

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA INGENIERÍA EMPRESARIAL

**PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD
DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL
CARCHI**

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

LOVATO PONCE MARÍA FERNANDA
lov_mafer@yahoo.es

ROMO JIMÉNEZ MARÍA ISABEL
romolevazi@hotmail.com

DIRECTORA: ECON. CARMEN ECHEVERRÍA
cecheverseb@gmail.com

2009

DECLARACIÓN

Nosotras, María Fernanda Lovato Ponce y María Isabel Romo Jiménez, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros 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.

María Fernanda Lovato Ponce

María Isabel Romo Jiménez

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por María Fernanda Lovato Ponce y María Isabel Romo Jiménez, bajo mi supervisión.

Econ. Carmen Echeverría
DIRECTOR DE PROYECTO

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su cariño, amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida y al culminar mis estudios universitarios primeramente quiero expresar mi agradecimiento:

A Dios por llenar mi vida de dicha y bendiciones.

A mis padres Ángel y Yolanda, mi abuelita Celiana, mis hermanos Santiago y Gabriela por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr los objetivos.

A mi Directora de Tesis, Economista Carmen Echeverría por su disposición y ayuda brindada para concretar este trabajo.

A mí querida amiga Isabel por acompañarme en toda la carrera universitaria, compartiendo buenos y malos momentos y brindándome siempre su amistad sincera.

Mil Gracias a todos.

Fernanda

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón. Sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado.

Un agradecimiento especial a la Economista Carmen Echeverría, por ser la guía en la realización de este proyecto.

Gracias Fer por ser la compañera de lucha en el alcance de este sueño.

María Isabel.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a las personas más importantes de mi vida:

Mis padres porque siempre me han dado cariño, comprensión y apoyo sin condiciones ni medida.

Mi abuelita por encomendarme siempre con Dios para que saliera adelante. Yo se que sus oraciones fueron escuchadas.

Mis hermanos por estar siempre a mi lado y compartir todos esos secretos y aventuras.

Los quiero mucho.

Fernanda

DEDICATORIA

A mi padre que no alcanzó a compartir conmigo la felicidad de este momento, pues partió tempranamente de esta vida y aunque ya no este físicamente, sigue vivo en mi pensamiento; fue su estímulo mi impulso para llegar al final, por eso a usted papi le dedico este trabajo.

A mi madre por su amor y apoyo incondicional, por su ejemplo de responsabilidad, respeto, trabajo incansable, disciplina, perseverancia y paciencia, por ser tal y como es.

A Narciza, por ser mi mejor hermana y amiga, mi confidente; el pilar fundamental en mi vida desde siempre, por todo su apoyo moral y económico.

A Pablo, por tomar la posta de mi padre, sin tu apoyo quizá no hubiese culminado mi carrera.

A Robby, la persona que más directamente ha vivido el proceso de mi trabajo. Por su optimismo, su paciencia, su amor, por no dejarme vencer, por colmarme cada día de la fuerza suficiente para continuar. La tua tenerezza è infinita. Sei la mia vita. Grazie per tutto amojevole!!

María Isabel.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO 2. MARCO TEORICO	6
2.1 ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y DE SU ENTORNO	6
2.1.1 LÍMITES Y DIMENSIONES DEL ANÁLISIS	6
2.1.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO	7
2.1.1.2 ENTORNO GENERAL	7
2.1.1.3 ENTORNO ESPECÍFICO	8
2.2 PROYECTO DEFINITIVO (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD)	9
2.2.1 ESTUDIO DE MERCADO	9
2.2.1.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	10
2.2.1.1.1 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	10
2.2.1.1.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA	12
2.2.1.1.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	12
2.2.1.2 ELEMENTOS QUE SE DEBEN CONSIDERAR EN UN ESTUDIO DE MERCADO	13
2.2.1.2.1 EL ANÁLISIS DE LA DEMANDA	13
2.2.1.2.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	13
2.2.1.2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA	15
2.2.1.2.4 ESTIMACIÓN DE LA OFERTA	15
2.2.1.2.5 LOS PROVEEDORES	16
2.2.1.2.6 EL PRECIO	17
2.2.1.2.7 MERCADO	18
2.2.1.2.8 ANÁLISIS DE MERCADO	20
2.2.1.2.9 SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN	21
2.2.2 LAS 5 FUERZAS DE PORTER	22
2.2.3 ANÁLISIS DAFO	24
2.2.4 ESTUDIO TÉCNICO	24

2.2.4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	25
2.2.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	28
2.2.5.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL	28
2.2.5.1.1 ORGANIGRAMA	28
2.2.5.1.2 OBJETIVOS	28
2.2.6 ESTUDIO LEGAL	29
2.2.6.1 BASE LEGAL - CÓDIGO CIVIL	29
2.2.6.1.1 CORPORACIÓN	30
2.2.6.1.2 COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	31
2.2.6.1.3 SUCURSAL DE UNA CORPORACIÓN EXTRANJERA	32
2.2.6.1.4 COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO	33
2.2.6.1.5 COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE	33
2.2.6.1.6 COMPAÑÍAS DE ECONOMÍA MIXTA	33
2.2.6.1.7 COMPAÑÍA HOLDING O TENEDORA DE ACCIONES	34
2.2.6.2 REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	34
2.2.6.3 PAGO POR REGISTRO Y LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO	42
2.2.7 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	44
2.2.7.1 ESTUDIO FINANCIERO	44
2.2.7.1.1 PRESUPUESTOS, INVERSIONES Y FINANCIAMIENTOS	44
2.2.7.2 EVALUACIÓN FINANCIERA	47
CAPITULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO	54
3.1 GENERALIDADES DE LA PROVINCIA DEL CARCHI	54
3.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	54
3.1.2 DEMOGRAFÍA	54
3.1.3 ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN	57
3.1.3.1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	57
3.1.4 DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVO	59

	10
3.1.4.1 CANTÓN TULCÁN	59
3.1.4.2 CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA	59
3.1.4.3 CANTÓN MONTÚFAR	60
3.1.4.4 CANTÓN BOLÍVAR	60
3.1.4.5 CANTÓN ESPEJO	61
3.1.4.6 CANTÓN MIRA	61
3.1.5 ASPECTOS BIOFÍSICOS	62
3.1.5.1 CLIMA	63
3.1.5.2 HIDROGRAFÍA	63
3.1.5.3 RECURSOS FORESTALES	63
3.1.6 INFRAESTRUCTURA VIAL, AEROPORTUARIA, TURÍSTICA	66
3.1.7 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI	67
3.1.7.1 CANTÓN TULCÁN	67
3.1.7.2 CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA	77
3.1.7.3 CANTÓN MONTÚFAR	80
3.1.7.4 CANTÓN BOLÍVAR	86
3.1.7.5 CANTÓN ESPEJO	87
3.1.7.6 CANTÓN MIRA	94
3.2 ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO	97
3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL LUGAR	98
3.2.2 ANTECEDENTES DEL CIUDAD DE SAN GABRIEL	99
3.2.2.1 HISTORIA	99
3.2.2.2 UBICACIÓN	99
3.2.2.3 VEGETACIÓN	100
3.2.2.4 INSTITUCIONES, SERVICIOS PÚBLICOS Y CENTROS DE DISTRACCIÓN	100
3.2.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	100
3.2.3.1 MISIÓN	100
3.2.3.2 OBJETIVOS	100
3.2.3.3 ANÁLISIS FODA	100
3.2.3.4 ESTRATEGIAS	102

CAPITULO 4. ESTUDIO DE MERCADO	103
4.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA	103
4.1.1 OFERTA TURÍSTICA	103
4.1.1.1 OFERTA TURÍSTICA PROVINCIA DEL CARCHI	107
4.1.1.2 OFERTA TURÍSTICA CANTÓN MONTÚFAR	111
4.2 MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	114
4.2.1 LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	114
4.2.2 AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES	114
4.2.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	115
4.2.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	115
4.2.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES	118
4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	118
4.3.1 DEMANDA TURÍSTICA	118
4.3.2 DEMANDA ACTUAL	128
4.3.3 DEMANDA PROYECTADA	142
4.3.3.1 DEMANDA POTENCIAL	151
4.3.3.2 DEMANDA REAL	153
4.3.3.3 DEMANDA HOSTERÍA	156
4.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	157
4.4.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	157
4.4.2 SELECCIÓN DEL MERCADO META	158
4.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	160
4.5.1 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LA INVESTIGACIÓN	160
4.5.1.1 UNIVERSO O POBLACIÓN	160
4.5.1.1.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA	161
4.5.1.1.2 PROPORCIÓN DE LA MUESTRA TOTAL PARA CADA ESTRATO	163

4.5.2	ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES VISITANTES	163
4.5.3	TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS	163
4.6	ELABORACIÓN DE PAQUETES DE TURISMO	190
4.7	ESTRATEGIAS DE MERCADO	203
4.8	ANÁLISIS DE PRECIOS	204
4.9	COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	206
	CAPITULO 5. ESTUDIO TÉCNICO	209
5.1	MACRO LOCALIZACIÓN	209
5.2	MICRO LOCALIZACIÓN	211
5.3	DISEÑO	211
5.4	PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	212
5.5	DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS	212
5.5.1	ÁREA ADMINISTRATIVA	212
5.5.1.1	ADMINISTRACIÓN Y RECEPCIÓN	212
5.5.2	ÁREAS DE SERVICIOS	213
5.5.2.1	ÁREA DE HOSPEDAJE	213
5.5.2.2	ÁREA DE ALIMENTACIÓN	214
5.5.2.3	ÁREA DE TURISMO	215
5.5.3	ÁREAS RECREACIONALES	215
5.5.4	ÁREAS DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD	215
5.5.5	ÁREAS DE EXTERIORES	216
5.6	DIMENSIONAMIENTOS	216
5.7	CAPACIDAD INSTALADA	216
5.8	REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	217
5.8.1	REQUERIMIENTOS DE PERSONAL	217
5.8.2	REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, MUEBLES Y EQUIPO EN ÁREA ADMINISTRATIVA	218
5.8.3	REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS EN ÁREAS RECREACIONALES	222
5.8.4	REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS EN ÁREAS DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD	223
5.9	PROCESOS OPERATIVOS	223
5.10	HIGIENE, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD	242

CAPITULO 6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	243
6.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	243
6.1.1 ANÁLISIS DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	243
6.1.2 PLANIFICACIÓN DEL RECURSO HUMANO.	287
6.1.2.1 RECURSO HUMANO	287
6.1.2.1.1 DEMANDA LABORAL	288
6.1.2.1.2 OFERTA LABORAL	288
6.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	289
6.1.4 PLAN DE REMUNERACIONES	289
6.2 ESTUDIO LEGAL	290
6.2.1 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	290
6.2.1.1 REQUISITOS CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA ANÓNIMA	291
6.2.1.2 REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL	292
6.2.2 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	293
6.2.2.1 REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC	293
6.2.2.2 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	293
6.2.3 MINISTERIO DE TURISMO	294
6.2.3.1 REGISTRO Y LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO	294
6.2.3.2 IMPUESTO UNO POR MIL	294
6.2.4 CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DEL CARCHI	295
6.2.5 DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DEL CARCHI	295
6.2.6 MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTÚFAR	296
6.2.7 CUERPO DE BOMBEROS CARCHI	296
CAPITULO 7. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	297
7.1 ESTUDIO FINANCIERO	297
7.1.1 INVERSIÓN	297
7.1.1.1 ACTIVOS FIJOS	297
7.1.1.1.1 TERRENO	297
7.1.1.1.2 CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	298
7.1.1.1.3 EQUIPOS	298

7.1.1.1.4 MUEBLES Y ENSERES	299
7.1.1.1.5 MENAJE DE RESTAURANT	299
7.1.1.1.6 VEHÍCULOS	300
7.1.1.1.7 SEMOVIENTES	300
7.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS	300
7.1.2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	300
7.1.2.1.1 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	300
7.1.3 ACTIVOS CORRIENTE	301
7.1.3.1 CAPITAL DE TRABAJO	301
7.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS	301
7.3 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	307
7.3.1 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	307
7.3.1.1 COSTOS	307
7.3.1.1.1 COSTOS DE RESTAURANTE	308
7.3.1.1.2 COSTOS HOSPEDAJE	309
7.3.1.1.3 COSTOS ÁREA DE TURISMO	310
7.3.1.2 GASTOS	311
7.4 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	312
7.5 FLUJO DE CAJA	313
7.6 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	313
7.7 BALANCE GENERAL	314
7.8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	314
7.9 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	314
7.9.1 VALOR ACTUAL NETO	314
7.9.2 TASA INTERNA DE RETORNO	316
7.9.3 RECUPERACION DE LA INVERSIÓN	316
7.9.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
7.9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	318
7.9.5.1 PUNTO DE EQUILIBRIO-RESTAURANTE	318
7.9.5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETES TURISTICOS	319
7.9.5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO HOSPEDAJE	319
7.9.6 RAZONES FINANCIERAS	319

CAPITULO 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	323
8.1 CONCLUSIONES	323
8.2 RECOMENDACIONES	327
ANEXOS	
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	

LISTA DE CUADROS

CUADRO No. 2.1	Monto pago funcionamiento hostería.
CUADRO No. 3.1	Población urbana y rural.
CUADRO No. 3.2	Población por sexo y grupos de edad.
CUADRO No. 3.3	Población económicamente activa Carchi.
CUADRO No. 3.4	Parroquias urbanas y rurales.
CUADRO No. 3.5	Reservas ecológicas.
CUADRO No. 3.6	Análisis Foda.
CUADRO No. 4.1	Establecimientos de servicios turísticos año 2000-2007.
CUADRO No. 4.2	Distribución de los establecimientos de servicios turísticos provincia del Carchi año 2007.
CUADRO No. 4.3	Agencias de viajes.
CUADRO No. 4.4	Alojamiento por cantón año 2007.
CUADRO No. 4.5	Establecimientos de comidas y bebidas por cantón año 2007.
CUADRO No. 4.6	Establecimientos de recreación / diversión cantón año 2007.
CUADRO No. 4.7	Restaurante Piko Rico.
CUADRO No. 4.8	Alojamiento cantón Montúfar año 2007.
CUADRO No. 4.9	Hostal Gabrielita.
CUADRO No. 4.10	Hostal residencial las Gemelas.
CUADRO No. 4.11	Porcentaje ocupación de las instalaciones.
CUADRO No. 4.12	Competidores.
CUADRO No. 4.13	Ingreso de extranjeros y ecuatorianos años 2001-2007.
CUADRO No. 4.14	Ingreso de extranjeros por meses años 2001-2007.
CUADRO No. 4.15	Ingreso de ecuatorianos por meses años 2001-2007.
CUADRO No. 4.16	Entradas de extranjeros según jefatura de migración años 2001- 2007.
CUADRO No. 4.17	Entradas de ecuatorianos según jefatura de migración años 2001- 2007.
CUADRO No. 4.18	Entradas de extranjeros por motivo de viaje años 2001-2007.
CUADRO No. 4.19	Entradas de ecuatorianos por motivo de viaje años 2001-2007.
CUADRO No. 4.20	Ingreso de extranjeros por nacionalidad año 2007.
CUADRO No. 4.21	Entrada de extranjeros según categoría migratoria año 2007.
CUADRO No. 4.22	Entradas de extranjeros según jefaturas de migración Año 2007.
CUADRO No. 4.23	Entrada de extranjeros por motivo de viaje año 2007.
CUADRO No. 4.24	Entrada de extranjeros por sexo año 2007.
CUADRO No. 4.25	Entradas de extranjeros según grupos de edad año 2007.
CUADRO No. 4.26	Entradas de extranjeros por motivo de viaje y grupos de edad año 2007.
CUADRO No. 4.27	Entradas de ecuatorianos según jefaturas de migración año 2007.
CUADRO No. 4.28	Entrada de ecuatorianos por motivo de viaje año 2007.

CUADRO No. 4.29	Entrada de ecuatorianos por sexo año 2007.
CUADRO No. 4.30	Entradas de ecuatorianos según grupos de edad año 2007.
CUADRO No. 4.31	Entradas de ecuatorianos por motivo de viaje y grupos de edad año 2007.
CUADRO No. 4.32	Llegadas de turistas internacionales por regiones (millones).
CUADRO No. 4.33	Proyección ingreso extranjeros 2007-2012.
CUADRO No. 4.34	Proyección ingreso nacionales 2007-2012.
CUADRO No. 4.35	Ingreso de extranjeros por meses años 2007-2012.
CUADRO No. 4.36	Ingreso de ecuatorianos por meses años 2007-2012.
CUADRO No. 4.37	Proyección ingreso extranjeros según jefatura de migración 2007 – 2012.
CUADRO No. 4.38	Proyección ingreso nacionales según jefatura de migración 2007 – 2012.
CUADRO No. 4.39	Proyección ingreso extranjeros por turismo 2007 – 2012.
CUADRO No. 4.40	Proyección ingreso nacionales por turismo 2007 – 2012.
CUADRO No. 4.41	Tendencia demanda potencial extranjeros 2001-2017.
CUADRO No. 4.42	Tendencia demanda potencial nacionales 2001-2017.
CUADRO No. 4.43	Tendencia demanda real extranjeros 2001-2017.
CUADRO No. 4.44	Tendencia demanda real nacionales 2001-2017.
CUADRO No. 4.45	Proyección demanda hostería.
CUADRO No. 4.46	Perfil y necesidades de los clientes y características del servicio.
CUADRO No. 4.47	Nacionales y extranjeros encuestados según género.
CUADRO No. 4.48	Nacionales y extranjeros que conocen la provincia del Carchi.
CUADRO No. 4.49	Nacionales y extranjeros que visitarían la hostería.
CUADRO No. 4.50	Duración de un paquete turístico.
CUADRO No. 4.51	Tipo de turismo preferido por extranjeros.
CUADRO No. 4.52	Tipo de turismo preferido nacionales.
CUADRO No. 4.53	Tipo de turismo preferido por extranjeros 20-29 años.
CUADRO No. 4.54	Tipo de turismo preferido por extranjeros 30-39 años.
CUADRO No. 4.55	Tipo de turismo preferido por extranjeros 40-49 años.
CUADRO No. 4.56	Tipo de turismo preferido por extranjeros 50 años en adelante.
CUADRO No. 4.57	Tipo de turismo preferido por nacionales 20-29 años.
CUADRO No. 4.58	Tipo de turismo preferido por nacionales 30-39 años.
CUADRO No. 4.59	Tipo de turismo preferido por nacionales 40-49 años.
CUADRO No. 4.60	Tipo de turismo preferido por nacionales 50 años en adelante.
CUADRO No. 4.61	Costo de un paquete turístico.
CUADRO No. 4.62	Costo de un plato a la carta.
CUADRO No. 4.63	Costo de una noche de alojamiento.
CUADRO No. 4.64	Preferencia en la forma de pago.
CUADRO No. 4.65	Formas preferidas por extranjeros para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación.
CUADRO No. 4.66	Formas preferidas por nacionales para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación.

CUADRO No. 4.67	Monto promedio de ingresos de los turistas.
CUADRO No. 4.68	Atributos considerados por extranjeros al seleccionar un lugar de hospedaje y/o recreación.
CUADRO No. 4.69	Atributos considerados por nacionales al seleccionar un lugar de hospedaje y/o recreación.
CUADRO No. 4.70	Frecuencia con la que viaja.
CUADRO No. 4.71	Precios de la competencia.
CUADRO No. 5.1	Dimensiones hostería Sol Pasto.
CUADRO No. 5.2	Capacidad instalada.
CUADRO No. 5.3	Requerimiento de personal.
CUADRO No. 5.4	Equipos de computación área de administración y recepción.
CUADRO No. 5.5	Muebles y enseres área de administración y recepción.
CUADRO No. 5.6	Requerimientos muebles y enseres área de hospedaje
CUADRO No. 5.7	Muebles y enseres área de alimentación.
CUADRO No. 5.8	Maquinaria y equipo área de alimentación.
CUADRO No. 5.9	Menaje restaurant área de alimentación.
CUADRO No. 5.10	Equipos de computación área de turismo.
CUADRO No. 5.11	Muebles y enseres área de turismo.
CUADRO No. 5.12	Equipo de turismo activo área de recreación y esparcimiento.
CUADRO No. 5.13	Equipos de mantenimiento área de mantenimiento y seguridad.
CUADRO No. 5.14	Mapa de Procesos hostería Sol Pasto
CUADRO No. 6.1	Número de personal necesario para el funcionamiento de la hostería.
CUADRO No. 6.2	Monto de las remuneraciones de los miembros de la hostería.
CUADRO No. 7.1	Construcciones e instalaciones.
CUADRO No. 7.2	Inversión en equipos.
CUADRO No. 7.3	Inversión en muebles y enseres.
CUADRO No. 7.4	Inversión en menaje de restaurant.
CUADRO No. 7.5	Gastos de constitución.
CUADRO No. 7.6	Ingreso por hospedaje.
CUADRO No. 7.7	Ingreso de restaurante-desayuno.
CUADRO No. 7.8	Ingreso de restaurante-almuerzo.
CUADRO No. 7.9	Ingreso de restaurante-cena.
CUADRO No. 7.10	Ingreso de restaurante-bebida.
CUADRO No. 7.11	Ingreso de restaurante-plato típico.
CUADRO No. 7.12	Ingreso por paquete turístico No. 1.
CUADRO No. 7.13	Ingreso por paquete turístico No. 2.
CUADRO No. 7.14	Ingreso por paquete turístico No. 3.
CUADRO No. 7.15	Ingreso por paquete turístico No. 4.
CUADRO No. 7.16	Materia prima restaurant.
CUADRO No. 7.17	Costo paquete turístico No. 1.

CUADRO No. 7.18	Costo paquete turístico No. 2.
CUADRO No. 7.19	Costo paquete turístico No. 3.
CUADRO No. 7.20	Costo paquete turístico No. 4.
CUADRO No. 7.21	Presupuesto de inversión.
CUADRO No. 7.22	Valor actual neto.
CUADRO No. 7.23	Periodo de recuperación de la inversión.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 2.1	Análisis de las fuerzas competitivas.
GRÁFICO No. 3.1	Distribución poblacional por cantones.
GRÁFICO No. 3.2	Población y pea por sexo.
GRÁFICO No. 4.1	Establecimientos de servicios turísticos año 2000-2007.
GRÁFICO No. 4.2	Establecimientos de servicios turísticos año 2007.
GRÁFICO No. 4.3	Alojamiento por cantón año 2007.
GRÁFICO No. 4.4	Establecimientos de comidas y bebidas por cantón año 2007.
GRÁFICO No. 4.5	Ingreso de extranjeros años 2001-2007.
GRÁFICO No. 4.6	Ingreso de ecuatorianos años 2001-2007.
GRÁFICO No. 4.7	Ingreso de extranjeros y ecuatorianos por meses año 2007.
GRÁFICO No. 4.8	Ingreso de ecuatorianos por meses año 2007.
GRÁFICO No. 4.9	Entradas de extranjeros según jefatura de migración Tulcán años 2001-2007.
GRÁFICO No. 4.10	Entradas de ecuatorianos según jefatura de migración Tulcán años 2001-2007.
GRÁFICO No. 4.11	Entradas de extranjeros por turismo años 2001-2007.
GRÁFICO No. 4.12	Entradas de ecuatorianos por turismo años 2001-2007.
GRÁFICO No. 4.13	Ingreso de extranjeros por nacionalidad año 2007.
GRÁFICO No. 4.14	Entrada de extranjeros según categoría migratoria año 2007.
GRÁFICO No. 4.15	Entradas de extranjeros según jefaturas de migración año 2007.
GRÁFICO No. 4.16	Entrada de extranjeros por motivo de viaje año 2007.
GRÁFICO No. 4.17	Entrada de extranjeros por sexo año 2007.
GRÁFICO No. 4.18	Entradas de extranjeros según grupos de edad año 2007.
GRÁFICO No. 4.19	Entradas de extranjeros por turismo y grupos de edad año 2007.
GRÁFICO No. 4.20	Entradas de ecuatorianos según jefaturas de migración año 2007.
GRÁFICO No. 4.21	Entrada de ecuatorianos por motivo de viaje año 2007.
GRÁFICO No. 4.22	Entrada de ecuatorianos por sexo año 2007.
GRÁFICO No. 4.23	Entradas de ecuatorianos según grupos de edad año 2007.
GRÁFICO No. 4.24	Entradas de ecuatorianos por turismo y grupos de edad AÑO 2007.
GRÁFICO No. 4.25	Proyección ingreso extranjeros 2007-2012.
GRÁFICO No. 4.26	Proyección ingreso nacionales 2007-2012.
GRÁFICO No. 4.27	Proyección ingreso extranjeros según jefatura de migración Tulcán 2007 – 2012.
GRÁFICO No. 4.28	Proyección ingreso nacionales según jefatura de migración Tulcán 2007 – 2012.
GRÁFICO No. 4.29	Proyección ingreso extranjeros por turismo 2007 – 2012.
GRÁFICO No. 4.30	Proyección ingreso nacionales por turismo 2007 – 2012.

GRÁFICO No. 4.31	Tendencia demanda potencial extranjeros 2001-20017.
GRÁFICO No. 4.32	Tendencia demanda potencial nacionales 2001-2017.
GRÁFICO No. 4.33	Tendencia demanda real extranjeros 2001-2017.
GRÁFICO No. 4.34	Tendencia demanda real nacionales 2001-2017.
GRÁFICO No. 4.35	Porcentaje de nacionales y extranjeros encuestados según género.
GRÁFICO No. 4.36	Porcentaje nacionales y extranjeros que conocen la provincia del Carchi.
GRÁFICO No. 4.37	Porcentaje de nacionales y extranjeros que visitarían la hostería.
GRÁFICO No. 4.38	Duración de un paquete turístico.
GRÁFICO No. 4.39	Tipo de turismo preferido por extranjeros.
GRÁFICO No. 4.40	Tipo de turismo preferido nacionales.
GRÁFICO No. 4.41	Tipo de turismo preferido por extranjeros 20-29 años.
GRÁFICO No. 4.42	Tipo de turismo preferido por extranjeros 30-39 años.
GRÁFICO No. 4.43	Tipo de turismo preferido por extranjeros 40-49 años.
GRÁFICO No. 4.44	Tipo de turismo preferido por extranjeros 50 años en adelante.
GRÁFICO No. 4.45	Tipo de turismo preferido por nacionales 20-29 años.
GRÁFICO No. 4.46	Tipo de turismo preferido por nacionales 30-39 años.
GRÁFICO No. 4.47	Tipo de turismo preferido por nacionales 40-49 años.
GRÁFICO No. 4.48	Tipo de turismo preferido por nacionales 50 años en adelante.
GRÁFICO No. 4.49	Costo de un paquete turístico.
GRÁFICO No. 4.50	Costo de un plato a la carta.
GRÁFICO No. 4.51	Costo de una noche de alojamiento.
GRÁFICO No. 4.52	Preferencia en la forma de pago.
GRÁFICO No. 4.53	Formas preferidas por extranjeros para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación.
GRÁFICO No. 4.54	Formas preferidas por nacionales para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación.
GRÁFICO No. 4.55	Monto promedio de ingresos de los turistas.
GRÁFICO No. 4.56	Atributos considerados por extranjeros al seleccionar un lugar de hospedaje y/o recreación.
GRÁFICO No. 4.57	Atributos considerados por nacionales al seleccionar un lugar de hospedaje y/o recreación.
GRÁFICO No. 4.58	Frecuencia con la que viaja.
GRÁFICO No. 5.1	Mapa provincia del Carchi
GRÁFICO No. 5.2	Vista aérea ciudad de San Gabriel -Carchi
GRÁFICO No. 6.1	Estructura organizacional de la empresa.

ANEXOS

ANEXO No. 1.1	Inventario de atractivos turísticos de la provincia del Carchi.
ANEXO No. 4.1	Alojamiento por cantón año 2007.
ANEXO No. 4.2	Alojamiento cantón Tulcán.
ANEXO No. 4.3	Alojamiento cantón Espejo.
ANEXO No. 4.4	Alojamiento cantón Montúfar.
ANEXO No. 4.5	Establecimientos comidas y bebidas por cantón año 2007.
ANEXO No. 4.6	Comidas y bebidas cantón Tulcán.
ANEXO No. 4.7	Comidas y bebidas cantón Espejo.
ANEXO No. 4.8	Comidas y bebidas cantón Montúfar.
ANEXO No. 4.9	Comidas y bebidas cantón Huaca.
ANEXO No. 4.10	Establecimientos recreación por cantón año 2007.
ANEXO No. 4.11	Recreación cantón Tulcán.
ANEXO No. 4.12	Cuestionario entrevista oferentes.
ANEXO No. 4.13	Ingreso extranjeros por nacionalidad 2007.
ANEXO No. 4.14	Entradas de extranjeros por motivo de viaje, según sexo y grupos de edad.
ANEXO No. 4.15	Entradas de ecuatorianos por motivo de viaje, según sexo y grupos de edad.
ANEXO No. 4.16	Determinación del tamaño de la muestra.
ANEXO No. 4.17	Determinación de la proporción de la muestra total para cada estrato.
ANEXO No. 4.18	Formulario de encuesta.
ANEXO No. 5.1	Localización hostería.
ANEXO No. 5.2	Plano hostería.
ANEXO No. 6.1	Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos.
ANEXO No. 7.1	Inversión en equipos.
ANEXO No. 7.2	Inversión en muebles y enseres.
ANEXO No. 7.3	Menaje de Restaurant.
ANEXO No. 7.4	Capital de trabajo.
ANEXO No. 7.5	Ingreso por actividades extras.
ANEXO No. 7.6	Proyección de costos y gastos.
ANEXO No. 7.7	Flujo de caja.
ANEXO No. 7.8	Balance de Situación Inicial.
ANEXO No. 7.9	Participación de accionistas.
ANEXO No. 7.10	Balance General proyectado.
ANEXO No. 7.11	Estado de Resultados proyectado.
ANEXO No. 7.12	Determinación de la tasa de descuento.
ANEXO No. 7.13	Punto de equilibrio-restaurante.
ANEXO No. 7.14	Punto de equilibrio-paquetes turísticos.
ANEXO No. 7.15	Punto de equilibrio-hospedaje.

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro del contexto socioeconómico nacional, es imperativo crear plazas de trabajo a través de la creación de empresas que busquen distribuir equitativamente las riquezas, motivo por el cual se formula el presente proyecto: Crear una empresa turística que aproveche el potencial turístico de la provincia del Carchi, genere beneficios económicos y que represente un impulsor para el desarrollo de la comunidad aledaña.

Con la finalidad de determinar la mejor alternativa de inversión el trabajo se encuentra estructurado en ocho capítulos que comprenden un estudio completo que permita tomar en cuenta para la creación de una hostería.

El Capítulo I, especifica las razones para diseñar el proyecto.

El Capítulo II, muestra la información teórica sobre el cual se basa el proyecto.

El Capítulo III, se analiza el sector y el medio en el que se va a desarrollar el proyecto, se plantea cual va a ser el direccionamiento estratégico a seguir, que fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas existen y que estrategias tomar.

El Capítulo IV, se refiere al estudio de mercado que considera los aspectos generales del sector como; la oferta turística, análisis de la competencia, demanda turística. Se establece el perfil del consumidor a través de análisis y tabulación de datos de las encuestas. También se diseña los paquetes turísticos que se van a ofrecer y la forma como se van a comercializar.

El Capítulo V, se encuentra el estudio técnico en el cual se especifica la ubicación y el modelo arquitectónico. Determina los requerimientos de personal, maquinaria y equipo, además se presenta en forma detallada los procesos operativos para prestar el servicio.

El Capítulo VI, se especifica el estudio administrativo en el cual se define la estructura organizacional, se realiza el análisis de los puestos de trabajo y el plan de remuneraciones. En el estudio legal se determina los aspectos legales para la constitución de la empresa y los costos en que se incurrirán.

El Capítulo VII, ordena y sistematiza la información proporcionada por los anteriores estudios para elaborar cuadros analíticos y datos adicionales para determinar la rentabilidad. Se analiza la inversión fija, la estructura del capital, el capital de trabajo necesario para ejecutar el proyecto en condiciones óptimas y las proyecciones de los estados financieros. Además se realiza la evaluación financiera a través de indicadores y razones financieras, y se establece las bondades de la decisión tomada por los inversionistas al asignar recursos al proyecto.

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que va adquiriendo cada vez más importancia en el mundo entero, hasta convertirse en una de las principales actividades económicas en todos los países del mundo, sobre todo en aquellos que poseen importantes testimonios culturales, hermosos paisajes o recursos geográficos y ecológicos.

El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo.

Los esfuerzos de promoción son intensos, sin embargo las Américas como mercado receptor, ofrecen gran diversidad de opciones que todavía no han sido debidamente explotadas.

Ecuador es una alternativa nueva, fresca, con muchas opciones para el turista que llega al país, para mirar naturaleza, cultura, aventura; en un espacio de territorio bastante cómodo para visitar en períodos de tiempo óptimos y con una variada oferta turística.

A pesar de ello el Ecuador, es un destino no conocido en los mercados emisores, salvo por el caso de las Islas Galápagos, que no necesariamente son asociadas al país. En el Ecuador continental la actividad turística que existe se ha concentrado principalmente en las provincias de: Pichincha, Imbabura, Guayas y Azuay.

La provincia del Carchi es una de las provincias en las que no se ha desarrollado ampliamente el turismo, la escasa infraestructura hotelera que existe se concentra en la cabecera cantonal y no existe un plan de promoción de los lugares turísticos. A nivel nacional no es conocida y si lo hacen, es por su actividad netamente agrícola y ganadera.

El presente proyecto está orientado a la prestación de servicios de hospedaje, alimentación, caminatas, paseos a caballo, paseos en botes, paseos en bicicleta y como servicio adicional, la oferta de paquetes turísticos los mismos que serán desarrollados con la finalidad de dar a conocer los principales recursos naturales y culturales, brindando así a los turistas una experiencia única, capaz de producir expectativa entorno al cantón y a la provincia.

Se logrará despertar en la población montufareña el interés por el desarrollo de actividades nuevas, creadas a partir del fortalecimiento del turismo en este sector.

El objetivo general es diseñar un proyecto de creación de una Hostería en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar provincia del Carchi y establecer la viabilidad técnica, comercial, legal, administrativa y financiera.

La hipótesis a demostrar es: crear una Hostería en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar provincia del Carchi es viable comercial, técnico, administrativo, legal y financieramente.

La Metodología que se utilizará en este proyecto es la investigación descriptiva. Con este tipo de investigación se podrá obtener datos de primera mano que permitan realizar un análisis general y presentar un panorama del Cantón Montúfar. Para el desarrollo de la investigación se utilizará:

Método Genérico Hipotético Deductivo puesto que sus investigaciones van de lo general a lo específico permitiendo así, realizar un análisis minucioso.

Dentro de los métodos específicos se realizará una investigación no experimental transaccional descriptiva, para lo cual se utilizará las siguientes técnicas:

- Documentales Bibliográficas.- Permitirá la obtención de la teoría que fundamente este proyecto.
- Documentales Archivológicas.- Archivos de Internet.

- De campo Cuantitativas de Observación Directa Extensiva (encuesta).
- Utilización de Fuentes Primarias y Secundarias.

En la Técnica De Campo el instrumento que se utilizará será el Cuestionario, el cual será diseñado en base a los requerimientos de este proyecto.

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y DE SU ENTORNO.

Describir de forma clara el tipo de servicios que se desea ofrecer o el tipo de productos que se desea comercializar, así como el valor que aporta al público objetivo y las ventajas competitivas que presenta en relación a otros productos o servicios ya existentes en el mercado tradicional.¹

Toda empresa que se pretenda llevar a cabo se desenvuelve dentro de un entorno político, social y económico determinado. Las variables de dicho entorno afectarán a la actividad de la futura empresa y por ello se debe proceder a un análisis de las mismas.

2.1.1 LÍMITES Y DIMENSIONES DEL ANÁLISIS.

En primer lugar se debe conocer cual es el tamaño del negocio. En función de esta característica el análisis tendrá más o menos amplitud y profundidad.

Así el análisis puede ser:

- Mundial.
- De varios países.
- Un área económica.
- Un solo país.
- Regional.
- Provincial.
- Local.

¹ MIRANDA MIRANDA JUAN, (2003). Gestión de Proyectos. Colombia: Editorial MM Editores. p.33

2.1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO

El entorno que se va a analizar se puede dividir en:

2.1.2.1 Entorno general.

Se refiere a todo el entorno social, cultural, económico, etc. que rodea a la sociedad y a todas las empresas. Se trata de analizar los factores del entorno general para ver como pueden afectarle y qué incidencia pueden tener sobre su idea. Puede dividirse en:

- **Entorno Económico.-** PIB, número de personas, productividad, renta, cómo está repartida esa renta, nivel de empleo (población en edad de trabajar y población activa), impuestos, inflación, infraestructuras, economía en crecimiento o recesión, sistema financiero, sector público (estructura, gastos e ingresos, déficit y deuda) tipo de interés, política económica, etc.
- **Entorno Político.-** Ver el clima de estabilidad social y política: partidos políticos, sindicatos, ayuntamientos, comunidades autónomas, etc.
- **Entorno Legal.-** Permisos, impuestos, legislación, contratos con trabajadores, etc. Incluye toda la relación con la administración.
- **Entorno Sociológico.-** Se trata de saber cómo es la sociedad y los problemas y virtudes que puede tener: valores de la sociedad, familias, organizaciones sociales, movilidad de la población, número de miembros por familia, tercera edad, problemas sociales, etc.
- **Entorno Cultural.-** Nivel de estudios de la población, asociaciones culturales existentes, conservatorios, escuelas de idiomas, bibliotecas, etc. Ver cuál es el estilo y calidad de vida de la población: religión, viajes, moda, alimentación, etc.

- **Entorno Demográfico.-** Trata del estudio completo de la población: número, edad, sexo, pirámide de población, tasas de natalidad y mortalidad, etc.
- **Entorno del Medio Ambiente.-** Geografía, clima y recursos naturales disponibles. Conciencia social al respecto.
- **Entorno Tecnológico.-** Nivel técnico y científico de la sociedad. De aquí podrá sacar el nivel de competitividad previsible.

2.1.2.2 Entorno específico.

Se refiere al entorno concreto en el que se va a mover la empresa: dónde se va a instalar y con quién se va a relacionar. Los pequeños negocios suelen hacer únicamente un análisis de este entorno específico a no ser que algo del entorno general sea importante para ellos.

Básicamente se trata de obtener información respecto a:

- Autoridades
- Leyes que le afectan
- Organizaciones varias: Sindicatos, asociaciones ciudadanas, etc.
- Clientes (mercado potencial)
- Proveedores
- Competencia actual y potencial
- Trabajadores
- Comunicaciones
- Ambiente social respecto al producto o negocio que se pretende
- Recursos y limitaciones existentes para nuestro negocio
- Zona o sector en crecimiento, madurez o declive. ²

² <http://www.gabilos.com/comosehace/estudioviabilidad/textoAnalisis.ht>

2.2 PROYECTO DEFINITIVO (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD).

Un estudio de factibilidad abarca todos los datos e informaciones importantes para un proyecto de inversión; este material se procesa y presenta en forma sistemática, suficiente detallada y de tal manera que facilite una decisión en cuanto a la implementación técnica y económica del proyecto.

Metodológicamente el proyecto se integra fundamentalmente en el análisis de las siguientes áreas:

2.2.1 ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado de un proyecto, es uno de los más importantes y complejos análisis que debe realizar el investigador. Más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, se tendrá que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, además de e incluso cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo.

El estudio de mercado, más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, debe ser la base sólida para realizar un estudio completo y proporcionar datos básicos para las demás partes de la investigación.

Cada proyecto requiere un estudio de mercado, que sea tan diferente de acuerdo a los productos que se estudien. Hay que realizar un estudio que permita definir la situación actual con y sin el proyecto, además de un estudio proyectado que concluya cuál será el mercado particular que pueda tener la empresa, con la determinación de su estrategia comercial, que es importante para los nuevos productos, por lo tanto es necesario contar con un estudio a cerca del consumidor, sus hábitos y motivaciones de compra.

