sólida y rentable.

- **Margen de Utilidad Neta**

Se conseguirá una utilidad neta del 28% sobre cada dólar vendido durante el primer año, llegando a incrementarse hasta un 32%.

- **Rendimiento Sobre los Activos**

El beneficio que se logrará en función de los recursos de la empresa, independientemente de las fuentes de financiamiento presenta un comportamiento positivo con mínimo en el año 2 con un 108% y un máximo en el año 6 con un 125%.

- **Rendimiento sobre el Patrimonio**

El beneficio que se logrará en función del aporte de los accionistas es superior al 50%.

- **Capacidad de Pago.**

La capacidad para satisfacer el pago del capital y de los intereses por el crédito obtenido, es medible a través de las utilidades, es así que como se muestra existen índices de pago alto (155%), lo que indica que existen condiciones óptimas de cobertura de la deuda.

- **Índice de Endeudamiento**

El índice de endeudamiento es alto 117%, lo que indicaría que el patrimonio está completamente comprometido con relación al pasivo total, lo que se podría mejorar con incrementos de capital.

---

---

<i>Hostería Mundo Natural</i>						
<i>Análisis de la Rentabilidad</i>						
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6
Margen de Utilidad Operativa	44%	44%	44%	47%	46%	51%
Margen de Utilidad Neta	28%	28%	28%	30%	30%	32%
Rendimiento Sobre los Activos	108%	108%	108%	115%	114%	125%
Rendimiento sobre el Patrimonio	54%	54%	54%	57%	57%	62%
Capacidad de Pago	155%	166%	178%	205%	222%	0%
Índice de Endeudamiento	117%					

---



**Tabla 7.20 *Análisis de Rentabilidad***

Elaborado por: Paola Muñoz

### **7.7.2 VALOR ACTUAL NETO**

La estimación del valor actual neto se la realizó con cada uno de los flujos netos efectivo, desde el año cero hasta el año seis considerando una tasa de descuento del 9,47% conformada por las tasas que intervienen en la aportación de accionistas y en la deuda de capital. (Anexo N° 17)

Obteniendo así un VAN de \$ 74.014,85 lo cual implica que es un proyecto favorable debido a que no solamente permite recuperar la inversión, sino que también genera utilidades en un periodo aceptable.

	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6
Flujo neto de efectivo	\$ -191.128	\$ 55.375	\$ 50.727	\$ 46.207	\$ 40.734	\$ 37.037	\$ 35.062
Valor Actual Neto	\$ 74.014,85						
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>21,79%</b>						

**Tabla 7.21 *Tabla Valor Actual Neto***

Elaborado por: Paola Muñoz

### **7.7.3 TASA INTERNA DE RETORNO**

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, por lo tanto la obtención de una TIR del 21.79% representa que el proyecto es atractivo ya que en comparación con la tasa de requerimiento o descuento del 9,87% permite generar utilidades por ser una tasa mayor.

### **7.7.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

Para la recuperación del capital se consideró los valores anuales convertidos a valores presentes, que permita restar en moneda actual los ingresos futuros con la inversión realizada.

	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6
Flujo neto de efectivo	\$ -191.128	\$ 55.375	\$ 50.727	\$ 46.207	\$ 40.734	\$ 37.037	\$ 35.062
<b>Flujo neto de efectivo acumulado</b>	<b>-191.128</b>	<b>-135.753</b>	<b>-85.026</b>	<b>-38.819</b>	<b>1.915</b>	<b>38.952</b>	<b>74.015</b>

**Tabla 7.22 Flujo Neto Acumulado**

Elaborado por: Paola Muñoz

A continuación se aplicó la siguiente fórmula:

$$PR = \text{Número de Años} + \frac{\text{Costo no Recuperado Al inicio de recuperación}}{\text{Flujos totales Durante la recuperación}}$$

*Antes de Recuperación*

$$PR = 3 + \frac{38.819}{40.734}$$

$$PR = 3.95$$

Obteniendo un índice óptimo para la inversión y recuperación del capital de 3.95 años.

### 7.7.5 RELACIÓN COSTO - BENEFICIO

La relación existente entre la inversión inicial con los flujos de efectivo al tiempo cero muestran un índice mayor a 1 lo que significa que la inversión es menor que los ingresos obtenidos durante la vida útil del proyecto y por lo tanto es rentable.

	Flujos Efectivo año 0	Inversion inicial	Indice
<b>Relación Beneficio-Costo</b>	\$ 265.142,62	-191.127,77	1,39

**Tabla 7.23 Relación Costo - Beneficio**

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.7.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Fue necesario conocer el punto donde los ingresos y los costos son iguales a cero, es decir el número de ventas que permita que la hostería genere los suficientes ingresos para cubrir únicamente los gastos. Para el proyecto se estimó que las ventas por paquete se reduzcan a 11 habitaciones demandadas es decir 1.632 visitantes por año y los ingresos percibidos por otros servicios se reduzcan alrededor del 50% obteniendo un margen de utilidad cero.

<i>Hostería Mundo Natural</i>						
<i>Punto de Equilibrio</i>						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<b>Ingresos</b>						
<b>Venta de Paquetes</b>	57.108,20	57.108,20	57.108,20	57.108,20	57.108,20	57.108,20
<b>Otros Ingresos</b>	9.925,07	7.212,70	6.941,87	6.706,66	6.504,36	2.982,49
<b>Egresos</b>	67.033,27	64.320,90	64.050,07	63.814,86	63.612,57	60.090,69
<b>Utilidad Operacional</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Tabla 7.24 *Punto de Equilibrio*

Elaborado por: Paola Muñoz

### 7.7.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad se ha tomado las variables más representativas que pueda afectar al proyecto:

#### 7.7.7.1 Escenario Pesimista

**Ingresos:** se ha planteado una reducción de ingresos del 15% que puede ser dada por la escasa afluencia de los turistas por diversos factores exógenos como:

- Condiciones adversas climáticas en determinadas temporadas, que impidan el traslado de los usuarios.
- Paros o cierre de Vías.

**Costos y Gastos:** los costos y gastos del proyecto son sensibles al entorno económico nacional, razón por la cual se ha estimado un aumento del 5% en este rubro, dado por:

- Aumento del precio de materias primas e insumos por inestabilidad económica o cambio de moneda.
- Aumento en costo de Mano de Obra por decisiones gubernamentales.

#### **7.7.7.2 Escenario Optimista**

**Ingresos:** las condiciones sociales, económicas, culturales tienden a ser cambiantes e inclusive favorecer al proyecto, por lo que se programó un 10 % de aumento en los ingresos. Entre las razones que encausan este incremento están:

- Aumento en el interés de conservar y conocer el Medio Ambiente.
- Preferencia de Práctica de deportes.

**Costos y Gastos:** La reducción de costos y gastos, se espera se dará en menor escala, 2%, ya que los precios tienden a subir, sin embargo mediante otras estrategias como las siguientes se podría cumplir este objetivo:

- Disminución de precios por parte de proveedores por la fidelidad del cliente.
- Alianzas estratégicas con empresas para que se otorgue precios y productos preferenciales.
- Incrementar las tareas de reciclaje y conservación de recursos.

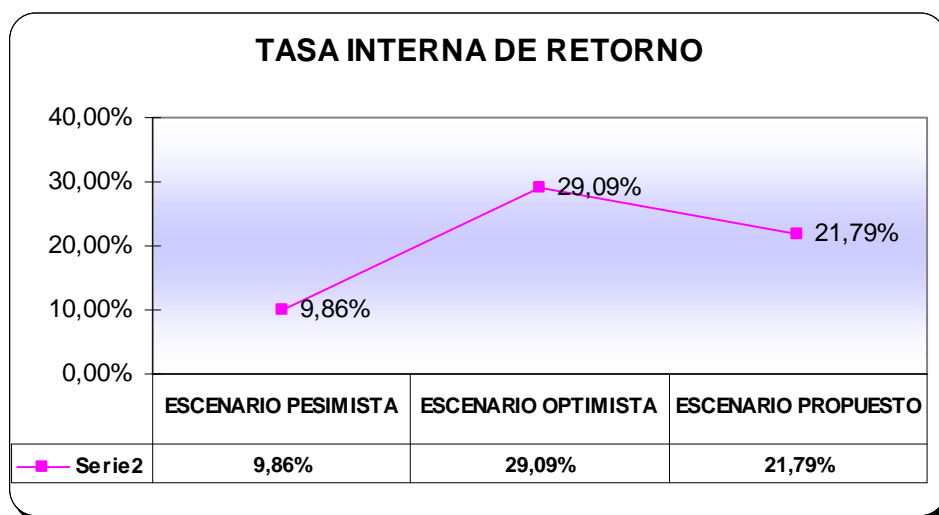
**Hostería Mundo Natural**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

	VAN	TIR	PPR	RELACION C/B
<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	2.202	9,86%	5,7	1,01
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	121.890	29,09%	3,24	1,64
<b>ESCENARIO PROPUESTO</b>	74.015	21,79%	3,95	1,31

**Tabla 7.25 Análisis de Sensibilidad**

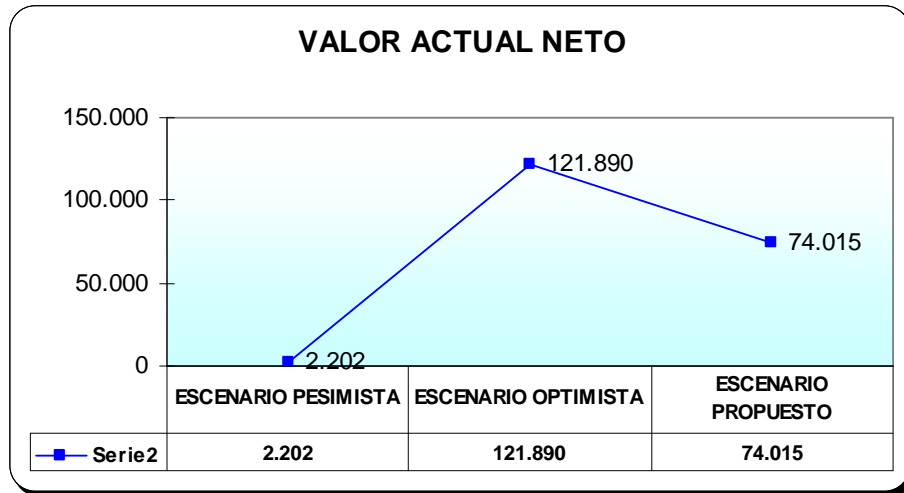
Elaborado por: Paola Muñoz

En el cuadro anterior se muestra que el decremento en los ingresos esperados haría que el proyecto disminuya notablemente su VAN, aumente su período de recuperación y disminuya la TIR.



**Figura 7.1 Análisis de Sensibilidad TIR**

Elaborado por: Paola Muñoz



**Figura 7.2 Análisis de Sensibilidad VAN**

**Elaborado por: Paola Muñoz**

En las gráficas ante el escenario pesimista la TIR supera el valor de la tasa de descuento por lo que a pesar de tener un VAN de únicamente 2.202 dólares todavía sigue siendo ligeramente rentable el proyecto.

## **CAPÍTULO 8**

### **ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

El objetivo del presente capítulo es predecir los daños o beneficios al medio ambiente, que podrían suscitarse en el futuro en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga por la creación e instauración de una hostería ecológica, para de tal manera mitigar o compensar los efectos negativos en la calidad de vida biológica y social.

#### **8.1 REGIMEN LEGAL**

La creación de centros turísticos en zonas naturales puede ocasionar alteraciones en el medio ambiente, existiendo un mayor efecto en áreas protegidas por las condiciones únicas del entorno; por tal motivo los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinan el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas.

El (RO. No. 245 de 30/07/1999) emitido por la autoridad concerniente, establece los principios básicos y directrices de la política ambiental según los principios en la Declaración de Río de Janeiro de 1992. Y específicamente los Art. 19 y 20.- en donde se señala que: “Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control. El Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.”

Conjuntamente el Régimen Forestal Señala que las únicas actividades permitidas dentro de los bosques y vegetación protectores, previa autorización del Ministerio del Ambiente o la dependencia correspondiente de éste, serán las siguientes:

- La apertura de franjas cortafuegos;
- Control fitosanitario;
- Fomento de la flora y fauna silvestres;

- Ejecución de obras públicas consideradas prioritarias;
- Manejo forestal sustentable siempre y cuando no se perjudique las funciones establecidas en el artículo 16, conforme al respectivo Plan de Manejo Integral.
- Científicas, turísticas y recreacionales.

## **8.2 DESCRIPCIÓN DEL MEDIO SOBRE EL CUAL SE PRETENDE IMPLEMENTAR LA PROPUESTA.**

La evaluación de los impactos generados por el proyecto a sido delimitada para una área de influencia en 20 Km. a la redonda, estudiando la situación actual del medio bajo diversos parámetros; características físicas y químicas, condiciones biológicas, y factores culturales.

### **8.2.1 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS.**

#### **Tierra:**

La tierra en su mayor parte es fértil, la cubierta terrestre no presenta alteraciones visibles o existencia de erosión por lo que se encuentra en condiciones hábiles para cualquier actividad natural.

#### **Agua:**

Los ríos, riachuelos y cascadas son completamente limpios, muchos de ellos inclusive son utilizados para el consumo de los moradores mediante canales rústicos.

La inexistencia de actividades industriales cercanas hace que no haya contaminación en las aguas de la zona.

#### **Atmósfera (Aire):**

Calidad de aire ideal por la exuberante vegetación sin contaminaciones sonoras, eliminación de gases o polvo por la escasa actividad que existe.



La zona es considerada un gran pulmón en las cercanías a Quito por la pureza de aire que existe.

### **8.2.2 CONDICIONES BIOLÓGICAS**

#### **Flora:**

Más de la mitad del territorio es considerado selva virgen con bosques primarios y especies endémicas únicas de la región, sin intervención del ser humano. El resto ha sido utilizado por los habitantes para cultivos de productos para el uso personal y para la venta predominado por potreros para ganado, caña, naranjas.

#### **Fauna:**

En general no existe destrucción del hábitat de las especies como: aves, animales terrestres, insectos, micro fauna ya que los pobladores se han asentado en las cercanías a la carretera principal afectando de manera mínima por lo puntual de su ubicación.

Así mismo las especies son nativas del lugar no se ha introducido otras que puedan distorsionar el entorno a excepción de los animales de corral.

### **8.2.3 FACTORES SOCIO-CULTURALES**

#### **Uso de Suelo:**

La actividad humana ha causado que en su mayoría se destinen las tierras para la agricultura y siembra de pastos y una pequeña parte para residencias de los habitantes.

#### **Paisaje:**

El paisaje está preservado con elementos singulares entre la flora y fauna que han sido levemente modificados, la conjunción de las montañas no han sido

alteradas, ya que en algunos se ha creado senderos para facilitar el acceso a ciertos lugares.

**Servicios e Infraestructura:**

Existe una óptima red eléctrica y servicio de transporte, así como de comunicaciones en el lugar, por otro lado el abastecimiento de agua tiene sus limitaciones ya que es almacenada por tanques y distribuida rústicamente en mangueras, además se carece de alcantarillado por lo que los residuos sólidos y líquidos son convertidos en abono.

**Población y Economía:**

Casi todos los pobladores no mantienen dependencia laboral ya que generan ingresos por la producción ganadera y agrícola y quienes trabajan lo hacen subcontratados para agricultura.

**Estilos de Vida:**

El estilo de vida es moderada ya que solo tienen una fuente de ingresos para satisfacer sus necesidades.

**Conocimiento:**

En la zona los habitantes tienen una educación media, pero cabe indicar que el conocimiento empírico predomina en un alto grado para ciertas tareas el que hace un personal apto y dispuesto para capacitarse.

### **8.3 DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN PROPUESTA**

Hostería ecológica Mundo Natural es un proyecto que plantea impulsar la conservación del medio ambiente dando a conocer a quienes acuden al lugar las bondades de la naturaleza mediante la interacción con la misma en actividades eco turísticas, agro turísticas y deportivas, por lo que se prestará un servicio que

tenga el mínimo impacto ambiental para entorno, mediante la utilización responsable de los recursos así también el manejo adecuado de los desechos.

Manteniendo los niveles de conservación existentes y mejorando en la medida de lo posible factores socioculturales.

#### **8.4 IDENTIFICACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES**

Para la ejecución y posterior desarrollo de la Hostería se realizarán determinadas acciones que tienden a alterar en régimen como lo son:

- Alteración de la Cubierta Terrestre
- Alteración de Drenaje
- Alteración de Hidrología
- Ruido
- Desmontes y Rellenos
- Carreteras y Caminos
- Construcción de Instalaciones
- Actividades operativas administrativas
- Actividades del Servicio de Restaurante
- Actividades Servicio Turísticas (deportivas y eco turísticas)
- Mantenimiento de Áreas
- Actividades Servicio Turísticas (agro turísticas)
- Tanques y Fosas Sépticas
- Desechos líquidos

Los cuales se prevé que originen leves alteraciones en los componentes ambientales, descritos a continuación:

## **Características Físicas y Químicas.**

### **Tierra:**

Los movimientos de tierra y las excavaciones necesarias para la construcción pueden dar lugar a un leve aumento de la erosión.

La utilización tanto de los caminos de acceso como de la vías de servicio interna por parte de los turistas durante su funcionamiento, producirá durante la etapa de funcionamiento una pequeña alteración en la dinámica erosión / sedimentación.

### **Agua:**

Se podría dar origen a desechos líquidos por el uso de los servicios básicos de las instalaciones.

### **Atmósfera (Aire):**

#### *Contaminación química atmosférica*

Para el transporte de materiales y la construcción, se utiliza maquinaria pesada, la cual produce contaminación química. El empleo de combustibles fósiles como fuente de energía para el movimiento de dicha maquinaria, se produce la liberación de gases contaminantes.

#### *Emisiones de polvo*

Los focos emisores de polvo están asociados a los movimientos de tierra y al tránsito de vehículos. Estas emisiones pueden tener efectos temporales sobre flora y fauna. Sobre la fauna puede provocar un alejamiento y la flora puede verse afectada en sus funciones fotosintéticas al depositarse y acumularse dicho polvo sobre su superficie foliar.

### *Aumento de ruido*

El aumento de ruido por el tránsito de vehículos pesados y el empleo de la maquinaria pesada necesaria para la construcción puede dar lugar a molestias comunidades faunísticas.

El uso del caminos de acceso y de la vías de servicio que recorre la hostería, por los visitantes puede dar lugar a ligeros aumentos en el nivel de emisiones, y aumento de los niveles sonoros, pero tendrán un carácter muy puntual.

### **Condiciones Biológicas**

#### **Flora:**

Los impactos negativos sobre la vegetación están relacionados con la apertura de la vía de servicio y el acondicionamiento del terreno para la instalación de la Hostería.

La pérdida de cubierta vegetal se producirá en los puntos en los que están implantados las instalaciones, que comparada con el área total, se considera poco significativa.

#### **Fauna:**

Los factores más importantes a tener en cuenta, son las posibles alteraciones relacionadas con los movimientos y desplazamiento de la maquinaria y del personal de la obra durante la construcción y de los turistas en la etapa de funcionamiento, la generación de ruidos y polvo y la modificación y alteración de los hábitats.

### **Factores Socio-Culturales**

#### **Uso de Suelo:**

La Hostería impulsará la conservación de la biodiversidad y los bosques protectores, mostrando formas alternativas de obtener ingresos para evitar la destrucción del medio; por ejemplo, el programa Socio Bosque impulsado por el gobierno Central.