Cualquiera que sea el método utilizado, para realizar un estudio de mercado, la validez de su resultado va a depender de la confiabilidad que tengan las fuentes de información de donde fueron obtenidos los datos.³

2.2.1.1 Metodología de la investigación del mercado.

2.2.1.1.1 Recopilación de la información.

Las estadísticas son la base de toda investigación cuantitativa. La obtención de la información, datos o cifras, para un problema específico representa parte del éxito de una investigación de mercado.

Las fuentes de información pueden ser: primarias o directas y secundarias, que a su vez se clasifican en internas y externas. En el caso de no existir datos específicos o parciales sobre el mercado en estudio, se realiza una investigación en fuentes primarias, a fin de recopilar información directa, de primera mano.

Información Primaria.

Las técnicas más usuales son:

La observación: abierta, dirigida.

- La entrevista: abierta, semiestructurada, estructurada.
- La encuesta: directa, por cuestionario.

○ **La observación.**

La observación es abierta cuando el o los investigadores captan *in situ*, durante un período de tiempo, todos los factores que determinan, condicionan e inciden sobre el objeto de la investigación.

³ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 46

- **La entrevista.**

La entrevista establece una comunicación directa, verbal y personal con el informante, puede ser de modalidad abierta, en la cual el entrevistador “platica” con el informante sobre diversos tópicos a fin de obtener datos generales o del interés de quien los da.

La entrevista semiestructurada se basa en una guía de temas o preguntas sobre aspectos de interés para el estudio, y deja un margen para temas abiertos que enriquecerán la información.⁴

- **La encuesta.**

La técnica de la encuesta se aplica en forma directa o mediante un cuestionario. Es común confundir a la encuesta directa con una entrevista estructurada, sin embargo, la diferencia fundamental radica en la utilización de reactivos o preguntas cerradas. En la primera, a pesar de que se realizan de manera verbal, es el aplicador quien anota las respuestas en el instrumento diseñado para tal efecto.

La encuesta por escrito es, un cuestionario o instrumento que contiene preguntas cuya respuesta perfila las opiniones y valores individuales del informante, cuantifica datos y se interna en su realidad propia. Esta técnica requiere de una sólida preparación en el tema a investigar y la participación de un grupo interdisciplinario en la elaboración del instrumento.

- **Muestreo.**

Al trabajar con fuentes directas de información se plantea la necesidad de seleccionar un grupo representativo, ya que en la mayoría de los casos, por razones económicas no es posible entrevistar a todos los consumidores

⁴ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987) Proyectos de Inversión en Ingeniería. México. Editorial: Limusa. p.43

respectivos. Debe definirse el tamaño de la muestra, y después se procede a elegir el método de muestreo, que se clasifica en dos categorías principales:

- Muestreo por el cual puede aplicarse un método de calcular una probabilidad. En este caso el muestreo se basa en métodos matemáticos y en forma específica en la teoría de probabilidades.
- Muestreo por el cual no puede aplicarse el cálculo de probabilidades.

El principio fundamental de la teoría del muestreo consiste en la selección de un tamaño de muestra suficientemente grande para representar de manera satisfactoria al grupo del cual se extrae. La mayor exactitud que logra por un incremento del tamaño de la muestra, encima de un punto óptimo, tiene poca importancia en comparación con el aumento de costos de esta medida.

2.2.1.1.2 Información Secundaria

La información secundaria es aquella que trabaja con datos e informaciones que en alguna forma y en algún lugar ya existe. Hay varias fuentes internas y externas para obtener información secundaria.⁵

2.2.1.1.3 Análisis de la información.

El procesamiento de los datos puede llevarse a cabo manualmente, en forma mecánica, por medio de un sistema de tarjetas perforadas o bien por un proceso electrónico.

Cuando se manejan grandes cantidades de datos, es recomendable una codificación de ciertos criterios que, una vez transformados a términos algebraicos, facilita su computación y se evitan mal interpretaciones. Sin embargo, no tiene caso codificar afirmaciones cualitativas como: bueno, regular,

⁵ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987). Proyectos de Inversión en Ingeniería. México. Editorial: Limusa. p.47

malo. El principio general de la codificación es: codificar hasta donde sea necesario; clasificar hasta donde sea posible.⁶

2.2.1.2 Elementos que se deben considerar en un estudio de mercado.

2.2.1.2.1 El análisis de la demanda.

La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado. Sin embargo, la demanda para un bien o un servicio depende:

- a. *Del precio del bien o servicio en cuestión.* Establece que cuando el precio del bien o servicio aumenta, la cantidad demandada disminuye, esto implica que precio y cantidad reaccionan en sentido inverso.
- b. *El precio de los bienes sustitutos.* Se dice que un bien es sustituto de otro, cuando al aumentar el precio de uno la cantidad demandada aumenta.
- c. *Gustos y preferencias.* Nos dice que, si los gustos y preferencias aumentan, la demanda de éste aumenta y viceversa.
- d. *Ingreso de los consumidores.* Este establece que, al aumentar el ingreso de los consumidores, la cantidad demandada aumenta y disminuye si el ingreso disminuye.⁷

2.2.1.2.2 Estimación de la demanda

El pronóstico de la demanda es esencialmente, una extensión del análisis de la demanda presente, sobre la cual se pretende desarrollar un proyecto. Por esta razón, los parámetros que indican el tamaño del mercado, su velocidad y grado de crecimiento, entre otros, deben ser sometidos a un proceso de refinamiento antes de ser utilizados para efectuar proyecciones. Entre los métodos que más se utilizan para pronosticar la demanda están:

⁶ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987). Proyectos de Inversión en Ingeniería. México. Editorial: Limusa. p.49

⁷ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 48

- *Encuestas de extensión de compras.* Se procura conocer qué piensan los compradores potenciales de un producto, respecto a su conducta futura. Estas encuestas pueden tomar diferentes formas, pero generalmente se procura obtener una información en términos de probabilidades, de la reacción del consumidor frente a ciertas variables: precios, créditos, calidad del bien, etc.
- *La opinión de expertos.* La consulta de la opinión de expertos bien informados, puede ser útil en un estudio de mercado, en particular cuando el diseño de un estudio especial puede resultar muy difícil o costoso.
- *Pruebas de mercado.* Estas pruebas consisten en introducir un producto y promover su venta en cierta área limitada o dirigida a un grupo específico de compradores.
- *Análisis estadístico de series de tiempo.* Consiste en ajustar una función a los datos sobre consumo referido a un periodo en el pasado, y luego estimar el consumo en años futuros de acuerdo con los parámetros de la función de ajuste.
- *Modelos econométricos.* Los modelos *econométricos pueden* tratar simplemente, el lado de la demanda y tratar de resumir en unas pocas variables los distintos elementos que determinan la demanda. A partir de ahí se establece una relación funcional, cuyos parámetros se estiman por medio de cálculos de regresión que pueden ser lineales. Una vez obtenida la función, se puede estimar la demanda futura, con sólo asignarle valores a la variable independiente.⁸

⁸ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 51

2.2.1.2.3 *Análisis de la oferta*

La oferta es la cantidad de bienes o servicios, que están dispuestos a ofrecer (vender) los empresarios a distintos precios en un momento determinado.

Los determinantes que influyen en la cantidad ofrecida son:

a) *El precio del bien en cuestión.*

- El costo de la materia prima.
- Los intereses que se pagan por el uso del capital.
- Sueldos y salarios que son otorgados por la empresa.
- Dividendos a la organización.
- Impuestos al Gobierno.
- Publicidad.
- El precio a que se venderá este artículo en el mercado por otros productores.

b) *La tecnología.*

c) *La oferta de los insumos.*

d) *Condiciones metereológicas.*

2.2.1.2.4 *Estimación de la oferta*

Al estimarse la oferta de un determinado producto, se está en capacidad de precisar la estructura del mercado en lo que a oferta se refiere. En el análisis de la oferta, deben tenerse presentes varios aspectos que en definitiva *vienen a* condicionar la factibilidad y estabilidad de un proyecto. Siendo éstos:

- Localización de la oferta.
- Estacionalidad de la oferta.
- Desenvolvimiento histórico.
- Estructura de la producción (línea de productos).

- Capacidad instalada y ocupada.
- Materia prima empleada.
- Disponibilidad de mano de obra, especializada o no.
- Existencia de sustitutos adecuados.
- Fortaleza y debilidades de la competencia.
- Planes de expansión.
- Zonas controladas por la competencia.
- Políticas de venta.
- Número de empresas del mismo tipo, etc.⁹

2.2.1.2.5 *Los Proveedores*

En el mercado de los proveedores se deben estudiar tres aspectos fundamentales: los precios de los insumos, la disponibilidad y la calidad.

El precio de los insumos determinará una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como de capital operativo. En este sentido, se deberá investigar lo que se denomina *concepto ampliado del precio*, el que, además de determinar los valores actuales en que se transan los insumos en el mercado y sus tendencias a futuro, deberá establecer la existencia de condiciones de crédito y las políticas de descuento ofrecidas por los proveedores.

Los equilibrios que se observan en el mercado actual entre oferentes y demandantes condicionan los precios de los insumos y de los productos o servicios. Si el proyecto rompe los equilibrios, por entrar en competencia por un proveedor o consumidor, los precios variarán.

En algunos casos, el aumento en los niveles demandados de ciertos insumos podría romper los equilibrios de mercado en sentido contrario, es decir, ocasionando una baja en sus precios. Esto se explicaría porque la aparición del

⁹ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 53

proyecto podría permitir al proveedor trabajar en niveles de producción más eficientes y distribuir sus costos fijos entre más unidades fabricadas. En otros casos, la reducción en los precios de los insumos se podría deber a que la aparición del proyecto incentivaría la producción local de un insumo que, por la baja demanda actual, es importado o traído de otro lugar con los mayores costos ocasionados por el transporte, aranceles y otros gastos.¹⁰

2.2.1.2.6 *El precio*

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda; sin embargo, en mercados con protecciones como aranceles, impuestos de importación y controles de oferta y demanda, el precio no puede cumplir en su totalidad con esta función.

Los objetivos de un análisis de precios:

- ❖ La determinación de cambio de precios se basa en el análisis de cifras indicadoras.
- ❖ Determinación e interpretación de elasticidad de precios.

La elasticidad-precio es difícil de determinar con exactitud, un buen acercamiento se logra al determinar la pendiente de la curva de la demanda por el método de los mínimos cuadrados.

Por lo regular, los productos básicos o de primera necesidad tienen una demanda inelástica, mientras que por ejemplo, la demanda de artículos de lujo es altamente elástica o infinita en cuanto a cambios de precio.¹¹

¹⁰ SAPAG CHAIN NASSIR, (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México: 1ra. Edición. Editorial Pearson Prentice Hall. p. 56

¹¹ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. México. Editorial: Limusa. p.54

2.2.1.2.7 Mercado

Sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías, de acuerdo a distintos precios establecidos y al tipo de mercancía.

En este paso se debe determinar el tipo de mercado en el que se desarrollarán las actividades económicas.

▪ Tipos de mercado

Aún cuando existen diferentes tipos de clasificaciones en cuanto a tipos de mercado, en el presente trabajo sólo se mencionarán a dos, éstos son:

De acuerdo al área geográfica que abarcan:

- a) **Locales.** Aquellos mercados localizados en un ámbito geográfico muy restringido.
- b) **Regionales.** Son los que abarcan varias localidades, integradas en una región geográfica o económica.
- c) **Nacionales.** Son aquellos mercados, que integran la totalidad de las operaciones comerciales internas que se realizan en un país.
- d) **Mundial.** Es el conjunto de operaciones comerciales entre diferentes países.

De acuerdo a lo que se ofrece:

- a) **De mercancías.** Cuando se ofrecen bienes producidos para su venta.
- b) **De servicios.** Son aquellos que ofrecen servicios, el más importante es el mercado de trabajo.¹²

¹² HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 46

▪ **Pronóstico del mercado**

Es la predicción de futuros eventos de tipo cuantitativo y cualitativo, de carácter hipotético. El objetivo de un pronóstico es posibilitar las decisiones sobre el futuro, y proporcionar una estimación del riesgo involucrado en la decisión. Respecto al pronóstico del mercado sin objetivo es el conocimiento de las perspectivas de ventas futuras, o sea en una estimación aproximada del posible volumen de ventas o de la participación en el mercado para un período futuro claramente definido.

Un pronóstico permite tomar decisiones en la planeación de:

- El volumen de producción.
- La estructura del programa de venta.
- Precios y costos.
- Los canales de distribución.
- Las estrategias del mercado.
- Los costos de venta.
- El almacenaje.

Debido a que cualquier modelo se basa en supuestos, el pronóstico está limitado en su alcance informativo, y puede ser válido bajo las condiciones asumidas en el modelo. De esta manera, el secreto de un buen pronóstico es la selección de un modelo que se apegue a la realidad lo más posible y que al mismo tiempo tenga una estructura sencilla y funcional.

El método de tendencia es uno de los más populares para *la prognosis*, sus elementos básicos son: La variable pronosticar es la variable dependiente del modelo, la cual se “explicará” por el factor tiempo, que representa la variable independiente. Así, la relación puede expresarse mediante una ecuación de regresión:¹³

¹³ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987). Proyectos de Inversión en Ingeniería. México. Editorial: Limusa. p.59

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\Sigma Y}{n}$$

$$b = \frac{\Sigma X.Y}{X}$$

2.2.1.2.8 Análisis de mercado (determinación del tamaño mínimo de la muestra)

Normalmente, los estudios se efectúan tomando en consideración a sólo una parte de la población, por la cual existe interés, la cual recibe el nombre de muestra, debe ser representativa, ya que de lo contrario las conclusiones que se obtengan de ella y que servirán para analizar el comportamiento de la población que se extrajo la muestra, no serán válidas.

Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizará la siguiente fórmula:¹⁴

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{k^2 * [(N - 1) + Z^2] * p * q}$$

La nomenclatura utilizada en la fórmula está formada por:

Z^2 = Grado de confiabilidad al cuadrado (95%=1.96)

k^2 = Grado de error al cuadrado (1-10%)

p = Ocurrencia (50%=0,5)

q = No ocurrencia (50%=0,5)

N = universo o población

n = muestra aleatoria simple

Fórmula para determinar la proporción de la muestra total para cada estrato

$$\frac{Nh1}{N} + \frac{Nh2}{N} = 1$$

¹⁴ KINNEAR, Taylor, "investigación de mercados"; Colombia; 5ta. edición;2000

2.2.1.2.9 *Sistemas de comercialización*

Es la transferencia del bien de los centros de producción a los centros de consumo, pero esta transferencia debe contemplar: el colocar el bien en tiempo y lugar adecuado, que le permita al consumidor efectuar sus compras para satisfacer sus necesidades.

Para llevar a cabo la venta de sus productos, el empresario (productor) recurre a la selección de canales de distribución, los cuales son la ruta que sigue un producto de los centros de producción hasta el consumidor final, teniendo en consideración que entre mayor sea el número de intermediarios que participen en esta etapa, el precio de las mercancías irá aumentando al pasar de un punto a otro. Los canales son:

- a. *Producto-Consumidor*. Es el canal, es la vía más corta, y sucede cuando el consumidor compra el producto directamente en la empresa.
- b. *Productor-Minorista-Consumidor*. En este tipo de canal existe un intermediario, antes de que el consumidor pueda adquirir sus mercancías.
- c. *Productor-Mayorista-Consumidor*. Este canal contempla dos intermediarios el mayorista, que es el que hace llegar el producto del centro de producción al minorista y éste al consumidor final.
- d. *Productor-Agente-Mayorista-Minorista-Consumidor*. Este tipo de canal funciona cuando las empresas productoras están distantes a los centros de consumo, por lo cual se valen de agentes quienes darán a conocer las bondades del producto a mayoristas, quienes se encargarán del suministro a los minoristas, para que éstos las vendan la consumidor final.¹⁵

¹⁵ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 55

2.2.2 LAS 5 FUERZAS DE PORTER

En 1980 Michael Porter desarrolló este método de análisis con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas. Para Porter, existen 5 diferentes tipos de fuerzas que marcan el éxito o el fracaso de un sector o de una empresa:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores. El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. La rivalidad entre los competidores. Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

3. Poder de negociación de los proveedores. Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

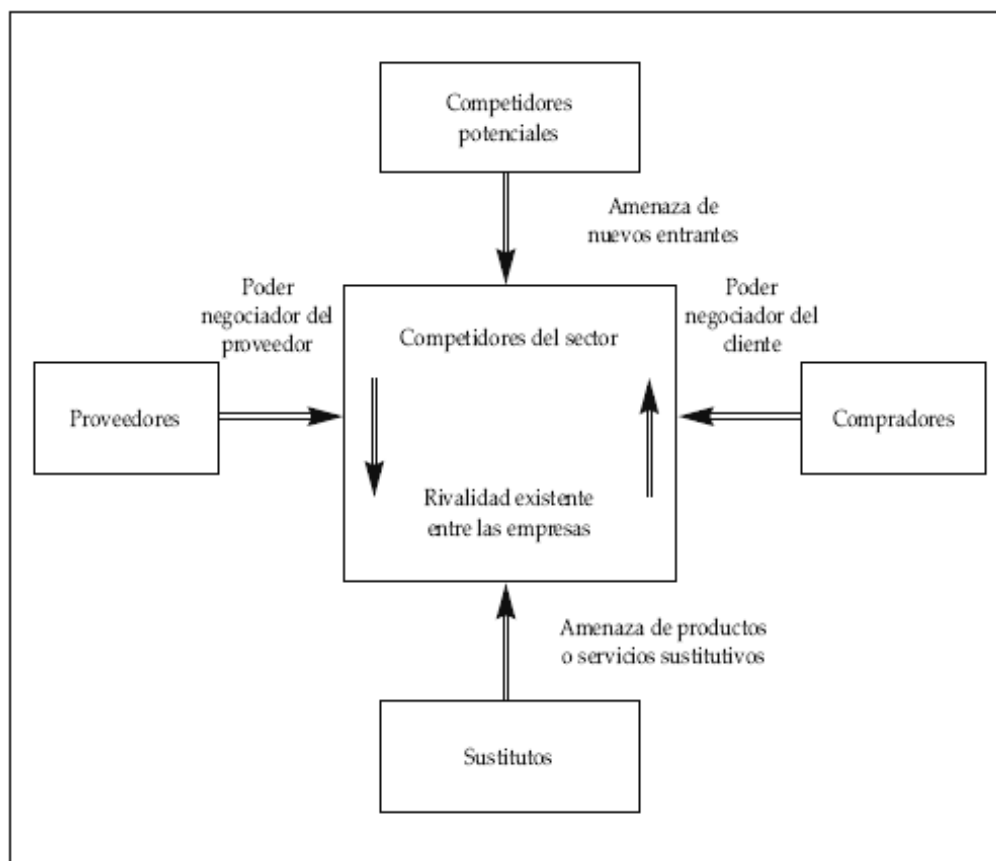
4. Poder de negociación de los compradores. Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.

La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos. Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.¹⁶

Los factores cruciales en la competencia de una compañía se pueden representar, según PORTER, de la siguiente manera:

Gráfico No. 2.1
ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS



Fuente: www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm

¹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

2.2.3 ANÁLISIS DAFO

Comprende los puntos fuertes y débiles de la empresa, así como las amenazas y oportunidades que le ofrece el entorno. Estos cuatro elementos se derivan de la auditoría estratégica.¹⁷

2.2.4 ESTUDIO TÉCNICO

Las investigaciones técnicas para un proyecto se refieren a la participación de la ingeniería en el estudio para las fases de planeación, instalación e inicio de la operación.

El estudio técnico constituye el núcleo ya que todos los demás estudios derivados dependen de él, y en cualquier fase del proyecto es importante saber si es técnicamente factible y en qué forma se pondrá en funcionamiento.

En este caso, la habilidad técnica y la investigación definirán el producto. Se analizarán las especificaciones del producto con el equipo de mercadotecnia antes de planear la producción para asegurarse que el mercado prefiere también el producto definido.

El estudio técnico de un proyecto en si es un proceso interactivo al cual las demás investigaciones se refieren varias veces hasta que finalmente se determina el concepto entero en el estudio de factibilidad.

El estudio técnico puede desglosarse en los siguientes rubros:

- ❖ Ensayos y pruebas preliminares.
- ❖ Selección del proceso de producción.
- ❖ Especificaciones de la maquinaria para la operación y del equipo de montaje.

¹⁷ P., KLOTTER. (2001). Dirección de Marketing. La edición del milenio. México: Editorial. Prentice Hall. p.41

- ❖ *Lay Out* de edificios y de distribución del terreno.
- ❖ *Lay Out* de la planta.
- ❖ Proyectos complementarios de ingeniería.
- ❖ Rendimientos.
- ❖ Flexibilidad en la capacidad de producción.
- ❖ Programas de trabajo.

El estudio técnico se concentra en unidades físicas de insumos y productos, maquinaria y equipo, procesos de producción, etc. Sin embargo, estas informaciones técnicas y físicas tienen que transformarse en unidades monetarias, para luego, realizar el cálculo de las inversiones.

El estudio técnico está relacionado de manera directa con el cálculo de costos. Los análisis de economías de escala y optimización de costos están arraigados en la ingeniería del proyecto en tal forma que no pueden separar el estudio técnico; deben incluirse como evaluación técnico-económica bajo los objetivos de minimización y optimización de la estructura de costos.¹⁸

2.2.4.1 Localización del Proyecto

El estudio de localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto *logra* la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios. El problema de la localización se relaciona con el del desarrollo regional, debido a que decisiones acerca de la localización de industrias influye en el crecimiento de las diferentes regiones de un país. Con frecuencia, la decisión de dónde situar una nueva planta, puede ser determinante, para optar por continuar un proyecto.

La planeación regional es un elemento necesario de la planeación nacional, y por lo tanto, el análisis la selección de la localización incluye dos aspectos o etapas principales:

¹⁸ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. México. Editorial: Limusa. p. 98

- **Un macro-análisis**, relacionado con los aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, de la demanda y en la infraestructura.
- **Un micro-análisis**, que entra en detalles relacionados con la investigación y comparación de los componentes del costo y otros factores de la localización, incluye un estudio de costos para cada alternativa locacional, con el fin de llegar a una selección casi definitiva del lugar donde se localizará el proyecto.

▪ **Macro y microlocalización.**

El macro análisis se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar, cuál o cuáles regiones, o terrenos serán aceptables para la realización del proyecto. A través del microanálisis se estudian los detalles, mediante un cálculo comparativo de los costos, para decidir sobre la localización óptima del proyecto. Las condiciones básicas de una región, para facilitar un desarrollo industrial, son las siguientes:

- Distancias y acceso a la infraestructura.
- Mercados de venta amplios.
- Disponibilidad de insumos.
- Abastecimiento de energía.
- Industrias conexas y servicios auxiliares.
- Disponibilidad de mano de obra.

La primera etapa del análisis perfila la zona de localización cuyas consideraciones empiezan con la determinación de los factores locacionales referentes a los siguientes puntos:

- La disponibilidad de terreno, mano de obra, capital.
- La distribución de la demanda: localización y tamaño del mercado de consumo, es decir, de los compradores potenciales y de los insumos: localización de fuentes de materias primas, el número y calidad de ellas.

- Distancias y acceso infraestructural: accesos a los medios de transporte, disponibilidad de energía eléctrica y agua.
- Industrias conexas y servicios auxiliares: la actividad económica de la región, es decir, bancos, canales de distribución, ventajas de una industria centralizada.
- Impuestos y disposiciones legales.
- Condiciones generales de vida.

Estos factores, para la ubicación, se consideran como las determinantes locacionales, término que expresa su carácter para las decisiones. Sin embargo, no siempre tendrán el mismo peso, pues requieren una selección de la localización según ciertas prioridades; en todo caso los factores más importantes serán: mercado y la disponibilidad económica de insumos.

Como objetivo inicial el microanálisis selecciona aquellas localizaciones que ofrecen buenas perspectivas en cuanto al éxito del proyecto.

Los criterios principales para esta selección se detallan de la siguiente manera:

- Debe disponerse de un terreno adecuado para la construcción de la planta respectiva.
- La zona dispondrá de suficiente mano de obra.
- Debe existir un mercado de materias primas adecuado.
- Se contará con material, maquinaria y otro equipo en las cantidades y calidades necesarias para realizar y operar el proyecto.
- La localización tendrá acceso a los medios de transporte.
- Se establecerán relaciones con las demás industrias y comercios.
- Las disposiciones legales y fiscales de la región no impedirán el desarrollo.

Se supone que estos requisitos tienen la misma importancia, y el proceso de decisión se inicia con la descripción de las alternativas locacionales y sus condiciones.¹⁹

¹⁹ EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987). Proyectos de Inversión en Ingeniería. México. Editorial: Limusa. p. 78

2.2.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Define las necesidades de perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y los estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados, y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.²⁰

2.2.5.1 Organización Funcional

La organización funcional es aquella en la cual, la división por funciones existe a todos los niveles de una organización o empresa.

2.2.5.1.1 Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa, al mismo tiempo nos muestra elementos del grupo y sus relaciones respectivas.

2.2.5.1.2 Objetivos

Los objetivos que persigue el organigrama son los siguientes:

1. Mostrar los principales puestos (quién hace qué).
2. Los principales canales de comunicación (quién reporta a quién).
3. Dar cualquier instrumento especial de coordinación, como los comités formales.
4. Ver los niveles jerárquicos.
5. Las principales unidades de organización.²¹

²⁰ VARELA, R. (2001). Innovación Empresarial. 2da Edición. Bogotá. Editorial: Pearson Prentice Hall.

²¹ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 86,87

2.2.6 ESTUDIO LEGAL

Tiene como objetivos: definir la posibilidad legal para que el negocio se establezca y opere, la definición del tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan, analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto, determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos.²²

2.2.6.1 Base legal - Código Civil

Las operaciones mercantiles se encuentran reguladas por las leyes que rigen el comercio y las empresas, así como por el Código Civil. Las principales entidades legales que pueden constituirse son las siguientes:

- Corporaciones;
- Compañías de responsabilidad limitada;
- Sucursales de corporaciones extranjeras;
- Compañías en nombre colectivo;
- Compañías en comandita simple;
- Compañías de economía mixta; y,
- Compañía *holding* o tenedora de acciones.

Las corporaciones extranjeras pueden establecer sucursales en el país después de haber cumplido con los procedimientos, requisitos y solicitudes especiales de domiciliación; estas corporaciones no pueden ser accionistas de compañías ecuatorianas de responsabilidad limitada.

Todos los tipos de empresas de negocios están sujetas a los reglamentos específicos de la Superintendencia de Compañías, entidad que revisa los estados financieros anuales y asegura el cumplimiento de las regulaciones existentes. Por su parte, todas las instituciones financieras están reguladas por la Superintendencia de Bancos.

²² VARELA, R. (2001). Innovación Empresarial. 2da Edición. Bogotá. Editorial: Pearson Prentice Hall.

2.2.6.1.1 Corporación.

Conocida en Ecuador como "sociedad anónima", la corporación es una compañía cuyo capital se encuentra dividido en acciones que pueden ser negociadas públicamente. Este capital accionarial debe estar repartido al menos entre dos accionistas, a no ser que la compañía pertenezca en parte a una organización gubernamental y/o provea algún servicio público; en tales casos el capital puede pertenecer a un único accionista.

Una vez firmada y registrada ante notario la constitución de la corporación, sus estatutos y escrituras deben ser presentados a la Superintendencia de Compañías (o de Bancos, en su caso) para su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil. El capital debe ser de, al menos, 5.000.000 de sucres (483 dólares al mes de marzo de 1999) pagado en dinero o en especies, con el total suscrito y un 25% desembolsado en el momento de la formalización.

Las acciones registradas y los títulos de acciones no pueden ser emitidos hasta que las acciones hayan sido totalmente pagadas. Las acciones preferentes no deben exceder del 50% del capital total de la corporación. Los derechos preferentes son aplicados únicamente al pago de dividendos y a la liquidación de la compañía; los dividendos pagados a accionistas preferentes pueden ser acumulativos.

Las ganancias de la corporación pueden ser capitalizadas emitiendo dividendos de acciones, pero la emisión de acciones con descuento está prohibida. Una corporación puede comprar sus propias acciones únicamente con sus ganancias acumuladas.

Las leyes ecuatorianas establecen que una compañía cuyas pérdidas exceden del 50% del capital debe comenzar el proceso de liquidación, a menos que los accionistas aumenten el capital o reduzcan legalmente el capital requerido al monto sobrante (asumiendo que el monto sobrante sea suficiente).

Una corporación debe reservar por lo menos el 10% de sus utilidades anuales como reserva para posibles contingencias legales. Se deben hacer contribuciones anuales a esta reserva hasta que se iguale la mitad del capital inicial de la compañía. La responsabilidad de los accionistas se limita únicamente a la propiedad de sus acciones.

2.2.6.1.2 Compañía de responsabilidad limitada.

Se constituye también oficialmente después de obtener la aprobación de sus escrituras de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías y la subsiguiente publicación de un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación.

La compañía deber contar al menos con tres socios y nunca más de quince; su capital inicial debe ser superior a 2.000.000 de sucres (193 dólares al mes de marzo de 1999), dividido en participaciones de 1.000 sucres o en múltiplos de 1.000. Al menos la mitad de su capital debe estar desembolsado en el momento de la constitución y el resto deberá serlo en el transcurso del año siguiente.

La responsabilidad del socio se limita a la cantidad de su contribución al capital; las participaciones que representan sus intereses no pueden ser transferidas sin la aprobación del 100% del capital. Las personas extranjeras pueden ser socios, pero las corporaciones extranjeras tienen prohibida su participación en este tipo de empresas.

La junta general es el ente regulador de este tipo de compañía y está constituida por todos los socios; sus resoluciones deben ser aprobadas por la mayoría del capital presente en la junta. Debe reunirse al menos una vez al año, pero el 20% de los miembros pueden convocar una reunión en cualquier momento. También esta junta debe designar a uno o más administradores que actúen en su nombre, los cuales deben presentar los estados financieros a los socios dentro de los noventa días siguientes al término del año fiscal.

Al menos el 5% de las utilidades anuales de la compañía debe mantenerse separada como reserva legal hasta que este fondo iguale al 20% del capital; si las pérdidas acumuladas de la compañía llegan al 50% del capital, la entidad debe ser liquidada o los socios deberán aportar el capital adicional necesario.

Una compañía de responsabilidad limitada puede constituirse para cualquier tipo de negocio o profesión, con excepción de la banca, los seguros y las finanzas.

2.2.6.1.3 Sucursal de una corporación extranjera.

Para establecer una sucursal en Ecuador, una compañía extranjera debe antes cumplir con las siguientes estipulaciones:

- Dar pruebas de estar legalmente constituida en su país de origen;
- Probar que sus estatutos le permiten realizar operaciones en el exterior;
- Designar un agente permanente con poder notarial absoluto para representar a la compañía; y,
- Desembolsar a la sucursal el capital requerido por la ley (50.000.000 de sucres, 2000 dólares).

Hasta que la compañía obtiene la autorización pertinente de la Superintendencia de Compañías para hacer negocios, los fondos para la constitución de su capital deben permanecer depositados en cualquier banco ecuatoriano.

La operación de una sucursal está generalmente sujeta a las mismas regulaciones y obligaciones legales que cualquier otra compañía ecuatoriana. Para los fines legales, la sucursal de una corporación extranjera está generalmente administrada por el apoderado nombrado por la casa matriz. La liquidación de una sucursal se inicia si las pérdidas acumuladas equivalen al 50% de su capital, a menos que la compañía matriz intervenga aportando capital adicional.

2.2.6.1.4 Compañía en nombre colectivo.

Es una empresa formada y poseída por dos o más personas. Todos los socios de esta empresa pueden participar en la conducción y administración del negocio a menos que se estipule lo contrario en su constitución. Si sólo algunos socios están autorizados a actuar como administradores, entonces sólo sus actos y decisiones obligan a la empresa. Los socios son mancomunada y solidariamente responsables por todos los actos realizados en nombre de la empresa, a menos que se encuentren expresamente exentos de cualquier responsabilidad en la constitución de la misma. Los acreedores personales de un socio pueden demandar únicamente su participación en el patrimonio de la sociedad en la medida en que estos activos sean requeridos para cubrir las deudas de la sociedad.

2.2.6.1.5 Compañía en comandita simple.

Una compañía en comandita simple tiene dos tipos de socios: socios colectivos y socios comanditarios o limitados. Los socios colectivos proveen el capital y son responsables de la dirección del negocio mancomunada y solidariamente. Los socios comanditarios que se involucran en la administración o permiten que sus nombres sean públicamente usados pierden su condición de socios comanditarios y su responsabilidad limitada.

2.2.6.1.6 Compañías de economía mixta.

Estas corporaciones son una combinación de empresa privada y estatal; generalmente se organizan para prestar un servicio público o para dirigir un proyecto de desarrollo. Dados estos propósitos, en ocasiones hay una disposición por la cual el Gobierno puede comprar la participación privada y viceversa. La corporación está sujeta a los mismos requisitos y regulaciones que otras corporaciones privadas, así como también a las regulaciones de la Superintendencia de Compañías. Este tipo de compañía también tiene derecho a ciertos beneficios corporativos especiales, ya que está relacionada con el Estado.

2.2.6.1.7 *Compañía holding o tenedora de acciones.*

Es la que tiene por objeto la compra de acciones o participaciones de otras compañías con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través la propiedad accionarial, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados y conformar así un grupo empresarial. Estas compañías deberán mantener estados financieros individuales para fines de control, utilidades repartibles a trabajadores y pagos de impuestos; para otros propósitos, podrán mantener estados financieros o de resultados consolidados, evitando la duplicación de trámites o procesos administrativos.²³

2.2.6.2 **Reglamento general de actividades turísticas**

Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado

²³ <http://www.cideiber.com/infopaises/Ecuador/Ecuador-08-02.html>

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.

Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles, cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará tendido por el personal de la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes

servicios:

- a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Teléfono público en la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado.

Los precios autorizados para cada año no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo sino por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios de que estén dotadas.

Antes de la admisión de un cliente se le deberá notificar el precio de los diferentes servicios. La falta de esta notificación lleva aparejada la obligación del alojamiento de facturar por el precio mínimo para el tipo de habitación que ocupe el cliente.

El precio de la pensión alimenticia no podrá exceder de la suma de los precios fijados para el desayuno, almuerzo y cena. El precio de la pensión completa se obtendrá de la suma de los precios correspondientes a la habitación y a la pensión alimenticia. A excepción de las pensiones, ningún alojamiento podrá

exigir a sus clientes que se sujeten al régimen de pensión alimenticia completa.

El cliente que solicite acogerse al régimen de pensión completa, queda obligado al pago de la tarifa convenida, aun cuando dejare de utilizar ocasionalmente alguno de los servicios que comprende dicho régimen, salvo convenio en contrario.

Se entenderá que el precio del hospedaje comprende el uso de la habitación y servicios complementarios comunes, no pudiendo percibir el alojamiento ningún valor adicional por la utilización de dichos servicios comunes.

Para efecto de lo dispuesto en el presente artículo se considerarán servicios comunes las piscinas, hamacas, toldos, sillas, columpios, mobiliario propio de piscinas, playas, jardines y parques particulares.

Forma de computar el precio.- El precio de la habitación se computará de acuerdo al número de noches.

Guías profesionales de turismo.- Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado.

Los guías profesionales de turismo, para ejercer sus actividades, deberán contar con la correspondiente licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

Clasificación.- Los guías profesionales de turismo se clasifican en:

- a) Guía nacional: Es el profesional guía de turismo, debidamente autorizado para conducir a turistas nacionales y extranjeros dentro de todo el territorio nacional, exceptuando las áreas de especialización contempladas en la letra b) de este artículo;
- b) Guía especializado: Es el profesional guía de turismo, que demuestre poseer los suficientes conocimientos académicos, experiencias y prácticas especializadas que le habiliten para conducir grupos de turistas en sitios o zonas geográficas específicas, tales como: parques nacionales, montañas, selva, cuevas y cavernas, museos, y en actividades especiales como canotaje, ascencionismo, buceo y otras que el Ministerio de Turismo determine en el futuro. Se considera también como guías especializados a los guías naturalistas autorizados por el Ministerio del Ambiente; esta autorización será notificada al Ministerio de Turismo. Ninguna persona podrá tener la categoría de guía especializado si, previamente, no ha obtenido su licencia como guía nacional; y,
- c) Guía nativo: Es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador, que posea conocimientos sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socio económicos de su hábitat y que, luego de calificada su experiencia, sea habilitado por el Ministerio de Turismo para conducir grupos de turistas nacionales e internacionales dentro de las áreas geográficas que correspondan al territorio del grupo étnico del cual proviene.

Obligación de agencias, operadores y prestadores de servicios.- Las agencias de viajes, los operadores, y los prestadores de servicios turísticos, contratarán, para desempeñar la actividad de guías profesionales, únicamente a quienes cuenten con la licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo retirará la licencia a quienes incumplan con lo previsto en el inciso anterior.

Obligación de contratar guías profesionales de turismo. -Para la atención de grupos organizados de turismo, las agencias de viajes operadoras están

obligadas a contratar el servicio de un guía profesional de turismo por cada quince pasajeros o fracción de ellos.

Funciones de los guías.- Corresponde a los guías profesionales de turismo:

- a) Desempeñar las actividades propias de su profesión, de acuerdo a lo previsto por este reglamento;
- b) Promover la defensa de los intereses de los turistas, informando y denunciando ante el Ministerio de Turismo los abusos de que éstos puedan haber sido objeto;
- c) Suministrar en forma correcta, profesional y veraz, información sobre el patrimonio turístico del Ecuador; y,
- d) Atender y resolver los problemas que pudieran tener los turistas, durante la permanencia en el lugar visitado.

Los guías profesionales actuarán como colaboradores del Ministerio de Turismo en la protección y vigilancia del patrimonio turístico nacional, natural y cultural, mediante la correcta y acertada conducción de los grupos de turistas, que incluye la información previa y oportuna sobre cronogramas, comportamiento, infracciones, daños y sanciones.

Obligaciones de los guías.- Serán obligaciones de los guías profesionales de turismo:

- a) Para con los turistas:
 - 1. Prestar sus servicios profesionales bajo normas de comportamiento ético, morales y profesionales.
 - 2. Prestar sus servicios con puntualidad y guardar normas de respeto y consideración con los turistas.
 - 3. Desarrollar su actividad profesional dando información turística objetiva y con sentido patriótico sobre nuestras instituciones, tradiciones y costumbres; y,

b) Para con el Ministerio de Turismo:

1. Dar aviso al Ministerio de Turismo, por escrito, cuando tuvieren conocimiento de algún hecho que pueda constituir infracción a la Ley Especial de Desarrollo Turístico y suministrar oportunamente cualquier información que éste le solicitare.
2. Reportar inmediatamente al Ministerio de Turismo las deficiencias o infracciones que adviertan en la prestación de los servicios turísticos en los que ha participado.
3. Informar al Ministerio de Turismo sobre cualquier incidente o accidente que afectare a los turistas sin perjuicio de las atribuciones de las autoridades correspondientes.
4. Ejercer sus funciones solamente durante la vigencia de su licencia y dar aviso cuando ésta les hubiere sido sustraída o la hubiesen perdido.
5. Informar y actualizar sus datos personales.