### **Paisaje:**

Las obras de acondicionamiento del terreno, producirán un impacto visual escaso dado que la construcción contará con acabados y formas adaptados con el medio.

### **Servicios e Infraestructura:**

La adaptación de sistemas de drenaje e instalaciones hídricas generará modificación en el entorno puesto al no existir redes de desagües se tendrán que realizar construcciones que afectan el hábitat de las especies.

### **Población y Economía:**

Durante la etapa de construcción de la hostería se favorecerá la creación de empleos temporales en la zona y en el desarrollo del negocio a empleos permanentes. La demanda de mano de obra puede beneficiar a la población que se encuentra en ese momento desempleada.

### **Estilos de Vida:**

El proyecto dará la oportunidad de realizar y mejorar actos de comercio entre los habitantes beneficiando a los mismos, para mejorar sus estilos de vida.

### **Conocimiento:**

El personal que laborará como guías nativos recibirán una capacitación continua de atención al cliente, relaciones humanas, y conservación del medio, así también se proyectará involucrar a los moradores a charlas para incentivar el turismo comunitario.

## **8.5 VALORACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES**

La valoración de los impactos ambientales se realizó a través del Método de Leopold identificando la duración, intensidad, influencia, afección y magnitud de las acciones sobre los componentes ambientales (Anexo N° 18).

Obteniendo como resultado que las acciones con más repercusiones negativas son:

- Construcción de instalaciones: ejecutar las construcciones generará impacto sobre gran parte de los factores ambientales.
- Ruido: Durante la ejecución y funcionamiento de las instalaciones
- Carreteras y caminos.
- Desechos sólidos.

Con dichas acciones se muestra afectado en mayor grado los siguientes parámetros ambientales:

- Suelo
- Flora: Árboles, Microflora
- Fauna: Animales Terrestres, Microfauna
- Servicios e Infraestructura: Eliminación de Residuos Sólidos

Por otro lado también se tuvo como hallazgo la existencia de factores ambientales positivos:

- Nivel Cultural
- Población y Economía

- Estilos de Vida
- Conocimientos

La estimación de los impactos ambientales para cada uno de los factores plasmó un impacto global del -9,6. Permitiendo establecer medidas para reducir este rango.

## **8.6 FORMULACIÓN DE MEDIDAS Y ACCIONES SUBSIDIARIAS (MEDIDAS CORRECTORAS) PARA PREVENIR, MITIGAR, COMPENSAR O ELIMINAR LOS EFECTOS AMBIENTALES NEGATIVOS.**

### **8.6.1 MEDIDAS DE MITIGACIÓN**

Según el análisis realizado se formuló Medidas de Mitigación a las acciones que atraen mayor número de consecuencias:

- Construcción de instalaciones.

Durante La Construcción de la hostería y de cualquier otra obra a desarrollar dentro de la zona, se deberá acopiar la capa superficial de suelo, con el fin de disponerla en los puntos que sea necesario una vez finalizada la obra.

Los recursos energéticos se cuidarán en las instalaciones, utilizando ventanas grandes y tragaluces para que tengan una ventilación natural y luz natural evitando el uso de aire acondicionado.

Las especies vegetales presentes en el sector, deberán ser rescatadas a través de procedimientos técnicos que aseguren su viabilidad y ser replantadas una vez construido, en las inmediaciones de este

Se limitará las acciones de construcciones a periodos que no correspondan épocas de nidificación, es decir agosto a octubre con el fin de evitar que ciertas especies modifiquen su comportamiento.



Se deberá capacitar al personal de las faenas en relación al cuidado de los recursos patrimoniales del área, incluida la fauna.

- Ruido:

Se deberá exigir al contratista de construcción el empleo de maquinaria con los menores índices de emisiones acústicas disponibles, en la región.

Durante el funcionamiento se hará la Implementación de un programa de educación al usuario de la hostería, asociado a la generación de normas de comportamiento y recomendaciones dentro de las instalaciones para evitar ruido.

- Carreteras y caminos.

Utilizar las carreteras y caminos existentes durante la etapa de construcción para evitar abrir nuevas áreas de tránsito, y en caso de ser necesario realizar un estudio para encontrar el trazado vial menos perjudicial.

Se deberá contar con señalización en ciertos tramos de la carretera donde se encuentren áreas más sensibles para las especies.

- Desechos líquidos

La elaboración de fosas sépticas, es el medio de eliminar aguas servidas, ésta se encuentra conformada por un depósito al cual llegan las aguas servidas por medio de tuberías, las mismas que para el caso de aguas jabonosas poseerán trampas de grasa para evitar el ingreso de estas sustancias impidiendo el adecuado proceso de descomposición de los desechos orgánicos. Los desechos se acumulan en el fondo para luego de cierto periodo de tiempo ser evacuados hacia zanjas de secado y ser utilizado como abono orgánico.

Para la zona de huerto se utilizará el sistema de riego reutilizando las aguas sin contaminantes que se tengan de otras áreas.

A los visitantes se les debe expresamente prohibir el verter cualquier líquido a los cursos de agua.

- Desechos sólidos

En el establecimiento se establecerá políticas para la reducción de desechos y a la vez se darán charlas al personal y a los visitantes sobre el manejo de basura y de esta forma reducir el impacto negativo que causan estos desechos.

Se ha previsto un plan de manejo de desechos sólidos mediante el uso de contenedores que permita seleccionar los desechos para ser utilizados en otras actividades a modo de compost orgánico, con el fin de cumplir con las regulaciones ambientales establecidas:

*Características de los Contenedores o Recipientes.*

- Deben tener un peso y construcción, que facilite el manejo durante la recolección
- Construidos en material impermeable, como plásticos, caucho o metal revestido o pintado, de fácil limpieza, con protección de moho y corrosión.
- Dotados de tapa con buen ajuste y que dificulte el proceso de vaciado durante la recolección. Y construidos en forma tal que estando cerrados o tapados, no permitan la entrada de agua, insectos o roedores
- Los recipientes o contenedores reutilizables para el almacenamiento de desechos sólidos, deberán ser lavados con una frecuencia tal que presenten condiciones sanitarias inobjetables.

- Los recipientes serán tres de colores, los mismos que estarán codificados de acuerdo a las exigencias técnicas.

**VERDE:** residuos orgánicos, restos de comidas y restos de frutas,

**ROJO:** papeles y cartones

**AMARILLO:** Material, plástico, vidrio, residuos inorgánicos

### *Elaboración del Compost Orgánico*

Es uno de los usos que se dará a los residuos. Para la elaboración del compost se utilizará:

- Restos de cosechas: Los restos vegetales como hojas, frutos, tubérculo que son ricos en nitrógeno y vegetales adultos como troncos, ramas, tallos.
- Abonos verdes
- Ramas de poda de los frutales
- Estiércol de animales
- Restos urbanos que se generan en la cocina.

Para la descomposición de mayores cantidades de desechos sólidos se utilizarán distaros anaeróbicos (cubetas cerradas) en donde se almacena material orgánico dejándolos durante períodos de semanas o meses. La temperatura debe ser de 32°C a 35°C, no debe existir mucha acidez, el material nuevo debe ingresar lentamente y debe existir un 40% de desechos animales y 60% de desechos vegetales. Es posible con este proceso combinar el tratamiento sanitario de las aguas de alcantarillado, estiércol animal y residuos orgánicos con la producción de un gas combustible (biogas) en una sola operación

### **8.6.2 MEDIDAS DE COMPENSACIÓN**

- Los cursos de agua y sitios sujetos a contaminación de suelo y agua, deberán ser permanentemente recuperados a través de las acciones correspondientes en cada caso.
- La replantación deberá ser asegurada a través del tiempo mediante un programa de recuperación que contemple, mejoras del suelo y fertilización. En caso de ser necesario se procederá a la reposición de especies deterioradas.
- Se implementarán medidas especiales de protección en zonas donde se encuentren ecosistemas sensibles, limitando en estas áreas el contacto de las especies con los visitantes, generando espacios óptimos para el desarrollo de los ecosistemas.
- Se propondrá capacitar a los propietarios de ganado y sus familias en materias de guiado y prestación de servicios turísticos, así como administración de áreas protegidas. Esto permitirá diversificar sus ingresos en forma gradual y compensar las supuestas pérdidas por mantener las áreas naturales evitando la deforestación y pérdida de fauna y flora nativa.

## **CAPÍTULO 9**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el capítulo se va a determinar las conclusiones hechas una vez realizado el Estudio de Factibilidad de la Creación de una Hostería Ecológica en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga, así como dar recomendaciones para la posterior ejecución del proyecto.

#### **9.1 CONCLUSIONES**

Las conclusiones finalizada la investigación son:

- 1) La industria turística es un sector que ha mostrado un crecimiento constante a nivel mundial y nacional, ya que en la actualidad se ha convertido en una actividad económica que genera altos ingresos y a la vez una herramienta para la generación de empleo por lo que distintos organismos estatales impulsan dichos proyectos.
- 2) La parroquia Manuel Cornejo Astorga cuenta con las condiciones geográficas, económicas, físicas aptas para la implementación del Proyecto y con la activa participación de la población, además se encuentra en un proceso de desarrollo turístico ya que el Departamento de Turismo del Cantón Mejía realiza proyectos para promocionar el turismo en parroquia.
- 3) Para obtener información, para el estudio de mercado se encuestó al turismo receptor y al turismo interno en base al número de visitas a Santo Domingo de los Tsáchilas durante el año 2006, escogiendo este referente; por la cercanía a la localización del proyecto ya que eran inexistentes datos confiables de los visitantes a la Parroquia Manuel Cornejo Astorga; obteniendo con la proyección de la población respectiva, los turistas que podría acudir el proyecto en los próximos años y determinando sus distintas necesidades. Así para el primer año se estableció 262 turistas extranjeros y

17.819 turistas nacionales constituyendo como demanda insatisfecha 38 habitaciones, valor que va a incrementarse año a año.

- 4) El servicio se lo prestará mediante paquetes turísticos y por venta de servicios individuales, el precio para los primeros fue establecido según los resultados de la investigación de mercados ya que el 36% aceptó pagar 35 dólares y el 29%, 45 dólares. El precio para el resto de servicios fue determinado según investigaciones hechas a otros establecimientos.
- 5) La Hostería Mundo Natural nacerá como una empresa turística ecuatoriana destinada a proporcionar servicio de alojamiento, restaurante y actividades recreativas – deportivas, para satisfacer necesidades y expectativas del turismo interno y externo de descubrir un espacio donde se muestre una riqueza de flora y fauna, en un entorno natural diverso. Contribuyendo al desarrollo turístico del país y de la zona; sin alterar la integridad del ecosistema, mediante un trabajo conjunto que se fundamenta en la honestidad y ética de la dirección, del personal y la comunidad, buscando a su vez reconocimiento en el mercado y rentabilidad para los accionistas, regida por la Ley de Turismo del Ecuador, y otros organismos involucrados.

Funcionará bajo una estructura administrativa funcional, encabezada por la junta de accionistas y conformada con un equipo de trabajo de nueve personas.

- 6) El Sector Santuario de Baños en la Parroquia Manuel Cornejo Astorga cumplió con los factores requeridos para la localización del proyecto obteniendo una valoración “buena”. El entorno Natural de la zona sirvió como pauta para el diseño de las instalaciones creando un estilo rústico y confortable, con materiales que serán extraídos del medio, cuyo tamaño resultó ser de 1.131,6 m<sup>2</sup>, distribuidos en el Área Administrativa con 191.6 m<sup>2</sup>, Área de Habitaciones es de 524.8 m<sup>2</sup> en un terreno de 27 hectáreas.
- 7) Para el proyecto se requerirá una inversión 191.128 dólares, alcanzando un VAN de 74.014 dólares y una TIR del 21.79% superando a la tasa de

descuento (9,47%), un periodo de recuperación de 3.95 años se concluyó así la factibilidad financiera del proyecto.

- 8) La implementación de las herramientas de la gestión socio-ambiental ayudarán a reducir los impactos que puedan causar las actividades deportivas y recreativas mediante la mitigación y compensación de acciones negativas así como también contribuirá a que la población y los visitantes que tengan un cambio de actitud con respecto a los recursos disponibles.

## **9.2 RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones finalizada la investigación son:

- 1) Se recomienda ejecutar el proyecto, en vista de que los resultados obtenidos en el estudio de mercado reflejan la existencia de un mercado turístico favorable, además de los resultados obtenidos en el estudio financiero presentan al proyecto con alta rentabilidad y recuperación oportuna de la inversión.
- 2) Se recomienda además trabajar conjuntamente con el Municipio del Cantón Mejía, con la Cámara de Turismo de Pichincha y demás organismos a fines, con el objetivo de desarrollar el sector turístico de la parroquia y así incrementar el flujo de turistas esperado, que puedan hacer uso de las instalaciones de la Hostería.
- 3) Será necesario una vez ejecutado el proyecto llevar una evaluación constante para conocer las como está siendo percibido el servicio, a fin de tener un mejoramiento continuo que cumpla siempre las expectativas del cliente.
- 4) Será aconsejable mantener siempre criterios de sostenibilidad ambiental, e incentivar a los visitantes, y pobladores de la zona al cuidado de las especies y del entorno.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **LIBROS / MANUALES / OTROS**

- 1) BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos, McGraw Hill, Cuarta Edición, México, 2001.
- 2) BEKER V, Mochón F. Economía Elementos McGraw Hill, Quinta Edición, Chile, 2000.
- 3) BERNAL Torres, Augusto César. Metodología de la Investigación para Administración y Economía, Prentice Hall Colombia, 2000.
- 4) BESLEY Scott, BRIGHAM Eugene. Fundamentos de Administración Financiera McGraw-Hill, Decimosegunda Edición, México 2001
- 5) BRAVO, Mercedes. Contabilidad General, Editora NuevoDía, Cuarta Edición, Ecuador 2001
- 6) CÁRDENAS Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos. Editorial Trillas. Segunda edición, México 2006.
- 7) CERTO C, Samuel. Administración Moderna, Prentice Hall, Octava Edición, Colombia, 200.1
- 8) CHURCHILL Gilbert. Investigación de Mercados, Thomson Editores, Cuarta Edición, CONESA, Vicente Fdez. Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto ambiental. Mundi Prensa, Tercera Edición, Madrid 2000
- 9) México 2003
- 10) FRED, R David. Conceptos de Administración Estratégica, Prentice Hall, Novena Edición, México 2003
- 11) GALLAGHER, Timothy. Administración Financiera Teoría y Practica, Price Hall, Segunda Edición, Colombia 2001.



- 12) GITMAN, Lawrence. Principios de Administración Financiera Prentice Hall, México, 2000.
- 13) HARPER, Boyd. Investigación de Mercados, Ed. Limusa S.A, Quinta edición
- 14) HERNÁNDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión.
- 15) HERNÁNDEZ, Hernández Abraham. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Internacional Thomson , Cuarta Edición, México, 2001.
- 16) KOTLER, Philip. Fundamentos de Marketing, Pearson Educación, Sexta edición, México 2003.
- 17) LAWRENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera, Preece Hall ,Octava Edición, México, 2000.
- 18) LUNDBERG, Donald. Manual de Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes, volumen 2, ediciones Centrum, España
- 19) MEJIA Braulio. Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud. Ecoe Ediciones. Bogotá 2000.
- 20) MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá, 2005.
- 21) PAEZ Zamora, Juan Carlos. Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental Editorial Crearimagen. 1996.
- 22) SAPAG Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mac Graw Hill, Cuarta Edición, Chile, 2000.
- 23) SATANTON, William. Fundamentos de Marketing, McGraw Hill, undécima edición, México 2000.
- 24) SETZEN, Guadalupe. Administración Financiera, McGraw Hill, México, 2002

- 25) SOSA de la Cruz, Clifor Daniel. Cómo elaborar un proyecto de inversión turística, San Marcos, Lima.
- 26) TAYLOR Kinnear. Investigación de Mercados, McGraw Hill, Quinta Edición, Colombia 1998.
- 27) TURCKER Irvin. Fundamentos de Economía, Ed. Thomson , Tercera edición, Bogotá, 2002.

## **DIRECCIONES EN INTERNET**

- 1) [www.captur.com/est\\_turisticas.html](http://www.captur.com/est_turisticas.html),
- 2) [www.picaval.com.ec/picavalG/xmlpicaval/TURISMO.pdf](http://www.picaval.com.ec/picavalG/xmlpicaval/TURISMO.pdf)
- 3) [www.turismo.gov.ec/](http://www.turismo.gov.ec/)
- 4) [www.municipiodemejia.gov.ec](http://www.municipiodemejia.gov.ec),
- 5) [www.ecoturismo.gov.ec/paginas/ecoturismo](http://www.ecoturismo.gov.ec/paginas/ecoturismo).
- 6) [www.hotelesecuador.com.ec](http://www.hotelesecuador.com.ec)
- 7) [www.vivecuador.com](http://www.vivecuador.com)
- 8) [www.ccq.org.ec](http://www.ccq.org.ec)
- 9) [www.oaplo.com.ar/Articulos/Proyecto-0402.pdf](http://www.oaplo.com.ar/Articulos/Proyecto-0402.pdf)
- 10) [www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml](http://www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml)
- 11) [www.iedt.org.ec](http://www.iedt.org.ec).
- 12) [www.geocities.com/](http://www.geocities.com/)
- 13) [www.joyasdequito.com/](http://www.joyasdequito.com/)
- 14) [www.freewebs.com/machachi/lugaresturisticos.htm](http://www.freewebs.com/machachi/lugaresturisticos.htm)
- 15) [www.birdlife.org/action/science/sites/andes](http://www.birdlife.org/action/science/sites/andes)

- 16) [www.fallingrain.com/world/EC/18/Manuel\\_Cornejo\\_Astorga.html](http://www.fallingrain.com/world/EC/18/Manuel_Cornejo_Astorga.html)
- 17) [www.archivo.eluniverso.com/2003/03/02/0001/12/](http://www.archivo.eluniverso.com/2003/03/02/0001/12/)
- 18) [www.elcomercio.com.ec/solo\\_texto.asp?id\\_noticia=150076](http://www.elcomercio.com.ec/solo_texto.asp?id_noticia=150076)
- 19) [www.in-quito.com](http://www.in-quito.com).
- 20) [www.hosteriasamawa.com](http://www.hosteriasamawa.com)
- 21) [www.tsachilas.com](http://www.tsachilas.com)
- 22) [www.archivo.eluniverso.com/2007/02/18/](http://www.archivo.eluniverso.com/2007/02/18/)
- 23) [www.santodomingo.gov.ec](http://www.santodomingo.gov.ec)
- 24) [www.competencialaboral.org/codigo/mailling/mailling\\_01/mailling\\_01.html](http://www.competencialaboral.org/codigo/mailling/mailling_01/mailling_01.html)
- 25) [www.pichincha.gov.ec/](http://www.pichincha.gov.ec/)
- 26) <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf200901.pdf>
- 27) <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- 28) <http://www.boletin-turistico.com/diccionario/default.asp?Letra=C>

## **DOCUMENTOS ELECTRONICOS**

- 1) Plan de Desarrollo Estratégico 2015 Cantón Mejía - Departamento de Turismo Cantón Mejía
- 2) Atractivos Turísticos Parroquia Manuel Cornejo Astorga- Departamento de Turismo Cantón Mejía.