Licencia de ejercicio profesional.- Para obtener la Licencia de Ejercicio Profesional de guía de turismo otorgada por el Ministerio de Turismo, el interesado deberá cumplir con los requisitos establecidos en la ley y los siguientes:

- a) Solicitarlo por escrito al Ministerio de Turismo, adjuntando dos fotografías tamaño carnet;
- b) Presentar copia certificada del título profesional de guía de turismo y un certificado de suficiencia en idiomas inglés, francés, alemán, japonés, ruso o italiano, otorgado por una institución calificada por el Ministerio de Turismo para ese fin; los nacionales o extranjeros con títulos en el exterior, deberán refrendar dichos títulos en el Ministerio de Educación. La formación profesional de guías de turismo, será de por lo menos dos años. Dicha formación deberá ser conferida por las instituciones educativas reconocidas por el Ministerio de

Turismo, Educación y Cultura y el Consejo Nacional de Educación Superior; y,

- c) Acreditar la nacionalidad ecuatoriana y en el caso de extranjeros, deberán presentar la autorización laboral correspondiente.

En la licencia de ejercicio de la actividad profesional, deberá constar con claridad la clasificación y especialización del guía de turismo, así como el idioma o idiomas en los que su conocimiento esté acreditado.

La licencia de ejercicio de la actividad profesional deberá renovarse cada dos años, contados a partir de la fecha de emisión de la licencia, para lo cual el guía profesional deberá presentar al Ministerio de Turismo, la correspondiente solicitud de renovación.

El costo de la licencia de ejercicio profesional, se aplicará de acuerdo con la siguiente tabla de valores:

Categoría expedición (us\$) renovación (us\$).

- Guía nacional 30, renovación 15.
- Guía especializado, 20 renovación 10.
- Guía nativo 4, renovación 2.

Los valores recaudados por este concepto serán depositados en las cuentas del Ministerio de Turismo.²⁴

²⁴ http://www.captur.com/Docs/Reglamento_General_de_Actividades_Turisticas.pdf

2.2.6.3 Pago por registro y licencia única anual de funcionamiento

Art. 144.- De conformidad con el Art. 40 literal c) de la Ley de Turismo, son ingresos del Fondo Mixto de Promoción Turística los valores por concesión del Registro de Turismo.

Art. 145.- Toda persona natural, jurídica o comunidad organizada, previo al inicio de cualesquiera de las actividades turísticas contempladas en los Art. 5 y 12 de la Ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento. El Registro de Turismo se otorga al sujeto prestador de servicios turísticos, por cada actividad prevista en la Ley de Turismo que desarrolle. La Licencia Única Anual de Funcionamiento se otorga por cada local que el sujeto prestador de servicios turísticos establezca para el desarrollo de las actividades turísticas para las cuales se encuentra legalmente habilitado.

Art. 146.- De conformidad con el Art. 9 de la Ley de Turismo y los Arts. 24, 27, 47 y siguientes del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, es competencia privativa del Ministerio de Turismo la concesión del Registro de Turismo.

Art. 147.- De conformidad con el Art. 10 de la Ley de Turismo y los Arts. 24 y 55 y siguientes del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, el otorgamiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento es, alternativamente, competencia del Ministerio de Turismo o de aquellos Municipios con competencias descentralizadas o transferidas.

Art.148.- De conformidad con los artículos 48 y 60 del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, se establece como valor de recaudación por registro y licencia única anual de funcionamiento los siguientes:

ACTIVIDAD TURÍSTICA: ALOJAMIENTO

Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento, hasta un máximo del valor fijado para cada tipo y categoría.

Cuadro No. 2.1**MONTO PAGO FUNCIONAMIENTO HOSTERÍA**

HOSTERÍAS PARADEROS MOTELES			
CATEGORÍA		POR HABITACIÓN	MÁXIMO
Primera	Cuatro Estrellas	\$7,10	\$710,00
Segunda	Tres Estrellas	\$5,90	\$590,00
Tercera	Dos Estrellas	\$4,75	\$475,00

Fuente: Reglamento general de actividades turísticas.

Art. 149.- El pago por registro de Turismo se realizará por una sola vez de acuerdo con lo establecido en el Art. 145 de este Acuerdo.

Art. 150.- El pago por el otorgamiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento se realizará anualmente, junto con la contribución a la que se refieren los Arts. 112 y siguientes de este Reglamento.

Art. 152.- La declaración, autoliquidación de los valores correspondientes y el pago efectivo se producirá con anterioridad al inicio del trámite para el otorgamiento de las autorizaciones administrativas correspondientes. A la solicitud respectiva se acompañarán los documentos que acreditan el pago del valor, la contribución prevista en los Arts. 112 y siguientes de este Reglamento.

La declaración, autoliquidación y pago correspondientes se realizará del mismo modo en que se declara, autoliquidada y paga la contribución regulada en los Arts. 112 y siguientes de este Reglamento.

Art. 153.- Los valores a los que tenga derecho el Fondo Mixto de Promoción Turística por concesión del Registro de Turismo, serán depositados en la cuenta habilitada para tal efecto por la Fiduciaria, o en su defecto por el Ministerio de

Turismo a través de la Subsecretaría de Administración y Finanzas. Los valores por marginaciones al Registro de Turismo y aquellos derivados del pago por otorgamiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento que deba realizar el Ministerio de Turismo, serán depositados en la cuenta que hubiere habilitado el Ministerio de Turismo, a través de la Subsecretaría de Administración y Finanzas, en calidad de ingresos propios.

Art. 154.- Los Municipios con competencias descentralizadas procederán al cobro de los valores descritos anteriormente de conformidad con lo establecido en este Acuerdo, en consideración a que este Ministerio tiene potestad privativa sobre aspectos inherentes a las actividades turísticas y su funcionamiento.²⁵

2.2.7 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

2.2.7.1 Estudio Financiero

El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Igualmente debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios al préstamo. El otro propósito es el análisis de liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras.²⁶

2.2.7.1.1 Presupuestos, inversiones y financiamientos

Presupuestos. Es el cálculo anticipado de los gastos, costos, ventas o cualquier otro evento que ocurra en un periodo determinado.

Inversiones. Es una erogación de la cual, se espera obtener un beneficio económico.

²⁵ www.vivecuador.com

²⁶ VARELA, R. (2001). Innovación Empresarial. 2da Edición. Bogotá. Editorial: Pearson Prentice Hall.

Financiamiento. Aporta los recursos necesarios para la realización de un objetivo.²⁷

▪ **Presupuesto de costos y gastos.**

Es la predeterminación de cifras en gastos y erogaciones, que se derivan de las funciones de dirección y control de las actividades de la empresa.

Costo de producción y operación.- Sirve para valorizar los productos vendidos y las existencias que quedan en el almacén, o en el proceso de transformación. Es la base para la fijación del precio de venta y se define como el conjunto de esfuerzos y recursos que se invierten para obtener un bien.

Está basado en el presupuesto de ventas, porque debe satisfacer sus requerimientos considerando:

- Capacidad productiva de la planta.
- Requerimiento y/o políticas sobre inventarios.

Gastos de administración.- Son todas las erogaciones que tienen como función, el sostenimiento de las actividades destinadas a mantener la dirección y la administración de la empresa, que de un modo indirecto están relacionadas con la operación de ventas.

Honorarios.- Es el sueldo por la prestación de un servicio independiente, es decir, cuando no existe una dependencia directa entre el retenedor (patrón) y el contribuyente (trabajador).

Sueldos y salarios.- El salario es la retribución que debe pagar el patrón (empresa) al trabajador, por su desempeño. Éste puede fijarse por unidad de

²⁷ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 98

tiempo, por unidad de obra, por comisión, a precio alzado, o de cualquier otra manera. Se integran con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, primas, comisiones o cualquier prestación que se entregue al trabajador.

Combustibles y refacciones.- Son erogaciones realizadas para la marcha del equipo de reparto, consiste en: aceites, lubricantes, gasolina o diesel, y refacciones que necesitan cambiarse periódicamente al equipo, para su buen funcionamiento y adecuado uso.

Mantenimiento de equipo de transporte.- Son todas aquellas erogaciones para mantener en buenas condiciones las camionetas, camiones de carga, trailers, por ejemplo: servicios de lavado, engrasado, cambio de aceite, reparaciones, cambio de piezas mecánicas y eléctricas, etc.

Papelería y útiles de escritorio.- Son todas aquellas erogaciones que se realizan para mantener en buen estado los escritorios, las máquinas de escribir, los libreros, los archivos, etc., así como cubrir los requerimientos de instrumentos de papelería como hojas de papel, lápices, gomas, carpetas, clips, etc.²⁸

▪ **Inversiones**

La inversión debemos entenderla como, las erogaciones que se realizan para obtener una utilidad o beneficio.

- **Inversión fija.**- Es la inversión que permanece constante. Es la base necesaria para calendarizar las erogaciones, sobre todo como en el caso de la construcción de instalaciones, que en muchos casos no se van a utilizar inmediatamente, lo mismo puede suceder en la compra de mobiliario y equipo de oficina.

²⁸ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 100

- **Capital de trabajo.-** Es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Su importancia estriba, en que las empresas deben conocer las necesidades de efectivo que les permita hacer frente a sus gastos, así como la frecuencia de los mismos, razón por la cual se deben planear adecuadamente el monto de los créditos, basado en los gastos y en las ventas esperadas, de tal forma que no exista una liquidez excesiva, ya que esto repercutirá en las utilidades de la empresa.

Financiamiento.- Una vez que es conocido el monto de la inversión, el siguiente paso es analizar la forma de obtener los recursos monetarios requeridos por la empresa para desarrollar sus operaciones no analizar adecuadamente la forma como se obtendrá el financiamiento y el pago del mismo, sobre todo en el monto de los pagos y sus fechas de vencimiento cuando se trate de créditos, ocasiona en muchos casos, trastornos en la etapa constructiva y en la operativa, trayendo como consecuencia que las obras queden sin terminar o paralización de las actividades, con pérdidas cuantiosas, en especial en empresas pequeñas.²⁹

2.2.7.2 Evaluación Financiera

Una de las funciones más relevantes en el área de las finanzas, es el análisis de los proyectos de inversión, con el fin de seleccionar las mejores alternativas de los recursos de que dispone, una empresa, una persona o un país. Existen varias alternativas de inversión, potencialmente atractivas, para las cuales los recursos disponibles son escasos. De tal forma, que las oportunidades de invertir frente a la escasez de los recursos limitados, hace necesario establecer criterios de evaluación, que sean útiles y que permitan seleccionar la mejor opción, entre las diferentes alternativas que sean contempladas.

El punto de partida de toda empresa, debe ser el precisar los objetivos a corto y largo plazo, que permitan la generación de flujos encaminados a la generación de nuevos proyectos de inversión y de esta forma, lograr su desarrollo y por lo tanto,

²⁹ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 102

su presencia en el mercado. Por tal motivo la selección de alternativas constituye una de las responsabilidades más importantes para los ejecutivos de una empresa o de las personas encargadas de lograr el desarrollo de una región, un estado o un país.

A nivel empresa, la importancia de los proyectos de inversión es tal, que su éxito de las operaciones normales se apoyan principalmente en las utilidades que genere cada proyecto, es decir, de la selección de la mejor alternativa de inversión.

La evaluación de un proyecto, permite visualizar lo que va a ocurrir una vez hecha la inversión, esto es, los flujos que generarán en el futuro, comparando éstos con la inversión inicial.

Para la evaluación de los proyectos de inversión, se hace necesario conocer la información siguiente:

- a) La Inversión inicial requerida.
- b) El Horizonte del proyecto (vida útil estimada por el proyecto).
- c) El Valor de salvamento de la inversión.
- d) Los Flujos de fondos estimados para cada periodo, en el horizonte del proyecto.
- e) El Rendimiento mínimo aceptable por la empresa o inversionista (costo de capital).

RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son relaciones que se establecen entre las cifras de los estados financieros, para facilitar su interpretación. A través de ellas se puede detectar las tendencias, las variaciones estacionales, los cambios cíclicos y las variaciones irregulares que pueden presentar las cifras de los estados financieros.

RAZONES FINANCIERAS DE LIQUIDEZ

Las razones de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones. Entre las cuales tenemos las siguientes:

- **Liquidez Corriente.**- Mide el número de unidades monetarias de inversión a corto plazo, por cada unidad de financiamiento a corto plazo contraído.
- **Rotación activo fijo.**- Mide el número de unidades vendidas en relación con el activo fijo de la empresa.
- **Rotación activo total.**- Mide el número de unidades vendidas en relación con el activo de la empresa.

RAZONES FINANCIERAS DE ENDEUDAMIENTO

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

- **Apalancamiento Financiero.**- Mide la relación entre el endeudamiento como mecanismo de financiación y la utilización de los fondos de los propietarios. Indica cuantas unidades monetarias han vendido de afuera del negocio, por cada unidad monetaria provista por los propietarios.
- **Endeudamiento Total.**- Mide la proporción total de la empresa que ha sido financiado por deuda por lo cual se acostumbra a presentarla en forma de porcentajes.

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

- Rendimiento Activo Total.- Da una idea sobre el rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión.
- Rendimiento del Patrimonio.-Mide la rentabilidad que están obteniendo los inversionistas.
- Margen de Utilidad Bruto.- Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias.
- Margen de Utilidad Neto.- Determina el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.

Punto de Equilibrio.- El punto de equilibrio, es un punto o base donde el número de unidades producidas y vendidas genera ingresos para cubrir los costos y gastos en que se han incurrido para la producción y venta de la misma. En dicho punto la compañía no tiene pérdida ni utilidad por su operación; en la medida que las ventas superen este punto se obtendrán utilidades; si el nivel de ventas es inferior al punto de equilibrio la empresa produciría pérdidas.

Flujo de Caja. Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, (presupuesto de caja o presupuesto financiero) que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa.

Valor Actual Neto (VAN). Conocido también como valor presente fleto (*VPN*), este método consiste en restar al valor actual (*VA*) la inversión inicial (*I₀*), de tal

forma que si esta diferencia es cero o mayor de cero, el proyecto se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza.

$$VAN = VA - I_0$$

$$VAN = \frac{F_1}{(1+K)^1} + \frac{F_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+K)^n}$$

$VAN \geq 0 \rightarrow$ el proyecto se acepta.

$VAN < 0 \rightarrow$ el proyecto se rechaza.

Relación Beneficio Costo (RBC). Este método consiste en dividir el valor actual (VA) entre el valor inicial (I_0), si el resultado del cociente es mayor o igual a uno, el proyecto se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza.

$$RBC = \frac{VAN}{I_0} = \frac{\frac{F_1}{(1+K)^1} + \frac{F_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+K)^n}}{I_0}$$

Lo anterior se representa:

$RBC \geq 1 \rightarrow$ el proyecto se acepta.

$RBC < 1 \rightarrow$ el proyecto se rechaza.³⁰

Tasa Interna de Retorno (TIR). Este método consiste en igualar la inversión inicial, con la suma de los flujos actualizados a una tasa de descuento (i) supuesta, que haga posible su igualdad, si la tasa de interés (i) que hizo posible la igualdad es mayor o igual al costo de capital (K), el proyecto se acepta, de lo contrario se rechaza.

Para determinar la tasa de interés, que haga posible que la suma del valor actual de los flujos sea igual al de la inversión, las tasas se suponen, buscando que la

³⁰ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 165

diferencia entre el valor actual (VA) y el de la inversión (I_0), sea mínima, hasta lograr una cantidad positiva ($VA > I_0$) y otra negativa ($VA < I_0$) y posteriormente se emplea la fórmula:

$$TIR_1 = ib + (ia - ib) \frac{P}{P + N}$$

$$TIR_2 = ib + (ia - ib) \frac{N}{P + N}$$

TIR = Tasa Interna de Retorno.

ia = Tasa de Interés más alta.

ib = Tasa de Interés más baja.

P = Cantidad Positiva.

N = Cantidad Negativa (siempre su valor absoluto).

i = Tasa de Interés propuesta (inventada).

$I_0 = VA$

$$I_0 = \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

Si

$TIR \geq K \rightarrow$ el proyecto se acepta.

$VA < K \rightarrow$ el proyecto se rechaza.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI). Este método consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto, en ser pagado y se determina mediante restas sucesivas de uno por uno de los flujos de efectivo a la inversión original (I_0), hasta que ésta queda saldada, de tal forma que si la inversión (I_0) se amortiza en un tiempo menor o igual al horizonte del proyecto, éste se considera viable y se acepta.

Inversión de Flujos (IDF). Este método consiste: en considerar dos alternativas que tiene el empresario acerca de la *inversión*, la primera es invertir por un tiempo igual al horizonte del proyecto, y la segunda, invertir los flujos como se van

produciendo durante el horizonte y al final sumar estos dos flujos, comparando esta suma con el monto de la inversión de la primera alternativa, de tal manera que sí la suma de los dos flujos resulta mayor o igual a la del monto de la *inversión*, el proyecto se acepta, en caso contrario se rechaza.³¹

³¹ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson. p. 168

CAPITULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

En el presente capítulo se va a realizar el análisis del sector y el medio en el que se va a desarrollar el proyecto. Además se plantea cual va a ser el direccionamiento estratégico a seguir, que fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas existen y que estrategias tomar.

3.1 GENERALIDADES DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

3.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos 1° 12' 43'' y 0° 21' 50'' de Latitud Norte y entre los meridianos 77° 31' 36'' y 78 33' 12'' de Longitud Occidental.

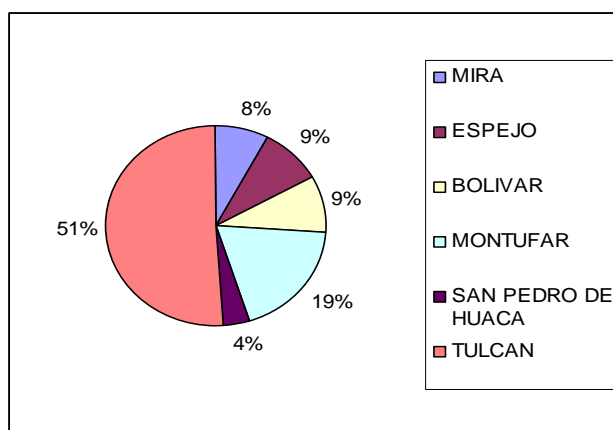
La provincia se extiende entre los nudos de Pasto hacia el norte, de Boliche, hacia el sur y en parte del valle del Chota. Limita al Norte, con la República de Colombia, al Sur, con Imbabura, al Este, con la provincia de Sucumbíos y al Oeste, las provincias de Esmeraldas e Imbabura.³²

3.1.2 DEMOGRAFÍA

La provincia cuenta con una población de 157.267 habitantes. De acuerdo a la distribución poblacional por cantones, Tulcán cuenta con el 51% de habitantes, seguido por Montúfar con el 19%, Espejo y Bolívar con el 9% cada uno, Mira el 8% y finalmente San Pedro de Huaca con el 4%.

³² CULTURAL S.A,(2005),Atlas Geográfico Universal. España: 3era Edición. Editorial Melsa-Pinto. p.7

Gráfico No. 3.1
DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR CANTONES



Fuente: Diagnóstico Provincia del Carchi USE-GPC-SENPLADES
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 3.1
POBLACIÓN URBANA Y RURAL

CANTÓN	PARROQUIAS			POBLACIÓN		
	URBANA	RURAL	TOTAL	URBANA	RURAL	TOTAL
Tulcán	2	9	11	48.699	30.660	79.359
San Pedro De Huaca	1	1	2	2.430	4.620	7.050
Montúfar	2	5	7	12.931	16.454	29.385
Bolívar	1	5	6	2.649	11.642	14.291
Espejo	2	3	5	4.507	9.390	13.897
Mira	1	3	4	2.978	10.307	13.285
TOTAL	9	26	35	74.194	83.073	157.267

Fuente: Proyección del Censo 2001

Elaboración: Unidad de Servicios Empresariales

Población Urbana y Rural.- La población rural del Carchi alcanza 83.073 habitantes, representan el 53,82% del total, mientras que la urbana con 74.194 habitantes representa el 47,18%.

Población por sexo y grupos de edad.-La población por grupos de edad fue calculada aplicando el porcentaje de cada grupo del 2001, a la población total masculina, femenina del 2005. La población femenina es de 79.287 con el 50,42% del total, mientras que la masculina representa el 49,58% con 77.980 habitantes.

Cuadro No. 3.2
POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD

GRUPOS EDAD	2001 MASCULINO	2001 FEMENINO	2001 TOTAL	2005 MASCULINO	2005 FEMENINO	2005 TOTAL
0-4	8.230	7.815	16.045	8.463	8.036	16.499
5-9	8.665	8.530	17.195	8.910	8.771	17.681
10-14	9.031	8.733	17.764	9.287	8.980	18.267
15-19	7.778	7.380	15.158	7.998	7.589	15.587
20-24	6.210	6.410	12.620	6.386	6.591	12.977
25-29	5.469	5.917	11.386	5.624	6.084	11.708
30-34	5.338	5.591	10.929	5.489	5.749	11.238
35-39	4.659	4.982	9.641	4.791	5.123	9.914
40-44	3.947	4.091	8.038	4.059	4.209	8.268
45-49	3.036	3.335	6.371	3.122	3.429	6.551
50-54	2.841	2.973	5.814	2.921	3.057	5.978
55-59	2.435	2.464	4.899	2.504	2.534	5.038
60-64	2.277	2.272	4.549	2.341	2.336	4.677
65-69	1.876	2.075	3.951	1.929	2.134	4.063
70-74	1.546	1.567	3.113	1.590	1.611	3.201
75-79	1.106	1.148	2.254	1.137	1.180	2.317
80-84	646	744	1.390	664	765	1.429
85 y más	744	1.078	1.822	765	1.109	1.874
TOTAL	75.834	77.105	152.939	77.980	79.287	157.267

Fuente: Proyección al 2005 según Censo del 2001

Elaboración: Unidad de Servicios Empresariales PUCESI-CT

3.1.3 ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN

3.1.3.1 Población Económicamente Activa

La estimación de la población económicamente activa (PEA) fue con relación a los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), el número de la PEA se calculó utilizando la Tasa de Actividad de la PEA según grupos de edad y sexo. De la población joven de ambos sexos (12 a 20 años) por asumir que los porcentajes de los matriculados en la escuela de nivel medio y en los centros universitarios aumento en la última década, y así la tasa de actividad de estas se redujo.

Así mismo se redujo la tasa de actividad de la población de la edad de 65 años y más. Esto está basado en que mayor porcentaje tiene fuentes de ingreso como jubilados o de ahorros, situación que obliga, a menor población en esas edades a buscar trabajo. Al contrario de los grupos mencionados en la población femenina se considero un incremento en la tasa de actividad entre los 20 y 29 años, tomando en cuenta que en los últimos años se ha incrementado la participación femenina en el mercado laboral.

Cuadro No. 3.3
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA CARCHI

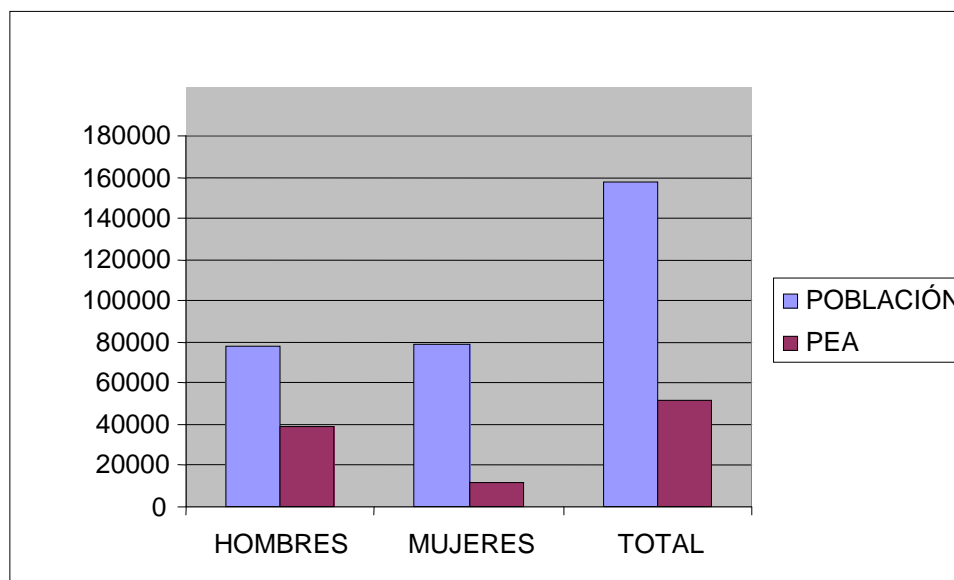
GRUPO EDAD	POBLACIÓN MASC.	PEA MASC.	POBLACIÓN FEM.	PEA FEM.	PEA TOTAL	% HOMBRE	% MUJER
12-14	5.572	1.672	5.388	431	2.103	30%	8%
15-19	8.726	5.236	8.303	2.076	7.312	60%	25%
20-24	6.336	5.386	6.747	2.024	741	85%	30%
25-29	5.145	4.837	5.568	1.670	6.507	94%	30%
30-34	4.343	4.169	4.568	1.507	5.677	96%	33%
35-39	3.621	3.512	4.184	1.172	4.684	97%	28%
40-44	3.231	3.134	3.455	864	3.998	97%	25%
45-49	3.042	2.951	3.147	724	3.675	97%	23%
50-54	2.635	2.503	2.756	606	3.109	95%	22%
55-59	2.209	2.054	2.325	442	2.496	93%	19%
60-64	1.940	1.746	1.886	283	2.029	90%	15%
65-+	4.056	1.947	4.296	305	2.252	48%	7%
Total	50.856	39.146	52623	12.104	51.251		

Fuente: Según Investigación de Campo.

Elaboración: Unidad de Servicios Empresariales.

Según esta estimación, el número total de la PEA es de 51.251 personas de las cuales 76,4% son hombres y 23,6% son mujeres. El porcentaje de la PEA en relación a la población total llega a 32,58%, tomando en cuenta que se consideró 12 años como la edad de ingreso a la población económicamente activa.³³

Gráfico No. 3.2
POBLACIÓN Y PEA POR SEXO



Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La población económicamente activa (PEA) del Carchi trabaja para el desarrollo y progreso de la provincia y su composición por actividades está distribuida de la siguiente manera:

- Agricultura 47.00%
- Servicios 32.00%
- Industria 12.00%
- Desocupados 9.00%

Donde los sectores agropecuario, comercial y de transporte constituyen los rubros productivos en los cuales la provincia tiene mayores niveles de competencia. Los sectores de Comercio y Servicios en su mayoría se concentran en el Cantón Tulcán.

³³ Diagnóstico Provincia del Carchi USE-GPC-SENPLADES

3.1.4 DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVO

Políticamente la provincia del Carchi se halla dividida en seis cantones: 9 parroquias urbanas y 26 parroquias rurales; la capital de la provincia es Tulcán con una altura de 2.957 m.s.n.m.

3.1.4.1 Cantón Tulcán

Cabecera Cantonal. - Tulcán.

Extensión. - 1670.03 Km².

Altura. - 2.957 m.s.n.m.

Temperatura Promedio. - 11,5° C.

Población. - 77.175 habitantes (38.325 hombres y 38.850 mujeres).

Fecha de Cantonización. - El 9 de abril de 1851.

Tradiciones. - Fiestas religiosas, danzas, leyendas.

Economía. - El cantón, excepto la ciudad de Tulcán se dedica a la actividad agropecuaria. La parroquia de Julio Andrade es un emporio papero, de Maldonado a Chical se obtienen productos subtropicales y en la ciudad de Tulcán un 85% se dedica al comercio con el vecino país del norte. Desde Tulcán, 8 km. hacia el norte por la carretera panamericana, se encuentra Rumichaca (Puente de piedra) que es el sitio fronterizo con la República de Colombia.

3.1.4.2 Cantón San Pedro de Huaca

Cabecera Cantonal. - Huaca.

Extensión. - 76,32 Km².

Altura. - 2.950 m.s.n.m.

Temperatura Promedio. - 12° C.

Población. - 77.175 habitantes (38.325 hombres y 38.850 mujeres).

Fecha de Cantonización. - 8 de Diciembre de 1.995.

Tradiciones. - Fiestas religiosas, ferias de comidas típicas, toros populares,

carreras de caballos, corridas de toros de pueblo, etc.

Economía.- Su gente se dedica exclusivamente a la actividad agropecuaria, se produce papas y leche.

3.1.4.3 Cantón Montúfar

Cabecera Cantonal.- San Gabriel.

Extensión.- 398.25 Km².

Altura.- 2.800 m.s.n.m.

Temperatura Promedio.- 12,5° C.

Población.- 28.576 habitantes (13.889 hombres y 14.687 mujeres).

Fecha de Cantonización.- 27 de Septiembre de 1.905.

Tradiciones.- Desfiles y comparsas, fiestas religiosas, toros populares.

Economía.- El cantón es eminentemente agropecuario, actividad a la que se dedica el 75% de su población.

3.1.4.4 Cantón Bolívar

Cabecera Cantonal.- Bolívar.

Extensión.- 329.03 Km².

Altura.- 2503 m.s.n.m.

Temperatura Promedio.- 13,8° C.

Población.- 13.898 habitantes (7.114 hombres y 6.784 mujeres).

Fecha de Cantonización.- 12 de Noviembre de 1985.

Tradiciones.- Desfiles y comparsas, fiestas religiosas, toros populares.

Economía.- En cuanto a su producción podemos hablar de huertos hortícolas, granjas integrales, sistemas silvopastoriles, industrialización de la cebada y quesos, existe un gran impulso del cultivo bajo invernadero con productos orgánicos y de gran calidad para el consumo interno y la comercialización.

3.1.4.5 Cantón Espejo

Cabecera Cantonal.- El Ángel.

Extensión.- 549.01 Km².

Altura.- 3000 m.s.n.m.

Temperatura Promedio.- 11° C.

Población.-13.515 habitantes (6.576 hombres y 6.939 mujeres).

Fecha de Cantonización.- 27 de Septiembre de 1934.

Tradiciones.- Sus fiestas más populares son las de San Pedro y San Isidro Labrador, así como las fiestas del trigo; donde sus fiestas tradicionales se festejan con toros populares, acarreo de la chamiza, pelea de gallos, palo encebado, carrera de 4 X 4, platos típicos , casería del zorro, etc.

Economía.- Tiene una gran riqueza agrícola.

3.1.4.6 Cantón Mira

Cabecera Cantonal.- Mira.

Extensión.- 581.69 Km².

Altura.- 2.100 m.s.n.m.

Temperatura Promedio.- 16,2° C.

Población.-12.919 habitantes (6.517 hombres y 6.402 mujeres).

Fecha de Cantonización.- 18 de Agosto de 1.980.

Tradiciones.- Fiestas de la Virgen de la Caridad que se celebra en Febrero, el folklore afro ecuatoriano como el baile de la botella al son de las bombas con picarecas coplas donde la bebida infaltable es el tardón mireño.

Economía.- Básicamente la población se dedica a la agricultura de productos de clima seco tropical como: tomate riñón, pepinos, pepinillos, ovos, pimiento y muchos otros.

Cuadro No. 3.4
PARROQUIAS URBANAS Y RURALES

CANTÓN	PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
TULCÁN	Tulcán: Cabecera Cantonal Capital Provincial González Suarez	El Carmelo Julio Andrade Maldonado Chical Piote Santa Martha de Cuba Tufiño Urbina Tobar Donoso
HUACA	Huaca: Cabecera Cantonal	Mariscal Sucre
MONTÚFAR	San Gabriel: Cabecera Cantonal San José González Suarez	Cristóbal Colón Fernández Salvador Chitán de Navarrete La Paz Piartal
BOLÍVAR	Bolívar: Cabecera Cantonal	García Moreno Los Andes Monteolivo San Rafael San Vicente de Pusir
ESPEJO	El Ángel: Cabecera Cantonal	La Libertad San Isidro El Goaltal
MIRA	Mira: Cabecera Cantonal	Jijón y Caamaño Juan Montalvo La Concepción

Fuente: Diagnóstico Provincia del Carchi USE-GPC-SENPLADES
Elaboración: Unidad de Servicios Empresariales PUCESI-CT

3.1.5 ASPECTOS BIOFÍSICOS

El relieve de la Provincia del Carchi es en general quebrado y se estima como zona plana solamente el 8% de la superficie. Las principales elevaciones, son las siguientes:

– Chiles	4.768m.
– Pelado	4.149m.
– Chiltazón	3.967m.
– Mirador	3.831m.
– Iguán	3.830m.
– San Francisco	3.685m.
– Cerro Negro	3.674m.
– Golondrinas	3.078m.

3.1.5.1 Clima

La Provincia que es la primera desde el norte en el callejón interandino presenta niveles altitudinales desde los 1.200 metros en la zona del valle, hasta los 3.600 metros sobre el nivel del mar en la zona del Páramo de El Ángel. La temperatura promedio oscila entre 4° C en los páramos y los 22,9° C en el sector de los bajos de Mira.

3.1.5.2 Hidrografía

La Provincia se encuentra rodeada por ríos que nacen o se juntan por sus puntos limítrofes. Los ríos más importantes son: Carchi, San Juan, Chota. Este último que posteriormente se denomina Mira, corre por el norte con el río Mayasquer que en sus orígenes toma los nombres de río San Juan y Canaicán y su nacimiento está en el volcán Chiles.

Aquí nace también el río Játiva que se une al río Carchi que confluye en el Pun que se prolonga por la cordillera Oriental de los Andes hasta el nacimiento en la quebrada Espejo, en el sur, donde se forma el río Chota.

3.1.5.3 Recursos Forestales

La zona nor-occidental de la provincia es especialmente rica en bosques, sobre todo cedro, eucalipto y pino. Existen aserraderos para la explotación maderera,

pero la provincia sufre el mismo mal que otras regiones del Ecuador que consiste en una explotación irracional de los bosques.³⁴

**Cuadro No. 3.5
RESERVAS ECOLÓGICAS**

RESERVA	FLORA	FAUNA
ECOLÓGICA EL ANGEL	Aliso Arquitectura Arrayán Cedrillo Cedro Cerote Chaquilulo Cliichicara Chigunda Chilca Chuquiragua Colorado Encino Frailejón Guayusa Laurel cera Mora Dormidera Mortiño Munchira Orquídea Paja de páramo Palo de rosa Piñuela Pumamaqui Roble andino Romerillo Sangre de drago Sunfo	Trucha arco Iris Jambato Sapo marsupial Perdiz de páramo Pato punteado Pato de torrente Cóndor Guarro Curiquingue Quilico Gallareta Veranero gli-gli Zumbador Gaviota Andina Churuta Cuscungo Colibríes Conejo Silvestre Lobo de páramo Puma Soche Venado
ECOLÓGICA LAS GOLONDRINAS	Frailejones Achupalla Sunfo Arquitectura	Quinde pequeño Quinde Colibrí pico espada Colibrí pico de hoz
	Paja de páramo Piñuelas Pumamaqui Guanderas Orquídeas Arrayán	C.colilargo verde C.cola larga Gallinazo aurea Gallinazo común Quilico Gavilán

³⁴ Diagnóstico Provincia del Carchi USE-GPC-SENPLADES

	<p>Encinos Cedrillos Quinina Chachajo Bicundos Valte Motilón Fuel Helecho Gigante Cedro Canelo Yarumbo Goalte Copal Tangeré Naranjuelo Sangre de drago Cucharillo Naranjillo</p>	<p>Loro coronado Gallo de peña Gorrión Mirlo serrano Mirlo común P. paraguas Golondrina Golondrina negra Pato de agua Tucán Lechuza de anteojos Búho penachudo Pavo Carunculada Pava de monte Pico ligero Cusumbe Ardilla Soche Armadillo Guatín Gato de monte Tigrillo Chucuri Oso</p>
BIOLÓGICA GUANDERA	<p>Plantas Medicinales Guayusa de monte Chilca Colla Pacunga Hierba mora Iguilán Lechero, pillo Romerillo Moquillo Plantas Medicinales Romerillo Cacho de venado Chuquiragua Achupalla Paja Frailejón</p>	<p>Oso de anteojos Loro de corona blanca Tucán de pecho gris de montaña Guan andino Colibríes Tangaras</p>
	<p>Licopodio Helecho Encino Iguilán Orquídeas Amarillos</p>	

	León Charmuelan Pumamaqui Guandera	
ECOLOGICA AWA	Chalán Caña brava Canelo Guarumo Laurel Palma Moral Sande Sangre de gallina Cascarilla Romerillo Cedro Palo fósforo Chalviande Guanguaré Caoba Chonta duro Guayarán	Ardilla Cusumbe Pico ligero Soche Armadillo Guatin Gato de monte Tigrillo Chucuri Luta mono Mono pullador Guanta Guatusa Rata espinosa

Fuente: Diagnóstico Provincia del Carchi USE-GPC-SENPLADES.
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

3.1.6 INFRAESTRUCTURA VIAL, AEROPORTUARIA, TURÍSTICA

La provincia del Carchi tiene como eje principal a la vía Panamericana, concesionada por 20 años a la empresa constructora Panavial, inicia en el Norte en el Puente Internacional de Rumichaca y termina en el Sur en el Puente de río Chota.

Como eje secundario está la vía asfaltada que parte de la ciudad de Bolívar, pasa por los sectores de García Moreno, El Ángel, San Isidro, Mira y termina en Mascarilla.

Ejes de tercer orden que tienen capa de rodadura de lastrado, son los siguientes:

- Vía Tulcán - Peñas Blancas.- Cruza los sectores de Tufiño, faldas del cerro Chiles, Maldonado, Chical y Quinshul.

- Vía Julio Andrade - Río Cuastumal.- Es parte del trazado de la vía Interoceánica.
- Vía Tulcán - El Ángel.- Atraviesa el sector del páramo y las Lagunas del Voladero.
- Vía Piquiucho - Monte Olivo.- Atraviesa las poblaciones de Caldera, San Rafael y el Aguacate.

En cuanto a la infraestructura aeroportuaria la provincia cuenta con el Aeropuerto Luis A. Mantilla el cual se encuentra vía al Puente de Rumichaca.

La infraestructura turística está integrada por 38 establecimientos que brindan servicios de alojamiento y alimentación y 1 agencia de viajes internacional.

3.1.7 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

Carchi cuenta con una vasta riqueza natural la cual no ha sido aprovechada por el sector turístico. A continuación se presenta los siguientes atractivos turísticos por cantones:

3.1.7.1 Cantón Tulcán

Tulcán cuenta con la mayor parte de la infraestructura de servicios turísticos del Carchi posee: aeropuerto, hoteles, restaurantes, discotecas, lugares naturales etc. Estos son:

VOLCÁN CHILES



Introducción

El Volcán Chiles constituye el lugar ideal para quienes gustan de la aventura, andinismo y caminatas.

Ubicación

El Chiles se ubica en el límite entre Ecuador y Colombia, pertenece a un ramal volcánico con los picos Cerro Negro, Cumbal y Azufral. Esta elevación se encuentra a 38 Km. de la ciudad de Tulcán hacia el sur occidente de la parroquia de Tufiño.

Características Principales

Tiene una altura de 4.723mts. Es considerado hito fronterizo entre Ecuador y Colombia.

Clima

El clima en la zona es más agradable para los visitantes entre junio y diciembre. Las mañanas son propicias para dirigirse al volcán y las lagunas pues en ese momento la neblina se despeja de los picos. La temperatura promedio fluctúa entre los 6 y los 11 grados centígrados.

Fauna

Este lugar se ha convertido en sitio de albergue de un sin número de cóndores, tórtolas, perdices y gavilanes que sorprenden a propios y extraños.



Especies Simbólicas: Aquí podemos encontrar tórtolas, perdices y cóndores, los cuales solo pueden ser observados y fotografiados en ciertos sectores del país, pues se encuentran en peligro de extinción.

Flora



Está rodeado de frailejones y pajonales adornados con exóticas flores multicolores, como rosa urco, una exótica flor andina.

Plantas Nativas: El volcán está rodeado de graminetum paramal y frailejones. Es relevante la presencia de la exótica flor andina conocida como Rosa Urco.

LAGUNAS VERDES



Introducción

Las Lagunas Verdes son consideradas una verdadera belleza escénica por el contraste de la coloración de sus aguas y el entorno.

Ubicación

Se encuentran a 3.850 m.s.n.m siguiendo la vía Tufiño-Maldonado a 2 Km. del punto de ascenso hacia el volcán.