## GLOSARIO

**Biodiversidad:** La biodiversidad comprende la variedad de ecosistemas y las diferencias genéticas dentro de cada especie que permiten la combinación de múltiples formas de vida, y cuyas mutuas interacciones y con el resto del entorno, fundamentan el sustento de la vida sobre el planeta.

**Balanza De Pagos:** Dentro del rubro bienes y servicios integrantes de la balanza de pagos, se incluye la Cuenta de Viajes que comprende: los Gastos efectuados por los extranjeros que viajan por un país, como turistas o negociantes, o con otro motivo (crédito) y los Gastos que por los mismos conceptos son efectuados por los nacionales en el exterior.

**Cadena De Valor:** En una empresa, la cadena de valor está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan.

**Check In:** Término inglés. Concepto que se refiere a los procesos de inscripción en un hotel o medio de transporte, también conocido como facturación en este último caso.

**Check Out:** Término inglés. Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos.

**Comanda:** f. AMER. Orden de un restaurante.

**Comunidad Faunística:** La comunidad (llamada también comunidad biótica) es un nivel de organización natural que incluye todas las poblaciones de un área dada y en un tiempo dado, la comunidad y el medio ambiente no viviente funcionan juntos como un sistema ecológico o ecosistema.

**Consumo Turístico:** "Gasto total de consumo efectuado por un visitante, o por cuenta de un visitante para y durante el viaje y su estancia en el lugar de destino".

**Costos Directos:** Aquellos que se pueden precisar con certeza a qué departamento pertenece cuando se ha incurrido en la prestación de cualquier servicio.

**Demanda Turística** "Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos".(OMT.91)

**Desarrollo Sustentable:** Puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica.

**Estacionalidad** Tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año o en determinadas zonas geográficas. En el primer caso se trataría de estacionalidad en el tiempo y en el segundo estacionalidad en el espacio.

**Excursionista:** es el visitante del día que no pernocta.

**Inventario Turístico** Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales que como un conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística de un país (OEA.73)

**Pernoctación:** Estadía. En estadística turística se define como la noche pasada por un turista en un lugar determinado. (NOVO.77)

**Producto Interno Bruto:** (PIB), es el total de los ingresos (pagos a factores productivos) generados en el proceso de producción, sumando todos los valores agregados de las diferentes unidades productivas residentes de la economía, más los derechos sobre importaciones. (DANE.89).

**Relaciones Públicas** Son el manejo estratégico de las relaciones entre una organización o institución y sus diversas Audiencias Objetivo cuyo propósito es el incrementar el posicionamiento, estimular las ventas, facilitar las comunicaciones y establecer relaciones entre las Audiencias Objetivo, la empresa y su marca.

**Reserva ecológica:** Un espacio delimitado por planificadores o gobiernos que se encuentra relativamente poco alterado por la actividad humana, y cuyo uso se halla generalmente restringido al estudio científico de la forma y función de los ecosistemas que lo componen.

**Sostenibilidad:** Se refieren al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de renovabilidad del mismo.

**Turismo:** son las actividades que realizan las personas durante su estancia en un lugar distinto al de su residencia habitual por no más de un año consecutivo por placer, negocios u otros propósitos.

**Turista:** es un visitante que se queda por lo menos una noche en un alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

**Visitante:** son todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo. Por lo tanto, visitante representa la unidad básica de la OMT para el conjunto de estadísticas del turismo.

**Tasa Interna de Retorno:** Tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero

**Valor Actual Neto:** Es el valor presente (a hoy) de los flujos de efectivo de un proyecto descontados a una tasa de interés dada.



## **ANEXOS**



## ANEXO N°1: RIOS Y CASCADAS

**Rio Alegria**



**Rio Las Juntas**



**Rio Santa Ana**



**Rio Tandapi**



**Río La Esperanza**



**Río Sarapullo**



## ANEXO N°2: FLORA



## ANEXO N°3: FAUNA

**Oso de Anteojos u Oso Andino**  
**(Tremarctos ornatus)**



**Armadillo o Cachicambo**  
***Dasypus novemcinctus***



***Dinomys branickii***  
**Guanta con rabo**



***Cuniculus paca***  
**Guanta**



***Dasyprocta punctata***  
**Guatusa, cuyago**





1. Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.

	Poco Importante	Importante	Muy Importante
Atención al Cliente			
Atractivos Turísticos de la Zona			
Cercanía a la Ciudad			
Diversidad de Servicios y actividades			
Entorno Natural (clima, flora, fauna)			
Exclusividad			
Infraestructura			
Precio			
Vías de Acceso y Servicios Básicos			

2. Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. Donde 1= No me gustaría practicar, 5= Me gustaría mucho practicar.

	Nada					Mucho
	1	2	3	4	5	
Cabalgatas (paseos a caballo)						
Camping						
Observación de Especies						
Pesca Deportiva						
Rafting						
Tarabitas (primitivo teleférico)						
Trekking (caminatas)						
Conocer Actividades de Granja						
Visita a Otros atractivos Turísticos						
Otros (especifique)						

3. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por persona y por cada noche de hospedaje en un lugar que tenga los atributos deseados?

Menos-\$25  \$26-\$35  \$36-\$45  \$50-\$70  más de \$70

4. ¿Conoce lugares de Alojamiento en la vía Alóag-Santo Domingo?

Cuales  Si  No

5. ¿Le gustaría pasar sus vacaciones en una Hostería ubicada en una área Tropical-Húmeda en la vía Alóag-Santo Domingo (a 1h: 30min de Quito en Tandapi)?

Si  No

6. ¿A través de que medio publicitario le gustaría que se promocione el servicio de hospedaje?

Internet  Televisión  Vallas Publicitarias   
 Agencias de viaje  Revistas y periódicos  Radio   
 Operadoras Turísticas  Mensajes escritos  Tarjetas de Crédito

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

# ANEXO N° 4.B : DISEÑO DE CUESTIONARIO TURISMO RECEPTOR

## QUESTIONARY

**Objective:** To gain sufficient information of the tourist market (receptor) in order to found a Hosteria Ecological in Parroquia Manuel Conejo Astorga.

Date (dd/mm/aa): ..... Interviewer (abbreviation): ..... Code (internal use): .....

**Instruction:** Tick with X the alternative(s) you consider suitable and complete if necessary.

**Detailed Information:**

1. ¿ Is tourism the main reason for you to stay in this country?  
 Yes  No

(If your answer negative, thanks for taking time; the interview ends here)

2. Evaluate the importance of the following aspects you have considered when choosing a place to room.

	Little important	Important	Very Important
Attention to clients			
Tourist attractions of the zone			
Closeness to a city			
Diversity of services & activities			
Climate circumstances (climate, plants, animals)			
Exclusiveness			
Infrastructure			
Price			
Accessibility & general services			

3. Evaluate which activities you would like to do in the hotel. From 1= I would not like the offer to 5=I would love the offer

	Not at all					Very Much
	1	2	3	4	5	
Riding Tours (by horse)						
Camping						
Observation of Species						
Sport's Fishing						
Rafting						
Tarabitas (simple telpher)						
Trekking (walks)						
Getting to know the activities on a farm						
Visiting others attractive tourist zones						
Others(specify)						

4. ¿How much would you be prepared to pay per person and night for staying in a hotel which offers all activities you desire?

Less than -\$25  \$26-\$35  \$36-\$45  \$50-\$70  more than \$70

5. ¿Would you like to spend your holidays at a Hotel situated in a Tropical/Humid area in via Alóag-Santo Domingo ( 1h: 30 from Quito in Tandapi)?

Yes  No

**THANK YOU FOR YOUR COOPERATION**

## ANEXO N°5 : DICCIONARIO DE CÓDIGOS

Columna	Nombre de la variable	No pregunta	Instrucciones
1	Código		Del 01 al 266
2	Fecha (Día/mes/año)		20/12/08 1 21/12/08 2 22/12/08 3 23/12/08 4 26/12/08 5 27/12/08 6 28/12/08 7 29/12/08 8
3	Encuestador		G1 1 G2 2 G3 3
4	Género	1	Femenino 1 Masculino 2
5	Nacionalidad	2	Ecuatoriano 1 Otros 2
6	Estado Civil	3	Soltero 1 Casado 2 Viudo 3 Union Libre 4
7	Edad	4	18-25 1 26-35 2 36-45 3 Más 45 4
8	Ocupación	5	Estudiante 1 Profesional (Indep) 1 Empleado 2 Otros 3 4
9	En los feriados, fines de semana o vacaciones ¿usted viaja desde su localidad a distintas regiones o ciudades del Ecuador?	6	Si 1 No 2 No contesta 0
10	Si usted es de otra nacionalidad contestar esta pregunta ¿La razón principal de su estadía en el país es el turismo?	7	Si 1 No 2 No contesta 0
11	¿Cuándo usted visita otras ciudades o poblados se hospeda en?	8	Hoteles 1 Hostería 2 Amigos o familiares 3 No Contesta 0
12	¿Cuántas noches se hospeda generalmente?	9	1 a 2 noches 1 3 a 4 noches 2 Más de 5 noches 3 No contesta 0
13	¿Cuál es su forma de viaje?	10	En familia 1 Grupo/Trabajo 2 Amigos 3 Solo 4 No Contesta 0
14	En que meses prefiere viajar? Enero	11a	Si 1 No 0
15	En que meses prefiere viajar? Febrero	11b	Si 1 No 0
16	En que meses prefiere viajar? Marzo	11c	Si 1 No 0
17	En que meses prefiere viajar? Abril	11d	Si 1 No 0
18	En que meses prefiere viajar? Mayo	11e	Si 1 No 0
19	En que meses prefiere viajar? Junio	11f	Si 1 No 0
20	En que meses prefiere viajar? Julio	11g	Si 1 No 0
21	En que meses prefiere viajar? Agosto	11h	Si 1 No 0
22	En que meses prefiere viajar? septiembre	11i	Si 1 No 0
23	En que meses prefiere viajar? Octubre	11j	Si 1 No 0
24	En que meses prefiere viajar? Noviembre	11k	Si 1 No 0
25	En que meses prefiere viajar? Diciembre	11l	Si 1 No 0
26	En que meses prefiere viajar? No hay preferencia		Si 1 No 0
27	Indique en orden de preferencia qué lugares para hacer turismo prefiere en sus vacaciones. (Nevados, Montaña y Paramos)	12a	Menos Preferido 1 Preferido 2 Muy Preferido 3 No Contesta 0



29	Indique en orden de preferencia qué lugares para hacer turismo prefiere en sus vacaciones. (Sol y Playa)	12c	Menos Preferido Preferido Muy Preferido No Contesta	1 2 3 0
30	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse. (Atención al Cliente)	13a	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
31	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse. (Atractivos Turísticos de la Zona)	13b	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
32	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse. (Cercanía a la Ciudad)	13c	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
33	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse. (Diversidad de Servicios)	13d	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
34	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.(Entorno Natural (clima, flora, fauna))	13e	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
35	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.(Exclusividad)	13f	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
36	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.(Infraestructura)	13g	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
37	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.(Precio)	13h	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
38	Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse.(Vías de Acceso y Servicios Básicos)	13i	Poco importante Importante Muy importante No contestó	1 2 3 0
39	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. Cabalgatas (paseos a caballo)	14a	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
40	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. (Camping)	14b	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
41	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. (Observación de Especies)	14c	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
42	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. (Pesca Deportiva)	14d	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
43	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. (Rafting)	14e	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
44	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. Tarabitas (primitivo teleférico)	14f	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
45	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. Trekking (caminatas)	14g	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
46	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. (Conocer Actividades de Granja)	14i	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
47	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. Tarabitas (primitivo teleférico)	14k	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0
48	Evalúe de acuerdo a su importancia las actividades que le gustaría realizar en una hostería. (Visita a Otros atractivos Turísticos)	14l	No me gustaría Practicar Me gustaría Practicar Poco Me da igual Me gustaría practicar Me gustaría mucho practicar. No contesta	0 1 2 3 4 5 0

## ANEXO N°6: TABLA DE COSTOS RESTAURANTE

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<i>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</i>			
<b>PLATO:</b>	<b>POLLO ASADO</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>20 MIN.</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Arroz	libra	0,25	0,15
Guarnición	Tomate	unidad	0,05
	Cebolla	unidad	0,05
	Pepinillo	unidad	0,05
Papas	libra	0,5	0,15
Pollo	libra	1	1,25
Aceite	litro	0,1	0,25
Sal	libra	0,01	0,05
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			2,10
Margen de Utilidad			1,40
Precio de Venta			3,50

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<i>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</i>			
<b>PLATO:</b>	<b>Chuletas con Papas Rancheras</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>20 MIN.</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Arroz	libra	0,25	0,15
Guarnición	Tomate	unidad	0,05
	Cebolla	unidad	0,05
	Pepinillo	unidad	0,05
Papas	libra	0,5	0,15
Perejil	unidad	1	0,03
Pollo	libra	0,25	0,45
Aceite	litro	0,1	0,25
Sal	libra	0,01	0,05
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			1,33
Margen de Utilidad			2,17
Precio de Venta			3,50

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	<b>Pescado al Vapor</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>20 MIN.</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Arroz	libra	0,25	0,12
Guarnición	Tomate	unidad	0,05
	Cebolla	unidad	0,05
	Pepinillo	unidad	0,05
Papas	libra	0,5	0,15
Perejil	unidad	1	0,03
Pescado	libra	0,5	1,00
Aceite	litro	0,1	0,25
Sal	libra	0,01	0,05
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			1,85
Margen de Utilidad			1,65
Precio de Venta			3,50

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	<b>Desayuno Continental</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>20 MIN.</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Leche	litro	0,25	0,15
Jugo	Fruta Temp.	unidad	0,15
	Agua	unidad 25 cc	0,25
Huevos	unidad	2	0,10
Pan	unidad	2	0,30
Queso	rodajas	1	0,10
Sal	libra	0,01	0,05
Pimienta	libra	0,01	0,05
Azúcar	cucharadas	3	0,12
Chocolate	cucharadas	1	0,1
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			1,47
Margen de Utilidad			0,53
Precio de Venta			2,00

<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	<b>Desayuno Autóctono</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>20 MIN.</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Leche	litro	0,25	0,15
Jugo	Fruta Temp.	unidad	0,15
	Agua	unidad 25 cc	0,25
Huevos	unidad	2	0,10
Arroz	libra	0,25	0,12
Verde	unidad	0,3	0,07
Yuca	unidad	0,3	0,07
Queso	rodajas	1	0,10
Sal	libra	0,01	0,05
Pimienta	libra	0,01	0,05
Azúcar	cucharadas	3	0,12
Chocolate	cucharadas	1	0,1
Aceite	litro	0,05	0,12
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			1,54
Margen de Utilidad			0,46
Precio de Venta			2,00

<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	<b>Flan</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>20 MIN.</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Leche	litro	0,25	0,15
Flan	unidad	0,5	0,20
Cereza	unidad	1	0,08
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			0,53
Margen de Utilidad			0,47
Precio de Venta			1,00

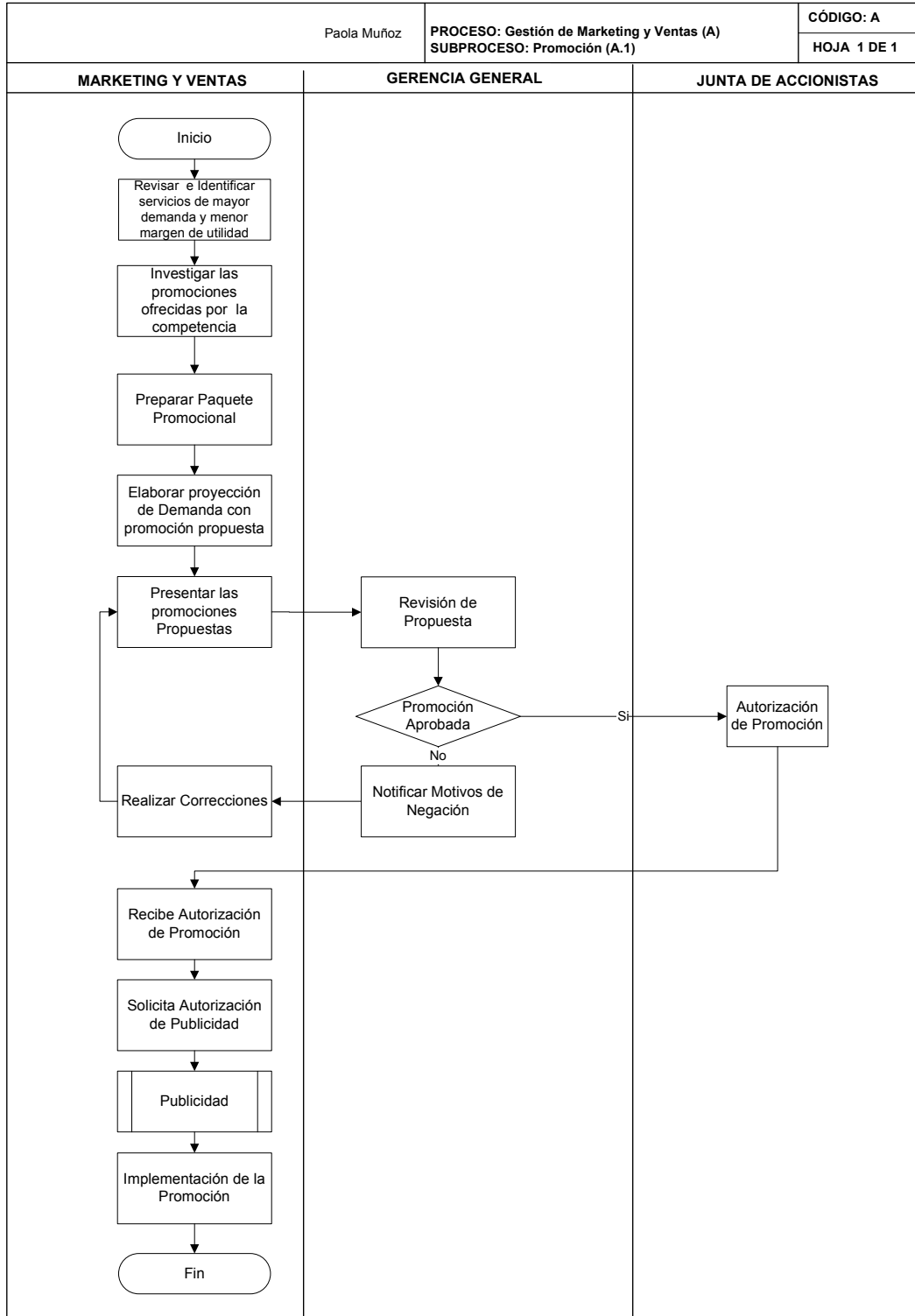
<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	Frutas en Almibar	<b>PORCIÓN:</b>	1
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	20 MIN.		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Fruta de Temporada	libra	0,25	0,2
Azúcar	libra	0,5	0,18
Especias	unidad	1	0,02
Gas			0,05
Otros			0,02
Total			0,47
Margen de Utilidad			0,53
Precio de Venta			1,00

<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	Mousee	<b>PORCIÓN:</b>	1
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	20 MIN.		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Leche	litro	0,25	0,15
Leche Condensada	unidad	0,1	0,10
Fruta	unidad	1	0,15
Azúcar	cucharadas	3	0,12
Huevos	unidad	2	0,2
Otros			0,05
Total			0,77
Margen de Utilidad			0,23
Precio de Venta			1,00