Características Principales

Las Lagunas Verdes son llamadas así por la coloración verdosa de sus aguas, debido a la presencia de azufre que brota de los suelos que circundan el Volcán Chiles. Tiene una temperatura de 8°C. Estas lagunas se encuentran conformadas por:

La Laguna Estigia, es la mayor de las lagunas verdes, ubicadas en las faldas del Chiles, es reconocida como diosa.

La Laguna de San Pedro, ubicada al sur occidente a 2 Km. de la ascensión del valle de la Soledad.

Extensión

La laguna consta de 200 metros de largo y 120 metros de ancho.

Clima

Cuenta con una temperatura de 8 grados centígrados.

Flora

Entre las especies de flora sobresalen: La chuquiragua, la chilca, el mortiño, el sigse, pumamaqui, romerillo, laurel de cera, la sangre de drago, la dormidera y el sunfo los cuales son empleados con fines medicinales por los moradores de la zona.



Plantas Nativas: El bosque de frailejones constituye el recurso característico más sobresaliente del área.

Fauna



Las especies más representativas son: trucha arco iris, el jambato, sapo marsupial, pato punteado, perdiz de páramo, cóndor, curiquire, guarro, quilico, gallareta gli-gli, gaviota andina, zumbador, tórtola, conejo silvestre, lobo de páramo, soche, venado, raposa y chucuri.

- Especies Simbólicas: La trucha es el pez que reina en estas aguas heladas, pues la temperatura promedio en la zona bordea los seis grados.

COMPLEJO ECOTURÍSTICO TUFÍÑO



Introducción

Complejo Ecoturístico Tufiño cuenta con los páramos del Volcán Chiles aportando así un ecosistema único, donde se puede disfrutar de paseos por senderos naturales, además de realizar prácticas de andinismo.

Ubicación

Se encuentra a 3.740 m.s.n.m. y a 22 Km. de la ciudad de Tulcán y a 8 Km. de Tufiño.

Características Principales

Es un balneario moderno con diseños nuevos basados en la conservación del medio ambiente, el mismo que cuenta con servicios como restaurante, piscina, áreas verdes y senderos ecológicos.

Este lugar se caracteriza por las termas medicinales de las aguas hediondas, llamadas así por su alto contenido de azufre. La temperatura promedio del agua es de 50 grados centígrados. El complejo cuenta con 29,5 hectáreas de sendero.

RESERVA FORESTAL Y ÉTNICA AWA



Introducción

La reserva Forestal y Étnica AWA es un sector protegido por el Estado, en el cual vive la comunidad indígena AWA, que conserva su identidad ancestral.

Ubicación

Se encuentra al noroeste del Carchi a 145 Km. hasta Tobar Donoso.

Características Principales

Está habitada por la comunidad Awa, aborígenes que mantienen sus tradiciones culturales dentro de una vegetación semi-selvática con grandes bosques y llanuras y una montaña rica en flora y fauna ideal para la observación de aves, propias de la región.

Los AWA son hábiles pescadores y cazadores, cultivan el plátano, caña de azúcar y yuca, la cocina donde preparan sus alimentos está formada por cuatro maderos, tierra y piedra, cargan un bolso que lo llaman Tush (Shigra) que lo hacen con la corteza de la cosedera o de cabuya, lo utilizan para llevar cosas pequeñas y alimentos preparados. En las orillas de los ríos Mira, Camumbí, San Juan y Gualpí, lavan oro que lo encuentran en pequeñísimas cantidades y además son excelentes nadadores y expertos en manejar la balsa.

Su vivienda se llama Yal (casa de Awa) construcción tradicional de gualte (chonta) hojas de bijao, levantada sobre pilares, tiene como instrumento la

marimba utilizados por los AWA para interpretar algunos ritmos. Con mingas familiares muelen la caña en un trapiche manual y elaboran la miel.

En cuanto a sus costumbres, utilizan la bodoquera pese a que ha sido reemplazada por las escopetas, la vestimenta de los hombres consiste en colores claros, pantalones oscuros y botas de caucho, las mujeres utilizan vestidos largos de tela sencilla, blusas y zapatos.

Extensión

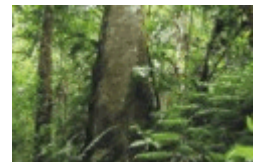
La reserva tiene una extensión de 101.000 hectáreas que son compartidas por las provincias del Carchi y Esmeraldas.

Clima

Esta reserva posee un clima cálido húmedo con una temperatura media de 24 grados centígrados.

Flora

En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales como: chalán, caña brava, canelo, guarumo, laurel, palma, moral, sande, sangre de gallina, cascarilla, romerillo, cedro, palo fósforo, chalviande, guanguaré, caoba, chonta uro, guayacán, chanul y la vistosa flor roja, conocida como santuario.



En el área de bosque lluvioso tropical encontramos vegetación exuberante como; helechos gigantes, enredaderas, epifitas.

Fauna



Las especies animales que se han podido observar son: ardilla, cusumbe, pico ligero, soche, armadillo, guatin, gato de monte, tigrillo, chucuri, luta mono, mono aullador, guanta, guatusa, rata espinosa, la guacamaya, el guatín.

RESERVA ECOLÓGICA GOLONDRINAS



Introducción

Es un bosque de transición, con una altitud de 2.200 m.s.n.m. Existen más de 20.000 especies de plantas y 700 especies de aves, es un bosque tropical que va desde las orillas de quebradas y ríos hasta las partes altas del Cerro Golondrinas.

Ubicación

Este bosque se encuentra ubicado en la parte occidental del Cantón Espejo.

Extensión

Tiene una extensión de 20.000 has.

Clima

Desde frío andino 10°-15° C. hasta semitropical 26° C.

Fauna

Cuenta con una infinidad de especies de aves y animales como el venado, oso de anteojos, lobo de páramo, conejo silvestre, curiquingue, perdiz de páramo, cóndor andino, gavilán, tucán, trogón, pava de monte, tangaras, colibrí, chicuán, gallo de la peña, loros, golondrinas, oropéndolas, guacamayos, pájaro toro, soche, ardilla, puma, jaguar, monos, jabalí, serpientes, armadillo, y más.

Especies en Extinción: *Clostethus de la torre* es una ranita, especie única en el mundo.

Flora



Más de 20.000 especies de plantas entre las más representativas tenemos a los frailejones, achupalla, sunfo, arquitecta, paja de páramo, piñuelas, pumamaqui, guanderas, orquídeas, arrayán,

encinos, cedrillos, quinina, chachajo, bicundos, yalte, motilón, guel, helecho gigante, cedro, canelo, yarumbo, goalte, copal, tangeré, naranjuelo, sangre de drago, cucharillo, naranjillo entre otros.

Atractivos

Caminatas por el sendero, pesca deportiva de trucha arcoiris, camping, cabalgatas y más.

IGLESIA LA CATEDRAL



Introducción

Es una maravillosa escultura arquitectónica que posee magníficas imágenes de valía artística. Cuenta con un altar tallado en pan de oro que está ubicado fuera de la plaza principal. Su restauración culminó en el año 2.000.

Ubicación

Se encuentra en la ciudad de Tulcán a media cuadra de la plaza principal, en la calle Sucre entre Pichincha y 10 de Agosto.

Fecha de Construcción

La catedral fue construida aproximadamente en el año 1.900 y reconstruida en el año 1.924.

Descripción

La catedral cuenta con un Altar de la Virgen del Carmen, en pan de oro y de estilo clásico. Posee un impresionante Altar del Señor de la Buena Esperanza con el ajusticiado tallado, de estilo colonial.



Sobresale, la imagen de la Virgen de la Visitación, considerada la protectora de Tulcán, de los terremotos. Entre las artes plásticas pertenecientes a este templo,

resaltan la escultura del Sagrado Corazón de Jesús, la Inmaculada, San Pedro, San Judas Tadeo, San José, San Francisco con los niños, Virgen del Tránsito, El Señor de la columna, San Vicente Ferrer, Santa Teresita, San Cayetano, San Martín de Porres, Nuestra Señora de Fátima y Santa Marinita de Jesús.

Atractivos

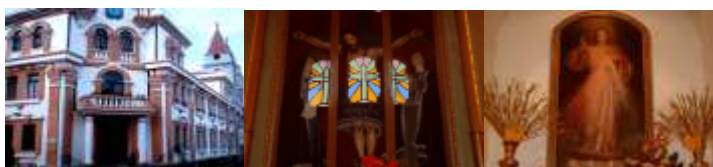


Despierta mucho la atención de las visitantes de esta Catedral su decoración, pues los capiteles presentan columnas internas cubiertas de uvas y hojas de acanto.

Impresionan los arcos y campanarios, el óculo (reloj), las pilas tras pareadas, las torrecillas y la pila bautismal construida en piedra y madera.

Otro tema que llama más la atención como atractivo son las dos imágenes más importantes: San Miguel traído desde España en los años 1600 y la Virgen de la Visitación fue la imagen que siempre acompañó a los frailes mercedarios en su peregrinación por estos territorios.

IGLESIA SAN FRANCISCO



Introducción

Está compuesta de una arquitectura interesante, contiene imágenes de la virgen, los pastores llaman la atención por el trabajo artesanal en sus acabados.

Entre las muestras relevantes sobresale la Imagen de la Divina Pastora (Patrona de los Capuchinos), de gran valor cultural y entre las artes plásticas, destacan pinturas como la Virgen de la Dolorosa y la del Hermano Miguel, realizado por Falconí Dillon.

Ubicación

Está localizada en la calle Bolívar entre Roberto Sierra y García Moreno.

Fecha de Construcción

La iglesia San Francisco fue construida entre los años 1.950 y 1.960, aproximadamente.

Descripción

En abril de 1875 se emprendió en la construcción del convento y la iglesia de San Francisco de la cual su patrona es la "Divina Pastora". En este convento regían los padres Capuchinos.



La imagen de la Divina Pastora fue elaborada por petición de los pobladores de la ciudad a finales del siglo XIX, para lo cual se realizó una colecta de fondos.



De las pertenencias de la antigua iglesia que aún se conservan están las campanas, una de ellas de 1881 traída desde Europa y la otra de 1959 trabajada en Ibarra, según las inscripciones que constan en ellas.

En los años 1962 y 1963 la iglesia fue readecuada, el altar se adornó con mármol y se colocaron protecciones que rodean los altares de la nave principal, así como se pintaron hermosos vitrales a los lados del altar mayor.

EL CEMENTERIO DE TULCÁN



Introducción

El Cementerio Municipal de Tulcán lleva el título de Patrimonio Cultural del Estado y es reconocido por los habitantes locales y extranjeros, como una maravilla moderna. Esta "Escultura en verde", fue creada por el señor Azael Franco en 1936.

Ubicación

Se encuentra en la ciudad de Tulcán limita al norte con la calle Ambato, al sur con el estadio Quillasinga, al este con la avenida el Centenario y al oeste con el río Bobo.

Características Principales

Una muestra espectacular de su arquitectura son las distintas formas, talladas en ciprés, que representan a la mitología griega, máscaras de la prehistoria así como culturas y objetos representativos de estilos griego, romano, árabe, y francés.

Fue declarado sitio de interés turístico por parte del Estado el 23 de agosto de 1984. Se calcula que estos hermosos árboles tienen actualmente 67 años de edad y pueden vivir de 230 a 500 años.

Las 82 figuras encontradas en el lado frontal corresponden a la herencia que Benigno Franco obtuvo de su padre, sin lugar a duda el visitante no puede dejar pasar la oportunidad de mirar este lugar único en el mundo.

3.1.7.2 Cantón San Pedro de Huaca

RESERVA BIOLÓGICA GUANDERAS



Introducción

La Reserva Biológica Guanderas es un sitio de esplendorosos parajes. En los alrededores de la estación se han instalado jardines botánicos e invernaderos.

Ubicación

Está ubicada en San Pedro de Huaca.

Características Principales

Este incorporable lugar contiene una extensión de 1.000 hectáreas. Donde el 60% corresponde a páramo y el 40 % a bosque primario.

El árbol guandera tiene su desarrollo en esta estación biológica y alcanza a una altura de hasta 30 mts. (*Clussia-flaviflora*) su nombre científico, alberga gran cantidad de aves no menos de 140 especies endémicas y otras que han sido descubiertas en el sitio como el tucán de colores.

MUSEO ARQUEOLÓGICO



Introducción

Un conjunto de elementos arqueológicos hace de este museo una de las más atractivas colecciones, ya que la variedad de ollas, vasijas y utensilios, conducen al visitante a lo largo de varios siglos de la historia del Carchi.

Carchi se ha destacado por su patrimonio natural y cultural verdaderamente excepcional su admirable paisaje y su singular emporio de arte y cultura. En el museo arqueológico, arte moderno y contemporáneo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana núcleo del Carchi, se hallan reflejadas la esencia y las características de la cultura carchense: sus vivencias, su arte y su arqueología

Ubicación

Se encuentra en las calles Cotopaxi y Panamá (esquina), dentro de las instalaciones de la casa de la Cultura Núcleo del Carchi.

Características Principales

Entre las muestras relevantes que encontramos en este museo están las: Vasijas de globulares antropomorfas, mortero y mano de moler, Mascara de Cuasmal, Compoteras de Tuncabuán, restos fósiles (cráneos), espejos de obsidiana.

Atractivos

Para una mejor percepción del espacio, el Museo se ha dividido en cuatro salas:

Sala de ubicación Geográfica: Esta sala muestra la ubicación geográfica de la Provincia del Carchi, así como la localización de sus cantones y parroquias en el mapa político de Ecuador.



Sala de Tradiciones y Leyendas: En su recorrido se aprecian el arte popular y las técnicas de producción artesanal por medio de la música y las costumbres.

Entre los juegos más populares, donde niños, jóvenes y adultos fraternizaban en calles las plazas, tenemos: El coge pollo, La guerra, El salto de la soga, La guaraca, El hombre negro, La cometa, Los tillos, La pájara pinta, El palo encebado, Los huevos de gato, Las bolas (canicas), La pelota nacional y El trompo bailarín.



Sala de Arte Contemporáneo: Aquí se muestra la vinculación entre la investigación histórica y el arte contemporáneo como eje fundamental, para transmitir la realidad social y cultural de los artistas plásticos.

IGLESIA DE LA VIRGEN DE LA PURIFICACIÓN



Introducción

En esta iglesia se celebra la tradicional fiesta de la Virgen de la Purificación que data de siglos XIX y es considerada como pagana debido a procesiones y gran derroche económico por parte de los sacerdotes.

Ubicación

Se encuentra en el centro de San Pedro de Huaca.

Características Principales

En este santuario se venera la “Purita” como la llaman cariñosamente los lugareños, sus fiestas son el 2 y 3 de febrero, que están llenos de un verdadero fervor por parte de peregrinos nacionales y turistas del sur de Colombia.

3.1.7.3 Cantón Montúfar

LAGUNA DE EL SALADO



Introducción

La laguna de El Salado es un lugar propicio para encontrar tranquilidad y paz con un toque de romanticismo.

Ubicación

Se encuentra en la jurisdicción de la parroquia Cristóbal Colón, a 6. Km. de San Gabriel y a 45 Km. de Tulcán.

Características Principales

Este lacustre artificial, que data de hace 70 años atrás, con una superficie de 24 hectáreas. Está conformado por una circunvalación de 2.790 metros, ubicada muy cerca de otra belleza sin igual el Bosque de los Arrayanes. Llama la atención a turistas nacionales e internacionales.

Extensión

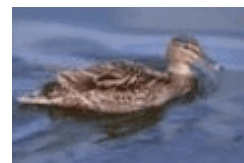
Este hermoso sitio turístico tiene 500 metros de largo por 200 metros de ancho y con una extensión de 24 has.

Clima

La laguna de El Salado presenta una temperatura promedio de 12 grados centígrados.

Fauna

Las especies animales que se han podido observar en los alrededores de la laguna son: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.



Especies Simbólicas: Las especies simbólicas se caracterizan por tangaras, patos, colibríes, lechuzas, quacza, tórtolas, tuqunas, mirlos y quilicos.

Flora



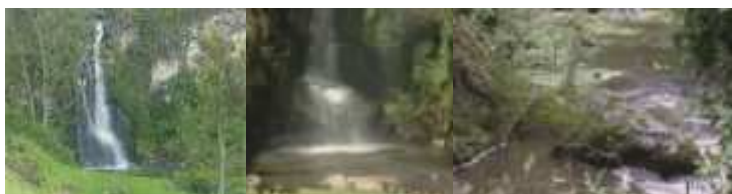
En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de turistas, esta compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

Plantas Nativas: Las plantas nativas de esta laguna son eucaliptos, pinos, encino, acacias, pastos, zuros, plantas de taxo, capulí, molle y orquídeas.

Atractivos

Haciendas: La laguna se encuentra rodeada por las Haciendas agrícolas: La Campiña, El Salado y El Carmen. Esta laguna ofrece una combinación paisajística de cultivos, bosques y agua.

CASCADA DE PALUZ



Introducción

Centro turístico natural que ha servido de inspiración para poetas, pintores, músicos por su remanso y belleza.

Ubicación

En la comunidad de Chutan Bajo a 4 Km. de la ciudad de San Gabriel.

Características Principales

Tiene aproximadamente 25 metros que nace en los grandes humedales del páramo y que baja formando pequeños riachuelos, convirtiéndose en el río San Gabriel; en su trayecto las aguas se precipitan presurosas, impactándose en formaciones rocosas que producen una tenue llovizna y que genera frescura y encanto al visitante.

Clima

Templado frío, con una temperatura promedio anual de 12,5 grados centígrados.

Flora

En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de turistas, esta compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.



Plantas Nativas: Las plantas nativas tenemos encinos, acacias, pastos, zuros, plantas de taxo, capulí, molle y orquídeas.

Fauna



Las especies que se han podido observar en los alrededores de la cascada son: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.

Especies Simbólicas Las especies simbólicas se caracterizan por tangaras, colibríes, lechuzas, tórtolas, mirlos y quilicos.

Actividades Turísticas

Son varias las actividades que se puede realizar en este lugar entre ellas tenemos: cabalgata, caminata, camping, fotografía del entorno, observación de flora y fauna.

CASCADA DE GUANDIR Y HUAQUER



Introducción

Caídas de agua que ofrecen al visitante momentos de aventura y disfrute en la naturaleza.

Ubicación

En la parroquia de Chitán de Navarretes y a 9 Km. de la ciudad de San Gabriel.

Características Principales

Una resplandeciente caída de agua, dando lugar a una pequeña cascada con un entorno ecológico singular. Y para los amantes de la naturaleza no está por demás visitar las cordilleras oriental y occidental donde nos encontramos con una gran biodiversidad de flora y fauna con espectaculares paisajes presentes en los bosques protectores, El Chamizo y El Hondón.

GRUTA DE LA PAZ



Introducción

La Gruta de la Paz es una formación natural rocosa que guarda misterio y devoción.

Ubicación

Se encuentra en la parroquia de la Paz, a 18 Km. de la ciudad de San Gabriel.

Características Principales

Por sus entrañas cruzan las aguas del río Apaqui. Es una caverna, de piedra decorada por estalactitas y estalagmitas. En su interior, se levanta imponente la imagen de Nuestra Señora de La Paz, que es visitada durante todo el año por miles de devotos. Es un templo ideal para aquellos visitantes que gustan de lo espiritual y el entorno natural.

BOSQUE DE ARRAYANES*Introducción*

Sitio favorito para los amantes del Ecoturismo.

Ubicación

En la comunidad de Monteverde, a 7 Km. de la ciudad de San Gabriel encontramos al milenario Bosque de Arrayanes.

Características Principales

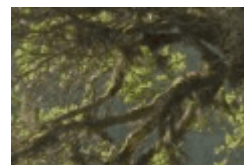
Con una extensión de 16 hectáreas, está conformado, en su mayoría por imponentes árboles de arrayán (*Myrcianthes* spp), con una altura aproximada de 20 metros. Además, existen árboles de encinos (*Weinmania* sp), Chamuelan (*Scollonia* sp). La hojarasca acumulada a través de los años forma un colchón lleno de innumerables huéspedes microscópicos. Es considerado uno de los pocos bosques relictos del mundo.

Clima

Templado frío, con una temperatura promedio anual de 12,5 grados centígrados.

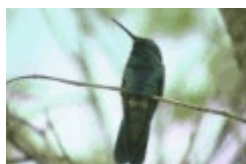
Flora

Está formada por árboles de arrayán y sotobosque conformado por puma maqui, encinos, pandala, uvilla, orquídeas, huicundo. Cuenta con arbustos de las familias rubiaceae con dos géneros, 4 de la familia piperaceae y plantas rastreras como: aráceas (Anturios), verbenácea, cordoncillo, moras silvestres.



Plantas Nativas: Mantiene dos especies de arrayanes que son *Myrcianthes allii* – que es la más abundante- y *Myrcianthes alaternifolia* de la familia botánica Mirthaceae. El Arrayán de tronco rojizo y espeso follaje, en cuyas ramas crecen musgos y orquídeas de varias clases.

Fauna



En animales tenemos la presencia de insectos dípteros, lepidópteros, aves, chiguaca, mamíferos como: conejos, ardillas, mirlos y gorriones.

Atractivos

Una de las finalidades de los turistas es llegar al lugar conocido como “La Catedral”, debido a que todos los árboles tienen sus copas en forma de un círculo donde se puede respirar un ambiente de paz y tranquilidad.

IGLESIA MATRIZ DE SAN GABRIEL



Introducción

La Iglesia Matriz de San Gabriel es un lugar visible desde cualquier punto de vista.

Ubicación

Se encuentra en la ciudad de San Gabriel.

Características Principales

Esta joya de arquitectura colonial es considerada inigualable en su género debido a que es la única iglesia del Ecuador construida según la ley de Indias, es decir fuera de la Plaza principal.

3.1.7.4 Cantón Bolívar

IGLESIA MATRIZ DEL SEÑOR DE LA BUENA ESPERANZA



Introducción

Acogedor templo de meditación espiritual.

Ubicación

Se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Bolívar.

Características Principales

Sitio visitado por fieles locales y nacionales, quienes atribuyen milagros y beneficios a la imagen del señor de la Buena Esperanza. Esta fiesta religiosa se realiza cada primer domingo de mayo de cada año. La programación se la hace a base de peregrinaciones llenas de penitencia y devoción, con actos paganos como toros populares y fuegos pirotécnicos.

3.1.7.5 Cantón Espejo

LAGUNA DE RAZOCOCHA



Introducción

Rodeada de miradores naturales, caminos de importancia histórica como es el antiguo camino de los Jesuitas, es el hábitat de varias especies. La laguna ocupa una hondonada circundada por estribaciones muy pendientes, cubiertas de paja y frailejón.

Ubicación

La Laguna de Razococha se encuentra ubicada a 35 Km. De la ciudad de El Ángel por la vía a Morán.

Características Principales

Con una dimensión de 120 mts y una altitud de 4100 m.s.n.m. Determina la presencia de un ambiental paramal con colinas suaves y la presencia del Cerro Negro.

Clima

Esta laguna presenta aguas transparentes con una temperatura de 9 grados centígrados.

Flora

La flora se encuentra representada por especies de frailejones, achupalla, sunfo, paja de páramo, piñuelas, pumamaqui, guanderas, orquídeas, arrayán, encinos, cedrillos, quinina, chachajo, bicundos, yalte, motilón, guel, helecho gigante, canelo, yarumbo, copal, tangeré, cucharillo, naranjillo entre otros.



Plantas Nativas: La laguna se encuentra rodeada de frailejones que constituyen el recurso característico más sobresaliente del área, endémica de los Andes del Norte.

Fauna



En sus alrededores existen, remanentes de bosque natural que sirve de refugio para muchas aves, además encontramos el oso de anteojos, venados, y el fascinante cóndor andino.

Esta laguna es muy profunda y es utilizada para el cultivo de truchas con excelentes resultados. Especies en Extinción: El Cóndor.

Actividades Turísticas

Pesca Deportiva: Es un lugar ideal para la pesca deportiva de truchas. Además en el lugar se puede realizar excursiones, cabalgatas, campamentos, caminatas fotografía y observación de flora y fauna.

LAGUNA DEL VOLADERO



Introducción

Conjunto lacustre que forma parte de la reserva Ecológica el Ángel.

Ubicación

Las Lagunas del Voladero, se encuentran situadas a 40 minutos de la vía antigua El Ángel-Tulcán.

Características Principales

Zona muy rica en vertientes y pantanos formados por la acción de las lluvias y alimentación de ríos, durante su trayecto se observa un camino de acceso cubierto de sigses que nos permitirá llegar a un mirador natural del valle en el que se emplazan las lagunas.

Extensión

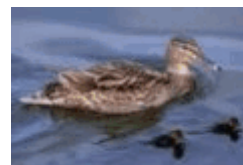
La mayor de las lagunas tiene un diámetro de 300 metros, la segunda 15 metros y la tercera 200 metros. Además existe una pequeña laguna temporal de unos 70 metros de diámetro.

Clima

Las aguas de las Lagunas del Voladero tienen una temperatura promedio de 0 a 18° centígrados.

Fauna

En cuanto a las aves podemos observar patos punteados, palometas de páramo y patillos, en el sector de la quebrada, el curiquire. Entre los mamíferos encontramos diversos tipos de animales como: conejos, lobos y venados. Los reptiles, han disminuido sus poblaciones de manera considerable sin haberse podido determinar la causa exacta para ello. Especies en Extinción: El Cóndor Andino.



Flora



Los páramos circundantes están cubiertos de paja y frailejones. Existen además, manchas de vegetación nativa con especies como chacla neor y achupallas.

Plantas Nativas: Frailejón, arquitecta, chaquilulo, quinal, dormidera, mortiño, orquídea, paja de páramo, pumamaqui, romerillo, sigse, sunfo, chilca, aliso, laurel de cera.

LAGUNA DEL CRESPO

Introducción

La laguna del Crespo constituye un lugar ideal para excursiones y pic-nic.

Ubicación

Situada a 25 Km. al norte de El Ángel.

Características Principales

Sus transparentes aguas tiene una temperatura promedio de 6 grados centígrados, posee una altura de 3900 m.s.n.m.

RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL



Introducción

La reserva está incorporada al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas del país.

Ubicación

Localizada a 11 Km. desde la ciudad de El Ángel. Está ubicada junto al volcán Chiles, rodeada por las lagunas del Voladero, Potrerillos, Razacochoa, y Crespo

Características Principales

La vegetación natural es de gramíneas mayoritariamente, adaptada al frío, con suelos que retienen una gran cantidad de agua, por lo que se considera a la reserva como una verdadera “esponja” que abastece este líquido vital a toda la provincia del Carchi. Son el lugar de nacimiento de muchos ríos que eventualmente depositan sus aguas en las importantes cuencas de los ríos Mira y El Ángel; no en vano se los considera los páramos más húmedos del Ecuador. Es así que la reserva intenta mantener su cubierta natural y proteger los bosques, especialmente los de frailejones, paisaje típico de este páramo que domina alrededor del 85% de su superficie.

Turistas nacionales y extranjeros se encantan por la presencia del frailejón, planta endémica de la región que alcanza hasta los 7 metros de altura, que crece en los páramos en una extensión de 15.715 hectáreas. La existencia de flora como: paja, sigses y arbustos sirve de protección a los animales que le habita como venados, conejos, roedores, aves, reptiles y variedad de truchas.

BOSQUE POLYLEPIS



Introducción

Este bosque posee una gran biodiversidad conservada por siglos.

Ubicación

Se encuentra localizado a 13 Km. de la ciudad de El Ángel, a 3.300 m.s.n.m, en la zona de amortiguamiento que linda con la reserva Ecológica de El Ángel vía señalizada, en el sector conocido como el Cañón del Colorado,

Características Principales

Este bosque es calificado como jerárquico primario, milenario, único en el mundo, a este árbol la gente de la zona lo conoce como árbol de papel o colorado debido a su coloración de su corteza.

Extensión

El bosque tiene una extensión aproximada de 15.715 hectáreas.

Clima

El clima de este Bosque es frío de páramo con una temperatura de 0° a 18° C.

Flora

Los páramos circundantes se caracterizan por gencianas, chala negra, helechos y chuquiraguas. Podemos encontrar: Frailejónes, arquitecta, chaquilulo, quinal, dormidera, mortiño, orquídeas, paja de páramo, pumamaqui, romerillo, sigse, sunfo, chilca, aliso, laurel de cera.



Plantas Nativas: En este bosque predominan los polilepys. Además existen pequeñas muestras de arrayán, plantas de la familia Lobelaceae y no vasculares.

Los Frailejones (tiene un nivel alto de endemismo).

Fauna



En este bosque se pueden observar venados, conejos silvestres, lobos de páramo, soche, raposa, trucha arco iris, jambato, sapo marsupial, guacsa, perdiz de páramo, pato punteado, cóndores, guarro, curiquingue, quilico, gallareta, gli-gli, zumbador, gaviota andina, tórtola entre otras especies.

BALNEARIO LA CALERA



Introducción

Son aguas termales de gran atractivo turístico rodeadas de bosque natural que incluye pequeños vestigios de un bosque petrificado.

Ubicación

Se ubica a 11 Km. de El Ángel

Características Principales

Posee aguas termales ricas en sales minerales con una temperatura de 28 grados centígrados, enclavado en un valle con un clima agradable al sur de la parroquia San Isidro.

IGLESIA MATRIZ DE SAN MIGUEL DE EL ÁNGEL



Introducción

Este majestuoso templo de oración es de estilo gótico, diseño e inspiración europea.

Ubicación

Se encuentra en el centro de la ciudad de El Ángel.

Características Principales

Elaborada con cal, piedra y ladrillos, y pese a temblores su fachada natural no ha sufrido consecuencia alguna. En el interior está dividida por tres naves adornadas de arcos góticos y su cubierta es de teja. Su construcción empezó a inicios del siglo pasado y se termina en la década 60.

Fecha de Construcción

Su construcción empezó a inicios del siglo pasado y se termina en la década de los 60. Construida en el año de 1.926.

Muestras Relevantes

En este templo religioso se pueden encontrar muestras relevantes como Retablo enchapado en oro de San Miguel Arcángel, Sagrado Corazón de Jesús, Santa Marianita de Jesús, Virgen de La Caridad, Jesús Resucitado (Montesdeoca) Virgen de las Mercedes, San Isidro (valor Cultural), Altar del Calvario y 14 estaciones talladas en alto relieve conservando la influencia gótica de la iglesia.



Atractivos



En el centro se encuentra la imagen del Arcángel San Miguel, en su fachada se resalta un frontispicio construido en piedra y cal, en su interior el altar mayor tiene acabados de pan de oro y retablos antiguos hechos en madera, más altares y cuadros de importancia artística e histórica, que la convierten en un atractivo llamativo para los visitantes.

3.1.7.6 Cantón Mira

MIRADOR NATURAL



Introducción

Este lugar permite al visitante nacional y extranjero, disfrutar de un mosaico montañoso, así como el Valle del chota y el impresionante cerro Cayambe.

Ubicación

Se encuentra en el cantón Mira.

Clima

Variado (subtropical semi-húmedo, subtropical seco, templado y templado frio). Su temperatura promedio anual es de 18° C.

Flora

Dentro de la flora encontramos algunas especies vegetales como: chilca, chinchín, cholán, penco azul, cabuyo, sigse, higuera, izo, higuerón, hortiguilla, mosquera.



Fauna

Dentro de la fauna encontramos las pavas de monte y aves que aún mantienen su hábitat en estos paradisíacos lugares.

IGLESIA MATRIZ DE MIRA



Introducción

Estructura con fachada de piedra que data del año 1937.

Ubicación

Está localizada a 3 cuadras de la panamericana norte que pasa por la cabecera cantonal Mira.

Características Principales

Este maravilloso santuario contiene en su interior a la imagen de la virgen de la

Caridad, perteneciente a la escuela quiteña, así como dos óleos de gran valía, centro de atención para los turistas. También existen dos magníficas obras pictóricas como son el cuadro de “Las Almas” y de la “Divina Pastora” atribuidas a Luís de Rivera, además de otros santos que se veneran en la iglesia.

MUSEO DE PIEDRA



Introducción

Este museo de aproximadamente 20 años, se exhibe en un local de madera junto al puente del ferrocarril sobre el Río Blanco. Aquí se puede apreciar en forma ordenada una recopilación de piedras provenientes del Río Blanco (por ello su nombre) que ofrecen una mística composición de formas y colores, donde el aporte de toda la comunidad ha sido fundamental.

Ubicación

Situado en el centro de la ciudad de Mira.

Características Principales

Existen bohíos, tumbas indígenas y cerámica Pasto, destacada por sus finos acabados y una excelente realización artística que le ha merecido ser exhibido en varios museos a nivel mundial.

Muestras Relevantes: La piedra cara, animales, collares, montañas, huevos, pan, ataúd, corazones, mapas, formas incásicas; todas ellas son una muestra de piedras extraídas del Río Blanco, son dadas a conocer por mujeres y hombres que habitan el sector.

Además de visitar el museo, desde este mismo lugar se puede observar la unión de los ríos Blanco y Mira dando una majestuosidad al paisaje, donde se pueden realizar actividades deportivas como kayak y rafting.



Este conjunto de acciones permiten el involucramiento de la comunidad y contribuyen al mejoramiento de sus condiciones económicas, pues los pobladores de Río Blanco son los llamados a guiar a los turistas y ofrecerles alimentación y hospedaje.

GRUPO ARTESANAL GAEN EN MASCARILLA

Ubicación

Se encuentra a 15 minutos de Mira, y su acceso es por carretera de primer orden.

Características Principales

Tienda Artesanal en donde se exhiben y venden máscaras y objetos de cerámica con motivos afroecuatorianos, bellamente elaborados por las mujeres del lugar. Además se puede gozar con la cultura de este sector, especialmente con el baile y la música de la bomba.

GRUPO ARTESANAL SANKOFA EN SAN JUAN DE LACHAS

Ubicación

Se encuentra a 45 minutos de Mira

Características Principales

Taller y tienda artesanal en la que se exhiben y venden objetos utilitarios y decorativos realizados en cerámica y adornados con paja rámpira, estos objetos son creaciones personales de la gente del lugar.

IGLESIA DE LA CONCEPCIÓN



Características Principales

Donde se veneran hermosas imágenes como la de la Virgen de la Inmaculada

Concepción y el Calvario como las más representativas del lugar.³⁵

El resumen de los atractivos turísticos por cantón se encuentra en el **ANEXO No. 3.1.**

3.2 ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

El proyecto que se plantea es la construcción de una hostería ubicada en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montufar, Provincia del Carchi. La denominación de la Hostería será **SOL PASTO**.

Sol Pasto es una representación gráfica del Dios Sol y a la vez el Calendario Solar utilizado en las culturas agrarias, como la Pasto, la cual era utilizada para saber cuando se debe sembrar y cosechar los productos.

Con este lugar se busca ofrecer actividades que fomenten la recreación y esparcimiento en contacto con la naturaleza. Se plantea implementar un servicio de guía turística, el cual consiste en diseñar paquetes de turismo que permitan al turista dar la opción de conocer los atractivos turísticos de la zona y de la provincia del Carchi.

A continuación se señalan los servicios que la hostería ofrecerá a los turistas.

- Servicio de alojamiento en cabañas.
- Servicio de restaurante.
- Sala de estar.
- Paseos ecológicos (caminatas y paseos a caballo).
- Juegos infantiles.
- Talleres de preparación de comida tradicional carchense.
- Servicio de turismo para dar a conocer otros lugares importantes.

El sitio de la construcción es un sector muy privilegiado de la provincia a 4 km de

³⁵ <http://www.viajandox.com/carchi.htm>

la ciudad de San Gabriel, para este fin se dispone de un terreno de 20 hectáreas, el cual se encuentra a cerca de la laguna de El Salado considerado como uno de los principales lugares turísticos del cantón.

Entre las ventajas del proyecto está el tener cerca la laguna del Salado y algunos lugares turísticos de gran trascendencia histórica como: La Gruta de la Paz, El Bosque de los Arrayanes y la Cascada de Paluz.

3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL LUGAR

El lugar para la hostería se encuentra a 4 horas de Quito, a 40 minutos de Tulcán y a 5 minutos de la ciudad de San Gabriel. La hostería estará en un ambiente de sorprendentes bellezas y mágicos atractivos naturales de la región cerca de la Laguna de El Salado que tiene 500 metros de largo por 200 metros de ancho y con una extensión de 24 has. Presenta una temperatura promedio de 12 grados centígrados.

El proyecto específicamente estará ubicado en la Parroquia Cristóbal Colón, Barrio San José.

3.2.2 ANTECEDENTES DEL CIUDAD DE SAN GABRIEL

3.2.2.1 Historia

El pueblo de Montufar ostenta con orgullo el Procerato del trabajo, reconocido por el Congreso Nacional en el año de 1934, como un justo reconocimiento a su actitud minguera.

En 1535, el Capitán Tapia, enviado por Sebastián de Benalcázar, fundó la ciudad de Tusa (Hoy San Gabriel), constituyendo una de las primeras fundaciones españolas en el norte ecuatoriano. Para 1647, el pueblo Tusa estaba conformado por ciento ochenta y cuatro indios (sin tomar en cuenta los indígenas enviados a las mitas), agrupados por dieciséis ayllus.

En 1868, el terremoto de Ibarra destruyó gran parte de la ciudad de Tusa (San Gabriel), incluyéndose las principales edificaciones de la ciudad y que, el entonces Presidente de la República, Doctor Gabriel García Moreno, ordenó su reconstrucción.

En San Gabriel es evidente la utilización de materiales y sistemas constructivos tradicionales y con conjuntos urbanos del área histórica, sin ser monumentales, mantienen características singulares complementadas por la relación el paisaje del entorno, marcando en la ciudad la apariencia urbana que la identifica.

3.2.2.2 Ubicación

La ciudad de San Gabriel se encuentra localizada en el sector sur este de la provincia del Carchi, a 40 Km de Tulcán.

3.2.2.3 Vegetación

Encontramos varias especies vegetales que llaman la atención de turistas, está compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

3.2.2.4 Instituciones, Servicios Públicos y Centros de Distracción.

San Gabriel cuenta con servicios básicos como: Agua, Alcantarillado Sanitario, Electricidad, servicios de Teléfono, Alumbrado Público.

3.2.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El presente direccionamiento estratégico permitirá determinar las bases fundamentales del trabajo de la hostería SOL PASTO.

3.2.3.1 Misión

Ser una empresa turística que promocióne los recursos naturales y culturales de la provincia del Carchi ofreciendo también a nuestros clientes una amplia variedad de servicios de alojamiento, alimentación y recreación, basados en la calidad con

personal calificado usando una infraestructura adecuada.

3.2.3.2 Objetivos

- Aprovechar el potencial turístico del Cantón Montúfar y de la provincia del Carchi.
- Fortalecer la identidad turística del Cantón Montufar y de la provincia que conduzca a rescatar los valores naturales, históricos y culturales.

3.2.3.3 Análisis FODA

Una de las herramientas que se utiliza para analizar los recursos y aspectos claves para el desarrollo de estrategias es el FODA que permitirá determinar las debilidades, las fortalezas con las que cuenta el proyecto y las amenazas que se enfrenta la organización.

EL FODA resume los aspectos clave del análisis del entorno de una actividad empresarial y de la capacidad estratégica de una organización.³⁶

A continuación se presenta una Análisis FODA de la situación actual, general y turística con factores que afectan el desenvolvimiento del presente proyecto.

³⁶ JOHNSON SCHOLES. Dirección Estratégica. Editorial:Prentice Hall. p.173

Cuadro Nro. 3.6
ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación Geográfica Estratégica dentro de la zona. - Terreno Propio. - Cuenta con vertientes naturales. - Cuenta con áreas naturales conservadas. - Vías en condiciones aceptables. - Existencia de zonas sin contaminación ambiental. - Alta producción Artesanal. - Inexistencia de una empresa turística en la provincia del Carchi que ofrezca un servicio de alojamiento y un servicio de guía turística. - Falta de conocimiento y difusión de los sitios turísticos de la provincia del Carchi. - Preferencia de turistas por visitar lugares naturales 	<ul style="list-style-type: none"> - Marginación y desinterés por parte de las autoridades seccionales. - No hay planes de desarrollo y manejo turístico. - Poca señalización turística en la provincia.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Ecuador es visto como un destino turístico de naturaleza. - Disponibilidad de lugares turísticos. - No existen muchos sitios de oferta turística. - Crecimiento de las actividades turísticas en el Ecuador. - Infraestructura aeroportuaria aceptable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja inversión pública y privada en la actividad turística. - Falta de capacitación en el área del turismo. - Creciente inseguridad - Debilidad de políticas de promoción turística del país. - Inseguridad en el país - Situación económica del país

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

3.2.3.4 Estrategias

- Utilizar la disponibilidad del terreno que cuenta con características importantes para la construcción de una hostería.
- Aprovechar de manera sostenible la laguna de El Salado para practicar deportes como: Pesca, natación, etc.
- Promocionar los atractivos turísticos y culturales de la provincia del Carchi a través de paquetes de turismo.
- Establecer alianzas con empresas para llevar a cabo los paquetes turísticos.
- Mostrar la gastronomía, artesanías y tradiciones de la población carchense.

CAPITULO 4. ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio representa un factor crítico dentro del proyecto, es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que tendrán influencia para definir estrategias. Se busca conocer todas las variables que influyen en la sección de un mercado a satisfacer, se desea encontrar el perfil del cliente.

Es importante tanto para determinar las condiciones necesarias del proyecto como en la constitución de flujos de caja ya que entrega información para la proyección de la demanda, los precios, los ingresos, las condiciones de pago, los gastos de promoción y publicidad, entre otros.

4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.2.1 OFERTA TURÍSTICA

El turismo es uno de los pocos sectores intensivos en empleo, una de las pocas alternativas que permiten generar mayores inversiones en la conservación de espacios naturales, evita la emigración, mejora el nivel económico y sociocultural de la población local, permite la comercialización de productos locales, el intercambio de ideas, costumbres, estilos de vida y la sensibilización de los turistas y de la población local para proteger el medio ambiente.

La oferta internacional del turismo crece al igual que la demanda de manera positiva, sin embargo esta se desarrolla con mayor aceleración en regiones no tradicionales del turismo, mientras que lugares como Europa crece pero cada vez a menor ritmo. De manera que hay un buen panorama para las agencias, operadoras y empresas de turismo a nivel mundial, y para el apareamiento de otras organizaciones como estas, todo esto sustentado por datos históricos y proyectados de la Organización Mundial del Turismo.

Los ingresos del turismo internacional en 1999 ascendieron a 449 millones de

dólares, cifra en la que no se incluyen los pasajes aéreos. El turismo emplea a 255 millones de trabajadores en todo el mundo, es decir, a uno de cada nueve trabajadores y genera cerca del 10,7% del PNB mundial. El turismo supone un 13% de los gastos de consumo, la mayor cantidad después de la dedicada a la alimentación.

Para el año 2010 se estima que se llegará a mil millones de turistas internacionales y unos ingresos de 1.550 millones de dólares, cuatro veces superiores a los de 1996. El crecimiento del turismo internacional ha sido espectacular: se ha pasado de 25 millones en 1.950 a 657 millones en 1999. El aumento del nivel de renta y del tiempo libre, unido a la reducción del precio real de las tarifas aéreas, crean las condiciones para que el turismo siga creciendo.

El turismo es también un sector donde coexisten desde la gran multinacional a miles de pequeñas empresas familiares. En la próxima década se espera crear más de 100 millones de empleos en el sector turístico en todo el mundo.

Todo esto según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo.

En el ámbito nacional, nuestro país es considerado como uno de los 10 destinos más importantes para el turismo de aventura de acuerdo a la revista especializada National Geographic Adventure.

Este logro no es el único que ha obtenido el país. Tampoco llegó únicamente con esfuerzos estatales. La empresa privada (operadoras de turismo, agencias de viajes, etc.) aporta al Fondo de Promoción Turística (FPT) que es la entidad encargada de promover y posicionar la imagen del país en el exterior.

En el año 2007 se registraron 13.978 establecimientos de servicios turísticos, cifra que representa un crecimiento anual de 10,3% respecto al año anterior.

El Banco Central del Ecuador en su Reporte Sectorial No.114 perteneciente al año 2007 indica un proceso de concentración de la oferta turística en la provincia

de Pichincha, mientras que en el resto de provincias no se han instalado nuevos establecimientos o incluso han dejado de registrarse otros.

Cuadro No. 4.1
ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS AÑO 2000-2007

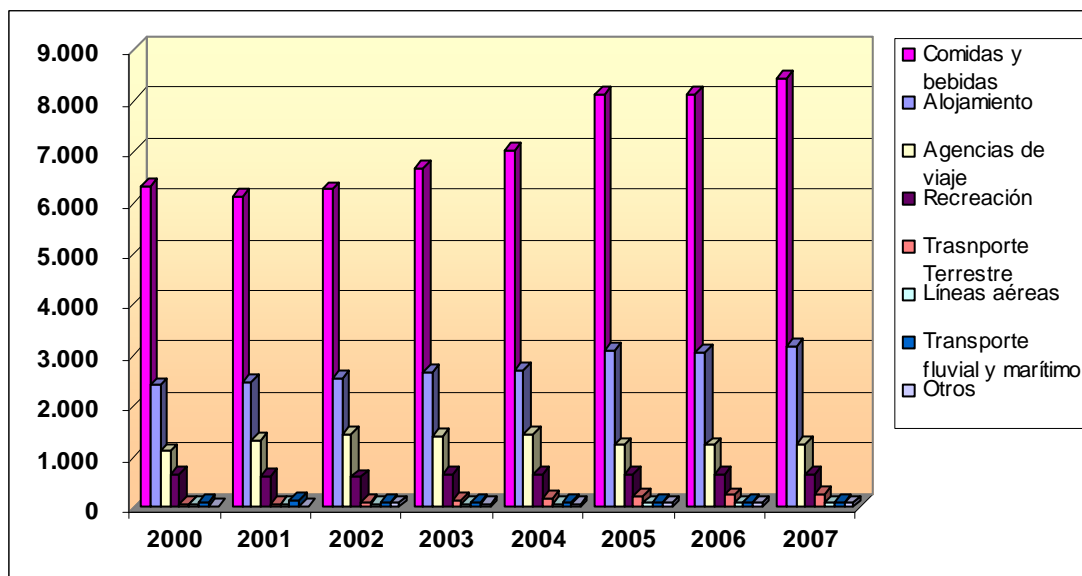
ITEMS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alojamiento	2.395	2.449	2.523	2.650	2.686	3.077	3.058	3.169
Comidas y bebidas	6.313	6.102	6.251	6.664	7.005	8.109	8.120	8.421
Agencias de viaje	1.099	1.319	1.423	1.404	1.418	1.217	1.218	1.238
Líneas aéreas	47	52	53	56	58	68	68	72
Recreación	641	591	590	653	646	639	642	642
Transporte Terrestre	42	46	100	138	163	224	225	256
Transporte fluvial y marítimo	93	120	94	93	91	103	103	105
Otros	24	21	68	67	62	69	69	77
Total	10.654	10.703	11.102	11.725	12.129	13.506	13.503	13.978

Fuente: Ministerio de Turismo 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel..

La mayor parte de los establecimientos de servicios turísticos del período analizado pertenecen a empresas de comidas y bebidas, registrando siempre un incremento continuo.

Gráfico No. 4.1
ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS AÑO 2000-2007

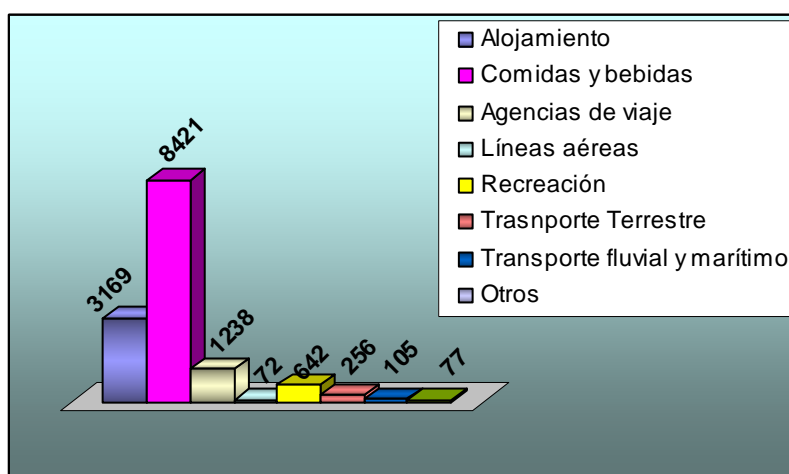


Fuente: Ministerio de Turismo 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

En el Ecuador se registraron durante el año 2007: 3.169 establecimientos de alojamiento, 8.421 empresas de comidas y bebidas, 1.213 agencias de viaje, 72 líneas aéreas, 642 establecimientos de recreación y esparcimiento, 256 empresas de transporte terrestre, 105 empresas de transporte fluvial, marítimo y otros, como se muestra en el **GRÁFICO No. 4.1**.

Gráfico No. 4.2
ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS AÑO 2007



Fuente: Ministerio de Turismo 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

4.2.1.1 OFERTA TURÍSTICA PROVINCIA DEL CARCHI.

Para analizar la oferta se necesita realizar un estudio acerca de cuáles son los establecimientos que ofrecen un servicio similar al nuestro. La información fue recabada en la Cámara de Turismo del Carchi y a través de una investigación de campo realizada en el cantón Montúfar, debido a que algunos de los establecimientos de este cantón no se encuentran registrados en la Cámara de Turismo.

La oferta turística de la provincia del Carchi se encuentra concentrada en su mayoría en el cantón Tulcán, específicamente en su cabecera cantonal. En esta ciudad se encuentran la mayor parte de los hoteles y restaurantes más importantes de la provincia así como la totalidad de los establecimientos de recreación y diversión del Carchi.

La oferta de servicios turísticos de la provincia del Carchi representa el 0.97% del total de establecimientos registrados a nivel nacional.

Cuadro No. 4.2

DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS PROVINCIA DEL CARCHI AÑO 2007

	2007	CARCHI	%
Alojamiento	3.169	39	1,23%
Comidas y bebidas	8.421	80	0,95%
Agencias de viaje	1.238	2	0,16%
Líneas aéreas	72	0	0,00%
Recreación	642	8	1,25%
Trasporte Terrestre	256	6	2,35%
Transporte fluvial y marítimo	105	0	0,00%
Otros	77	0	0,00%
Total	13.978	135	0,97%

Fuente: Ministerio de Turismo 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

En la provincia existen dos agencias de viajes ubicadas en la cabecera cantonal del cantón Tulcán, una de ellas es una agencia internacional y la otra es una operadora de turismo.

Cuadro No. 4.3
AGENCIAS DE VIAJES

No.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	No. PERS. OCUP.
1	ECCOTUR	INTERNACIONAL	5
2	QUILKA TURISMO	OPERADORA	10

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 80%, (31), de los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento se encuentra en el cantón Tulcán, el cantón Espejo cuenta con el 15% (6) de los establecimientos existentes y en el cantón Montúfar se encuentra el 5% (2). Ver **ANEXOS No.4.1, 4.2, 4.3 y 4.4.**

Cuadro No. 4.4
ALOJAMIENTO POR CANTÓN AÑO 2007

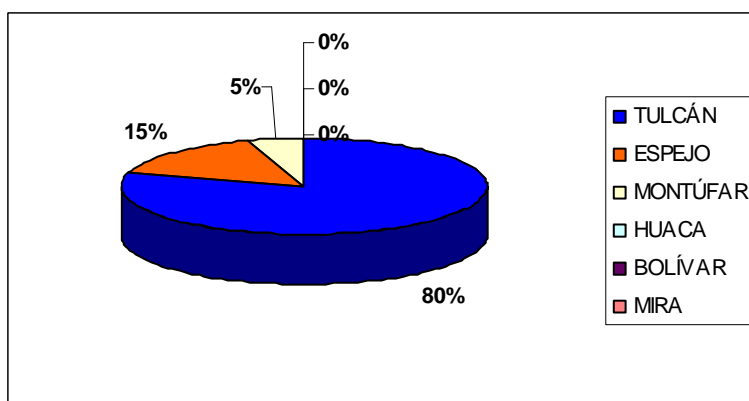
No. Ord.	CANTÓN	TOTAL ESTABLECIM.
1	TULCÁN	31
2	ESPEJO	6
3	MONTÚFAR	2
4	HUACA	0
5	BOLÍVAR	0
6	MIRA	0
TOTAL		39

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007.

Investigación de Campo Cantón Montúfar (Entrevista).

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.3
ALOJAMIENTO POR CANTÓN AÑO 2007



Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007.
Investigación de Campo Cantón Montúfar (Entrevista).
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

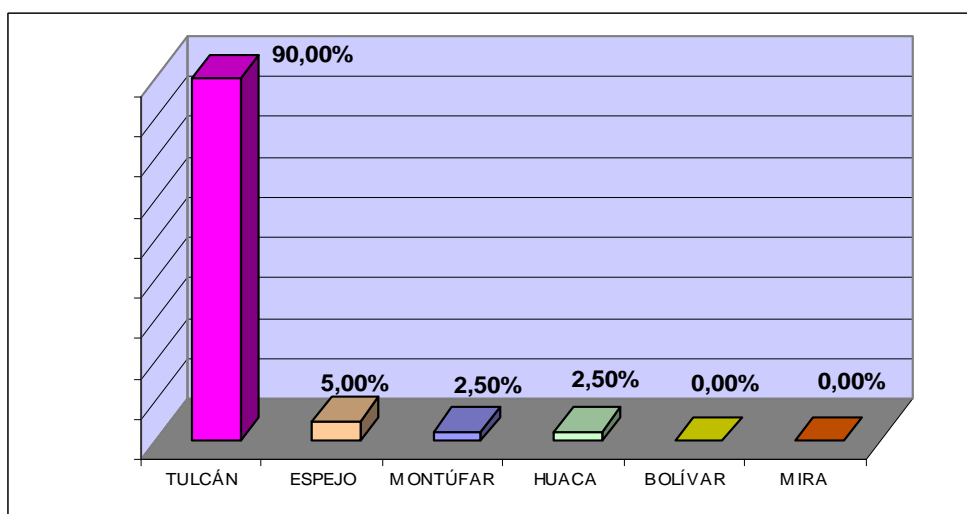
Los establecimientos de comidas y bebidas incluyen bares, cafeterías, fuentes de soda, y restaurantes. El 90% del total de estos establecimientos se encuentran en el cantón Tulcán. En el cantón Espejo, Montúfar y Huaca solamente se encuentran restaurantes, no existen otros establecimientos de comidas o bebidas, ver **ANEXO 4.5, 4.6, 4.7, 4.8 y 4.9.**

Cuadro No. 4.5
ESTABLECIMIENTOS DE COMIDAS Y BEBIDAS POR CANTÓN AÑO 2007

No. Ord.	CANTÓN	TOTAL ESTABLECIM.
1	TULCÁN	72
2	ESPEJO	4
3	MONTÚFAR	2
4	HUACA	2
5	BOLÍVAR	0
6	MIRA	0
TOTAL		80

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007.
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.4
ESTABLECIMIENTOS DE COMIDAS Y BEBIDAS POR CANTÓN AÑO 2007



Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los establecimientos de recreación incluyen balnearios y discotecas y los 8 que existen en la provincia se encuentran en el cantón Tulcán ver **ANEXO 4.10 y 4.11**.

Cuadro No. 4.6
ESTABLECIMIENTOS DE RECREACIÓN / DIVERSIÓN CANTÓN AÑO 2007

No. Ord.	CANTÓN	TOTAL ESTABLECIM.
1	TULCÁN	8
2	ESPEJO	0
3	MONTÚFAR	0
4	HUACA	0
5	BOLÍVAR	0
6	MIRA	0
TOTAL		8

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

4.1.1.2 OFERTA TURÍSTICA CANTÓN MONTÚFAR.

El cantón Montúfar cuenta solamente con dos establecimientos de alojamiento, una hostel y una hostel residencial, los cuales no se han registrado en la Cámara de Turismo del Carchi. La determinación de la información de estos establecimientos fue recolectada por medio de una entrevista a sus propietarios.

El cantón además cuenta con un restaurante y no dispone de establecimientos de recreación.

El restaurante tiene capacidad para 88 personas, su propietario indica que al iniciar su negocio el porcentaje de ocupación del local fue del 45% aproximadamente.

El restaurante es de tercera categoría y da empleo a 7 personas. Entró en funcionamiento desde el año 2003.

Cuadro No. 4.7
RESTAURANTE PIKO RICO

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.	No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS	
1	PIKO RIKO	TERCERA	0	0	22	88	7

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El restaurante y los establecimientos de alojamiento se encuentran ubicados en la ciudad de San Gabriel, cabecera cantonal del cantón Montúfar.

Entrevista a oferentes.

Las preguntas realizadas en las entrevistas se encuentran detalladas en el **ANEXO No. 4.12.**

Cuadro No. 4.8
ALOJAMIENTO CANTÓN MONTÚFAR AÑO 2007

PRINCIPALES COMPETIDORES	UBICACIÓN
Hostal Gabrielita	San Gabriel (Calle Mejía y Los Andes Esq.).
Residencial Las Gemelas	San Gabriel (Calle Sucre y Bolívar)

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 4.9
HOSTAL GABRIELITA

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.	No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS	
1	GABRIELITA	SEGUNDA	21	40	5	30	5

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La hostal Gabrielita es considerada por su propietario como un establecimiento de segunda categoría. Ofrece el servicio de hospedaje y restaurante. Tiene 21 habitaciones y cada una de ellas dispone de agua caliente, baño privado y TV cable.

Tiene capacidad para alojar a 40 personas y el restaurante cuenta con 5 mesas, las mismas que dan cabida a 30 personas. El porcentaje de ocupación del establecimiento en alojamiento al iniciar su negocio fue del 45%, mientras que del restaurante fue del 50%. Esta hostal además da trabajo a 5 personas.

Dispone de habitaciones simples, dobles y triples. El costo diario de hospedaje, incluyendo el desayuno es de \$ 12. Inició sus actividades desde enero de 2004.

Cuadro No. 4.10
HOSTAL RESIDENCIAL LAS GEMELAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.	No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS	
1	LAS GEMELAS	TERCERA	25	50	0	0	2

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La hostel residencial Las Gemelas es considerada por su propietario como un establecimiento de tercera categoría. Ofrece el servicio de hospedaje; dispone de 25 habitaciones y cada una de ellas cuenta con agua caliente, baño privado y TV cable.

Tiene capacidad para alojar a 50 personas, ofrece habitaciones dobles y matrimoniales, el costo es de \$15 y \$8 respectivamente, El porcentaje de ocupación de su negocio al iniciar sus actividades fue del 40%. En esta residencial trabajan dos personas. Inició sus actividades desde marzo de 2004.

Cuadro No. 4.11
PORCENTAJE OCUPACIÓN DE LAS INSTALACIONES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	% OCUPACIÓN	
		RESTAURANTE	ALOJAMIENTO
1	PIKO RIKO	45%	
2	HOSTAL GABRIELITA	45%	50%
3	HOSTAL LAS GEMELAS		40%
PROMEDIO		45%	45%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El promedio del porcentaje de ocupación de las instalaciones es del 45%. En el proyecto se considerará un 35%, para una mayor certeza entre lo estimado y la realidad.

4.2 MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

4.2.1 LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

En el cantón Montúfar existe un mercado donde la oferta no es muy amplia en cuanto al servicio que se desea ofrecer. Los establecimientos que se encuentran en este sector no se encuentran afiliados a la Cámara de Turismo del Carchi.

El cantón cuenta con un restaurante y dos hostales:

Cuadro No. 4.12
COMPETIDORES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.	No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS	
1	PIKO RIKO	TERCERA	0	0	22	88	7
2	GABRIELITA	SEGUNDA	21	40	5	30	5
3	LAS GEMELAS	TERCERA	25	50	0	0	2

En el mercado la rivalidad es baja ya que dentro de los establecimientos que dispone el cantón no se encuentran hosterías ni agencias u operadoras de turismo.

Se espera lograr un posicionamiento dentro del mercado por medio de una ventaja diferencial viable, esto es, un servicio de calidad de tal forma que el público considere al servicio de la hostería conveniente y distinto de la competencia.

4.2.2 AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.

La amenaza de entrada de nuevos competidores es baja debido a la barrera de ingreso que existe, esto es los altos costos de la inversión de la infraestructura.

Es un mercado que cuenta con tres competidores que han iniciado sus

actividades recientemente, así:

- Restaurante Piko Riko.- Inicia sus actividades en el año 2003.
- Hostal Gabrielita.- Realiza sus actividades desde 2004.
- Hostal Las Gemelas.- Inicia actividades en el año 2004.

Son los únicos establecimientos existentes dentro del cantón.

Si bien existe una fuerza competitiva alta debido a que el mercado es atractivo al igual que las utilidades, se puede hacer la diferencia captando clientes leales debido a la calidad del servicio.

4.2.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

En cuanto a productos sustitutos se podría considerar a los campamentos, paquetes turísticos con visitas a la playa, cafés, restaurantes. Se busca ofrecer un entorno de naturaleza diseñado para actividades de recreación y la posibilidad de conocer otros lugares turísticos dentro de la zona.

4.2.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

A continuación se detallan los productos que serán requeridas de los proveedores.

- Abarrotes.
- Bicicletas.
- Botes.
- Caballos.
- Carnes y Lácteos.
- Combustible.
- Electrodomésticos.
- Equipo de Mantenimiento
- Equipo de Seguridad.

- Equipos de Computación.
- Equipos para campamento.
- Frutas y Verduras.
- Furgoneta.
- Internet.
- Menaje y Cristalería.
- Muebles y Enseres.
- Productos de Limpieza.
- Productos Mantenimiento áreas verdes.
- Suministros de Oficina.

Los proveedores para la hostería serán:

- AGENCIA TELEFUNKEN, electrodomésticos.
- AGUILA IMPORTACIONES, bicicletas, repuestos y accesorios.
- ANDINATEL, telecomunicaciones.
- CARNICOS GONZALES, carnes.
- COMPLEJO UYAMÁ, alimentación y esparcimiento.
- COMUNIDAD AWÁ, hospedaje, alimentación.
- CONJUNTO FOLKLÓRICO JUYANGO, grupo de danza.
- DELCORN S.A, productos mantenimiento áreas verdes.
- EMAUS GASOLINERA, venta de combustible.
- EQUINORTE, vehículos, repuestos y talleres.
- EXPLORER, equipos para campamento, etc.
- GRAPEVINE, cristalería.
- GRUPO ARTESANAL CIUDAD DE BOLÍVAR, distribuye dulces artesanales.
- GRUPO ARTESANAL CRISTÓBAL COLÓN, elaboran productos de lana.
- GRUPO ARTESANAL GAEN, elaboran objetos de cerámica con motivos afro ecuatorianos.
- HACIENDA INDUJEL, frutas y verduras.
- HACIENDA MORENO, caballos.

- HOTEL EL AZTECA, hospedaje, alimentación.
- HOTEL EL FRAILEJÓN, hospedaje, alimentación.
- HOTEL SARA ESPÍNDOLA, hospedaje, alimentación.
- INDUSTRIA LECHERA CARCHI S.A, lácteos.
- KYWI, equipo de mantenimiento y seguridad.
- LYPESA, suministros de oficina.
- MARKET-COMPU, venta de equipos de computación y mantenimiento.
- MICROMERCADO BASTIDAS, venta de abarrotes, productos de limpieza, etc.
- MUEBLES AMADOR DAVILA, venta de muebles.
- POLYLEPIS LODGE, hospedaje, alimentación.
- RESTAURANT LOS FAROLES, alimentación.

El nivel de negociación con los proveedores es bajo, ya que los artículos proporcionados por ellos tanto para la hostería como para ejecutar los paquetes turísticos son de fácil acceso.

Las materias primas requeridas para la preparación de los alimentos, son las más fáciles de conseguir, debido a que la provincia del Carchi, lugar en el que se ubicará la hostería, es un provincia eminentemente agrícola.

Las otras materias primas también pueden ser conseguidas fácilmente dentro de los almacenes de la provincia, especialmente en los de la capital provincial. De no encontrarse dentro de la provincia se los solicitará a otras ciudades, como Ibarra o Quito.

En el caso de existir problemas con uno de los hoteles o restaurantes que colaborarán para el desarrollo de los paquetes de turismo, se buscará otro proveedor, el cantón Tulcán cuenta con una vasta cantidad de establecimientos.

4.2.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.

La hostería tiene dos actividades claramente diferenciadas, servicios como hostería propiamente dichos y servicios turísticos fuera de la hostería, por lo que se considera que el producto se encuentra adecuadamente diferenciado.

Por otra parte, se considera como principal producto sustituto a las playas, las cuales cuentan con una mayor difusión pero a la vez con una mayor explotación; si el cliente busca descubrir un ambiente diferente y nuevo, como los atractivos turísticos que dispone la provincia del Carchi, entonces su poder de negociación es bajo, porque no existen organizaciones de compradores dentro de la provincia.

Luego de realizar un análisis de los componentes del modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, se determina que el poder de negociación es bajo, debido principalmente a que existen tres competidores dentro del cantón, las materias primas no dependen de un solo proveedor, altos costos de la inversión de la infraestructura en el caso del ingreso de nuevos competidores, los compradores no se encuentran organizados.

4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

4.3.1 DEMANDA TURÍSTICA

El turismo a nivel mundial es uno de los sectores de la economía que experimenta un mayor crecimiento. Representa cerca del 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios y ocupa el cuarto lugar luego de las exportaciones de químicos, productos automotores y combustibles. En relación con las exportaciones de servicios, el turismo representa el 30% del total de ingresos.

A continuación se realizará un análisis de la situación de la demanda del turismo en el Ecuador durante el periodo 2001-2007

En el Ecuador extranjeros que ingresaron en el año 2007 fueron 953,196 que al

compararlos con los 640.561 que ingresaron en el año 2001 significa un incremento del 48,81 por ciento.

Durante el año 2007 ingresaron al país 752.684 ecuatorianos que al comparar con los 423.737 que ingresaron en el año 2001 se evidencia un incremento del 77,63 por ciento en el período 2001-2007.

Cuadro No. 4.13
INGRESO DE EXTRANJEROS Y ECUATORIANOS
AÑOS 2001-2007

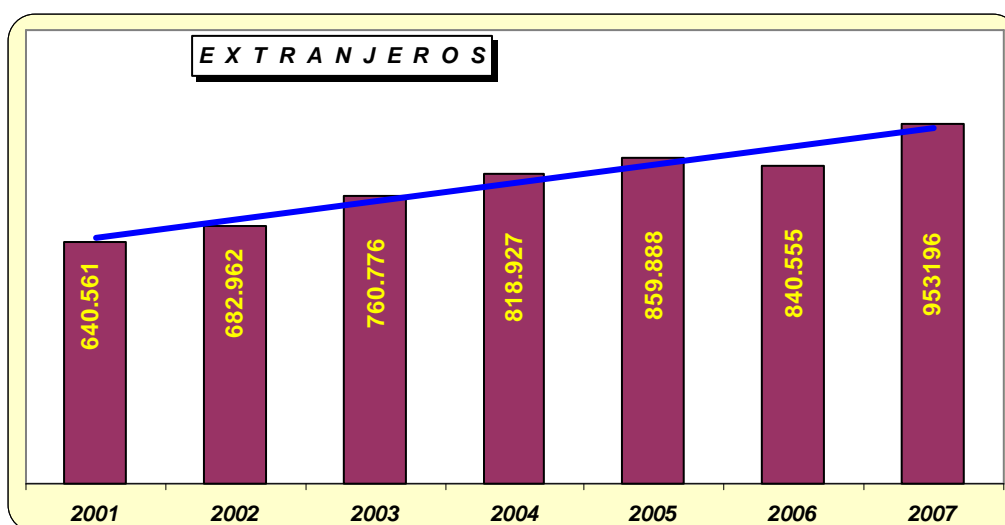
AÑOS	EXTRANJEROS	ECUATORIANOS
2001	640.561	423.737
2002	682.962	461.396
2003	760.776	485.971
2004	818.927	528.912
2005	859.888	597.038
2006	840.555	674.267
2007	953.196	752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La cantidad de extranjeros que han ingresado al Ecuador ha ido creciendo año a año, desde el 2001 hasta el 2005, en el año 2006 la cantidad disminuye respecto al 2005 en el 2,25%. Pero en el año 2007 se observa nuevamente un crecimiento en las entradas.

Gráfico No. 4.5
INGRESO DE EXTRANJEROS
AÑOS 2001-2007

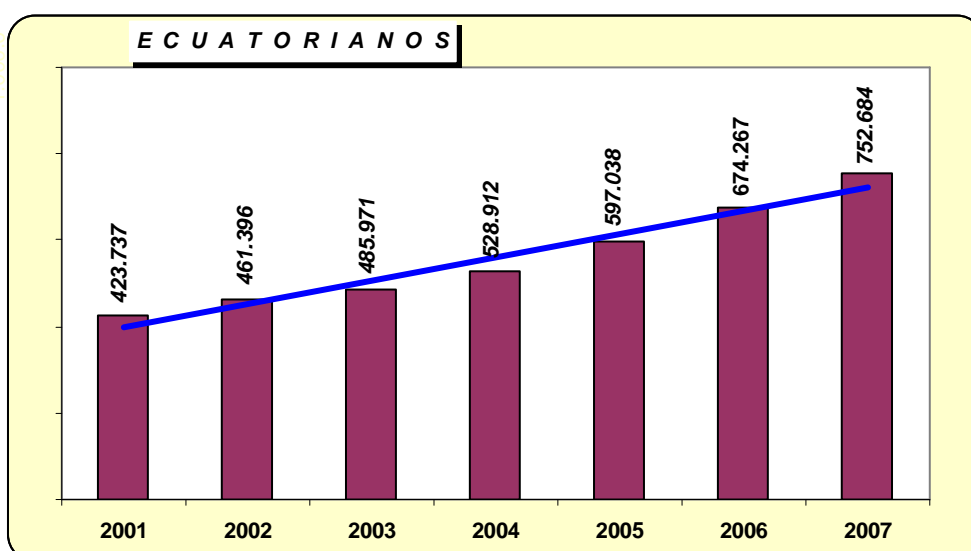


Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Dentro del periodo analizado 2001-2007 se observa un crecimiento permanente de las entradas de ecuatorianos.

Gráfico No. 4.6
INGRESO DE ECUATORIANOS
AÑOS 2001-2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

En los registros del INEC, Anuarios de Migración Internacional, en el año 2.007 el

mes que registró la mayor cantidad de ingresos de extranjeros fue julio con 101.867 personas, (10,69%), seguido por diciembre con 89.434, (9,38%), enero con 89.423, (9,38%), y agosto con 88.255, (9,26%). Estos meses registran la mayor cantidad de ingresos desde el año 2003.

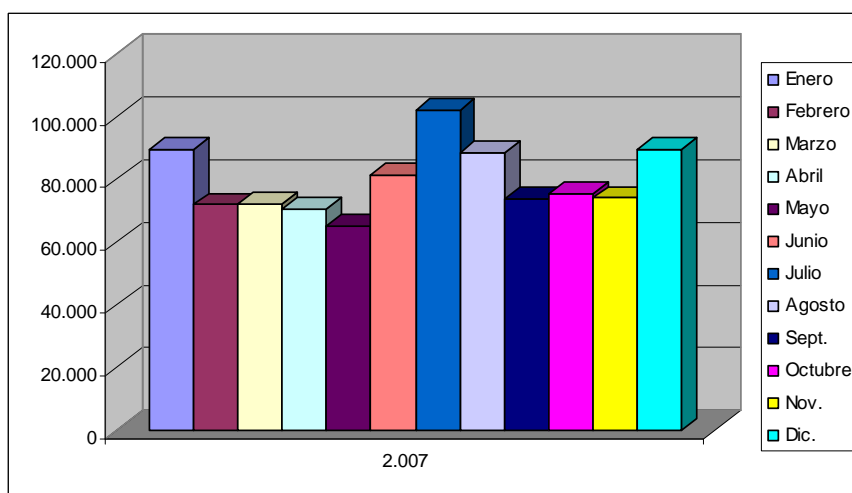
Cuadro No. 4.14
INGRESO DE EXTRANJEROS POR MESES
AÑOS 2001-2007

MESES	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007
Total	640.561	682.962	760.776	818.927	859.888	840.555	953.196
Enero	59.673	61.372	61.688	70.868	79.118	78.856	89.423
Febrero	45.905	48.909	56.922	60.761	66.052	63.408	71.905
Marzo	47.278	55.408	58.492	65.619	72.880	63.504	72.014
Abril	48.967	45.824	56.327	61.874	60.489	62.108	70.431
Mayo	47.192	50.812	55.770	59.509	63.792	57.275	64.950
Junio	57.779	60.273	67.527	70.373	77.059	71.789	81.409
Julio	69.757	73.978	86.293	90.882	95.621	89.829	101.867
Agosto	61.628	64.854	72.795	73.697	80.181	77.826	88.255
Sept.	46.298	56.013	58.155	59.541	59.431	65.198	73.935
Octubre	48.750	60.235	59.966	68.377	63.755	66.538	75.455
Nov.	50.680	47.744	60.589	64.036	65.896	65.359	74.118
Dic.	56.654	57.540	66.252	73.390	75.614	78.865	89.434

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.7
INGRESO DE EXTRANJEROS Y ECUATORIANOS POR MESES AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Desde el año 2001 hasta el año 2007, los meses de agosto y diciembre registran la mayor cantidad de ingresos de ecuatorianos. En el año 2007, en diciembre se ha efectuado la mayor cantidad de entradas, 79.032 que representa el 10,50% del total de ingresos, agosto es el siguiente mes con mayor cantidad de ingresos 75.635, el 10,05%.

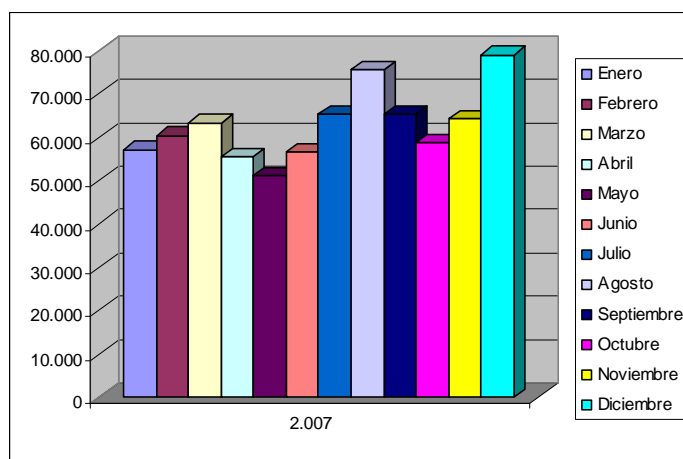
Cuadro No. 4.15
INGRESO DE ECUATORIANOS POR MESES
AÑOS 2001-2007

MESES	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007
Total	423.737	461.396	485.971	528.912	597.038	674.267	752.684
Enero	28.964	30.856	33.546	35.979	40.359	51.245	57.205
Febrero	30.174	31.046	33.575	38.483	40.846	54.188	60.490
Marzo	38.393	35.716	44.444	43.272	47.921	56.763	63.365
Abril	38.435	34.990	31.532	40.938	43.006	49.694	55.473
Mayo	32.705	36.634	37.961	38.089	43.283	45.728	51.046
Junio	35.239	41.383	40.584	40.909	47.633	50.773	56.678
Julio	35.536	40.584	42.194	46.789	55.637	58.630	65.449
Agosto	38.684	45.295	51.014	55.809	66.085	67.755	75.635
Septiembre	37.308	43.803	43.602	48.149	52.931	58.482	65.283
Octubre	30.424	37.771	36.980	40.688	44.111	52.662	58.787
Noviembre	35.206	35.511	40.858	44.498	51.361	57.549	64.242
Diciembre	42.669	47.807	49.681	55.309	63.865	70.798	79.032

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.8
INGRESO DE ECUATORIANOS POR MESES
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Quito, Guayaquil, Tulcán y Huaquillas constituyen las principales puertas de ingreso tanto para los extranjeros como para los nacionales pues en ellas se

registran la mayor cantidad de entradas.

Cuadro No. 4.16
ENTRADAS DE EXTRANJEROS SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN AÑOS 2001- 2007

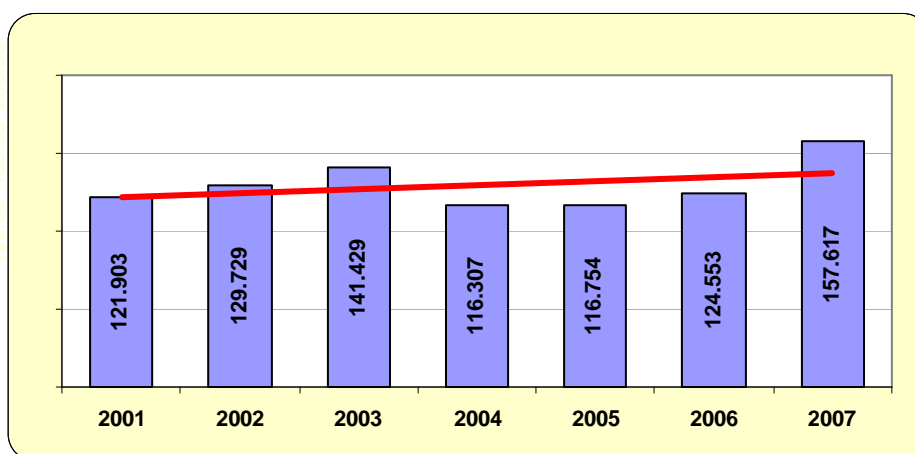
JEFATURAS DE MIGRACIÓN	AÑOS						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
QUITO	286.615	282.741	303.030	325.545	351.583	359.062	396.104
GUAYAQUIL	129.590	145.004	144.111	170.848	186.365	197.712	200.905
TULCÁN	121.903	129.729	141.429	116.307	116.754	124.553	157.617
HUAQUILLAS	83.425	101.347	151.881	190.027	189.570	134.883	173.361
MACARÁ	4.034	4.327	4.014	4.337	5.488	17.413	7.992
MACHALA	199	362	116	183	85	61	221
ESMERALDAS	1.192	2.448	2.054	1.435	1.007	793	1.908
SALINAS	249	294	0	55	260	144	216
MANTA	2.284	2.961	2.481	2.794	2.849	2.596	3.332
LAGO AGRIO	10.869	13.619	11.480	7.269	5.780	3.338	11.370
IBARRA	201	130	180	127	147	0	169
TOTAL	640.561	682.962	760.776	818.927	859.888	840.555	953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional Cuadro No. 07, Años 2001-2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

En el año 2001 ingresan al Ecuador, por la Jefatura de Migración de Tulcán, 121.903 extranjeros, mientras que en el 2007 ingresaron 157.617, lo que representa un incremento del 64,81%.