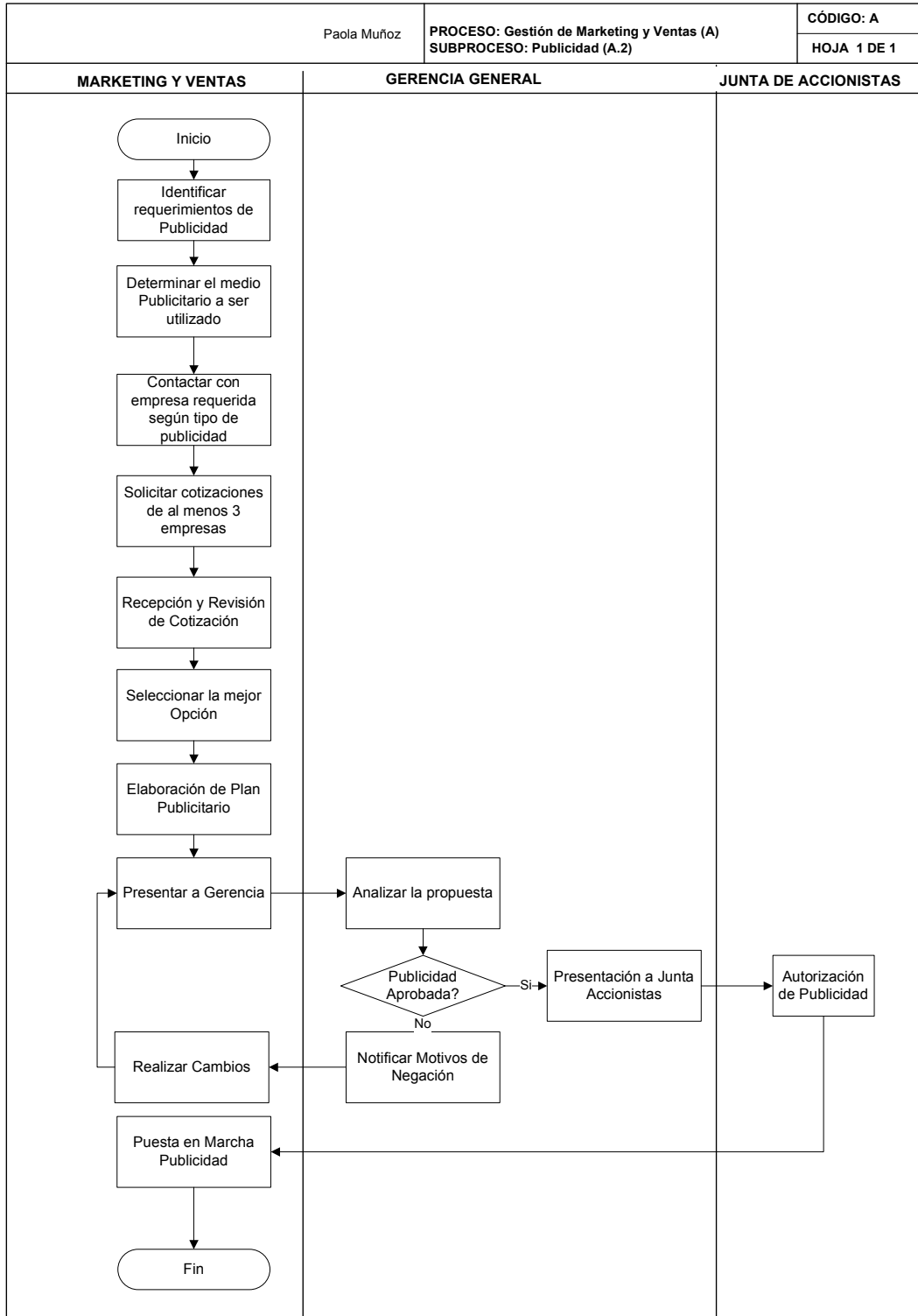
<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>			
<b>PLATO:</b>	Menú del Día	<b>PORCIÓN:</b>	1
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	20 MIN.		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Arroz	libra	0,25	0,12
Jugo	Fruta Temp.	unidad	0,08
	Agua	unidad 25 cc	0,25
Carnes	unidad	1	0,30
Sopa			0,30
Guarnición			0,30
Sal			0,05
Condimentos			0,20
Aceite			0,1
Gas			0,05
Otros			0,05
Total			1,80
Margen de Utilidad			0,70
Precio de Venta			2,50

<b>CUADRO DE COSTOS PLATOS DE RESTAURANTE</b>				
<b>PLATO:</b>	<b>Bebidas-Jugos</b>	<b>PORCIÓN:</b>	<b>1</b>	
<b>TIEMPO DE PREPARACION:</b>	<b>6 Min.</b>			
<b>INGREDIENTES</b>		<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
<b>Jugo</b>	<b>Fruta Temp.</b>	unidad	1	0,2
	<b>Agua</b>	unidad 25 cc	0,5	0,25
<b>Azúcar</b>		cucharadas	3	0,12
<b>Otros</b>				0,03
			Total	0,60
			Margen de Utilidad	0,40
			Precio de Venta	1,00

# ANEXO N°7.A : PROCESO PROMOCIÓN

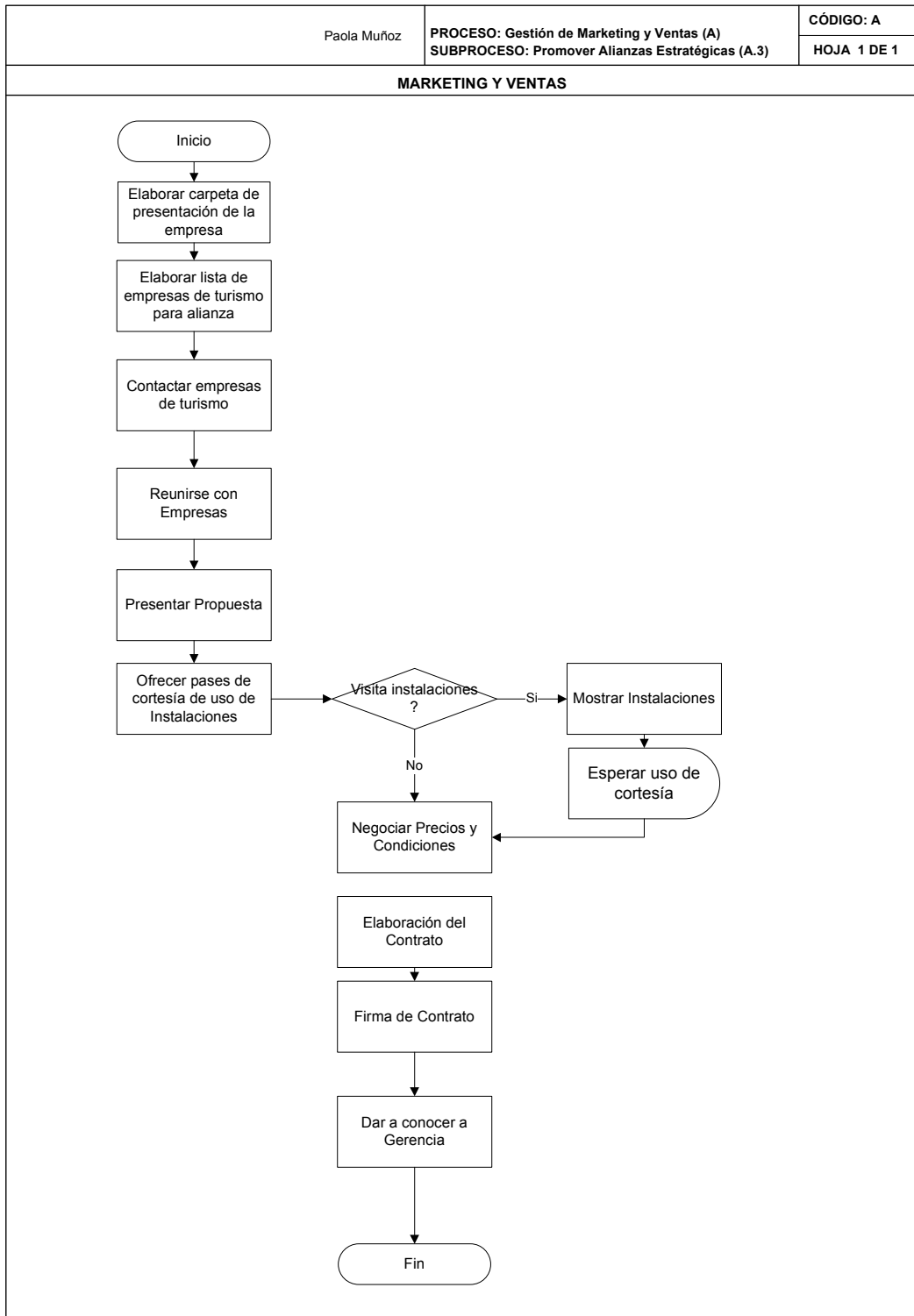


## ANEXO N°7.B : PROCESO PUBLICIDAD



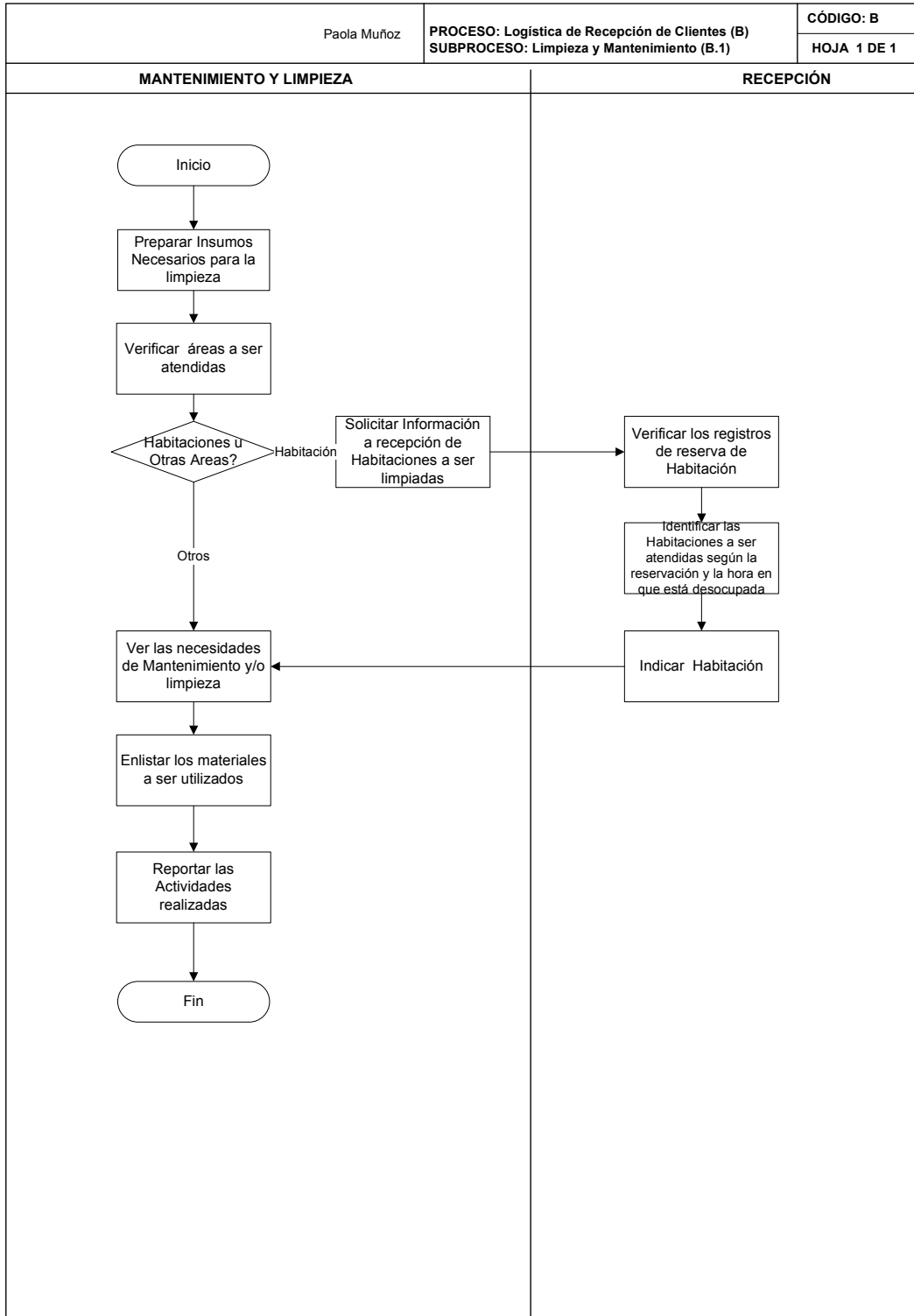


# ANEXO N°7.C : PROCESO PROMOVER ALIANZAS ESTRATEGICAS

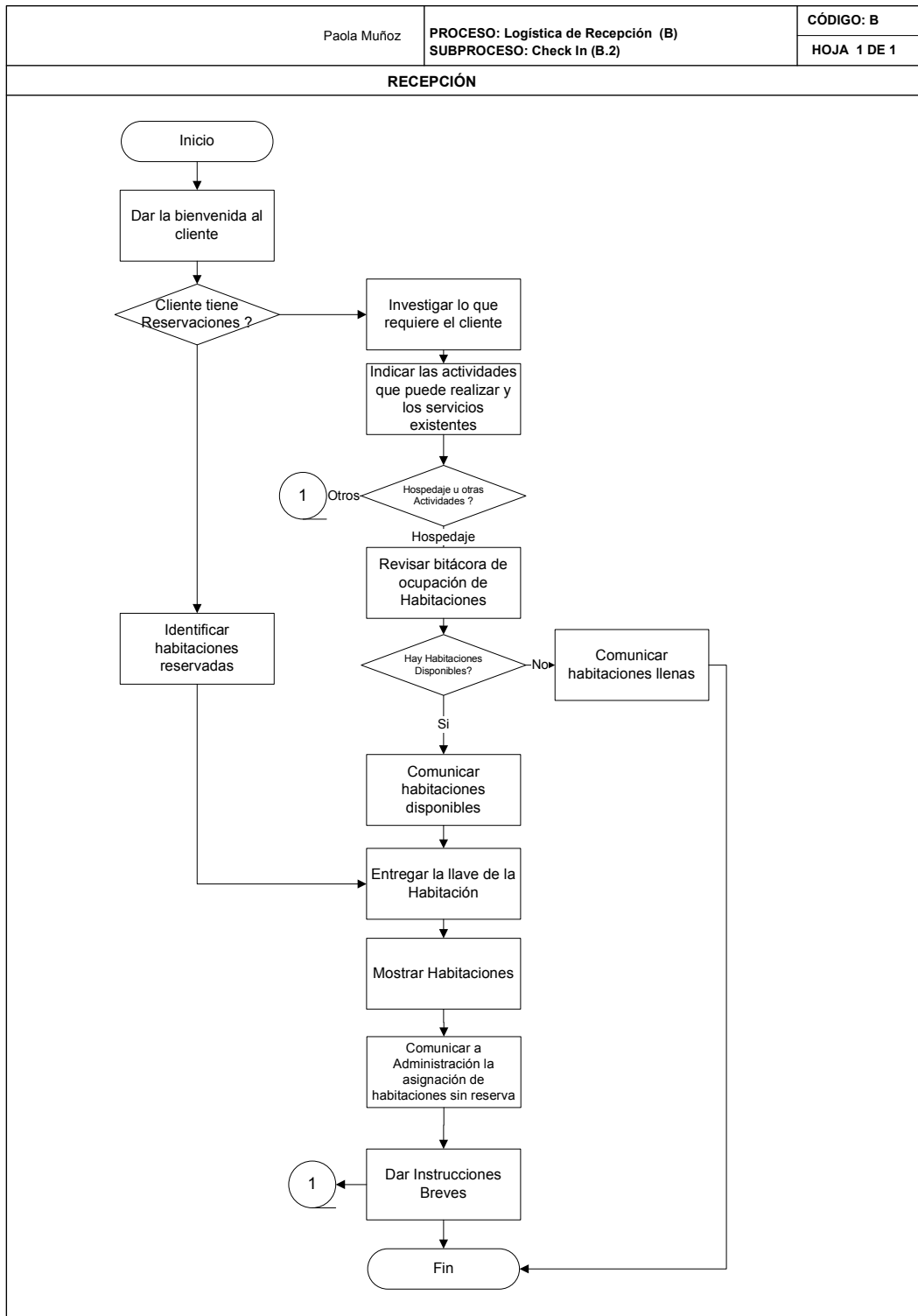




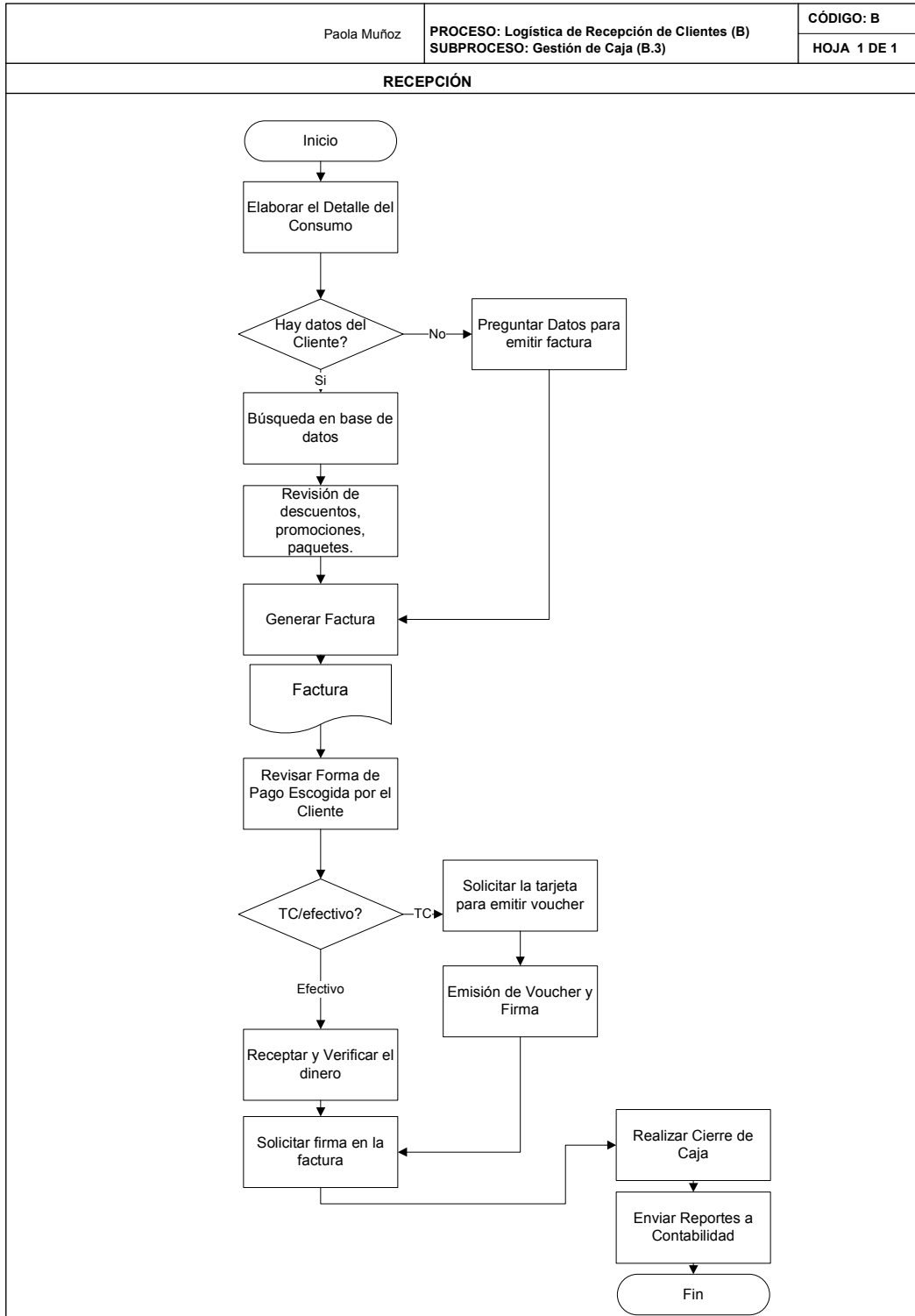
## ANEXO N° 7.E: LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO



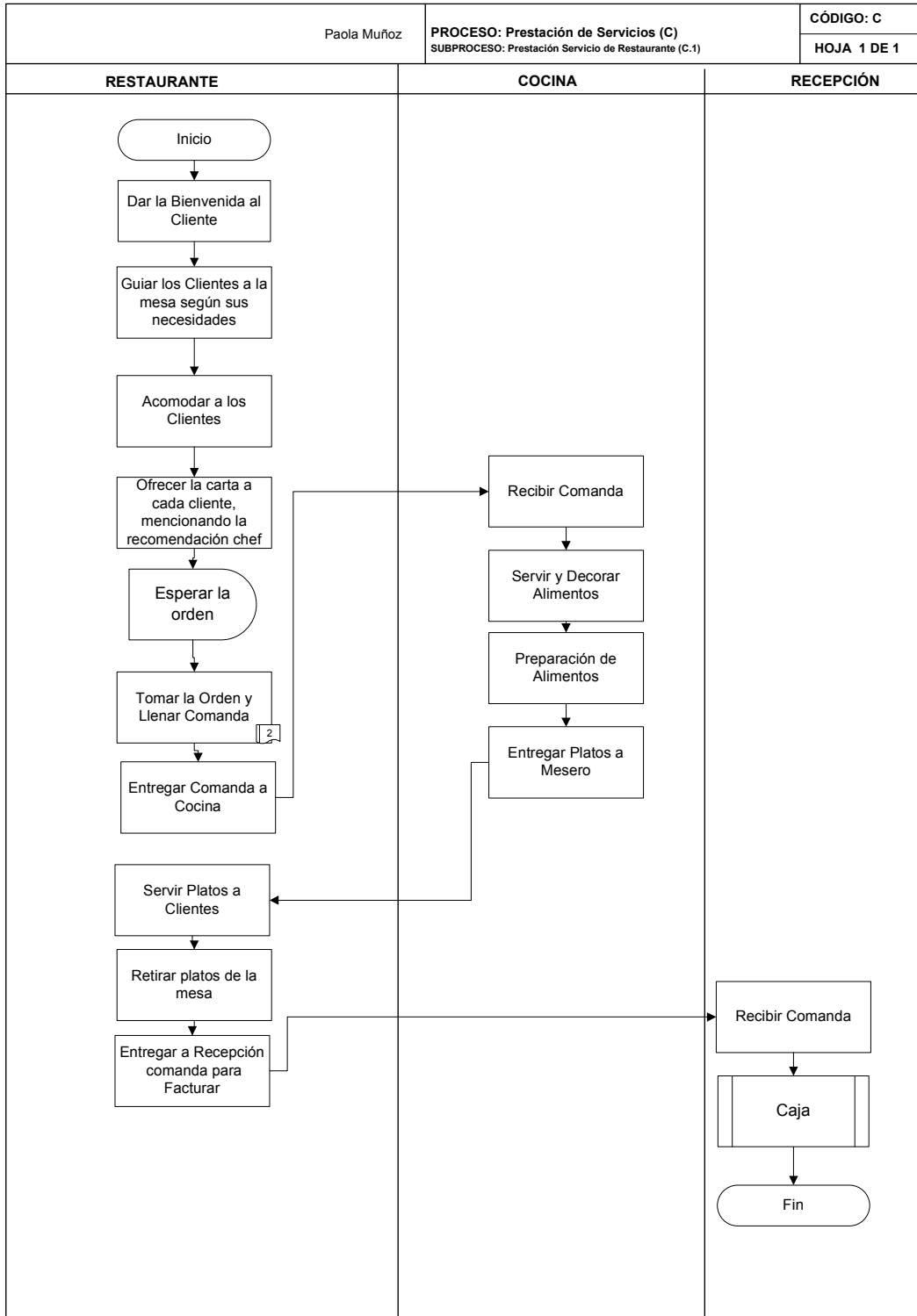
# ANEXO N°7.F: PROCESO CHECK IN



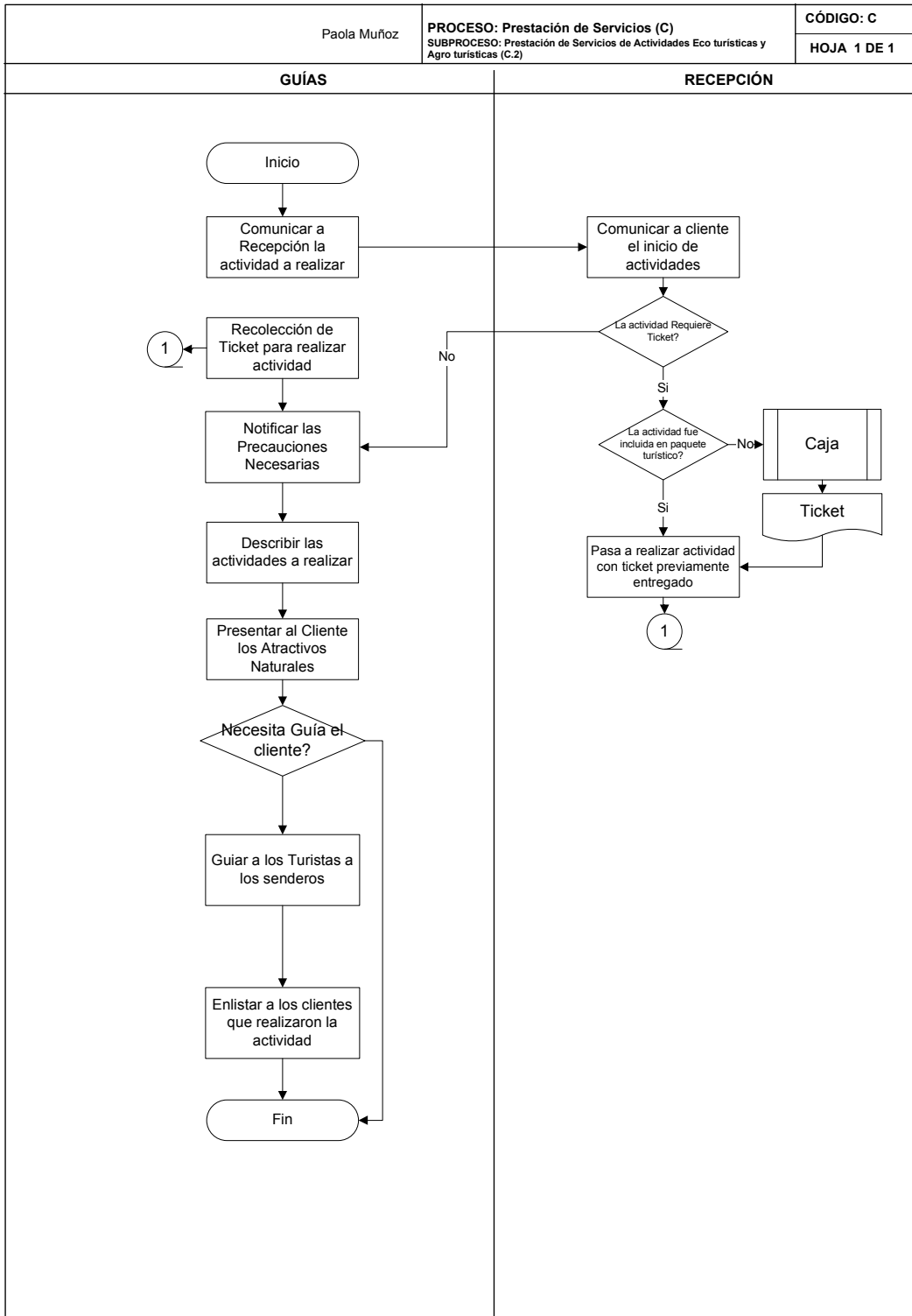
# ANEXO N°7.G: PROCESO GESTION DE CAJA



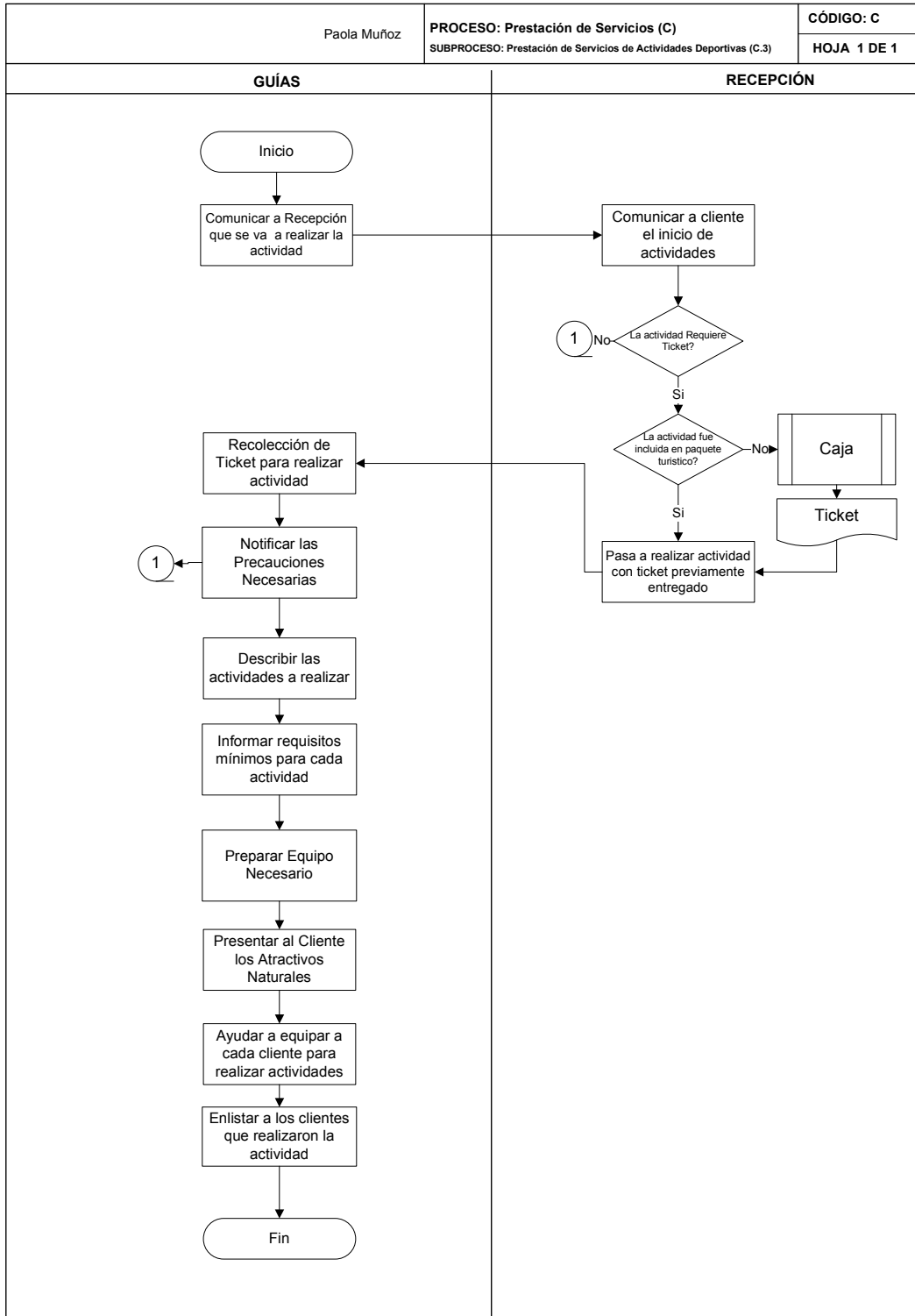
# ANEXO N°7.H: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS RESTAURANTE



# ANEXO N° 7.I: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS ECOTURISTICAS Y AGROTURISTICAS

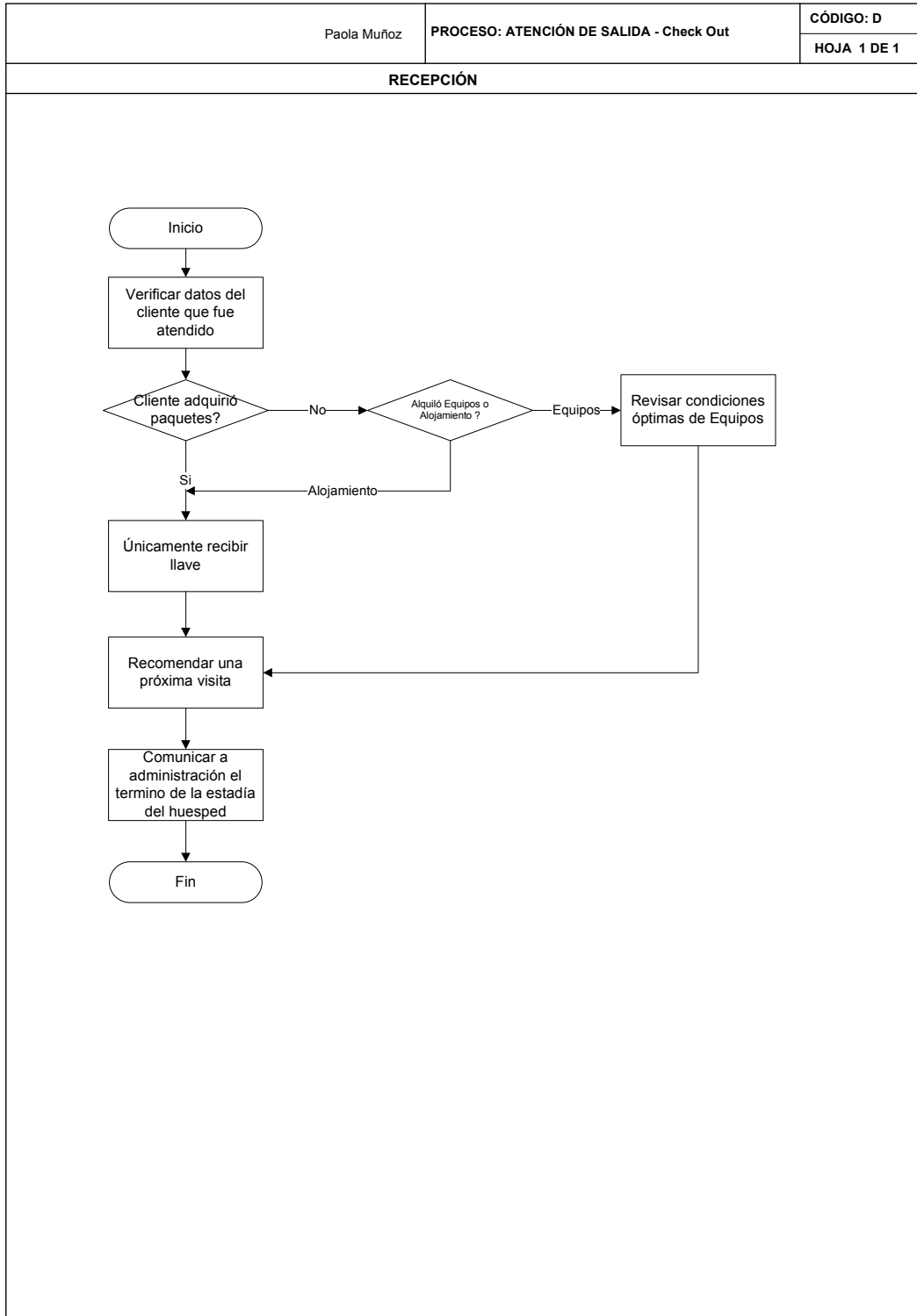


# ANEXO N°7.J: PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS DEPORTIVOS





# ANEXO N°7.K: PROCESO CHECK OUT



## ANEXO N°8: DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS

<i>Hostería Mundo Natural</i>	
<u>Requerimiento de Muebles y Enseres</u>	
Nombre	Descripción
<b>MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA</b>	
Archivador	Servirá para archivar documentos, fichas u otros papeles. Las dimensiones del equipo es de 1.60 x 0.6 x 1.50 metros
Sillas Giratorias	Recubiertas
Basureros	Plástico
Estación de Trabajo	Las dimensiones son de: 1.50 x 1.50 metros y cuenta con tres cajoneras
Escritorio	Compartimentos para archivador , metalico, desmontable
<b>MUEBLES Y ENSERES PARA HOSTERÍA</b>	
Camas	CAMAS MADERA LAUREL con garantía, dos plazas.
Literas	Litera De Plaza Y Media, Tiene 2 Cajones Grandes A Un Costado Protector En La Parte Alta, Y Una Escalera. Elaborado Con Madera Sólida
Mesas y Sillas de Rest.	Madera acabado rustico silla y mesa capacidad 4 personas
Mueble para Recepción	Madera, compartimiento para equipos y caja
Sillas de Descanso	Madera con recubrimiento acolchonado rustico
Sillon de Espera	Recubiertas con finos acabados
Sillas Mviles	Recubiertas con finos acabados
Muebles con Espejo	Peinador con Armario y cajones
Estantes	Varias Dimensiones
Basureros	Plasticos
Veladores	MADERA LAUREL con garantía
<b>Menaje de Habitaciones</b>	
Cobijas	2 y 1 1/2 plazas
Colchón	Colchon de plaza y media
	Colchon de dos plazas
Edredones	2 y 1 1/2 plazas Plumón
Cubrecolchones	2 y 1 1/2 plazas Plumon
Sabanas	2 y 1 1/2 plazas
Almohadas	Plumón 60 com longitud
Alfombras	Dimensiones 1 mm. X 50 cm.
Cortinas	Dimensiones1,50m X 80 cm
Toallas	Dimensiones 70 cm X 50cm

---

**Hostería Mundo Natural**

---

**Requerimiento de Maquinarias y Equipos**

Nombre	Descripción
Cocina Industrial	Hornillas de 40 x 40 cms con quemadores importados de capacidad calorífica de 30.000 BTUS. Plancha para carnes de 40a x 60f cms. en el lateral de la cocina con recogedor de desperdicios en el frente. Mueble construido en acero inoxidable y patas en tubo redondo de acero inoxidable. Horno de Gas con válvula de paso sin termostato (opcional) con puerta de cierre autónomo, manija de acero inoxidable. Respalda en lámina de acero inoxidable. REQUERIMIENTO DE GAS: 3-5 lbs/ pulg. de presión
Lavadora	Lavadora digital para programar fases de lavado Capacidad 50 libras
Secadora	Secadora digital uso de gas 23 kg.
Refrigeradora	Fabricación Nacional de 2 puertas frontales. Frente y puertas en acero inox. 304 1 mm. Laterales del mueble en acero inox. 304 1 mm. Paredes interiores y piso de acero inoxidable. Aislamiento de Poliuretano inyectado. Enfriamiento por aire forzado. Motor compresor TECUMSE Francés de 1/2 HP. Requerimiento eléctrico de 115/60/1 v. Dimensiones exteriores: 148 x 80 x 200 cts. Alto.
Horno Microondas	MICROONDAS XO1100DMSS INOXIDABLE MABE
Licuada	OSTER con asas de acero Inoxidable
Batidora	Desmontable de pedestal con cucharetas de acero Inoxidable
Televisor	TELEVISOR RT-21PFSLIM RIVIERA
DVD	Philips modelo completo con conexión USB para descargar canciones, fotografías. Incluido Lector Multifomato
Mini Componente	MINICOMPONENTE MAX-T55G/T SAMSUNG;* PMPO 1,300W.* 35W/ch RMS. Reproduce MP3/WMA CD, CD-R/RW. Carrusel para 3 Discos. 3 modos de ecualización.
Balanza	Acero Inoxidable 50 libras
Soporte para TV	Soporte para pared resistencia 50 kg.
Mesones	Acero Inoxidable 50 libras
Parrilla	Para ser utilizado en complemento con cocina