Gráfico No. 4.9
ENTRADAS DE EXTRANJEROS SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN TULCÁN
AÑOS 2001- 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

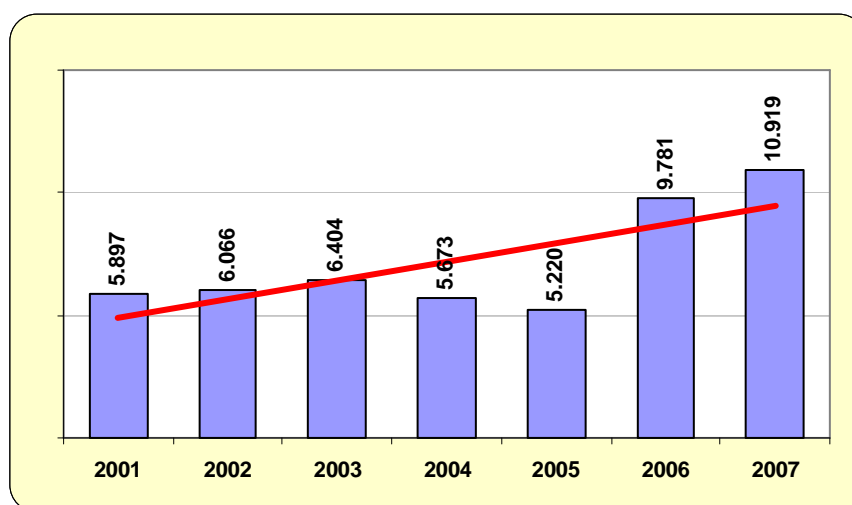
Cuadro No. 4.17
ENTRADAS DE ECUATORIANOS SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN
AÑOS 2001- 2007

JEFATURAS DE MIGRACIÓN	AÑOS						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
QUITO	223.934	226.595	245.590	270.302	308.124	311.445	378.096
GUAYAQUIL	184.917	218.657	217.349	232.130	261.814	281.316	332.707
TULCÁN	5.897	6.066	6.404	5.673	5.220	9.781	10.919
HUAQUILLAS	6.012	6.442	12.575	15.502	17.888	56.615	24.746
MACARÁ	500	383	538	585	603	12.040	2.897
MACHALA	63	89	39	19	1	4	58
ESMERALDAS	504	836	830	1.324	832	503	1.173
SALINAS	132	196	0	40	128	51	138
MANTA	1.778	2.132	2.646	3.337	2.428	2.512	3.558
LAGO AGRIO	0	0	0	0	0	0	0
IBARRA	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	423.737	461.396	485.971	528.912	597.038	674.267	752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.10
ENTRADAS DE ECUATORIANOS SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN TULCÁN
AÑOS 2001- 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Durante los años 2001, 2002 y 2003 se observa un crecimiento del ingreso de los ecuatorianos por la jefatura de migración de Tulcán. Para los años 2004 y 2005 la cantidad de ingresos disminuye pero en los años 2006 y 2007, los ingresos incrementan nuevamente. El año 2007 registra un crecimiento del 85,16% respecto al 2001.

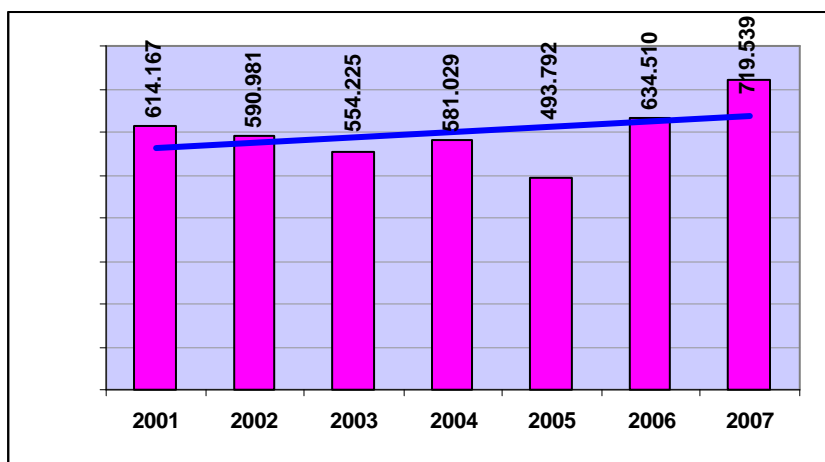
Cuadro No. 4.18
ENTRADAS DE EXTRANJEROS POR MOTIVO DE VIAJE AÑOS 2001-2007

AÑO	Motivo de Viaje						Total
	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	Sin Especif.	
2001	614.167	1.282	1.287	127	23.685	13	640.561
2002	590.981	3.164	690	962	87.144	21	682.962
2003	554.225	3.968	1.782	2.270	198.393	138	760.776
2004	581.029	5.956	1.880	2.298	227.757	7	818.927
2005	493.792	7.430	3.080	2.100	353.480	6	859.888
2006	634.510	6.825	3.809	1.058	194.353	0	840.555
2007	719.539	7.740	4.319	1200	220.398	0	953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional Cuadro No. 26B, Años 2001-2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.11
ENTRADAS DE EXTRANJEROS POR TURISMO AÑOS 2001-2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional Cuadro No. 26A, Años 2001-2007
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

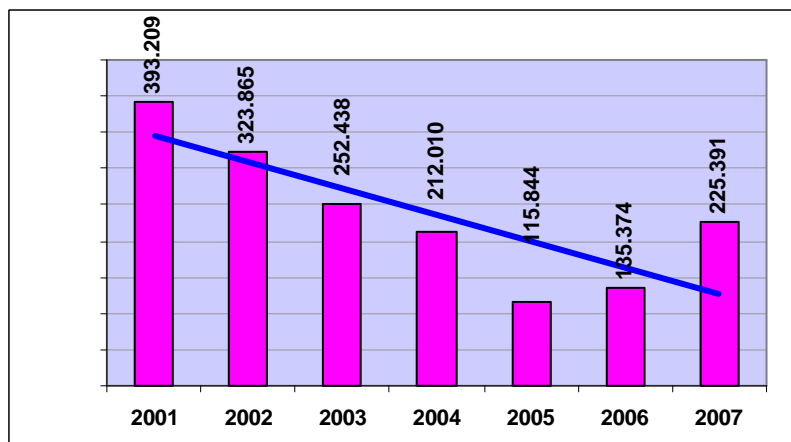
Existe fluctuación en las cantidades de los ingresos de los extranjeros, durante los años 2001-2003, se observa un ligero decremento en esta cantidad, en el año siguiente esta cantidad aumenta para volver a disminuir en el 2005, volviendo a crecer en los años 2006 y 2007. A pesar de las fluctuaciones encontradas, en el año 2007 registra un crecimiento del 17,16% respecto al 2001.

Cuadro No. 4.19
ENTRADAS DE ECUATORIANOS POR MOTIVO DE VIAJE AÑOS 2001-2007

AÑO	1/ Motivo de Viaje						Total
	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	Sin Especific.	
2001	393.209	412	410	145	29.553	8	423.737
2002	323.865	560	307	884	135.771	9	461.396
2003	252.438	1.952	397	1.477	229.697	10	485.971
2004	212.010	1.788	256	1.667	313.190	1	528.912
2005	115.844	1.532	919	1.074	477.669	0	597.038
2006	135.374	437	526	312	537.618	0	674.267
2007	225.391	306	364	199.667	325.006	1.950	752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional Cuadro No. 26A, Años 2001-2007
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.12
ENTRADAS DE ECUATORIANOS POR TURISMO AÑOS 2001-2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional Cuadro No. 26A, Años 2001-2007
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Desde el año 2001 hasta el 2005, el ingreso de los ecuatorianos por turismo ha disminuido, en los años 2006 y 2007 esta cifra experimenta un crecimiento. El año 2007 ha crecido un 66% respecto al año anterior.

4.3.2 DEMANDA ACTUAL

Análisis extranjeros

A nivel nacional en el 2007 registró una entrada de 953.196 (100%) extranjeros de los cuales los tres primeros puestos están ocupados por los estadounidenses con 240.530 personas lo que representa el 25,23%, los colombianos con 201.546 personas, el 21,14% y los peruanos con 149.250, el 15,66%. De los países europeos, en cambio, los mayores emisores son España con 45.765, 4,8%, Gran Bretaña con 26.848, 2,82% y Reino Unido con 26.910, 2,81% y de los demás países arriban a nuestro país 238883, que representa el 25% del total de llegadas. **ANEXO No. 4.13.**

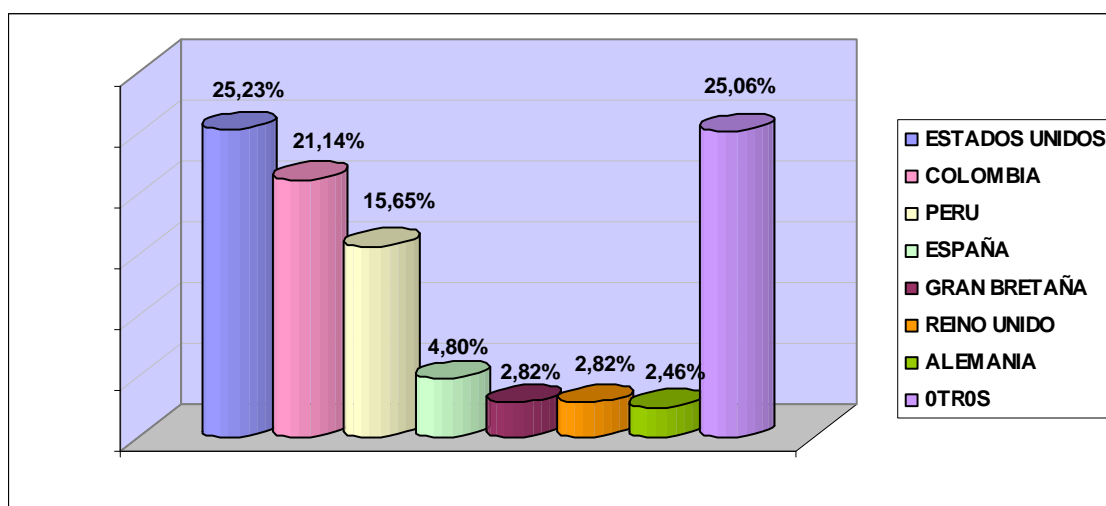
Cuadro No. 4.20
INGRESO DE EXTRANJEROS POR NACIONALIDAD
AÑO 2007

PAÍS	ARRIBOS
ESTADOS UNIDOS	240.530
COLOMBIA	201.546
PERÚ	149.250
ESPAÑA	45.765
GRAN BRETAÑA	26.910
REINO UNIDO	26.848
ALEMANIA	23.453
OTROS	238.883

Fuente: Dirección Nacional de Migración.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.13
INGRESO DE EXTRANJEROS POR NACIONALIDAD
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

De los 953.196 extranjeros que ingresaron a nuestro país en el año 2007, 895.527 personas fueron no inmigrantes. “Considérese no inmigrantes a todo extranjero con domicilio en otro Estado, que se interna legal y condicionalmente al país, sin ánimo de radicarse”³⁷

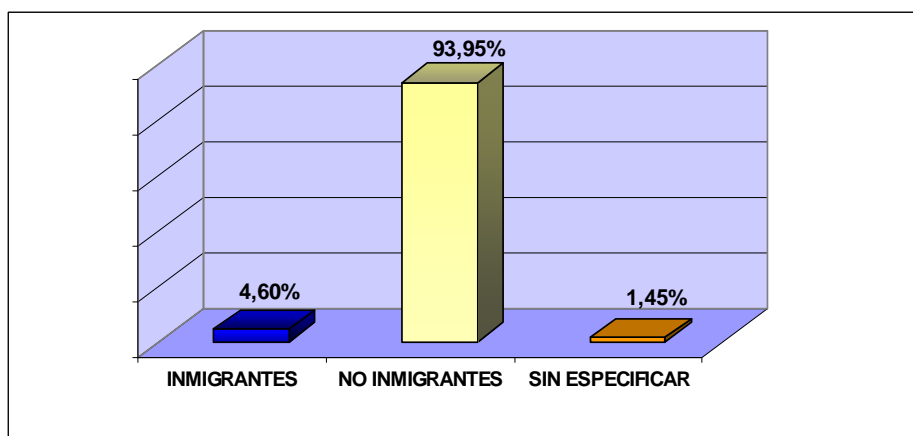
Cuadro No. 4.21
ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN CATEGORÍA MIGRATORIA AÑO 2007

CATEGORÍA MIGRATORIA	AÑO 2007
INMIGRANTES	43.848
NO INMIGRANTES	895.527
SIN ESPECIFICAR	13.821
TOTAL	953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.14
ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN CATEGORÍA MIGRATORIA AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La mayor cantidad de extranjeros que ingresan al Ecuador lo hacen por las

³⁷ Anuario de Migración Internacional. Ecuador. INEC; 2005.p.261

jefaturas de: Quito (41,56%), Guayaquil (21,08%), Tulcán (16,54%) y Huaquillas (18,19%), concentrándose en ellas el 97,36% de los arribos. El 2,64% restante ingresa por las Demás Jefaturas: Macará (0,84%), Machala (0,02%), Esmeraldas (0,20), Salinas (0,02) Manta (0,35), Lago Agrio (1,19) e Ibarra (0,02%).

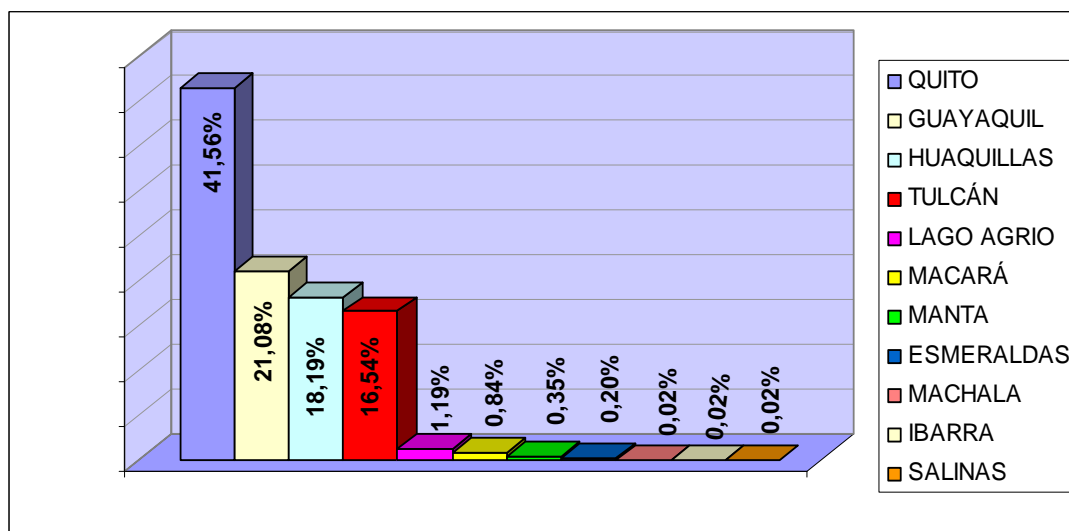
Cuadro No. 4.22
ENTRADAS DE EXTRANJEROS SEGÚN JEFATURAS DE MIGRACIÓN
AÑO 2007

JEFATURAS DE MIGRACIÓN	2007
QUITO	396.104
GUAYAQUIL	200.905
TULCÁN	157.617
HUAQUILLAS	173.361
MACARÁ	7.992
MACHALA	221
ESMERALDAS	1.908
SALINAS	216
MANTA	3.332
LAGO AGRIO	11.370
IBARRA	169
TOTAL	953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.15
ENTRADAS DE EXTRANJEROS SEGÚN JEFATURAS DE MIGRACIÓN AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

De las entradas de extranjeros no inmigrantes al Ecuador en el 2007, 719539 ingresaron por turismo lo que representa el 50,18% del total de arribos. **ANEXO No. 4.14.**

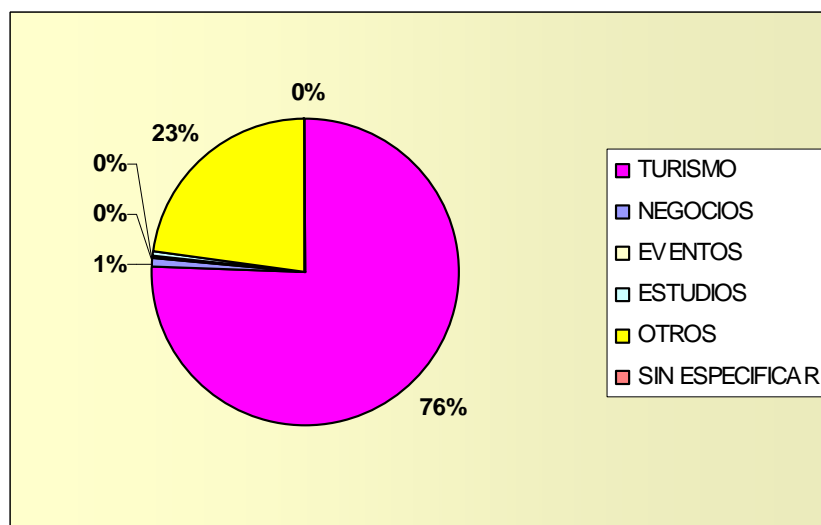
Cuadro No. 4.23
ENTRADA DE EXTRANJEROS POR MOTIVO DE VIAJE
AÑO 2007

MOTIVO VIAJE	ARRIBOS
TURISMO	719.539
NEGOCIOS	7.740
EVENTOS	4.319
ESTUDIOS	1.200
OTROS	220.398
TOTAL	953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.16
ENTRADA DE EXTRANJEROS POR MOTIVO DE VIAJE
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional (Motivo de viaje formato de Tarjeta Andina) - INEC.
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

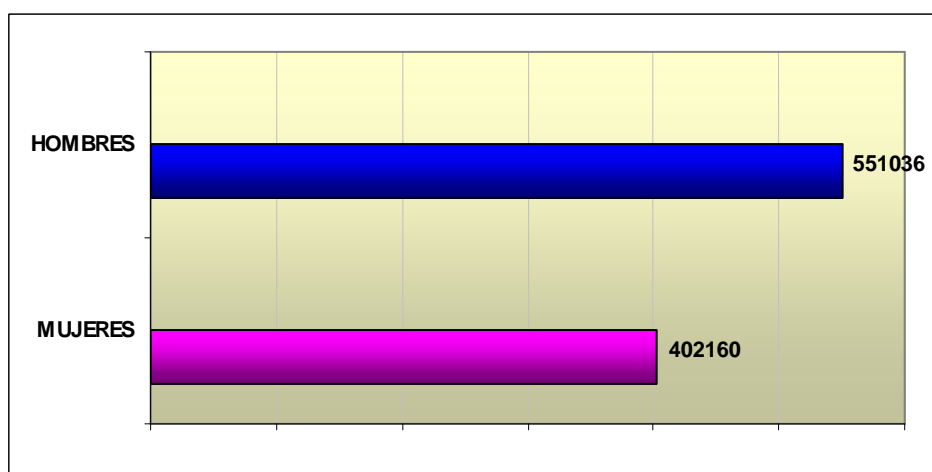
En el 2007 ingresaron 402160 mujeres, que representan el 42% del total de ingresos y 551036 hombres que corresponden al 58% del total de de extranjeros que ingresaron al Ecuador. **ANEXO No. 4.14.**

Cuadro No. 4.24
ENTRADA DE EXTRANJEROS POR SEXO
AÑO 2007

DESCRIPCION		EXTRANJEROS
ORD.	SEXO	ARRIBOS
1	MUJERES	402.160
2	HOMBRES	551.036
TOTAL		953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.17
ENTRADA DE EXTRANJEROS POR SEXO
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La mayoría de los ingresos de extranjeros al Ecuador se encuentra desde los 20 años en adelante.

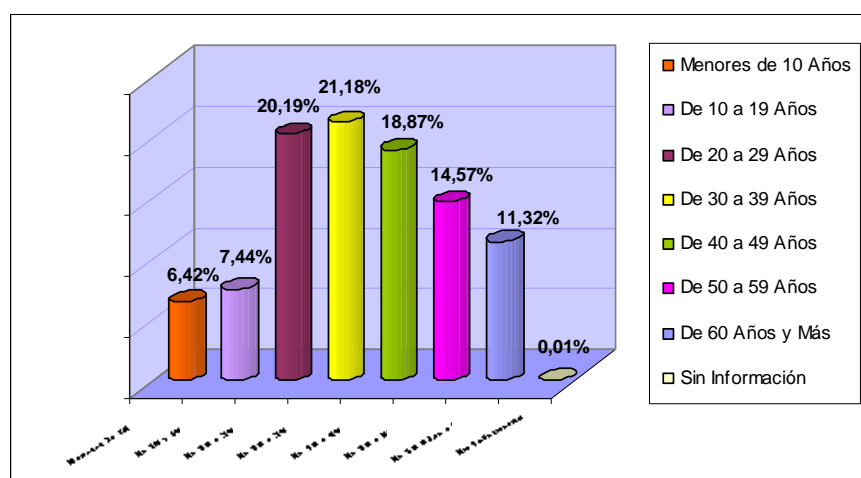
Cuadro No. 4.25
ENTRADAS DE EXTRANJEROS SEGÚN GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007

Grupos de Edad	Total
Menores de 10 Años	61.234
De 10 a 19 Años	70.878
De 20 a 29 Años	192.439
De 30 a 39 Años	201.886
De 40 a 49 Años	179.893
De 50 a 59 Años	138.896
De 60 Años y Más	107.917
Sin Información	53
TOTAL	953.196

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.18
ENTRADAS DE EXTRANJEROS SEGÚN GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional. (Motivo de viaje de acuerdo a formato de Tarjeta Andina)
 INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los extranjeros que arribaron al Ecuador por turismo se concentran dentro del rango de edad que va desde los 20 años en adelante. **ANEXO No. 4.14.**

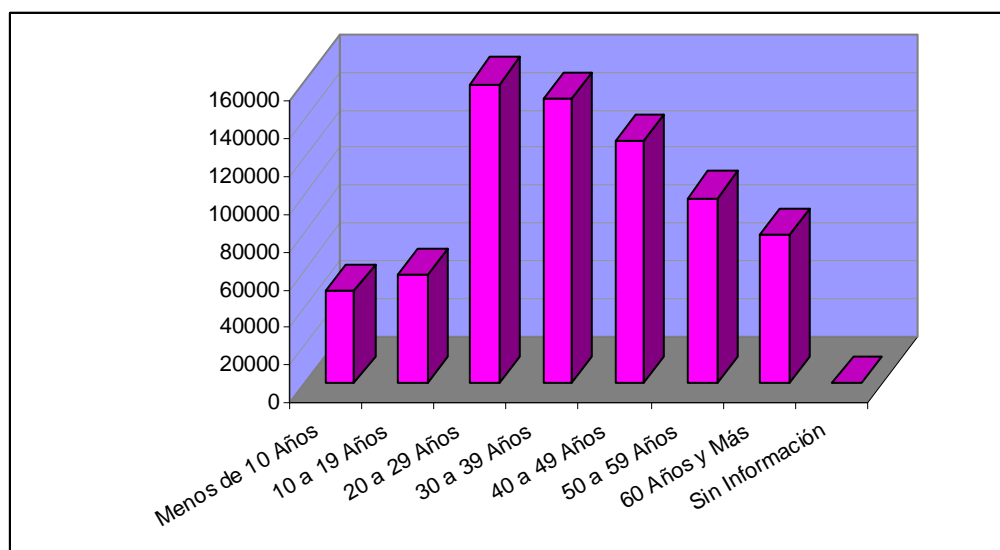
Cuadro No. 4.26
ENTRADAS DE EXTRANJEROS POR MOTIVO DE VIAJE Y GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007

Grupos de Edad	Motivo de Viaje					
	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	Sin Especific.
Menos de 10 Años	48.365	0	0	0	12.869	0
10 a 19 Años	57.101	5	202	284	13.287	0
20 a 29 Años	158.615	816	671	746	31.590	0
30 a 39 Años	150.452	2.672	1.201	127	47.434	0
40 a 49 Años	128.120	2.477	1.377	43	47.877	0
50 a 59 Años	98.210	1.388	829	0	38.469	0
60 Años y Más	78.645	382	40	0	28.850	0
Sin Información	32	0	0	0	22	0
TOTAL	719.539	7.740	4.319	1.200	220.398	0

Fuente: Anuarios de Migración Internacional. (Motivo de viaje de acuerdo a formato de Tarjeta Andina) - INEC

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.19
ENTRADAS DE EXTRANJEROS POR TURISMO Y GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional. (Motivo de viaje de acuerdo a formato de Tarjeta Andina) - INEC
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Análisis ecuatorianos

Para visitar nuestro país, en el año 2007 los ecuatorianos emplearon con mayor frecuencia las jefaturas de: Quito (50,23%), Guayaquil (44,20%), Tulcán (1,24%) y Huaquillas (3,29%), concentrándose en ellas el 98,96% de los arribos. El 1,04% restante utiliza las demás Jefaturas: Macará (0,38%), Machala (0,01%), Esmeraldas (0,16%), Salinas (0,02%) y Manta (0,47%), en Lago Agrio e Ibarra no se han registrado ingresos.

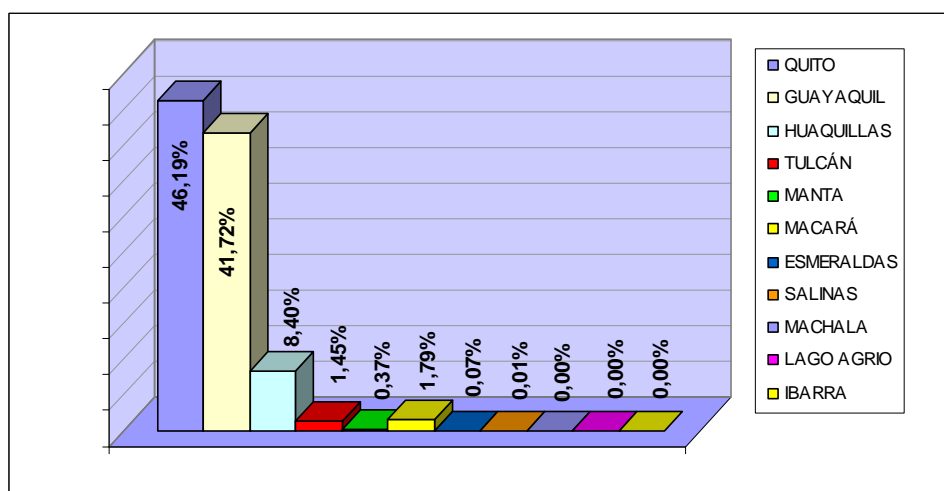
Cuadro No. 4.27
ENTRADAS DE ECUATORIANOS SEGÚN JEFATURAS DE MIGRACIÓN
AÑO 2007

JEFATURAS DE MIGRACIÓN	2007
QUITO	347.666
GUAYAQUIL	314.033
TULCÁN	10.919
HUAQUILLAS	63.199
MACARÁ	13.440
MACHALA	4
ESMERALDAS	561
SALINAS	57
MANTA	2.804
LAGO AGRIO	0
IBARRA	0
TOTAL	752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.20
ENTRADAS DE ECUATORIANOS SEGÚN JEFATURAS DE MIGRACIÓN AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Durante el 2007 ingresaron al Ecuador 752.684 nacionales. Dentro de los principales motivos de viaje se encuentran: turismo, el 30% (225391) y estudios

el 27% (199667). **ANEXO No. 4.15.**

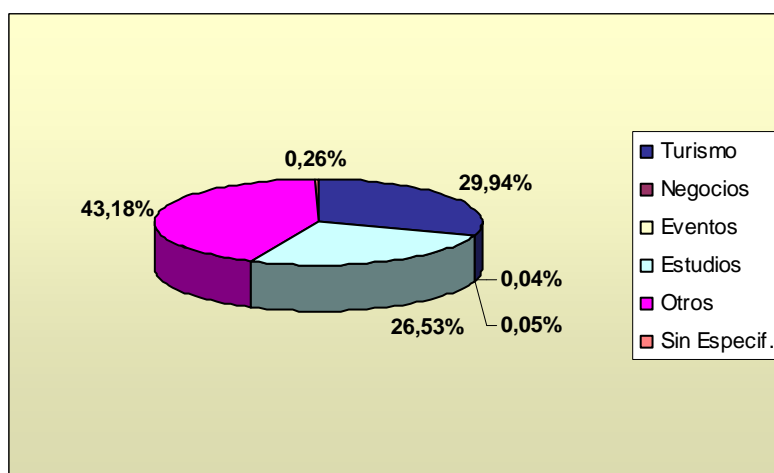
Cuadro No. 4.28
ENTRADA DE ECUATORIANOS POR MOTIVO DE VIAJE
AÑO 2007

MOTIVO DE VIAJE	ARRIBOS
Turismo	225.391
Negocios	306
Eventos	364
Estudios	199.667
Otros	325.006
Sin Especific.	1.950
TOTAL	752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.21
ENTRADA DE ECUATORIANOS POR MOTIVO DE VIAJE
AÑO 2007



Fuente: Dirección Nacional de Migración. Departamento de Estadísticas de la DNM.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

De los ingresos de nacionales al Ecuador, el 50,32% (378787) corresponden a mujeres y el 49,68% (373897) a hombres, las proporciones de la cantidad de ingreso de hombres y mujeres son muy similares. **ANEXO No. 4.15.**

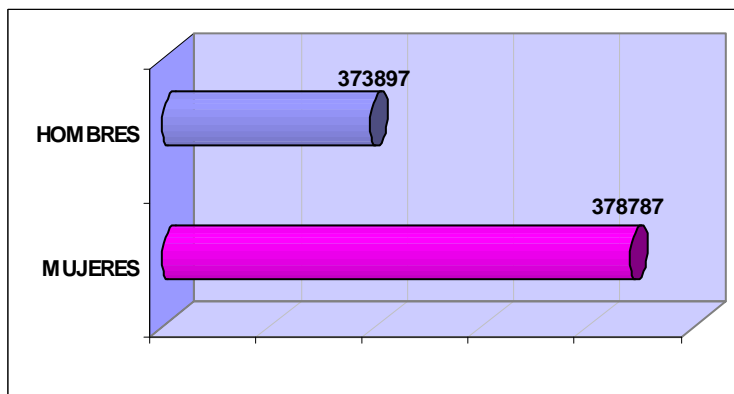
Cuadro No. 4.29
ENTRADA DE ECUATORIANOS POR SEXO
AÑO 2007

DESCRIPCION		
ORD.	SEXO	ARRIBOS
1	MUJERES	378.787
2	HOMBRES	373.897
TOTAL		752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.22
ENTRADA DE ECUATORIANOS POR SEXO
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los rangos de edades de los nacionales que abarcan una mayor cantidad de registros son de 20 a 29 años; de 30 a 39 años; de 40 a 49 años. **ANEXO No. 4.15.**

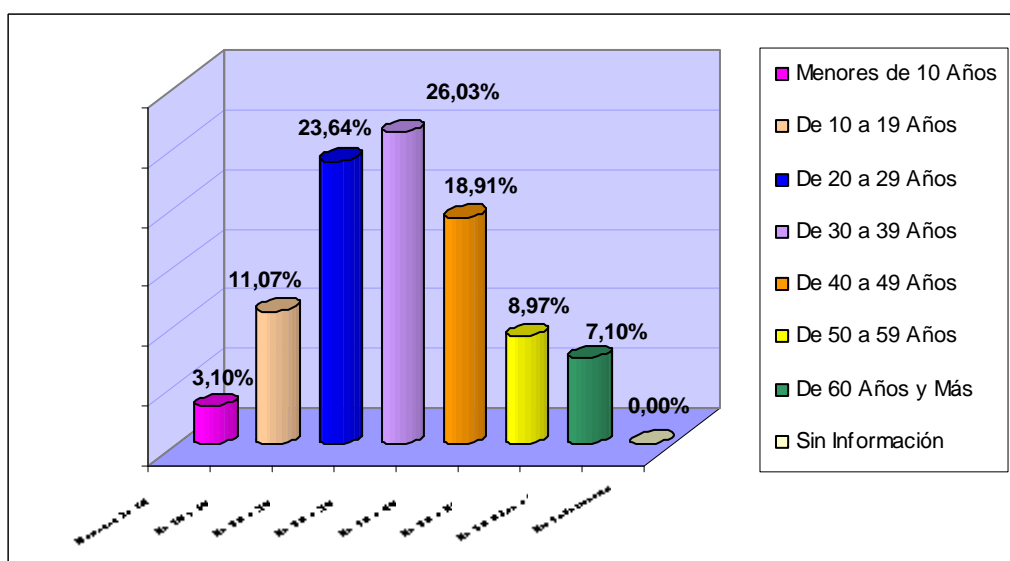
Cuadro No. 4.30
ENTRADAS DE ECUATORIANOS SEGÚN GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007

Grupos de Edad	Total
Menores de 10 Años	23.320
De 10 a 19 Años	83.357
De 20 a 29 Años	177.921
De 30 a 39 Años	195.924
De 40 a 49 Años	142.330
De 50 a 59 Años	67.483
De 60 Años y Más	53.419
Sin Información	2
TOTAL	752.684

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.23
ENTRADAS DE ECUATORIANOS SEGÚN GRUPOS DE EDAD



AÑO 2007

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los nacionales que arribaron al Ecuador por turismo se concentran dentro del rango de edad que va desde los 20 años en adelante.

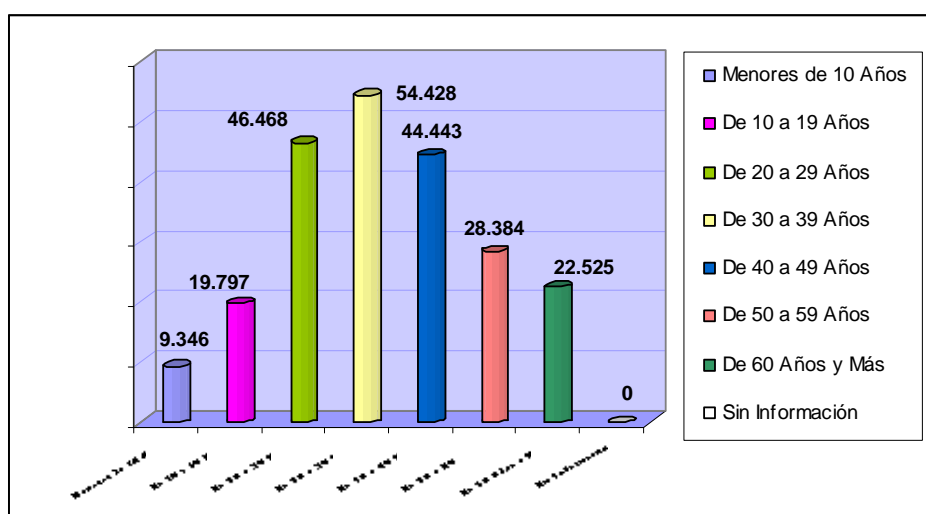
Cuadro No. 4.31
ENTRADAS DE ECUATORIANOS POR MOTIVO DE VIAJE Y GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007

Grupos de Edad	1/ Motivo de Viaje					
	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	Sin Especific.
Menores de 10 Años	9.346	0	0	0	14.583	0
De 10 a 19 Años	19.797	15	27	32.171	31.242	105
De 20 a 29 Años	46.468	61	74	72.679	63.141	524
De 30 a 39 Años	54.428	90	105	60.288	80.709	304
De 40 a 49 Años	44.443	72	84	34.528	63.007	196
De 50 a 59 Años	28.384	46	62	0	38.865	126
De 60 Años y Más	22.525	24	11	0	30.814	45
Sin Información	0	0	0	0	2	0
TOTAL	225.391	306	364	199.667	325.006	1.950

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.24
ENTRADAS DE ECUATORIANOS POR TURISMO Y GRUPOS DE EDAD
AÑO 2007



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

4.3.3 DEMANDA PROYECTADA

Las cifras de viajes al extranjero se han triplicado desde 1971 (de 179 millones a 613 millones) y la Organización Mundial del Turismo pronostica un índice de crecimiento anual de 4,3% hasta el año 2020.

Sin duda se pronostica un desarrollo positivo del turismo a nivel mundial dentro de las tres primeras décadas del siglo XXI. Se presenta a continuación un desglose internacional por regiones en el que se muestra y evidencia de mejor manera la situación del turismo.

Cuadro No. 4.32
LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR REGIONES (MILLONES)

ITEMS	Año de Referencia	Previsiones		Crecimiento		
		2010	2020	Anual Medio %	Cuota %	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
Total	565,4	1.006,40	1.561,10	4,1	100	100
África	20,2	47	77,3	5,5	3,6	5
Américas	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Asia Meridional	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2
Asia Oriental/Pacífico	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Europa	338,4	527,3	717	3	59,8	45,9
Oriente Medio	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Intrarregional (a)	464,1	790,9	1.183,30	3,8	82,1	75,8
Larga distancia (b)	101,3	215,5	377,9	5,4	17,9	24,2

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT)

Notas:

(a) El concepto de "interregional" incluye las llegadas cuyo país de origen no está especificado.

(b) Se entiende por "larga distancia" cualquier viaje dentro de los interregionales.

En el Ecuador, de acuerdo a las proyecciones realizadas basadas en datos históricos (2001-2007) se estima que el ingreso promedio de extranjeros para los próximos 5 años crecerá en promedio un 6%.

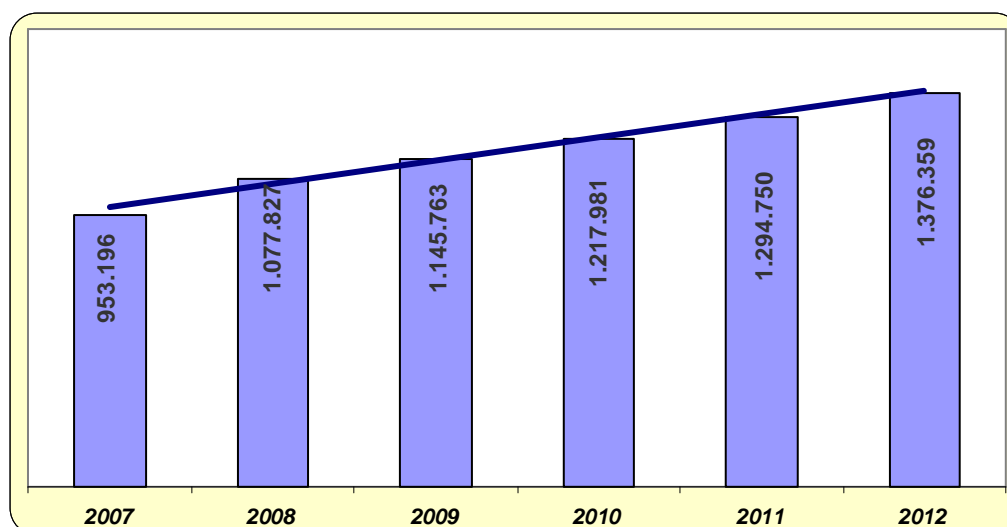
Cuadro No. 4.33
PROYECCIÓN INGRESO EXTRANJEROS
2007-2012

AÑOS	ENTRADAS
2007	953.196
2008	1.077.827
2009	1.145.763
2010	1.217.981
2011	1.294.750
2012	1.376.359

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.25
PROYECCIÓN INGRESO EXTRANJEROS
2007-2012



Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El ingreso de ecuatorianos en los siguientes 5 años crecerá en promedio cada año en un 9%, esto fue determinado de acuerdo a las proyecciones realizadas con datos históricos de los años 2001-2007.