---

**Hostería Mundo Natural**

---

**Requerimiento Cubertería y Loza**

Nombre	Descripción
Cucharas	Postre
	Sopera
Cuchillos	Carne
	Pescado
Cubiertos	Tenedor
Vajilla	1 Juego contiene: Plato sobero, Plato base, Plato postre, plato tendido, tasa, soporte de tasa. café, plato café, tasa grande
Porta Servilletas	Decorado para centro de mesa

---

---

**Hostería Mundo Natural**

**Requerimiento en Cristalería**

Nombre	Descripción
Vasos Grandes	vasos capacidad para 5 onz.
Jarras	Vidrio 1 litro
Vasos Pequeños	vasos capacidad para 2 onz.
Copas	Helado

---

---

**Hostería Mundo Natural**

**Requerimiento de Menaje**

Nombre	Descripción
Abrelatas	Acero Inoxidable 10 cm.
Colador	Fabricada en acero inoxidable con terminado pulido, a prueba de despostillamiento.
Jugo de Cuchillos	Cuchillos 12 piezas
Exprimidores	Para limon , plastico
Moldes	Postre Pequeños por 12 pax. Grande de 1 litro 30cm x 20cm
Juego de Ollas acero Inoxidable	Ollas en acero inoxidable ,sin riesgo de contaminación, con una base de 5mm. de espesor para transferencia alta de calor desde el exterior hacia el interior. 10 pizas
Pelador	Acero
Puntillas	para decoración
Juego de Sartenes Teflón	Teflón colorido de peltre anti-adeherente, de fácil limpieza. De aluminio 3004 a prueba de despostillamiento 3 piezas
Olla de Presión	Capacidad 6 litros
Recipientes	Plastico mediano Vidrio mediano Acero Inoxidable
Tabla de Corte	Bandejas de corte de policarbonato, de fácil limpieza y resistentes.
Bandejas	Porcelana mixta
Ensaladeras	Plastico resistente
Tenedor	Espátulas fabricadas en acero inoxidable con mango madera de alta resistencia al calor.
Cucharones	Cucharones con acabado tipo espejo, cucharón y mango reforzados formando una sola pieza, fabricados en acero inoxidable.
Espatula	Espátulas fabricadas en acero inoxidable con mango madera de alta resistencia al calor.
Saleros y Condimenteros	
Cortador de Papas	Cortador de papas para trabajo pesado, en acero inoxidable y hierro fundido, a prueba de corrosión. Operación manual hasta 50 lbs. de papas por hora, para montaje en la pared.
Manga	decoracion

---

**Hostería Mundo Natural**

---

**Requerimiento en Equipos de Computación**

Nombre	Descripción
Computador	Procesador Intel Dual Core 1,8 Ghz Memoria 1024 Mb Ddr2 Disco Duro 160gb Serial Ta Drive Optico Dvd-Rw Super Multi Lector De Tarjetas Multicard 5-1 Soporte Grafico Integrado Con Intel Extreme Audio Hd 5,1 Chanel Modem 56kbps Ethernet Lan 10/100 Mbps Case Atx Fox Comm 550 Wats Monitor Lcd 19" Lg Parlantes Alta Fidelidad 120w Teclado Ps/2 Multimedia Mouse Optico Con Scroll Navegador Para Internet Regulador De Voltaje 1200w
Teléfono	Teléfono inalámbrico de largo alcance 2,4ghz. Identificador de llamadas, función de transferencia de llamadas entre teléfonos y conferencia de 2 vías contestadora digital Panasonic (2x1)
Impresora Tinta	Memoria de recepción de Fax de 160 pag. Impresora, scanner y copiadora. Puerto USB Lexmar
Impresora Matricial	EPSON LX300+

---

**Hostería Mundo Natural**

---

**Requerimiento en Semovientes**

Nombre	Descripción
Caballos	Impuros estatura aproximada, 150 cm Descendencia del caballo de paso colombiano o peruano (paso fino o Frison)
Vacas	Holstein peso aprox. 675 Kg. Con una altura a la cruz de unos 150 cm
	Brahman Rojo
Pollos	Hubbard o pollitos BB
Conejos	Frenchlop small
Pesces	Alevin Trucha
Semillas	Frutales, vegetales, hortalizas 500 gr.

---

**Hostería Mundo Natural**

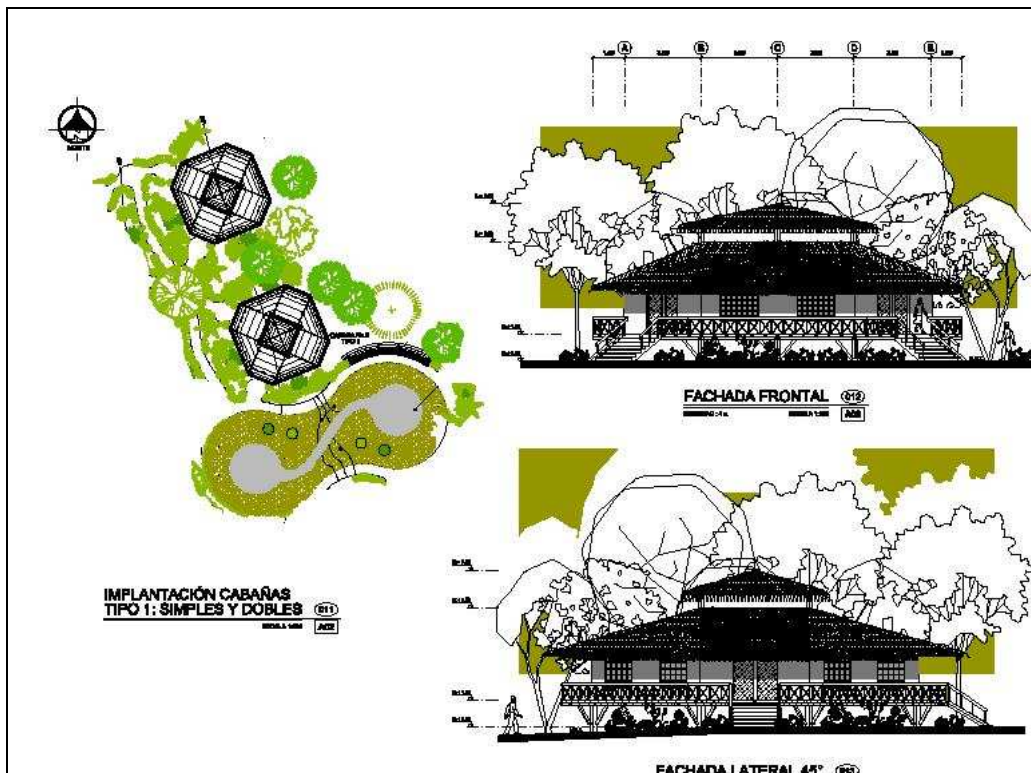
---

**Requerimiento en Equipo Deportivo**

Nombre	Descripción
Carpas	Carpa Coleman De 3 Personas
Cascos	Material resistente Para impactos de
Traje	Traje De Neopreno Para Buceo
Linterna	Linterna Dinamo
Botas	Resistente al filtro de agua
Bolsa de Dormir	Sleeping Bag Negro
Bote	Bote Mariner de rafting - 15 pies con todo su equipo y un juego de remos
Mallas	

<b>Cuerdas</b>	Fundamentalmente, existen las llamadas cuerdas simples (diámetro 10-11.5 mm.), o las cuerdas para usar en doble (diámetro 8-10 mm.), que solo deben utilizarse de esta manera, y presentan ventajas en terrenos alpinos. La medida básica de la cuerda es de 50-60 metros de largo.
<b>Cascos</b>	cascos con norma DIN. De acuerdo con esta norma, los cascos deben tener una resistencia a la penetración muy alta
<b>Mosquetones</b>	se fabrican unos en forma de "D" y otros en forma de pera y se emplean en los aseguramientos en la escalada
<b>Bolsas de Magnesio</b>	que el magnesio impidira que tus manos resbalen por la humedad de tus manos
<b>Calzado de Escalada</b>	Suelas de goma cosida sin ,relieve Zapatos blandos o semirígidos
<b>Arnes de Cintura</b>	Cierre incluido. En cuanto este quede cerrado y pasado hacia atrás, el arnés queda listo para su utilización.
<b>Cañas pesacar</b>	Caña de pescar con estuche para llevar y caja de implementos para la pesca la caña incluye carrete con naylor y apoya caña
<b>Chalecos</b>	Material resistente con doble recubierta de protección

## ANEXO N°9: DISEÑO EXTERNO DE INSTALACIONES

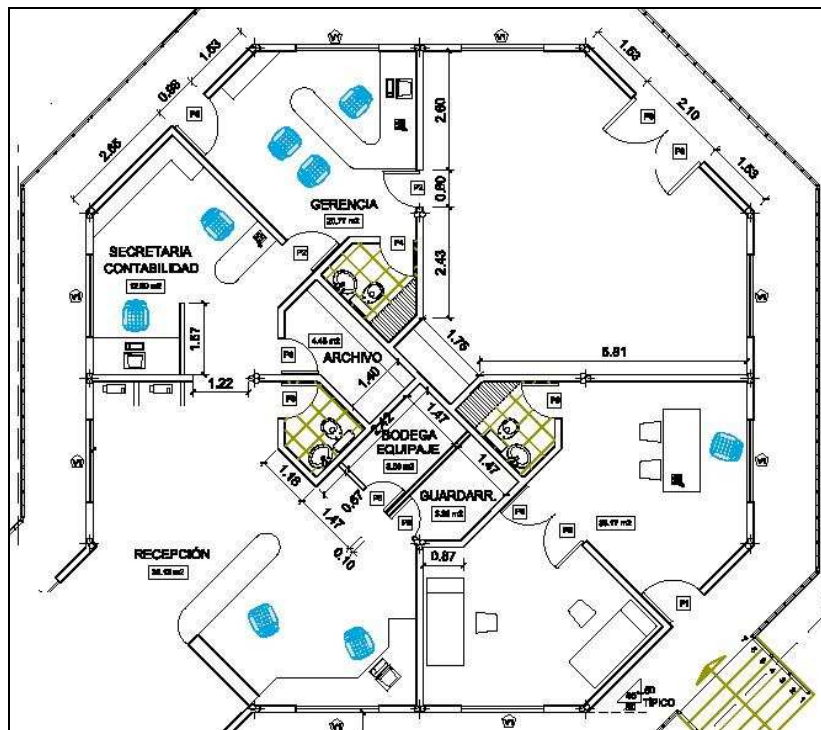
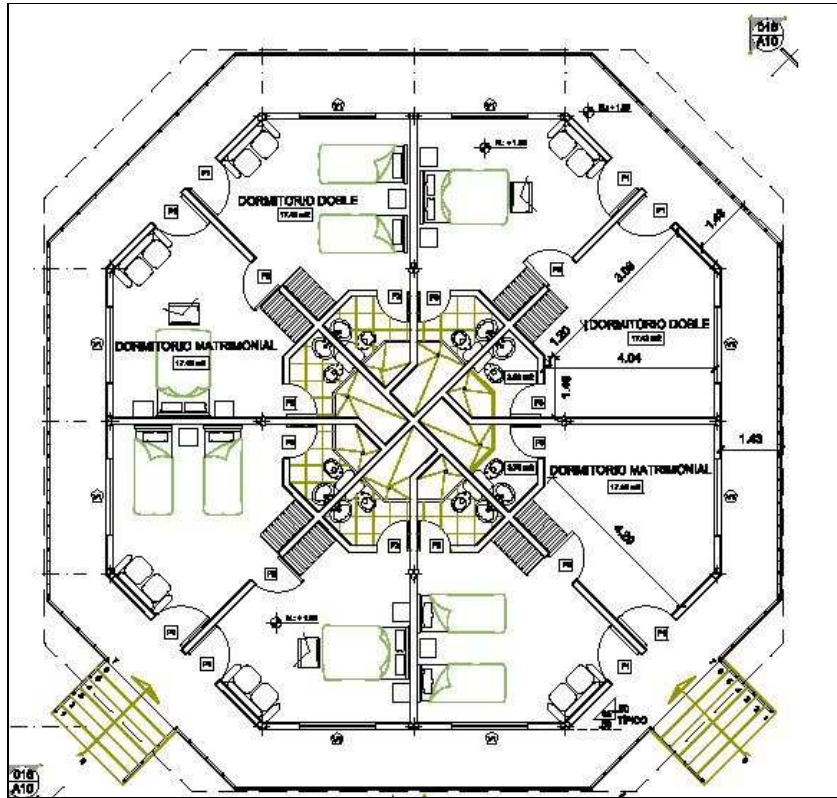


Arquitecto Giovanni Enríquez



Arquitecto Giovanni Enríquez

# ANEXO N° 10: DISEÑO DE INTERNO



Arquitecto Giovanni Enríquez





# ANEXO N°11: SOLICITUD PERMISO SANITARIO



**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**  
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA  
DEPARTAMENTO DE CONTROL SANITARIO  
Najla 525 y García Moreno.  
PISO: 2. 880-650



## SOLICITUD PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Año: \_\_\_\_\_

SEÑOR DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA:

Yo, \_\_\_\_\_, solicito a usted, se sirva considerarme el correspondiente PERMISO DE FUNCIONAMIENTO para el establecimiento:

Ubicado en: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
calle casa número

He suscrito el listado de compromisos a los requisitos previos y dejo expresa constancia de que me comprometo a lo siguiente:

- 1.- No admitir empleados nuevos, sin previa obtención del Certificado de Salud.
- 2.- Preparar a todos mis empleados, previas reglas sanitarias de trabajo y cuidar de que éstas se encuentren limpias.
- 3.- Tener toda la infraestructura que obligan los Reglamentos Sanitarios.
- 4.- Participar involucramiento en caso de cambio de local.

De usted muy atentamente,

\_\_\_\_\_

### PARA USO DE CONTROL SANITARIO

El local cumple con los requisitos reglamentarios para funcionar como:

CLASIFICACIÓN DEL LOCAL : \_\_\_\_\_  
CATEGORÍA : \_\_\_\_\_  
TASA : \_\_\_\_\_  
ZONA : Urbana ( )  
Rural ( )

Visto Bueno,

\_\_\_\_\_  
SUPERVISOR

Permiso de Funcionamiento: Autoriza ( )  
Número de Certificado de Salud: \_\_\_\_\_  
Código de Ciudadanía Representante ( )  
Otro: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO N° 12: CUOTA DE AFILIACIÓN

### CÁMARA DE TURISMO DE PICHINCHA, CAPTUR REGLAMENTO DE CUOTAS

#### CAPITULO I

#### DE LAS CUOTAS DE AFILIACIÓN

**Art. 1.** - Conforme al Reglamento de Afiliaciones los prestadores de servicios turísticos que se afilien a CAPTUR deben pagar una cuota de admisión según el capital social, o el patrimonio involucrado en la actividad para las personas naturales. La cuota de admisión será pagada conforme al siguiente cuadro:

	CAPITAL O PATRIMONIO				CUOTA DE ADMISIÓN	
DE	USD.	200,01	A	USD.	400,00	USD. 50,00
DE	USD.	400,01	A	USD.	800,00	USD. 70,00
DE	USD.	800,01	A	USD.	2.000,00	USD. 120,00
DE	USD.	2.000,01	A	USD.	4.000,00	USD. 180,00
DE	USD.	4.000,01	A	USD.	8.000,00	USD. 240,00
DE	USD.	8.000,01	A	USD.	16.000,00	USD. 280,00
DE	USD.	16.000,01	A	USD.	32.000,00	USD. 350,00
DE	USD.	32.000,01	A	USD.	40.000,00	USD. 380,00
DE	USD.	40.000,01			EN ADELANTE	USD. 450,00

**Art. 2.** - Si por cualquier circunstancia no fuere factible demostrar el capital o el patrimonio involucrado se pagará la cuota mínima prevista en el cuadro que antecede, reservándose CAPTUR el derecho de comprobar tal circunstancia o el de establecer la diferencia a pagar.

La cuota máxima por admisión es la cuota mayor prevista en el mismo cuadro.

**Art. 3.** - Si el Ministerio de Turismo regulare una inversión mínima o capital por tipo o sector de actividad, como es el caso de las agencias de viaje, no se admitirá afiliaciones por valores menores en capital o inversión a los señalados por el Ministerio de Turismo.

**Art. 4.** - La cuota de admisión para empresas nuevas siempre será considerado como pago por afiliación provisional, misma que se reajustará, de ser el caso, al momento de la afiliación definitiva. Se deberá pagar un valor por registro de aumentos de capital o inversión que corresponde a la diferencia entre la cuota de la categoría vigente y la prevista para la nueva según la escala del Art. 1. En el caso de que el aumento se realice dentro de la misma escala o supere el máximo previsto en la tabla, el valor a pagar por registro de aumento de capital será igual al valor a pagar si se tratase de afiliación provisional.

**Art. 5.** - Con la cuota de afiliación las empresas nuevas pagarán al menos tres mensualidades anticipadas de cuotas sociales y los demás importes que el Directorio determine. Las cuotas subsiguientes mensuales se deberán pagar en forma bimestral.

**CAPITULO II**  
**DE LAS CUOTAS MENSUALES ORDINARIAS**

**Art. 6.** - Los valores de las cuotas mensuales que cada socio debe pagar a CAPTUR, según el sector de actividad turística, son los siguientes:

1. - SECTOR HOTELERÍA: La cuota mensual se determinará multiplicando el número de habitaciones por el factor respectivo, de acuerdo a la siguiente tabla:

**ALOJAMIENTO HOTELERO**

<u>HOTELES:</u>	<b>factor</b>
Lujo	1,18
Primera	0,89
Segunda	0,67
Tercera	0,44
Cuarta	0,40

<u>HOTELES RESIDENCIAS:</u>	
Primera	0,73
Segunda	0,61
Tercera	0,44
Cuarta	0,40

<u>HOTELES APARTAMENTOS:</u>	
Primera	0,89
Segunda	0,61
Tercera	0,44
Cuarta	0,40

HOSTALES / HOSTALES-RESIDENCIA / PENSIONES / CABAÑAS /  
REFUGIOS / ALBERGUES:

Primera	0,73
Segunda	0,61
Tercera	0,44

HOSTERIA / PARADORES:

Primera	0,89
Segunda	0,73
Tercera	0,61

MOTEL:

Primera	0,89
Segunda	0,72
Tercera	0,44

La cuota mínima del sector de Hospedaje: USD. 15,08

## ANEXO N°13: SOLICITUD AFILIACION CAMARA DE TURISMO

PERSONAS JURIDICAS	PERSONAS NATURALES	
--------------------	--------------------	--

---

MARQUE UNO DE ACUERDO A SU REGISTRO EN MINISTERIO DE TURISMO

**1.- ACTIVIDAD**

HOTELERIA, HOSPEDAJE Y AFINES	<input type="radio"/>
AGENCIA DE VIAJES, AGENCIA OPERADORA O AGENCIA MAYORISTA	<input type="radio"/>
TRANSPORTE AEREO, TERRESTRE Y ACUATICO TURISTICO	<input type="radio"/>
ALIMENTOS Y BEBIDAS	<input type="radio"/>
OTRAS ACTIVIDADES TURISTICAS	<input type="radio"/>

---

**2.- DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA NATURAL**

Nombres y Apellidos	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Dirección Domiciliaria	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Teléfono	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Fax	<input style="width: 150px;" type="text"/>
Cédula de Identidad	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Pasaporte	<input style="width: 150px;" type="text"/>
Nacionalidad	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Casilla	<input style="width: 150px;" type="text"/>

---

**3.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO TURISTICO**

RAZON SOCIAL	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
NOMBRE COMERCIAL	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
R.U.C	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
CATEGORIA	<input style="width: 150px;" type="text"/>	NUMERO DE MESAS / HABITACIONES	<input style="width: 150px;" type="text"/>
Dirección del establecimiento	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Si se encuentra fuera de la ciudad favor escriba dirección en Quito para poder enviar correspondencia			
	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Teléfonos	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Fax	<input style="width: 150px;" type="text"/>
E-mail	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Página Web	<input style="width: 150px;" type="text"/>
Casilla	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Ciudad	<input style="width: 150px;" type="text"/>

---

**4.- REFERENCIAS ECONOMICAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS**

Capital Social	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Matriz	<input style="width: 100px;" type="text"/>	Con sucursales en	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Sucursal	<input style="width: 100px;" type="text"/>	Con matriz en	<input style="width: 100px;" type="text"/>
		N° de empleados	<input style="width: 100px;" type="text"/>

---

**5.- REFERENCIAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS**  
 Dos referencias personales y dos comerciales (nombres y teléfonos)

Apellidos y Nombres	Teléfono (s)
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
Socios principales (nombres y teléfonos)	
Apellidos y Nombres	Teléfono (s)
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>

## ANEXO N°14: DETALLE DE INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS

### CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES

<i>Hostería Mundo Natural</i>				
<u><i>Cabañas Habitaciones Simples y Dobles</i></u>				
Material	Unidad	Cantidad	Precio Unidad	Precio Total
Excavación de Mano Cimientos	m3	17,8	3,20	56,96
Hormigon Cimientos	m3	17,8	83,13	1.479,71
Caña Guadua	m	2613,1	0,90	2.351,79
Latilla de Caña	m2	506,7	1,10	557,37
Tablón de Madera	u	649,8	4,50	2.924,10
Baldosa	m2	34,1	10,50	358,05
Inodoro	u	4	70,00	280,00
Lavamanos	u	4	62,00	248,00
Urinario	u	0	0,00	0,00
Desagues	u	16	9,46	151,36
Tubería PVC 110 mm	m	28,3	3,38	95,65
Tubería PVC 50 mm	m	22,4	1,56	34,94
Codo 110 mm	u	2613,1	1,10	2.874,41
Codo 50 mm	u	2613,1	0,59	1.541,73
Yee 50 mm	u	2613,1	0,98	2.560,84
Sifón	u	16	0,62	9,92
Luminaria Incandesente	u	28	14,22	398,16
Toma Corriente	u	36	10,20	367,20
Puerta Panel Laurel	u	20	98,00	1.960,00
Varios				1.000,00
Ventanas	m2	28,8	42,00	1.209,60
			Total Materiales	20.459,80
			25% Mano de Obra	5.114,95
			Total	25.574,75
			<b>Costo por M2</b>	<b>97,46</b>

**Hostería Mundo Natural**

**Administración- Restaurante - Cocina- Bodegas**

Material	Unidad	Cantidad	Precio Unidad	Precio Total
Excavación de Mano Cimientos	m3	56,1	3,20	179,52
Hormigon Cimientos	m3	56,1	83,13	4.663,59
Caña Guadua	m	7914,6	0,90	7.123,14
Latilla de Caña	m2	1568,5	1,10	1.725,35
Tablón de Madera	u	37	4,50	166,50
Baldosa	m2	203,8	10,50	2.139,90
Inodoro	u	10	70,00	700,00
Lavamanos	u	11	62,00	682,00
Urinario	u	1	0,00	0,00
Desagues	u	36	9,46	340,56
Tubería PVC 110 mm	m	94,2	3,38	318,40
Tubería PVC 50 mm	m	69,4	1,56	108,26
Codo 110 mm	u	2613,1	1,10	2.874,41
Codo 50 mm	u	2613,1	0,59	1.541,73
Yee 50 mm	u	2613,1	0,98	2.560,84
Sifón	u	2613,1	0,62	1.620,12
Luminaria Incandesente	u	28	14,22	398,16
Toma Corriente	u	36	10,20	367,20
Puerta Panel Laurel	u	35	98,00	3.430,00
Varios				1.000,00
Ventanas	m2	72	42,00	3.024,00
			Total Materiales	34.963,68
			25% Mano de Obra	8.740,92
			Total	43.704,60
			<b>Costo por M2</b>	<b>76,03</b>

**Hostería Mundo Natural**

**Construcción e Instalaciones**

Area	m2	Costo m2	Costo Total
Cabañas Habitaciones Simples y Dobles	524,8	97,46	51.149,50
Administración	191,6	76,03	14.568,20
Resaturante	383,2	76,03	29.136,40
Otros	32	30	960,00
<b>Total</b>			<b>95.814,10</b>

# EQUIPOS

---

## Hostería Mundo Natural

---

### Presupuesto de Inversiones Equipos

Inversiones	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>1.- Maquinaria y Equipo</b>			
Cocina Industrial	1	1.850,00	1.850,00
Lavadora	1	750,00	750,00
Secadora	1	650,00	650,00
Refrigeradora	1	1.820,00	1.820,00
Horno Microondas	1	228,28	228,28
Licuadaora	2	65,00	130,00
Batidora	1	40,00	40,00
Televisor	1	260,00	260,00
DVD	1	69,99	69,99
Mini Componente	1	260,66	260,66
Balanza	1	18,00	18,00
Soporte para TV	1	25,00	25,00
Mesones	2	280,00	560,00
Parrilla	1	30,00	30,00
			<b>6.691,93</b>
<b>2.- Equipo de Computación</b>			
Computador	4	650,23	2.600,92
Teléfono	2	56,70	113,40
Impresora Tinta	1	134,99	134,99
Impresora Matricial	2	216,00	432,00
			<b>3.281,31</b>
<b>3.-Muebles y Enseres</b>			
Archivador	2	120,00	240,00
Sillas Giratorias	4	33,00	132,00
Basureros	3	2,99	8,97
Estación de Trabajo	1	350,00	350,00
Escritorio	2	80,00	160,00
Camas	10	105,00	1.050,00
Estantes	5	50,00	250,00
Basureros	30	2,99	89,70
Veladores	20	22,00	440,00
Literas	10	210,00	2.100,00
Mesas y Sillas de Rest.	10	31,00	310,00
Mueble para Recepción	1	230,00	230,00
Muebles con Espejo	20	105,00	2.100,00
Sillas de Descanso	5	15,00	75,00
Sillon de Espera	1	40,00	40,00
Sillas Moviles	1	26,00	26,00
			<b>7.601,67</b>

---



---

**4.-Menaje de Instalaciones**

Colchón	15	80,00	1.200,00
	20	100,00	2.000,00
Cobijas	40	22,00	880,00
Edredones	40	35,00	1.400,00
Cubrecolchones	35	12,50	437,50
Sábanas	40	15,50	620,00
Almohadas	40	5,00	200,00
Alfombras	50	7,00	350,00
Cortinas	40	12,00	480,00
Toallas	60	4,00	240,00

---

**7.807,50****5.-Cubertería y Loza**

Cucharas	50	0,35	17,50
	50	0,40	20,00
Cuchillos	50	0,65	32,50
	15	0,75	11,25
Cubiertos	50	0,35	17,50
Vajilla	50	8,00	400,00
Porta Servilletas	8	0,50	4,00

---

**502,75****6.-Cristalería**

Vasos Grandes	50	0,60	30,00
Jarras	10	3,00	30,00
Vasos Pequeños	20	0,40	8,00
Copas	40	0,50	20,00

---

**88,00****7.-Menaje Cocina**

Abrelatas	1	9,44	9,44
Colador	2	6,50	13,00
Jugo de Cuchillos	1	38,00	38,00
Exprimidores	3	2,45	7,35
Moldes	1	12,00	12,00
	2	7,00	14,00
Juego de Ollas acero Inoxidable	2	140,00	280,00
Pelador	1	0,64	0,64
Puntillas	2	1,72	3,44
Juego de Sartenes Teflón	1	59,00	59,00
Olla de Presión	1	31,00	31,00
Recipientes	3	3,00	9,00
	3	6,00	18,00
	3	8,00	24,00
Tabla de Corte	3	12,30	36,90
Bandejas	1	15,00	15,00
Ensaladeras	1	3,82	3,82
Tenedor	2	6,00	12,00
Cucharones	8	11,16	89,28
Espatula	2	7,00	14,00
Saleros y Condimenteros	10	1,00	10,00
Cortador de Papas	1	120,00	120,00

Manga	1	8,00	8,00
-------	---	------	------

---

**827,87**

**8.-Semovientes**

Caballos	5	500,00	2.500,00
Vacas	2	550,00	1.100,00
	1	600,00	600,00
Pollos	4	1,00	4,00
Conejos	3	15,00	45,00
Pesces	50	0,07	3,50
Semillas	5	0,60	3,00

---

**4.255,50**

**9.-Equipo Deportivo**

Carpas	5	35,00	175,00
Cascos	5	45,30	226,50
Traje	5	40,00	200,00
Linterna	5	10,00	50,00
Botas	10	15,00	150,00
Bolsa de Dormir	5	40,00	200,00
Bote	2	300,00	600,00
Mallas	3	50,00	150,00
Cuerdas	3	80,00	240,00
Cascos	3	60,00	180,00
Mosquetones	6	12,00	72,00
Bolsas de Magnesio	6	25,00	150,00
Calzado de Escalada	4	60,00	240,00
Arnes de Cintura	3	90,00	270,00
Cañas pesacar	5	27,00	135,00
Chalecos	6	25,00	150,00

---

**3.188,50**

## ANEXO N° 15: ROL DE PAGOS

Año 1																
Rol de Pagos									Provisiones							
ADMINISTRACION	R.B.U.	OTROS	TOTAL	APORTE	OTROS	TOTAL	LIQUIDO A	TOTAL	13vo.	14vo.	APORTE	FONDO DE	INGRESO	TOTAL		
	IMPONIBLE	INGRESOS	INGRESOS	PERSONAL	DCTOS.	EGRESOS	RECIBIR	ANUAL	SUELDO	SUELDO	PATRONAL	RESERVA	VACACIONES	TOTAL	ANUAL	
1	Gerente General	550,00	0,00	550,00	51,43	0,00	51,43	498,58	<b>5.982,90</b>	45,83	18,17	56,83	45,83	22,92	176,68	<b>2.119,9</b>
2	Asistente Adm	380,00	0,00	380,00	35,53	0,00	35,53	344,47	<b>4.133,64</b>	31,67	18,17	46,17	31,67	15,83	127,87	<b>1.532,04</b>
3	Director en Vert	440,00	0,00	440,00	41,14	0,00	41,14	398,86	<b>4.786,32</b>	36,67	18,17	53,46	36,67	18,33	144,96	<b>1.739,52</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.370,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.370,00</b>	<b>128,10</b>	<b>0,00</b>	<b>128,10</b>	<b>1.241,91</b>	<b>14.902,86</b>	<b>114,17</b>	<b>54,50</b>	<b>166,46</b>	<b>114,17</b>	<b>57,08</b>	<b>449,29</b>	<b>6.391,46</b>
<b>Servicio MOD</b>																
1	Recepcionista	250,00	0,00	250,00	23,38	0,00	23,38	226,63	<b>2.719,50</b>	20,83	18,17	30,38	20,83	10,42	90,21	<b>1.082,5</b>
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	218,00	0,00	218,00	20,38	0,00	20,38	197,62	<b>2.371,40</b>	18,17	18,17	26,49	18,17	9,08	80,99	<b>971,844</b>
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	218,00	0,00	218,00	20,38	0,00	20,38	197,62	<b>2.371,40</b>	18,17	18,17	26,49	18,17	9,08	80,99	<b>971,844</b>
4	Chef	350,00	0,00	350,00	32,73	0,00	32,73	317,28	<b>3.807,30</b>	29,17	18,17	42,53	29,17	14,59	119,03	<b>1.428,3</b>
5	Asistente de Cocina	260,00	0,00	260,00	24,21	0,00	24,21	235,69	<b>2.828,28</b>	21,67	18,17	31,69	21,67	10,83	93,09	<b>1.117,00</b>
6	Mesero	250,00	0,00	250,00	23,38	0,00	23,38	226,63	<b>2.719,50</b>	20,83	18,17	30,38	20,83	10,42	90,21	<b>1.082,5</b>
7	Mesero	250,00	0,00	250,00	23,38	0,00	23,38	226,63	<b>2.719,50</b>	20,83	18,17	30,38	20,83	10,42	90,21	<b>1.082,5</b>
8	Guía Nacional	280,00	0,00	280,00	26,18	0,00	26,18	253,82	<b>3.046,84</b>	23,33	18,17	34,02	23,33	11,67	98,85	<b>1.186,24</b>
9	Guía Nativo	280,00	0,00	280,00	26,18	0,00	26,18	253,82	<b>3.046,84</b>	23,33	18,17	34,02	23,33	11,67	98,85	<b>1.186,24</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.356,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.356,00</b>	<b>220,29</b>	<b>0,00</b>	<b>220,29</b>	<b>2.135,71</b>	<b>25.628,57</b>	<b>196,33</b>	<b>163,50</b>	<b>286,25</b>	<b>196,33</b>	<b>98,17</b>	<b>842,42</b>	<b>10.089,040</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>3.726,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.726,00</b>	<b>348,38</b>	<b>0,00</b>	<b>348,38</b>	<b>3.377,62</b>	<b>40.531,43</b>	<b>310,50</b>	<b>218,00</b>	<b>452,71</b>	<b>310,50</b>	<b>155,25</b>	<b>1.291,71</b>	<b>15.500,51</b>

Año 2																
Rol de Pagos									Provisiones							
ADMINISTRACION	R.B.U.	OTROS	TOTAL	APORTE	OTROS	TOTAL	LIQUIDO A	TOTAL	13vo.	14vo.	APORTE	FONDO DE	INGRESO	TOTAL		
	IMPONIBLE	INGRESOS	INGRESOS	PERSONAL	DCTOS.	EGRESOS	RECIBIR	ANUAL	SUELDO	SUELDO	PATRONAL	RESERVA	VACACIONES	TOTAL	ANUAL	
1	Gerente General	595,50	0,00	595,50	52,97	0,00	52,97	513,53	<b>6.182,38</b>	47,21	18,17	65,63	47,21	23,60	181,41	<b>2.176,96</b>
2	Asistente Adm	391,40	0,00	391,40	36,60	0,00	36,60	354,80	<b>4.257,66</b>	32,62	18,17	47,65	32,62	16,31	130,96	<b>1.574,07</b>
3	Director en Vert	453,20	0,00	453,20	42,37	0,00	42,37	410,83	<b>4.929,91</b>	37,77	18,17	55,06	37,77	19,88	148,76	<b>1.785,47</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.441,10</b>	<b>0,00</b>	<b>1.441,10</b>	<b>131,94</b>	<b>0,00</b>	<b>131,94</b>	<b>1.279,16</b>	<b>15.348,95</b>	<b>117,60</b>	<b>54,50</b>	<b>174,45</b>	<b>117,60</b>	<b>58,80</b>	<b>461,13</b>	<b>5.533,58</b>
<b>Servicio MOD</b>																
1	Recepcionista	257,50	0,00	257,50	24,08	0,00	24,08	233,42	<b>2.801,09</b>	21,46	18,17	31,29	21,46	10,73	92,37	<b>1.108,44</b>
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	224,54	0,00	224,54	20,99	0,00	20,99	203,55	<b>2.442,55</b>	18,71	18,17	27,28	18,71	9,36	82,87	<b>994,46</b>
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	224,54	0,00	224,54	20,99	1,00	21,99	202,55	<b>2.430,55</b>	18,71	18,17	27,28	18,71	9,36	82,87	<b>994,46</b>
4	Chef	360,50	0,00	360,50	33,71	2,00	35,71	324,79	<b>3.897,52</b>	30,04	18,17	43,80	30,04	15,02	122,05	<b>1.464,61</b>
5	Asistente de Cocina	267,80	0,00	267,80	25,04	0,00	25,04	242,76	<b>2.913,13</b>	22,32	18,17	32,54	22,32	11,16	95,34	<b>1.144,05</b>
6	Mesero	257,50	0,00	257,50	24,08	0,00	24,08	233,42	<b>2.801,09</b>	21,46	18,17	31,29	21,46	10,73	92,37	<b>1.108,44</b>
7	Mesero	257,50	0,00	257,50	24,08	0,00	24,08	233,42	<b>2.801,09</b>	21,46	18,17	31,29	21,46	10,73	92,37	<b>1.108,44</b>
8	Guía Nacional	289,40	0,00	289,40	26,97	0,00	26,97	261,43	<b>3.137,22</b>	24,03	18,17	35,04	24,03	12,02	101,27	<b>1.215,28</b>
9	Guía Nativo	289,40	0,00	289,40	26,97	0,00	26,97	261,43	<b>3.137,22</b>	24,03	18,17	35,04	24,03	12,02	101,27	<b>1.215,28</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.426,68</b>	<b>0,00</b>	<b>2.426,68</b>	<b>226,89</b>	<b>0,00</b>	<b>226,89</b>	<b>2.199,79</b>	<b>26.397,43</b>	<b>202,22</b>	<b>163,50</b>	<b>294,84</b>	<b>202,22</b>	<b>101,11</b>	<b>862,79</b>	<b>10.353,46</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>3.837,78</b>	<b>0,00</b>	<b>3.837,78</b>	<b>358,83</b>	<b>0,00</b>	<b>358,83</b>	<b>3.478,95</b>	<b>41.747,37</b>	<b>319,82</b>	<b>218,00</b>	<b>466,29</b>	<b>319,82</b>	<b>159,91</b>	<b>1.323,92</b>	<b>15.887,04</b>