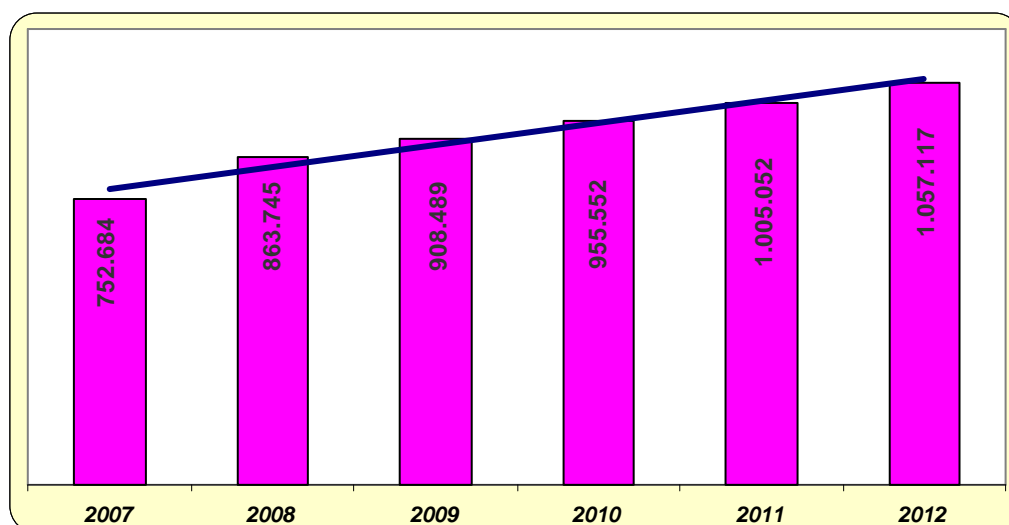
Cuadro No. 4.34
PROYECCIÓN INGRESO NACIONALES
2007-2012

AÑOS	ENTRADAS
2007	752.684
2008	863.745
2009	908.489
2010	955.552
2011	1.005.052
2012	1.057.117

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.26
PROYECCIÓN INGRESO NACIONALES
2007-2012



Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cada año por los siguientes 5 años se estima que enero crecerá en promedio 6,36% en sus ingresos, febrero 7,03%, marzo 6,30%, abril 5,48%, mayo 4,91%, junio 5,35%, julio 5,89%, agosto 5,66%, septiembre 7,31%, octubre 6,61%, noviembre 5,71% y diciembre 7,22%.

Cuadro No. 4.35
INGRESO DE EXTRANJEROS POR MESES
AÑOS 2007-2012

MESES	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	953.196	1.077.827	1.145.763	1.217.981	1.294.750	1.376.359
Enero	89.423	95.109	101.155	107.587	114.427	121.702
Febrero	71.905	76.962	82.374	88.167	94.368	101.004
Marzo	72.014	76.554	81.379	86.509	91.963	97.760
Abril	70.431	74.291	78.363	82.659	87.189	91.968
Mayo	64.950	68.138	71.483	74.991	78.672	82.534
Junio	81.409	85.762	90.347	95.177	100.265	105.625
Julio	101.867	107.869	114.224	120.954	128.081	135.627
Agosto	88.255	93.254	98.536	104.117	110.015	116.246
Sept.	73.935	79.336	85.132	91.352	98.025	105.186
Octubre	75.455	80.443	85.762	91.432	97.477	103.922
Nov.	74.118	78.349	82.821	87.549	92.547	97.830
Dic.	89.434	95.887	102.806	110.225	118.179	126.707

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Según la proyección realizada cada año durante los próximos 5 años enero incrementará en promedio 10,57%, febrero 10,65%, marzo 7,52%, abril 5,14%, mayo 7,05%, junio 7,40%, julio 9,58%, agosto 10,47%, septiembre 8,79%, octubre 10,14%, noviembre 9,44% y diciembre 9,72%.

Cuadro No. 4.36
INGRESO DE ECUATORIANOS POR MESES
AÑOS 2007-2012

MESES	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	752.684	863.745	908.489	955.552	1.005.052	1.057.117
Enero	57.205	63.252	69.938	77.332	85.507	94.546
Febrero	60.490	66.934	74.065	81.955	90.686	100.347
Marzo	63.365	68.131	73.255	78.766	84.690	91.061
Abril	55.473	58.326	61.324	64.477	67.793	71.278
Mayo	51.046	54.647	58.501	62.628	67.045	71.775
Junio	56.678	60.871	65.375	70.212	75.406	80.985
Julio	65.449	71.721	78.594	86.126	94.380	103.425
Agosto	75.635	83.555	92.305	101.971	112.649	124.445
Septiembre	65.283	71.023	77.268	84.062	91.453	99.494
Octubre	58.787	64.748	71.313	78.545	86.509	95.281
Noviembre	64.242	70.308	76.948	84.214	92.167	100.870
Diciembre	79.032	86.711	95.137	104.382	114.525	125.654

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Según las proyecciones realizadas el ingreso de extranjeros por las Jefaturas de Migración de Quito, Guayaquil y Tulcán crecerán en promedio un 5%, 7% y 3% anual respectivamente.

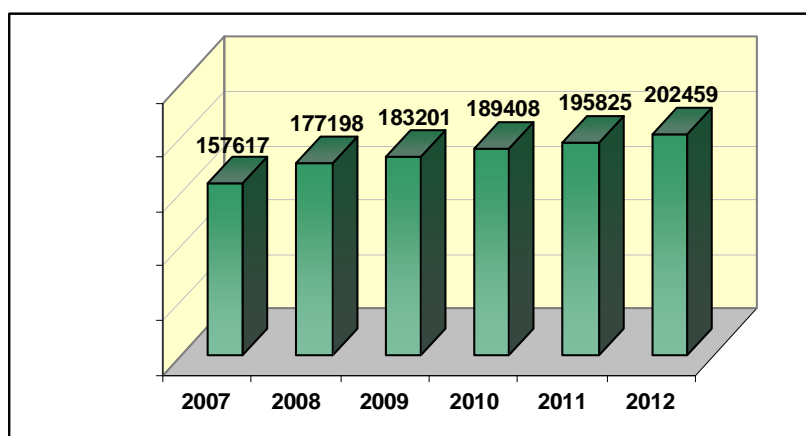
Cuadro No. 4.37
PROYECCIÓN INGRESO EXTRANJEROS SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN
2007 – 2012

JEFATURAS DE	AÑOS					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
MIGRACIÓN						
QUITO	396.104	438.206	460.906	484.783	509.896	536.310
GUAYAQUIL	200.905	222.260	237.564	253.922	271.407	290.095
TULCÁN	157.617	177.198	183.201	189.408	195.825	202.459
HUAQUILLAS	173.361	188.520	204.996	222.913	242.396	263.581
MACARÁ	7.992	9.140	8.805	8.482	8.171	7.871
MACHALA	221	223	144	93	60	39
ESMERALDAS	1.908	1.296	1.248	1.202	1.158	1.115
SALINAS	216	219	273	339	422	526
MANTA	3.332	4.363	4.574	4.795	5.027	5.270
LAGO AGRIO	11.370	12.537	10.768	9.249	7.944	6.823
IBARRA	169	153	165	177	190	205
TOTAL	953.196	1.077.827	1.145.763	1.217.981	1.294.750	1.376.359

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.27
PROYECCIÓN INGRESO EXTRANJEROS SEGÚN
JEFATURA DE MIGRACIÓN TULCÁN 2007 – 2012



Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los próximos 5 años el ingreso de nacionales por las Jefaturas de Migración de

Quito y Tulcán crecerán en promedio un 7% cada año, mientras que el ingreso por la Jefatura de Guayaquil incrementará cada año en un 8%.

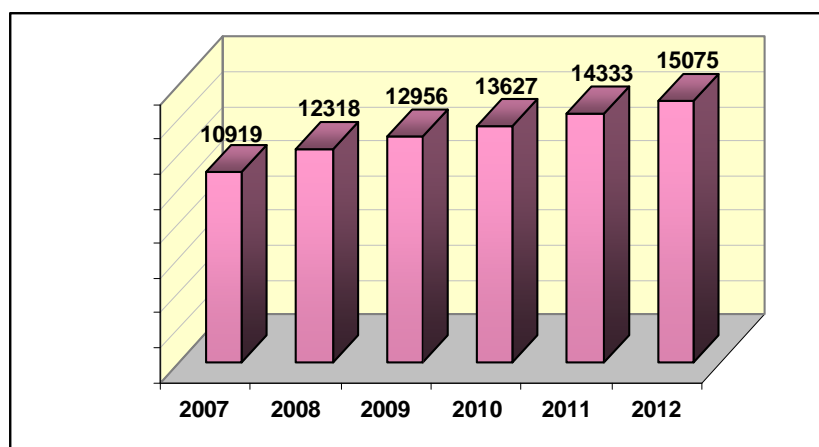
Cuadro No. 4.38
PROYECCIÓN INGRESO NACIONALES SEGÚN JEFATURA DE MIGRACIÓN
2007 – 2012

JEFATURAS DE	AÑOS					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
MIGRACION						
QUITO	347.666	391.158	411.421	432.734	455.151	478.729
GUAYAQUIL	314.033	357.762	376.296	395.789	416.292	437.857
TULCÁN	10.919	12.318	12.956	13.627	14.333	15.075
HUAQUILLAS	63.199	84.918	89.317	93.944	98.811	103.930
MACARÁ	13.440	16.839	17.711	18.628	19.594	20.609
MACHALA	4	-10	-11	-11	-12	-13
ESMERALDAS	561	553	582	612	644	677
SALINAS	57	66	69	73	77	81
MANTA	2.804	3.112	3.273	3.443	3.621	3.809
LAGO AGRIO	0	0	0	0	0	0
IBARRA	0	0	0	0	0	0
TOTAL	752.684	863.745	908.489	955.552	1.005.052	1.057.117

Fuente: Proyección (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.28
PROYECCIÓN INGRESO NACIONALES SEGÚN
JEFATURA DE MIGRACIÓN TULCÁN 2007 – 2012



Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

En la proyección realizada se establece que el crecimiento promedio de los turistas extranjeros en los próximos 5 años en el Ecuador será de un 2% cada año.

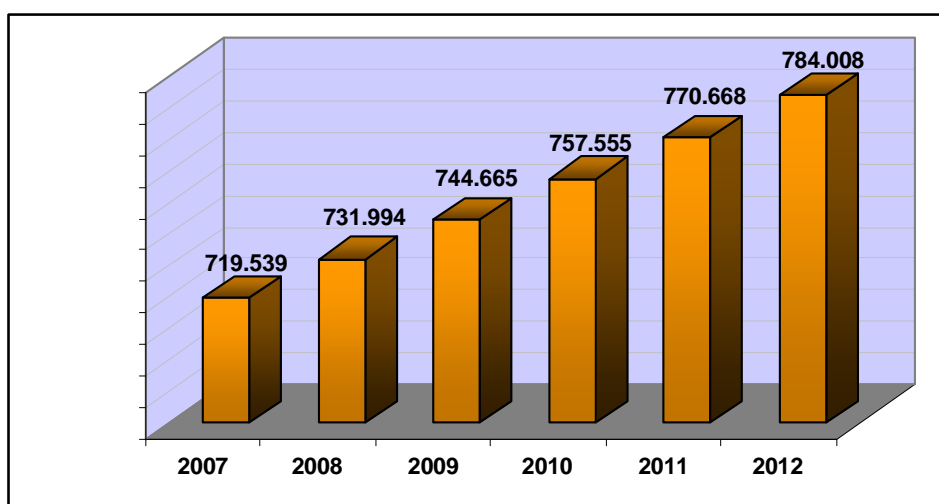
Cuadro No. 4.39
PROYECCIÓN INGRESO EXTRANJEROS POR TURISMO
2007 – 2012

AÑO	Ingreso
2007	225.391
2008	231.702
2009	238.190
2010	244.859
2011	251.715
2012	258.763

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.29
PROYECCIÓN INGRESO EXTRANJEROS POR TURISMO
2007 – 2012



Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 4.40
PROYECCIÓN INGRESO NACIONALES POR TURISMO
2007 – 2012

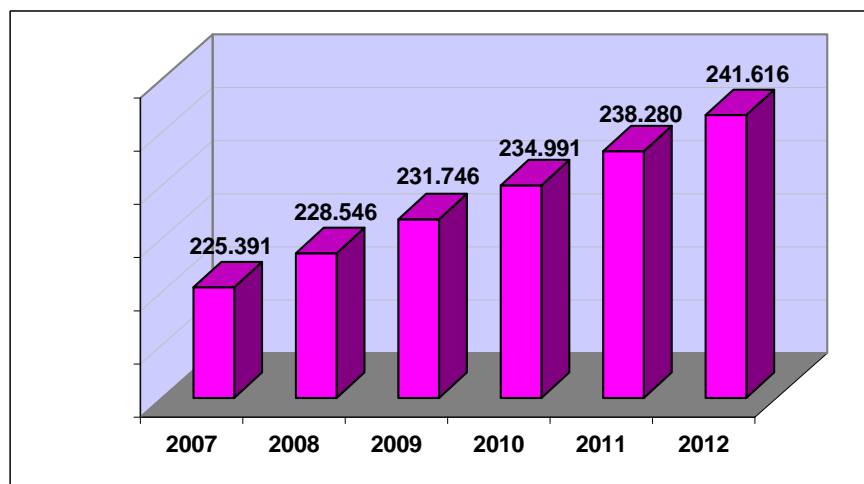
AÑO	Turismo
2007	225.391
2008	228.546
2009	231.746
2010	234.991
2011	238.280
2012	241.616

Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El ingreso de nacionales por turismo incrementará en un 1,4% cada año durante los próximos 5 años, esto de acuerdo a las proyecciones realizadas.

Gráfico No. 4.30
PROYECCIÓN INGRESO NACIONALES POR TURISMO
2007 – 2012



Fuente: Proyección Realizada (2008-2012)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

4.3.3.1 Demanda Potencial

La demanda potencial la conforman las personas de ambos géneros nacionales y extranjeros, desde los 20 años de edad en adelante, que arriben al país por turismo.

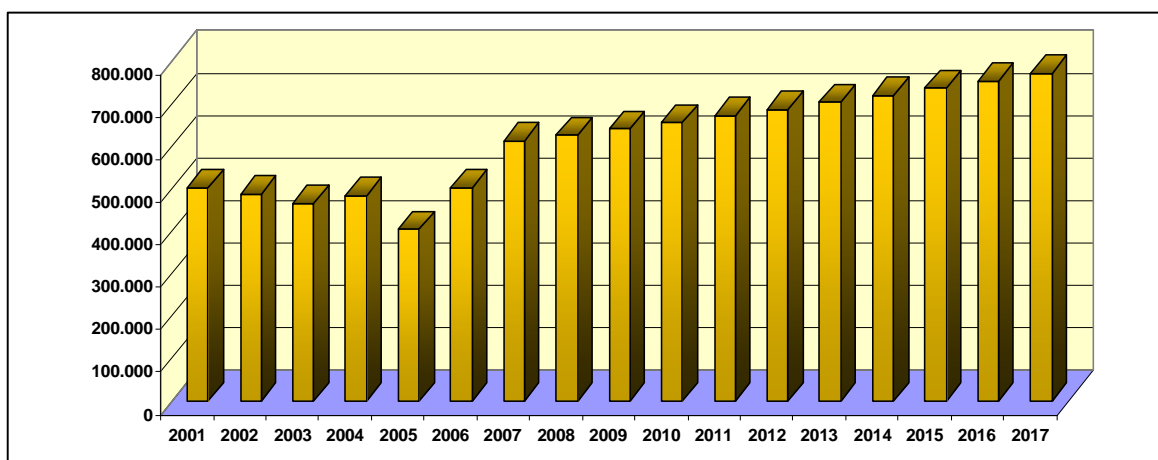
Cuadro No. 4.41
TENDENCIA DEMANDA POTENCIAL EXTRANJEROS
2001-2017

AÑO	DEMANDA POTENCIAL
2001	503.386
2002	488.980
2003	466.099
2004	484.862
2005	406.158
2006	504.369
2007	614.041
2008	628.338
2009	642.967
2010	657.937
2011	673.256
2012	688.931
2013	704.971
2014	721.385
2015	738.181
2016	755.367
2017	772.955

Fuente: Proyección Realizada (2008-2017).

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.31
TENDENCIA DEMANDA POTENCIAL EXTRANJEROS
2001-2017



Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Se observa que desde el año 2001 hasta el año 2003 existe un decremento de la demanda potencial, para el año 2004 la demanda incrementa, mientras que el siguiente año disminuye y desde aquí, la demanda vuelve a crecer año a año.

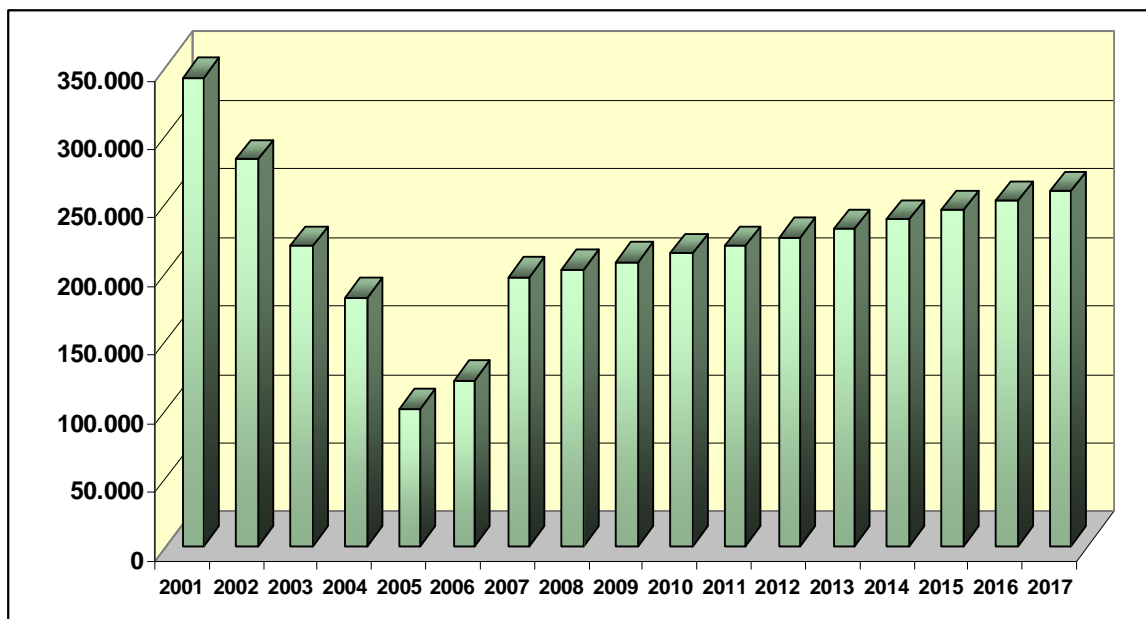
Cuadro No. 4.42
TENDENCIA DEMANDA POTENCIAL NACIONALES
2001-2017

AÑO	DEMANDA POTENCIAL
2001	342.153
2002	282.325
2003	219.045
2004	181.289
2005	100.010
2006	120.984
2007	196.248
2008	201743
2009	207392
2010	213199
2011	219168
2012	225305
2013	231614
2014	238099
2015	244765
2016	251619
2017	258664

Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.32
TENDENCIA DEMANDA POTENCIAL NACIONALES
2001-2017



Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Desde el año 2001 hasta el año 2005 se observa una disminución de la demanda potencial, desde este año la demanda crece.

4.3.3.2 Demanda Real

La demanda real la conforman las personas de ambos géneros nacionales y extranjeros, desde los 20 años de edad en adelante, que arriben a la provincia del Carchi por turismo.

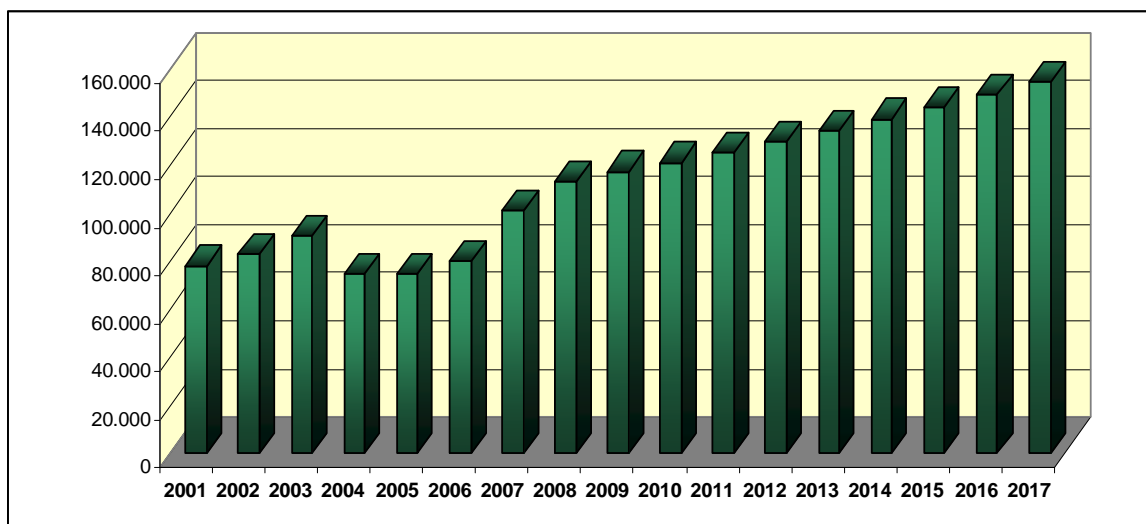
Cuadro No. 4.43
TENDENCIA DEMANDA REAL EXTRANJEROS
2001-2017

AÑO	DEMANDA REAL
2001	77.713
2002	82.702
2003	90.161
2004	74.146
2005	74.431
2006	79.403
2007	100.481
2008	112.964
2009	116.791
2010	120.747
2011	124.838
2012	129.068
2013	133.747
2014	138.595
2015	143.620
2016	148.826
2017	154.221

Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.33
TENDENCIA DEMANDA REAL EXTRANJEROS
2001-2017



Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La demanda real desde el 2001 crece hasta el año 2003, desde ese año decrece

hasta el año 2005, desde donde vuelve a crecer.

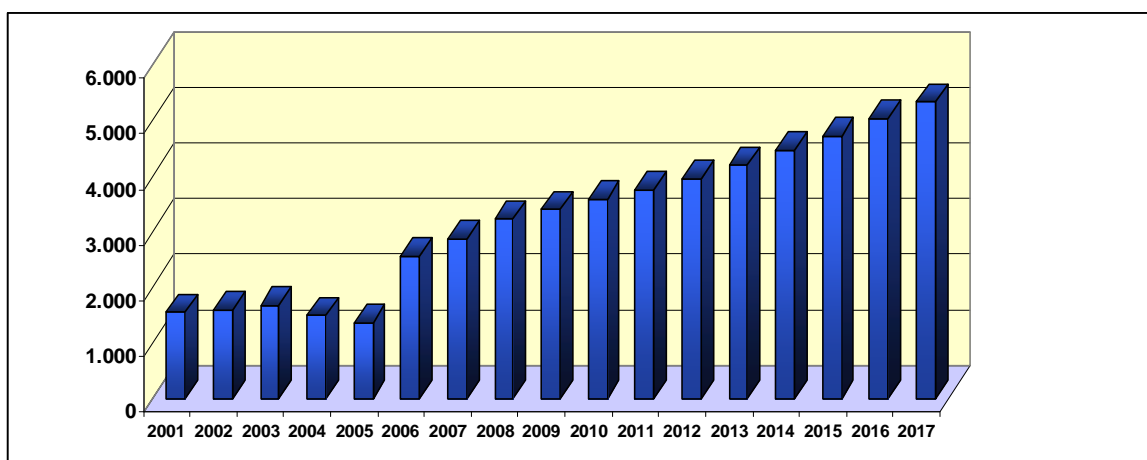
Cuadro No. 4.44
TENDENCIA DEMANDA REAL NACIONALES
2001-2017

AÑO	DEMANDA REAL
2001	1.539
2002	1.583
2003	1.671
2004	1.481
2005	1.362
2006	2.553
2007	2.850
2008	3.215
2009	3.381
2010	3.557
2011	3.741
2012	3.935
2013	4.179
2014	4.437
2015	4.713
2016	5.005
2017	5.315

Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.34
TENDENCIA DEMANDA REAL NACIONALES
2001-2017



Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Desde el año 2001 hasta el año 2003, la demanda crece, luego decrece en los dos años siguientes, desde donde inicia nuevamente a crecer.

4.3.3.3 Demanda Hostería

La demanda para la hostería estará sujeta a la capacidad instalada de la misma, la cual será de 50 personas. Considerando las entrevistas realizadas a los competidores, se obtiene un promedio de utilización del 45% para el primer año. Para el proyecto se empleará un porcentaje del 35%, el cual será proyectado en un 3% anual de acuerdo al PIB Turístico Nacional, que en los últimos años se ha mantenido en cifras de 3,5%.

Cuadro No. 4.45
PROYECCIÓN DEMANDA HOSTERÍA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS DIARIAS	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS ANUALES	DEMANDA REAL	% PARTICIPACIÓN
1	50	35	18	6.300	116.179	5%
2	50	38	19	6.840	120.172	6%
3	50	41	21	7.380	124.304	6%
4	50	44	22	7.920	128.579	6%
5	50	47	24	8.460	133.003	6%
6	50	50	25	9.000	137.926	7%
7	50	53	27	9.540	143.032	7%
8	50	56	28	10.080	148.333	7%
9	50	59	30	10.620	153.831	7%
10	50	62	31	11.160	159.536	7%

Fuente: Proyección Realizada (2008-2017)

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

La demanda real se obtuvo de la suma de las proyecciones de las demandas reales nacionales y extranjeros (2008-2017). Se observa que durante el primer año el proyecto tendrá una participación del 5% (6.300 personas anuales), desde el segundo al quinto año el 6% (6.840, 7.380, 7.920, 8.460 personas anuales respectivamente) en adelante la participación será del 7% (9.00, 9.540, 10.080, 10.620, 11.160 personas anuales respectivamente).

4.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

4.4.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

- **Geográficas**

La segmentación geográfica tomará en cuenta a los turistas de los cinco continentes (América, Europa, Asia, África y Oceanía), incluyendo a los habitantes del país.

- **Demográficas**

El servicio de la hostería estará dirigido a hombres y mujeres desde los 20 años de edad en adelante.

Las personas que acudirán a la hostería deberán pertenecer además a una clase social media alta, alta.

- **Psicográficas**

Dentro de esta variable se toma en cuenta al estilo de vida, personalidad y actitud ante la vida. El segmento escogido comprende personas que gusten del contacto con la naturaleza, de la tranquilidad, de las caminatas y que tengan la curiosidad ante otras culturas, costumbres y formas de vida, personas que busquen un lugar para compartir con sus amigos, con su pareja, a través de actividades que les provean descanso y un lugar para relajarse con ocupaciones fuera de la cotidianidad.

- **Conductista**

Se toman en cuenta ocasiones especiales: temporadas estacionales favorables para el turismo; beneficios: calidad, servicio, economía, comodidad y rapidez;

situación de lealtad: fuerte; etapa de preparación: informado, interesado, deseoso y con intención de comprar; actitud hacia el producto: entusiasta y positiva.

- **Volumen de compra**

Personas que estén dispuestas a gastar en viajes y actividades relacionadas con estos.

- **Patrón de compra**

Turistas que escojan al Ecuador como destino turístico atractivo y lo incluyan dentro de su plan de viajes.

4.4.2 SELECCIÓN DEL MERCADO META

Después de analizar las diferentes variables, considerando las instalaciones que la hostería dispondrá y las necesidades que la hostería desea satisfacer se obtiene el siguiente perfil de clientes:

Cuadro No. 4.46
PERFIL Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

PERFIL	NECESIDADES	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO
Personas nacionales y extranjeros que arriben por turismo	Aventura, recreación y relajamiento al visitar la hostería y los lugares turísticos de la provincia del Carchi	- Hospedaje
Ambos géneros		- Alimentación completa
Desde los 20 años en adelante		- Guías nativos
Turistas que disfruten del contacto con la naturaleza		- Transporte hacia otros lugares turísticos
Turistas que busquen sano esparcimiento.		- Equipo para caminatas y cabalgatas
		- Leña para calentadores
		- Materiales para talleres de cocina
		- Instructor para talleres de cocina

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El mercado meta entonces lo constituyen las personas de ambos géneros nacionales y extranjeros, desde los 20 años de edad en adelante, que arriben al país por turismo con un estilo de vida moderno y buscan un lugar para disiparse de la vida monótona con facilidades para tener un sano esparcimiento.

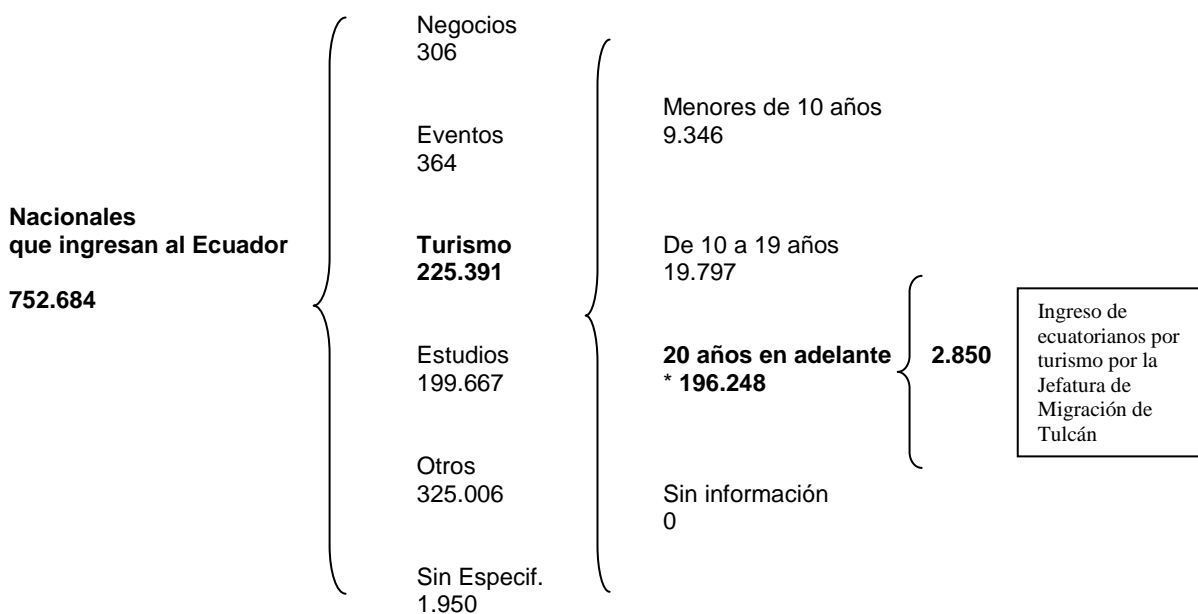
4.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.5.1 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LA INVESTIGACIÓN.

4.5.1.1 Universo o población

Para establecer el tamaño del segmento de mercado a intervenir se realizará un análisis tanto desde el punto de vista de los nacionales como de los extranjeros. A continuación se detalla un resumen de cómo se llegó a determinar la demanda potencial y real. La demanda potencial será considerada como universo o población.

Turistas Nacionales



* Nacionales hombres y mujeres no inmigrantes que ingresan al Ecuador por turismo desde los 20 años.

Turistas Extranjeros



* Extranjeros hombres y mujeres no inmigrantes que ingresan al Ecuador por turismo desde los 20 años.

El universo total está formado por turistas nacionales y extranjeros no inmigrantes, desde los 20 años de edad, que ingresan a la provincia del Carchi por turismo.

Universo o población: 810.289 (estrato 1 + estrato2)

Turistas Extranjeros (Nh1)= 614.041 estrato 1

Turistas Nacionales (Nh2)= 196.248 estrato 2

4.5.1.1.1 Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra a la que se le aplicará las encuestas se ha utilizado muestreo aleatorio simple sin reposición (MASSR). Luego se dividirá en estratos.

Se ha determinado una muestra total que luego será representada en proporciones para cada sector de mercado: turistas extranjeros y turistas nacionales.

La fórmula que se utilizó fue ³⁸

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{k^2 * [(N-1) + Z^2] * p * q}$$

La nomenclatura utilizada en la fórmula está formada por:

Z^2 = Grado de confiabilidad al cuadrado (95%=1.96)

k^2 = Grado de error al cuadrado (1-10%)

p = Ocurrencia (50%=0,5)

q = No ocurrencia (50%=0,5)

N = universo o población

n = muestra aleatoria simple

El tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{k^2 * [(N-1) + Z^2] * p * q} = 196 \approx 200$$

ANEXO No. 4.16.

Tamaño de la muestra

Para poder segregar más detalladamente la demanda para la hostería y saber el número de personas interesadas en el servicio que la hostería ofrece, se debe calcular una proporción de la población en la cual aplicar encuestas para luego analizar los resultados proyectados en el universo total.

³⁸ KINNEAR, Taylor, "investigación de mercados"; Colombia; quinta edición;2000

4.5.1.1.2 Proporción de la muestra total para cada estrato

$$\frac{Nh1}{N} + \frac{Nh2}{N} = 1$$

Número de encuestas a aplicar:

Total tamaño de la muestra = 200

Proporción turistas extranjeros = 136

Proporción turistas nacionales = 64

ANEXO No. 4.17.

4.5.2 ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES VISITANTES.

Los formatos de las encuestas dirigidas tanto para los turistas nacionales como para los extranjeros constan en el **ANEXO No. 4.18**.

4.5.3 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

A continuación realizamos la presentación tabulada y gráfica de los resultados obtenidos en las encuestas.

- **Género de los encuestados**

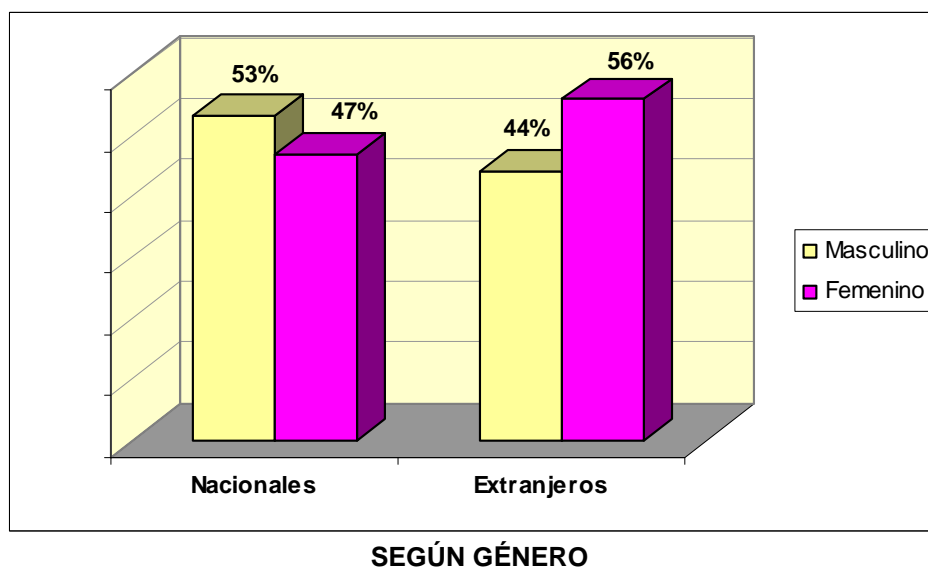
Cuadro No. 4.47
NACIONALES Y EXTRANJEROS ENCUESTADOS
SEGÚN GÉNERO

ITEMS	Masculino	Femenino	TOTAL
Nacionales	34	30	64
Extranjeros	76	60	136
TOTAL			200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.35
PORCENTAJE DE NACIONALES Y EXTRANJEROS ENCUESTADOS



Fuente: Investigación de Campo.
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Se observa que entre los encuestados no hubo una gran diferencia en la cantidad de hombres y mujeres, así el 53% de los nacionales pertenecen al género masculino y el 47% pertenecen al género femenino; mientras que en 56% de los extranjeros son de género masculino y el 44% son de género femenino.

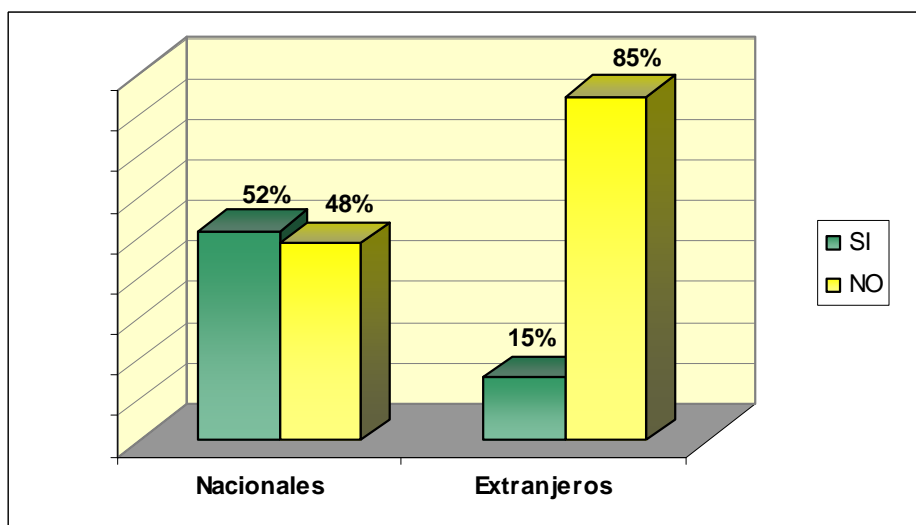
- **Conocen la provincia del Carchi.**

Cuadro No. 4.48
NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE CONOCEN LA PROVINCIA DEL CARCHI

ITEMS	SI	NO	TOTAL
Nacionales	33	31	64
Extranjeros	21	115	136
TOTAL			200

Fuente: Investigación de Campo.
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.36
PORCENTAJE DE NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE CONOCEN LA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Al analizar esta información se observa que la gran mayoría de extranjeros que visitan nuestro país no conocen la provincia del Carchi (85%), en algunos casos, las personas encuestadas ni siquiera habían escuchado hablar de esta provincia.

En el caso de los ecuatorianos, de las personas encuestadas, el 52% conocen la provincia y el 48% no la conocen.

- **Posibilidad de visita a la hostería.**

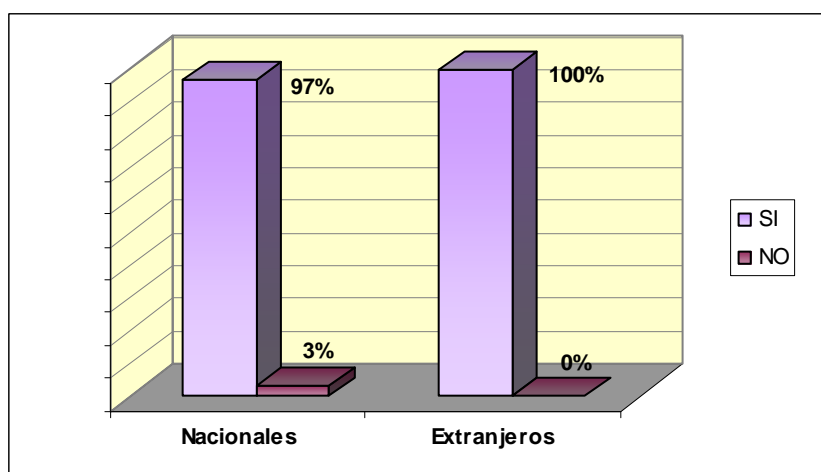
Cuadro No. 4.49
NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITARÍAN LA HOSTERÍA

ITEMS	SI	NO	TOTAL
Nacionales	62	2	64
Extranjeros	136	0	136
TOTAL			200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.37
PORCENTAJE DE NACIONALES Y EXTRANJEROS
QUE VISITARÍAN LA HOSTERÍA



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Es evidente que la gran mayoría de ecuatorianos y la totalidad de los extranjeros encuestados visitarían la hostería en la provincia del Carchi.