Año 3																
Rol de Pagos									Provisiones							
ADMINISTRACION	R.B.U.	OTROS	TOTAL	APORTE	OTROS	TOTAL	LIQUIDO A	TOTAL	13vo.	14vo.	APORTE	FONDO DE	INGRESO	TOTAL		
	IMPONIBLE	INGRESOS	INGRESOS	PERSONAL	DCTOS.	EGRESOS	RECIBIR	ANUAL	SUELDO	SUELDO	PATRONAL	RESERVA	VACACIONES	TOTAL	ANUAL	
1	Gerente General	593,20	0,00	593,20	54,59	0,00	54,59	538,61	<b>6.341,26</b>	48,82	18,17	70,09	48,82	24,31	186,31	<b>2.236,73</b>
2	Asistente Adm	403,14	0,00	403,14	37,69	0,00	37,69	365,45	<b>4.385,38</b>	33,60	18,17	49,98	33,60	16,80	134,24	<b>1.612,07</b>
3	Director en Vert	466,80	0,00	466,80	43,65	0,00	43,65	423,15	<b>5.077,81</b>	38,90	18,17	56,72	38,90	19,45	152,68	<b>1.832,18</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.463,14</b>	<b>0,00</b>	<b>1.463,14</b>	<b>135,90</b>	<b>0,00</b>	<b>135,90</b>	<b>1.317,54</b>	<b>16.814,44</b>	<b>121,12</b>	<b>54,50</b>	<b>176,50</b>	<b>121,12</b>	<b>60,56</b>	<b>473,33</b>	<b>5.679,97</b>
<b>Servicio MOD</b>																
1	Recepcionista	265,23	0,00	265,23	24,80	0,00	24,80	240,43	<b>2.885,12</b>	22,10	18,17	32,22	22,10	11,05	94,80	<b>1.135,15</b>
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	231,28	0,00	231,28	21,62	0,00	21,62	209,65	<b>2.515,82</b>	19,27	18,17	28,10	19,27	9,64	84,81	<b>1.017,75</b>
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	231,28	0,00	231,28	21,62	1,00	22,62	208,65	<b>2.503,82</b>	19,27	18,17	28,10	19,27	9,64	84,81	<b>1.017,75</b>
4	Chef	371,32	0,00	371,32	34,72	0,00	34,72	336,60	<b>4.039,16</b>	30,94	18,17	45,11	30,94	15,47	125,17	<b>1.502,01</b>
5	Asistente de Cocina	275,83	0,00	275,83	25,79	0,00	25,79	250,04	<b>3.000,52</b>	22,99	18,17	33,51	22,99	11,49	97,65	<b>1.174,83</b>
6	Mesero	265,23	0,00	265,23	24,80	0,00	24,80	240,43	<b>2.885,12</b>	22,10	18,17	32,22	22,10	11,05	94,80	<b>1.135,15</b>
7	Mesero	265,23	0,00	265,23	24,80	0,00	24,80	240,43	<b>2.885,12</b>	22,10	18,17	32,22	22,10	11,05	94,80	<b>1.135,15</b>
8	Guía Nacional	297,05	0,00	297,05	27,77	0,00	27,77	269,28	<b>3.231,33</b>	24,75	18,17	36,09	24,75	12,38	103,77	<b>1.246,21</b>
9	Guía Nativo	297,05	0,00	297,05	27,77	0,00	27,77	269,28	<b>3.231,33</b>	24,75	18,17	36,09	24,75	12,38	103,77	<b>1.246,21</b>
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.499,48</b>	<b>0,00</b>	<b>2.499,48</b>	<b>233,70</b>	<b>0,00</b>	<b>233,70</b>	<b>2.265,78</b>	<b>27.189,35</b>	<b>208,29</b>	<b>163,50</b>	<b>303,69</b>	<b>208,29</b>	<b>104,15</b>	<b>883,77</b>	<b>10.885,20</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>3.952,91</b>	<b>0,00</b>	<b>3.952,91</b>	<b>369,60</b>	<b>0,00</b>	<b>369,60</b>	<b>3.583,32</b>	<b>42.996,79</b>	<b>329,41</b>	<b>218,00</b>	<b>480,28</b>	<b>329,41</b>	<b>164,70</b>	<b>1.357,10</b>	<b>16.285,17</b>

Año 4																
Rol de Pagos									Provisiones							
ADMINISTRACION	R.E.U.	OTROS INGRESOS	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL	OTROS DCTOS.	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR	TOTAL ANUAL	13vo.	14vo.	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	INGRESO TOTAL	TOTAL ANUAL	
	IMPOBIBLE								SUELDO	SUELDO						
1	Gerente General	601,00	0,00	601,00	56,19	0,00	56,19	544,81	6.537,68	50,08	18,17	73,02	50,08	25,04	181,35	2.296,26
2	Asistente Adm	415,24	0,00	415,24	38,82	0,00	38,82	376,41	4.516,94	34,80	18,17	50,45	34,80	17,30	137,82	1.653,89
3	Director en Ven	480,80	0,00	480,80	44,95	0,00	44,95	435,85	5.238,14	40,07	18,17	58,43	40,07	20,03	158,72	1.888,61
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.497,04</b>	<b>0,00</b>	<b>1.497,04</b>	<b>139,97</b>	<b>0,00</b>	<b>139,97</b>	<b>1.357,06</b>	<b>16.284,76</b>	<b>124,75</b>	<b>54,50</b>	<b>181,89</b>	<b>124,75</b>	<b>62,38</b>	<b>485,90</b>	<b>5.838,75</b>
<b>Servicio MOD</b>																
1	Recepcionista	273,18	0,00	273,18	25,54	0,00	25,54	247,64	2.971,67	22,77	18,17	33,19	22,77	11,38	96,89	1.162,66
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	238,21	0,00	238,21	22,27	0,00	22,27	215,94	2.591,30	19,85	18,17	28,94	19,85	9,93	86,81	1.041,75
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	238,21	1,00	239,21	22,27	1,00	23,27	215,94	2.591,30	19,93	18,17	28,94	19,85	9,97	86,90	1.042,75
4	Chef	382,45	2,00	384,45	35,76	2,00	37,76	346,69	4.168,34	32,04	18,17	46,47	31,87	16,02	128,54	1.542,53
5	Asistente de Cocina	284,11	0,00	284,11	26,56	0,00	26,56	257,54	3.090,54	23,68	18,17	34,52	23,68	11,84	100,04	1.200,45
6	Mesero	273,18	0,00	273,18	25,54	0,00	25,54	247,64	2.971,67	22,77	18,17	33,19	22,77	11,38	96,89	1.162,66
7	Mesero	273,18	0,00	273,18	25,54	0,00	25,54	247,64	2.971,67	22,77	18,17	33,19	22,77	11,38	96,89	1.162,66
8	Guía Nacional	305,96	0,00	305,96	28,61	0,00	28,61	277,36	3.328,27	25,50	18,17	37,17	25,50	12,75	106,34	1.276,82
9	Guía Nativo	305,96	0,00	305,96	28,61	0,00	28,61	277,36	3.328,27	25,50	18,17	37,17	25,50	12,75	106,34	1.276,82
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.574,46</b>	<b>0,00</b>	<b>2.574,46</b>	<b>240,71</b>	<b>0,00</b>	<b>240,71</b>	<b>2.333,75</b>	<b>28.065,83</b>	<b>214,79</b>	<b>163,50</b>	<b>312,80</b>	<b>214,54</b>	<b>107,27</b>	<b>905,82</b>	<b>10.867,50</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>4.071,50</b>	<b>0,00</b>	<b>4.071,50</b>	<b>380,69</b>	<b>0,00</b>	<b>380,69</b>	<b>3.680,82</b>	<b>44.283,79</b>	<b>338,54</b>	<b>218,00</b>	<b>494,69</b>	<b>339,29</b>	<b>169,65</b>	<b>1.391,52</b>	<b>16.898,25</b>

Año 5																
Rol de Pagos									Provisiones							
ADMINISTRACION	R.E.U.	OTROS INGRESOS	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL	OTROS DCTOS.	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR	TOTAL ANUAL	13vo.	14vo.	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	INGRESO TOTAL	TOTAL ANUAL	
	IMPOBIBLE								SUELDO	SUELDO						
1	Gerente General	819,03	0,00	819,03	57,88	0,00	57,88	561,15	6.733,81	51,59	18,17	75,21	51,59	25,79	196,25	2.356,61
2	Asistente Adm	427,69	0,00	427,69	39,99	0,00	39,99	387,70	4.652,45	35,64	18,17	51,96	35,64	17,82	141,41	1.696,36
3	Director en Ven	495,22	0,00	495,22	46,30	0,00	46,30	448,92	5.381,95	41,27	18,17	60,17	41,27	20,63	160,87	1.938,48
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.541,95</b>	<b>0,00</b>	<b>1.541,95</b>	<b>144,17</b>	<b>0,00</b>	<b>144,17</b>	<b>1.397,78</b>	<b>16.773,30</b>	<b>128,50</b>	<b>54,50</b>	<b>187,35</b>	<b>128,50</b>	<b>64,25</b>	<b>498,94</b>	<b>5.986,05</b>
<b>Servicio MOD</b>																
1	Recepcionista	281,38	0,00	281,38	26,31	0,00	26,31	255,07	3.068,82	23,45	18,17	34,19	23,45	11,72	99,25	1.191,00
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	245,36	0,00	245,36	22,94	0,00	22,94	222,42	2.665,04	20,45	18,17	29,81	20,45	10,22	88,87	1.066,46
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	245,36	1,00	246,36	22,94	1,00	23,94	222,42	2.665,04	20,53	18,17	29,81	20,45	10,27	88,95	1.067,46
4	Chef	393,83	2,00	395,83	36,83	2,00	38,83	357,10	4.282,15	32,99	18,17	47,86	32,93	16,50	131,85	1.582,20
5	Asistente de Cocina	292,63	0,00	292,63	27,36	0,00	27,36	265,27	3.183,25	24,39	18,17	35,55	24,39	12,19	102,49	1.229,82
6	Mesero	281,38	0,00	281,38	26,31	0,00	26,31	255,07	3.068,82	23,45	18,17	34,19	23,45	11,72	99,25	1.191,00
7	Mesero	281,38	0,00	281,38	26,31	0,00	26,31	255,07	3.068,82	23,45	18,17	34,19	23,45	11,72	99,25	1.191,00
8	Guía Nacional	315,14	0,00	315,14	29,47	0,00	29,47	285,68	3.428,12	26,26	18,17	38,29	26,26	13,13	108,38	1.307,76
9	Guía Nativo	315,14	0,00	315,14	29,47	0,00	29,47	285,68	3.428,12	26,26	18,17	38,29	26,26	13,13	108,38	1.307,76
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.851,70</b>	<b>0,00</b>	<b>2.851,70</b>	<b>247,93</b>	<b>0,00</b>	<b>247,93</b>	<b>2.403,76</b>	<b>28.845,18</b>	<b>221,22</b>	<b>163,50</b>	<b>322,18</b>	<b>229,97</b>	<b>110,49</b>	<b>927,88</b>	<b>11.134,57</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>4.193,65</b>	<b>0,00</b>	<b>4.193,65</b>	<b>392,11</b>	<b>0,00</b>	<b>392,11</b>	<b>3.801,54</b>	<b>45.619,49</b>	<b>349,72</b>	<b>218,00</b>	<b>509,53</b>	<b>349,47</b>	<b>174,74</b>	<b>1.426,72</b>	<b>17.128,63</b>

Año 6																
Rol de Pagos									Provisiones							
ADMINISTRACION	R.E.U.	OTROS INGRESOS	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL	OTROS DCTOS.	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR	TOTAL ANUAL	13vo.	14vo.	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	INGRESO TOTAL	TOTAL ANUAL	
	IMPOBIBLE								SUELDO	SUELDO						
1	Gerente General	537,60	0,00	537,60	59,62	0,00	59,62	577,99	6.935,82	53,13	18,17	77,47	53,13	26,57	201,30	2.422,82
2	Asistente Adm	440,52	0,00	440,52	41,19	0,00	41,19	399,34	4.792,82	38,71	18,17	53,52	38,71	18,36	145,11	1.741,33
3	Director en Ven	510,08	0,00	510,08	47,69	0,00	47,69	462,39	5.546,66	42,51	18,17	61,87	42,51	21,25	165,15	1.981,88
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.588,21</b>	<b>0,00</b>	<b>1.588,21</b>	<b>148,50</b>	<b>0,00</b>	<b>148,50</b>	<b>1.439,71</b>	<b>17.276,50</b>	<b>132,35</b>	<b>54,50</b>	<b>192,97</b>	<b>132,35</b>	<b>66,18</b>	<b>512,17</b>	<b>6.146,81</b>
<b>Servicio MOD</b>																
1	Recepcionista	289,82	0,00	289,82	27,10	0,00	27,10	262,72	3.152,65	24,15	18,17	35,21	24,15	12,08	101,68	1.228,19
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	252,72	0,00	252,72	23,63	0,00	23,63	229,09	2.749,11	21,06	18,17	30,71	21,06	10,53	90,99	1.091,91
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	252,72	1,00	253,72	23,63	1,00	24,63	229,09	2.749,11	21,14	18,17	30,71	21,06	10,57	91,08	1.092,91
4	Chef	405,75	2,00	407,75	37,94	2,00	39,94	367,81	4.413,70	33,98	18,17	49,30	33,81	16,99	135,26	1.623,07
5	Asistente de Cocina	301,41	0,00	301,41	28,18	0,00	28,18	273,23	3.278,75	25,12	18,17	36,62	25,12	12,56	105,02	1.268,28
6	Mesero	289,82	0,00	289,82	27,10	0,00	27,10	262,72	3.152,65	24,15	18,17	35,21	24,15	12,08	101,68	1.228,19
7	Mesero	289,82	0,00	289,82	27,10	0,00	27,10	262,72	3.152,65	24,15	18,17	35,21	24,15	12,08	101,68	1.228,19
8	Guía Nacional	324,60	0,00	324,60	30,35	0,00	30,35	294,25	3.539,96	27,05	18,17	39,44	27,05	13,52	111,70	1.348,46
9	Guía Nativo	324,60	0,00	324,60	30,35	0,00	30,35	294,25	3.539,96	27,05	18,17	39,44	27,05	13,52	111,70	1.348,46
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.734,26</b>	<b>0,00</b>	<b>2.734,26</b>	<b>255,37</b>	<b>0,00</b>	<b>255,37</b>	<b>2.475,89</b>	<b>28.716,53</b>	<b>227,85</b>	<b>163,50</b>	<b>334,85</b>	<b>227,85</b>	<b>113,80</b>	<b>958,81</b>	<b>11.489,65</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>4.319,46</b>	<b>0,00</b>	<b>4.319,46</b>	<b>403,87</b>	<b>0,00</b>	<b>403,87</b>	<b>3.915,59</b>	<b>46.987,03</b>	<b>360,20</b>	<b>218,00</b>	<b>524,81</b>	<b>359,95</b>	<b>179,98</b>	<b>1.462,97</b>	<b>17.555,65</b>

## ANEXO N°16: DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES PARA LAS ÁREAS OPERATIVA, ADMINISTRATIVA Y VENTAS.

<i>Hostería Mundo Natural</i>			
<u>Porcentaje de Depreciaciones y Amortizaciones para las Áreas</u>			
	Operativos	Administrativos	Ventas
	%	%	%
<b>Depreciaciones</b>			
Construcciones e Instalaciones	80%	15%	5%
Maquinaria y Equipo	100%	0%	0%
Muebles y Enseres	88%	8%	4%
Equipos de Oficina	20%	50%	30%
Cubertería y Loza	100%	0%	0%
Cristalería	100%	0%	0%
Menaje	100%	0%	0%
Equipo Deportivo	100%	0%	0%
<b>Total</b>			
<b>Amortización</b>			
Constitución Empresa	33%	33%	33%
<b>Total</b>			
<b>TOTAL</b>	80%	12%	8%

<i>Hostería Mundo Natural</i>							
<u>Depreciaciones y Amortizaciones Área Operativa</u>							
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
	Valor						
<b>Depreciaciones</b>							
Construcciones e Instalaciones	76.651,28	3.832,56	3.832,56	3.832,56	3.832,56	3.832,56	3.832,56
Maquinaria y Equipo	6.691,93	669,19	669,19	669,19	669,19	669,19	669,19
Muebles y Enseres	6.689,47	1.337,89	1.337,89	1.337,89	1.337,89	1.337,89	0,00
Equipos de Oficina	656,26	218,75	218,75	218,75	0,00	0,00	0,00
Cubertería y Loza	502,75	167,58	167,58	167,58	0,00	0,00	0,00
Cristalería	88,00	29,33	29,33	29,33	0,00	0,00	0,00
Menaje	8.635,37	2.878,46	2.878,46	2.878,46	0,00	0,00	0,00
Equipo Deportivo	3.188,50	1.062,83	1.062,83	1.062,83	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	103.103,56	10.196,61	10.196,61	10.196,61	5.839,65	5.839,65	4.501,76
<b>Amortización</b>							
Constitución Empresa	1.677,33	335,47	335,47	335,47	335,47	335,47	0,00
<b>Total</b>							
<b>TOTAL</b>	10.532,08	10.532,08	10.532,08	6.175,12	6.175,12	4.501,76	

<b>Hostería Mundo Natural</b>							
<b><u>Depreciaciones y Amortizaciones Área Administrativa</u></b>							
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	
	Valor						
<b>Depreciaciones</b>							
Construcciones e Instalaciones	14.372,12	718,61	718,61	718,61	718,61	718,61	718,61
Maquinaria y Equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	608,13	121,63	121,63	121,63	121,63	121,63	0,00
Equipos de Oficina	1.640,66	546,88	546,88	546,88	0,00	0,00	0,00
Cuartería y Loza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cristalería	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menaje	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo Deportivo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>16.620,90</b>	<b>1.387,12</b>	<b>1.387,12</b>	<b>1.387,12</b>	<b>840,23</b>	<b>840,23</b>	<b>718,61</b>
<b>Amortización</b>							
Constitución Empresa	1.677,33	335,47	335,47	335,47	335,47	335,47	0,00
<b>Total</b>	<b>0,00</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>1.722,58</b>	<b>1.722,58</b>	<b>1.722,58</b>	<b>1.175,70</b>	<b>1.175,70</b>	<b>718,61</b>	

<b>Hostería Mundo Natural</b>							
<b><u>Depreciaciones y Amortizaciones Área Ventas</u></b>							
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	
	Valor						
<b>Depreciaciones</b>							
Construcciones e Instalaciones	4.790,71	239,54	239,54	239,54	239,54	239,54	239,54
Maquinaria y Equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	304,07	60,81	60,81	60,81	60,81	60,81	0,00
Equipos de Oficina	984,39	328,13	328,13	328,13	0,00	0,00	0,00
Cuartería y Loza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cristalería	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menaje	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo Deportivo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>628,48</b>	<b>628,48</b>	<b>628,48</b>	<b>300,35</b>	<b>300,35</b>	<b>239,54</b>
<b>Amortización</b>							
Constitución Empresa	1.677,33	335,47	335,47	335,47	335,47	335,47	0,00
<b>Total</b>	<b>0,00</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>963,95</b>	<b>963,95</b>	<b>963,95</b>	<b>635,82</b>	<b>635,82</b>	<b>239,54</b>	

13.218,61 13.218,61 13.218,61 7.986,63 7.986,63 5.459,90

## ANEXO N° 17: ESTIMACION DE LA TASA DE DESCUENTO

$$WACC = \frac{K_d \times D \times (1-t)}{D+P} + \frac{K_p \times P}{D+P}$$

K<sub>p</sub> : Tasa Costo Patrimonial  
K<sub>d</sub> : Tasa Costo de la Deuda  
P : Valor o Monto del Patrimonio  
D: Valor o Monto de la Deuda  
t: Tasa de Impuestos a la Renta

	<b>Aportación Accionistas</b>	<b>Deuda de Capital</b>
Monto	88.104,79	103.022,98
Tasa de Costo	12,00%	9,75%
Tasa Impuesto Renta		25%
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>9,47%</b>	