- **Duración de un paquete turístico.**

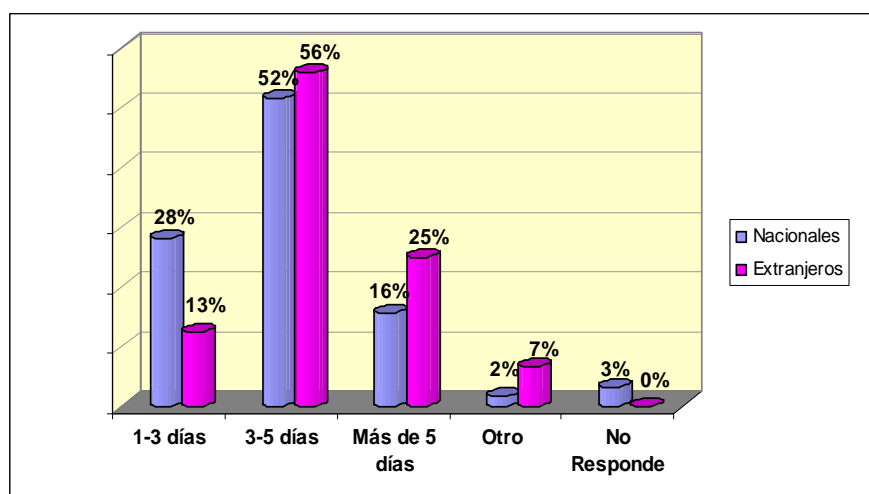
Cuadro No. 4.50
DURACIÓN DE UN PAQUETE TURÍSTICO

ITEMS	1-3 días	3-5 días	Más de 5 días	Otro	No Responde	TOTAL
Nacionales	18	33	10	1	2	64
Extranjeros	17	76	34	9	0	136
TOTAL						200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.38
DURACIÓN DE UN PAQUETE TURÍSTICO



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Tanto extranjeros como nacionales prefieren que los paquetes turísticos duren entre 3 y 5 días. Esta opción fue seleccionada por 33 nacionales (52%) y 76 extranjeros (56%).

- **Tipo de turismo preferido.**

EXTRANJEROS

Cuadro No. 4.51

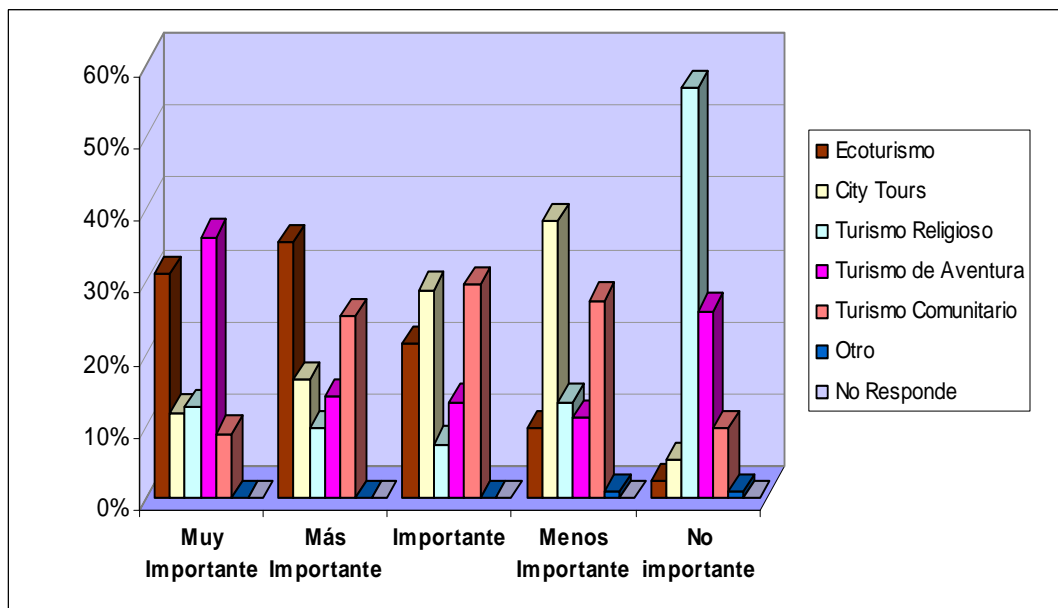
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	42	48	29	13	3
City Tours	16	22	39	52	7
Turismo Religioso	17	13	10	18	77
Turismo de Aventura	49	19	18	15	35
Turismo Comunitario	12	34	40	37	13
Otro	0	0	0	1	1
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	136	136	136	136	136

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.39
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

De acuerdo a la encuesta realizada los extranjeros prefieren en primer lugar el turismo de aventura con el 36% (49 personas), en segundo lugar el ecoturismo con el 35% (48 personas), en tercer lugar el turismo comunitario 29% (40 personas), en cuarto lugar los city tours 38% (52 personas) y por último el turismo religioso con el 57% (77 personas).

NACIONALES

Cuadro No. 4.52

TIPO DE TURISMO PREFERIDO NACIONALES

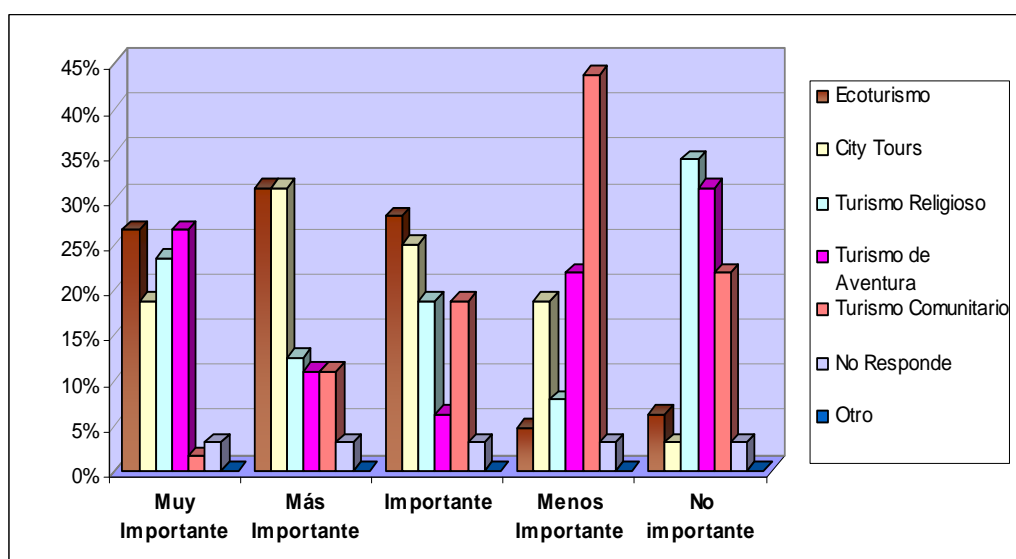
ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	17	20	18	3	4
City Tours	12	20	16	12	2
Turismo Religioso	15	8	12	5	22
Turismo de Aventura	17	7	4	14	20
Turismo Comunitario	1	7	12	28	14
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	2	2	2	2	2
TOTAL	64	64	64	64	64

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.40

TIPO DE TURISMO PREFERIDO NACIONALES



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los ecuatorianos prefieren en primer lugar al ecoturismo con el 27% (17 personas) y al turismo de aventura también con el 27% (17 personas), en segundo lugar a los city tours con el 31% (20 personas) y en tercer lugar al turismo religioso con el 19% (12 personas) y también al turismo comunitario con el

19% (12 personas). No se considera el cuarto y quinto lugar de preferencias porque todos los tipos de turismo propuestos ya han sido seleccionados.

- **Tipo de turismo preferido por rangos de edad.**

EXTRANJEROS

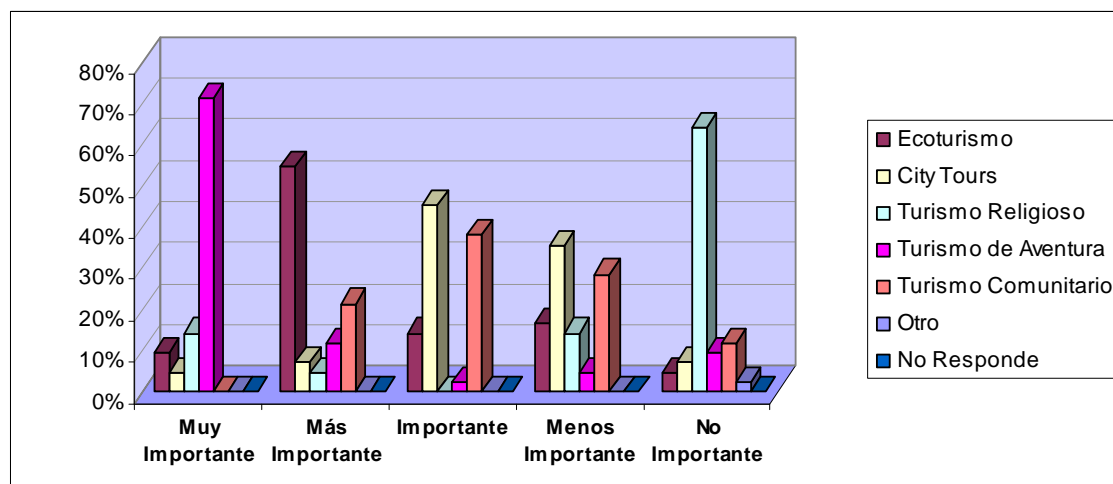
Cuadro No. 4.53
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
20-29 AÑOS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	4	23	6	7	2
City Tours	2	3	19	15	3
Turismo Religioso	6	2	0	6	27
Turismo de Aventura	30	5	1	2	4
Turismo Comunitario	0	9	16	12	5
Otro	0	0	0	0	1
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	42	42	42	42	42

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.41
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
20-29 AÑOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El tipo de turismo preferido por los extranjeros de entre 20 y 29 años es el turismo de aventura con el 71%, 30 de las 42 personas que pertenecen a este rango de edad seleccionaron esta opción.

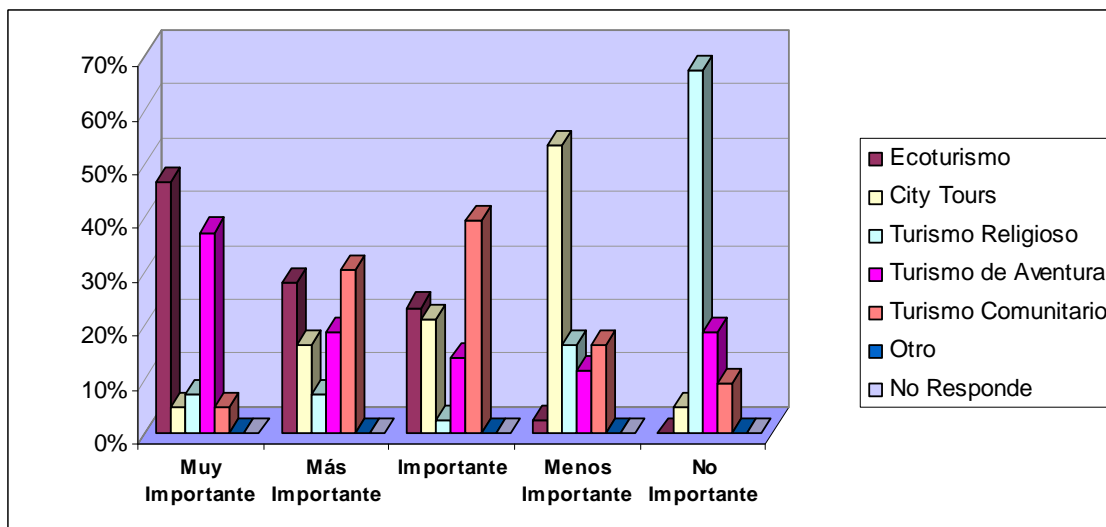
Cuadro No. 4.54
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
30-39 AÑOS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	20	12	10	1	0
City Tours	2	7	9	23	2
Turismo Religioso	3	3	1	7	29
Turismo de Aventura	16	8	6	5	8
Turismo Comunitario	2	13	17	7	4
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	43	43	43	43	43

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.42
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
30-39 AÑOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 47% (20 personas) de extranjeros entre 30 y 39 años prefieren al ecoturismo.

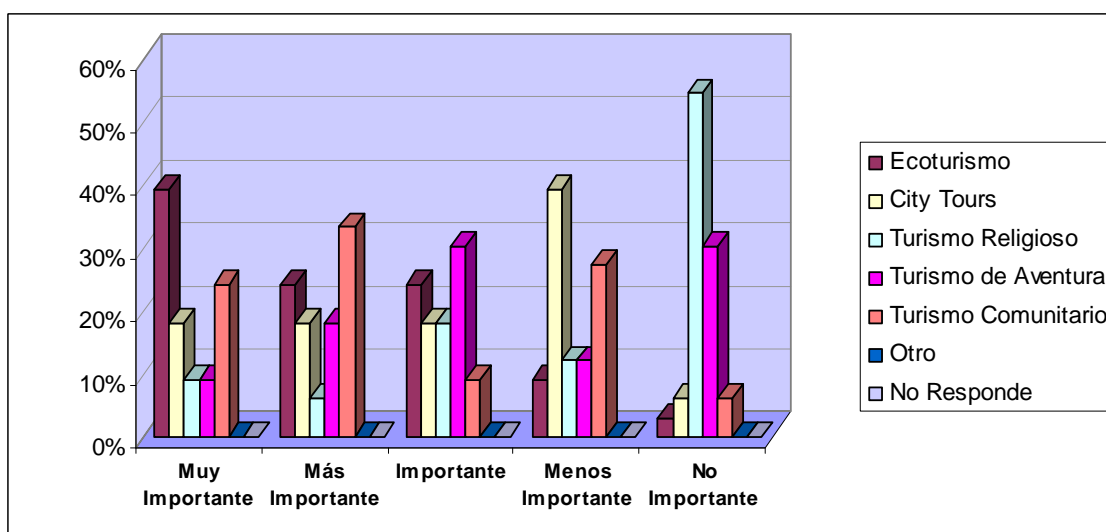
Cuadro No. 4.55
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
40-49 AÑOS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	13	8	8	3	1
City Tours	6	6	6	13	2
Turismo Religioso	3	2	6	4	18
Turismo de Aventura	3	6	10	4	10
Turismo Comunitario	8	11	3	9	2
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	33	33	33	33	33

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.43
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
40-49 AÑOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 47% (13 personas) de los extranjeros entre los 40 y 49 años prefieren al ecoturismo como primera opción.

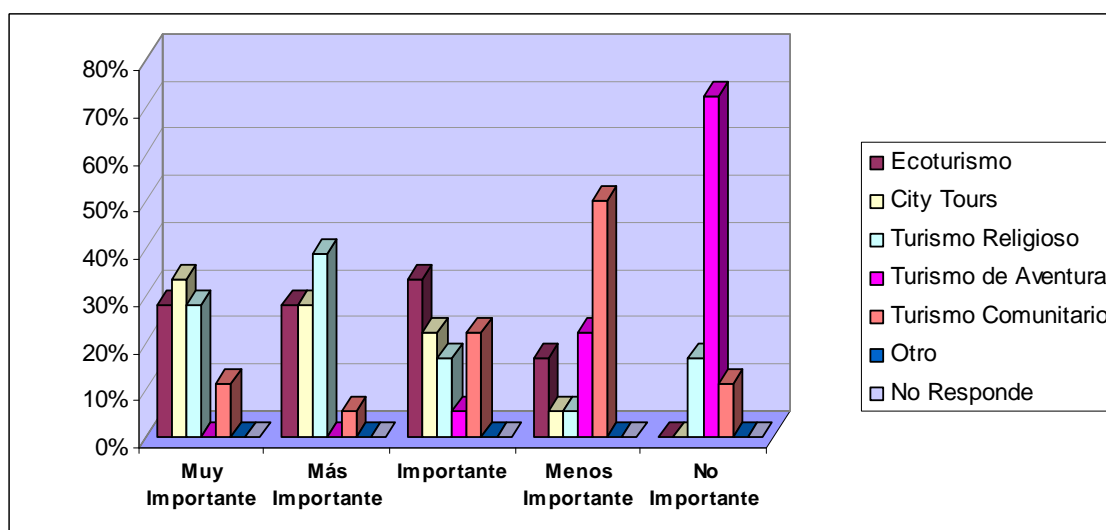
Cuadro No. 4.56
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
50 AÑOS EN ADELANTE

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	5	5	6	3	0
City Tours	6	5	4	1	0
Turismo Religioso	5	7	3	1	3
Turismo de Aventura	0	0	1	4	13
Turismo Comunitario	2	1	4	9	2
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	18	18	18	18	18

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.44
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EXTRANJEROS
50 AÑOS EN ADELANTE



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los turistas extranjeros de 50 años en adelante prefieren los city tours, el 33% de los encuestados dentro de este rango de edad lo consideran así.

NACIONALES

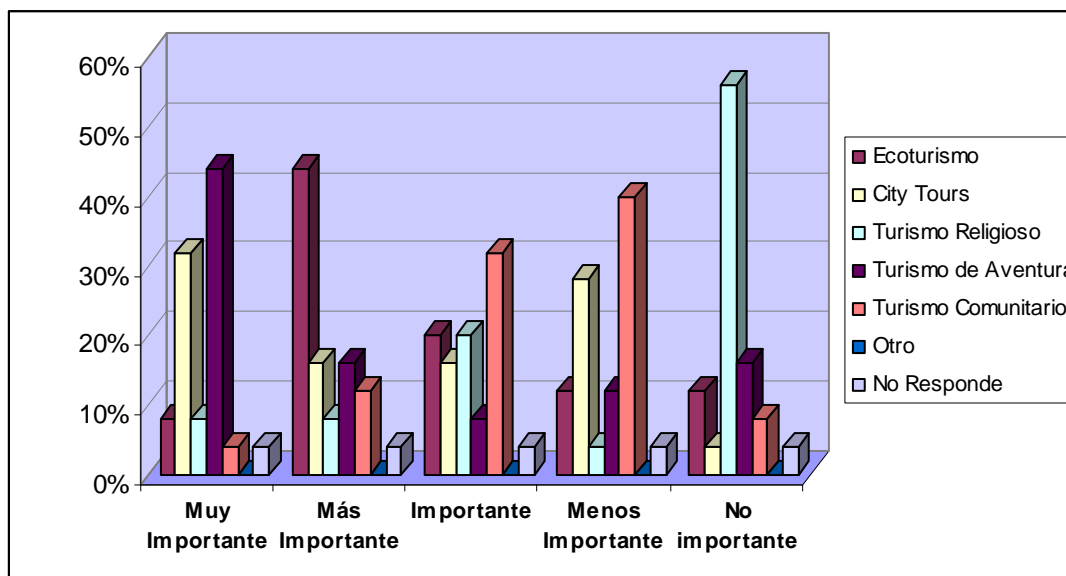
Cuadro No. 4.57
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
20-29 AÑOS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	2	11	5	3	3
City Tours	8	4	4	7	1
Turismo Religioso	2	2	5	1	14
Turismo de Aventura	11	4	2	3	4
Turismo Comunitario	1	3	8	10	2
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	1	1	1	1	1
TOTAL	25	25	25	25	25

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.45
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
20-29 AÑOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El turismo de aventura es el preferido por los turistas nacionales de entre 20 y 29 años, con el 44%

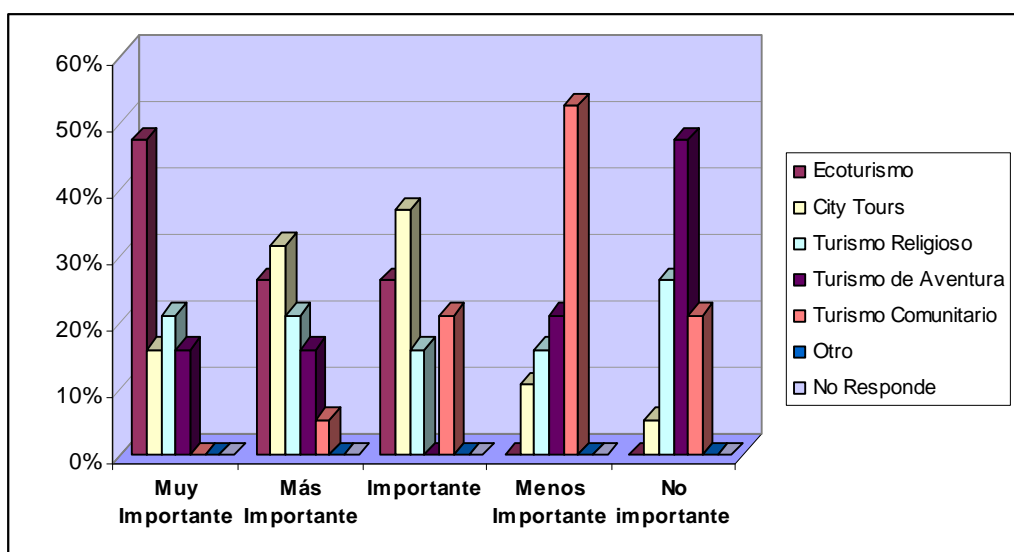
Cuadro No. 4.58
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
30-39 AÑOS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	9	5	5	0	0
City Tours	3	6	7	2	1
Turismo Religioso	4	4	3	3	5
Turismo de Aventura	3	3	0	4	9
Turismo Comunitario	0	1	4	10	4
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	19	19	19	19	19

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.46
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
30-39 AÑOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los turistas nacionales entre los 30 y 39 años prefieren al ecoturismo, el 47% de los encuestados dentro de este rango de edad eligieron esta opción.

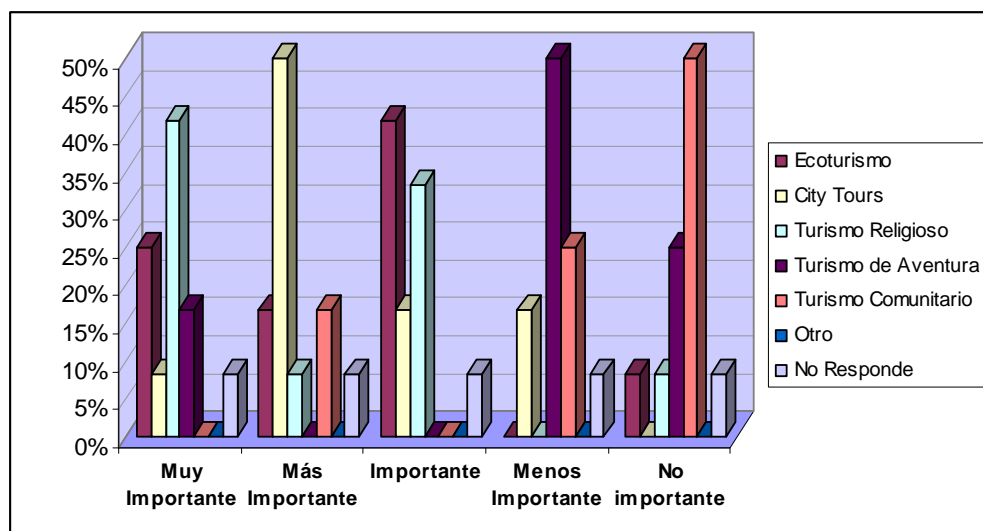
Cuadro No. 4.59
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
40-49 AÑOS

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	3	2	5	0	1
City Tours	1	6	2	2	0
Turismo Religioso	5	1	4	0	1
Turismo de Aventura	2	0	0	6	3
Turismo Comunitario	0	2	0	3	6
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	1	1	1	1	1
TOTAL	12	12	12	12	12

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.47
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
40-49 AÑOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 42% de los encuestados entre los 40 y 49 años prefieren realizar turismo religioso como primera opción.

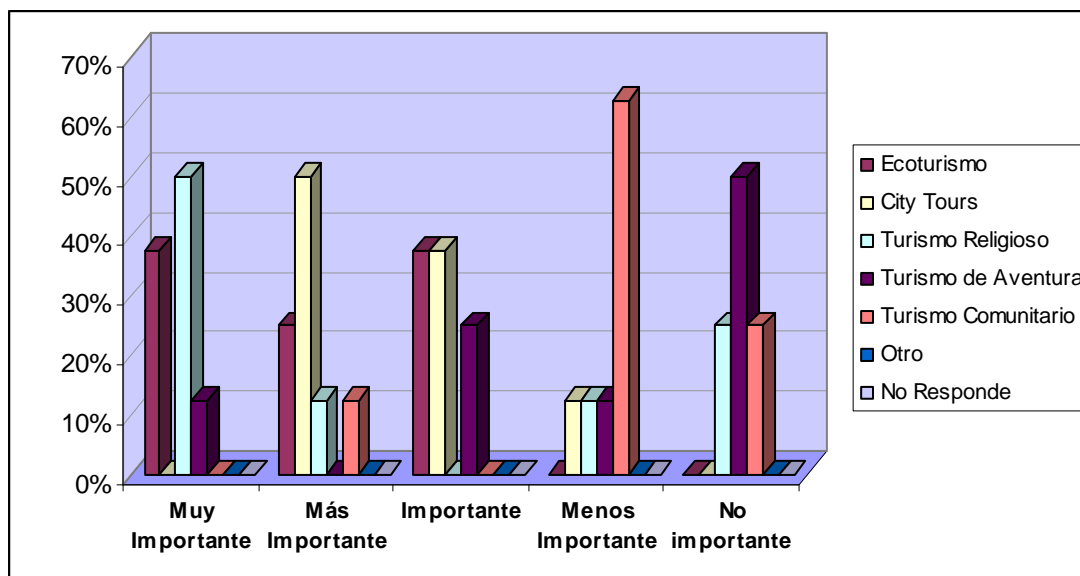
Cuadro No. 4.60
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
50 AÑOS EN ADELANTE

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Ecoturismo	3	2	3	0	0
City Tours	0	4	3	1	0
Turismo Religioso	4	1	0	1	2
Turismo de Aventura	1	0	2	1	4
Turismo Comunitario	0	1	0	5	2
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	8	8	8	8	8

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.48
TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR NACIONALES
50 AÑOS EN ADELANTE



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los ecuatorianos encuestados de 50 años en adelante prefieren realizar turismo religioso, el 50% de ellos seleccionaron esta opción.

- **Costo de un paquete turístico de un fin de semana.**

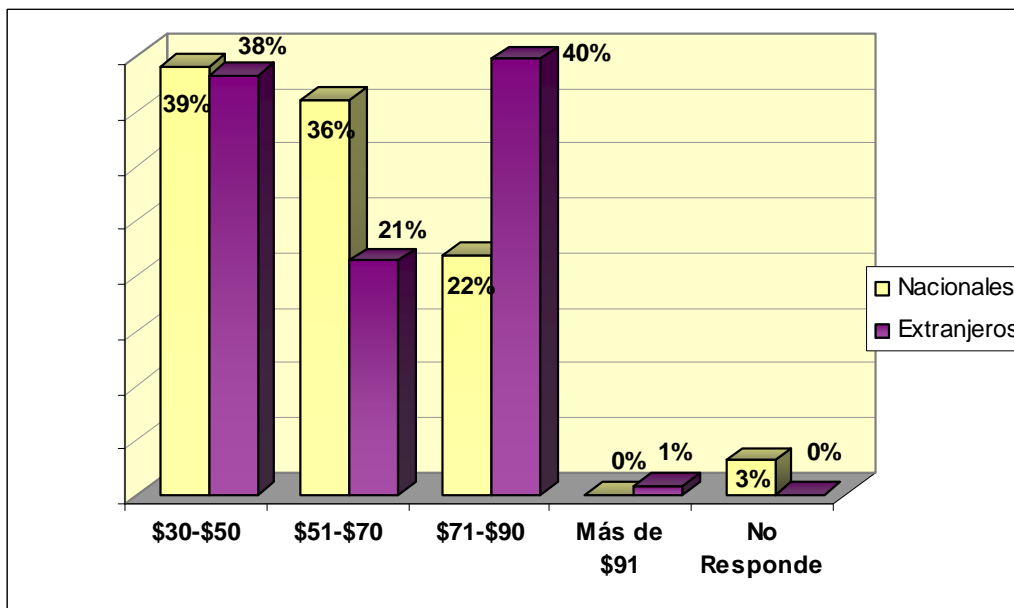
Cuadro No. 4.61
COSTO DE UN PAQUETE TURÍSTICO

ITEMS	\$30-\$50	\$51-\$70	\$71-\$90	Más de \$91	No Responde	TOTAL
Nacionales	25	23	14	0	2	64
Extranjeros	52	29	54	1	0	136
TOTAL						200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.49
COSTO DE UN PAQUETE TURÍSTICO



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 39% de los turistas nacionales consideran que un paquete turístico de un fin de semana debería costar entre 30 y 50 dólares; el 40% de los turistas extranjeros en cambio consideran que un paquete de este tipo debería costar entre 71 y 90 dólares.

- **Costo de un plato a la carta.**

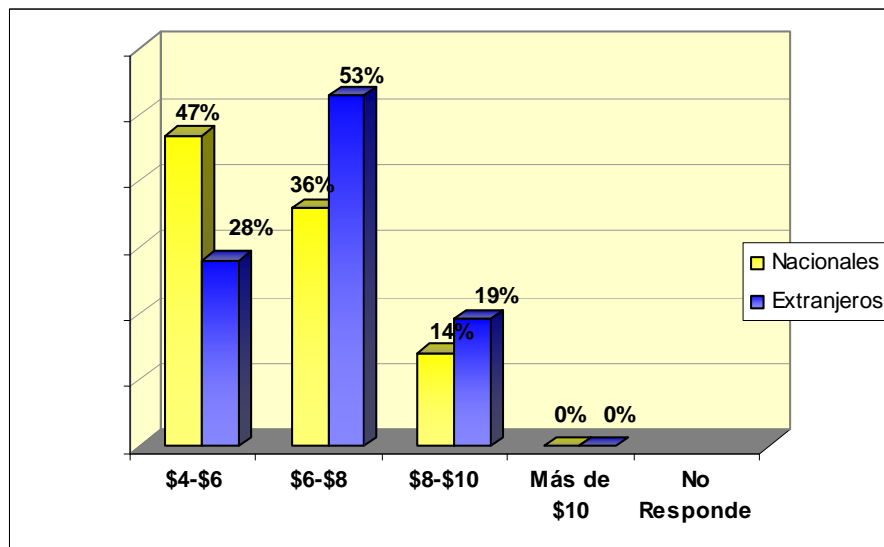
Cuadro No. 4.62
COSTO DE UN PLATO A LA CARTA

ITEMS	\$4-\$6	\$6-\$8	\$8-\$10	Más de \$10	No Responde	TOTAL
Nacionales	30	23	9	0	2	64
Extranjeros	38	72	26	0	0	136
TOTAL						200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.50
COSTO DE UN PLATO A LA CARTA



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Según el 47% de los turistas nacionales encuestados pagarían por un plato a la carta entre 4 y 6 dólares, mientras que el 53% de los extranjeros encuestados consideran

- **Costo de una noche de alojamiento.**

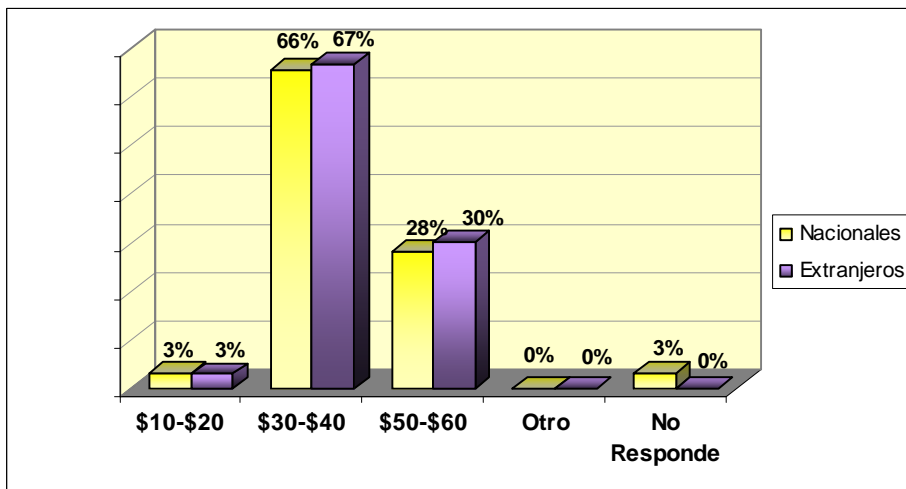
Cuadro No. 4.63
COSTO DE UNA NOCHE DE ALOJAMIENTO

ITEMS	\$10-\$20	\$30-\$40	\$50-\$60	Otro	No Responde	TOTAL
Nacionales	2	42	18	0	2	64
Extranjeros	4	91	41	0	0	136
TOTAL						200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.51
COSTO DE UNA NOCHE DE ALOJAMIENTO



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 66% de los turistas nacionales encuestados y el 67% de los turistas extranjeros piensan que el costo de una noche de alojamiento debería estar entre los 30 y 40 dólares.

- **Forma de pago.**

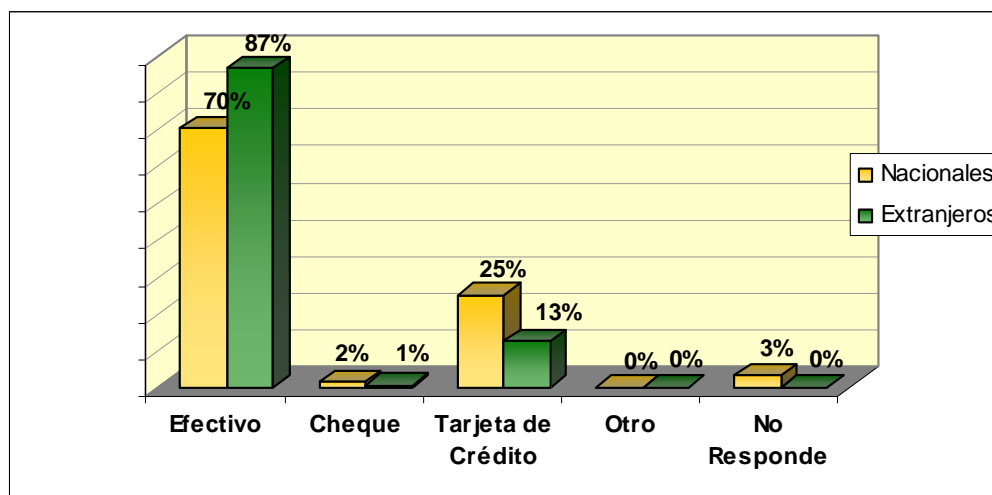
Cuadro No. 4.64
PREFERENCIA EN LA FORMA DE PAGO

ITEMS	Efectivo	Cheque	Tarjeta de Crédito	Otro	No Responde	TOTAL
Nacionales	45	1	16	0	2	64
Extranjeros	118	1	17	0	0	136
TOTAL						200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.52
PREFERENCIA EN LA FORMA DE PAGO



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Se observa que la mayor parte de los turistas nacionales (70%) y extranjeros (87%) prefieren pagar sus cuentas en efectivo. La segunda opción empleada por los turistas es la tarjeta de crédito.

- Formas preferidas para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación.

EXTRANJEROS

Cuadro No. 4.65

FORMAS PREFERIDAS POR EXTRANJEROS PARA CONTACTAR EL LUGAR DE HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN

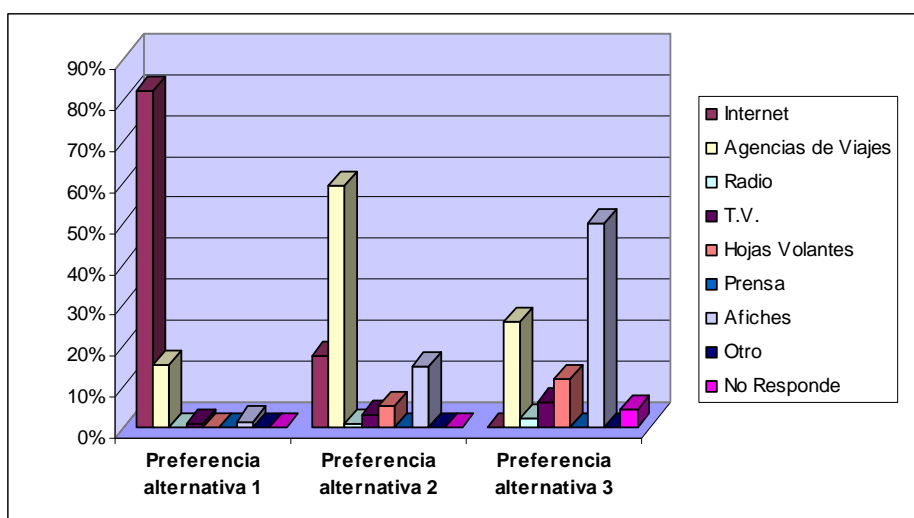
ITEMS	Preferencia	Preferencia	Preferencia
	alternativa 1	alternativa 2	alternativa 3
Internet	112	24	0
Agencias de Viajes	21	80	35
Radio	0	1	3
T.V.	1	4	8
Hojas Volantes	0	7	16
Prensa	0	0	0
Afiches	2	20	68
Otro	0	0	0
No Responde	0	0	6
TOTAL	136	136	136

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.53

FORMAS PREFERIDAS POR EXTRANJEROS PARA CONTACTAR EL LUGAR DE



HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación, el 82% de los turistas extranjeros encuestados lo hacen por medio del internet como primera opción, el 15% lo hace por medio de las agencias de viaje como segunda alternativa.

NACIONALES

Cuadro No. 4.66

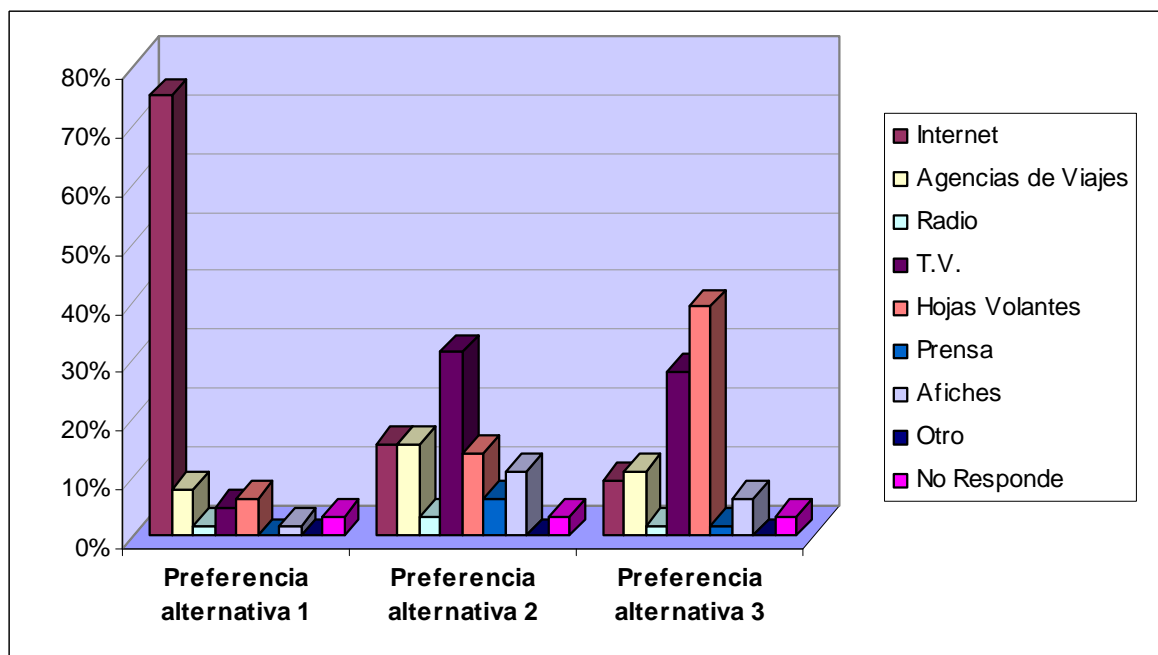
FORMAS PREFERIDAS POR NACIONALES PARA CONTACTAR EL LUGAR DE HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN

ITEMS	Preferencia	Preferencia	Preferencia
	alternativa 1	alternativa 2	alternativa 3
Internet	48	10	6
Agencias de Viajes	5	10	7
Radio	1	2	1
T.V.	3	20	18
Hojas Volantes	4	9	25
Prensa	0	4	1
Afiches	1	7	4
Otro	0	0	0
No Responde	2	2	2
TOTAL	64	64	64

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.54
FORMAS PREFERIDAS POR NACIONALES PARA CONTACTAR EL LUGAR DE HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El 75% de los turistas nacionales encuestados emplean el internet como primera opción para contactar el lugar de hospedaje y/o recreación, el 8% lo hace por medio de las agencias de viaje como segunda alternativa.

- **Monto promedio de ingresos de los turistas.**

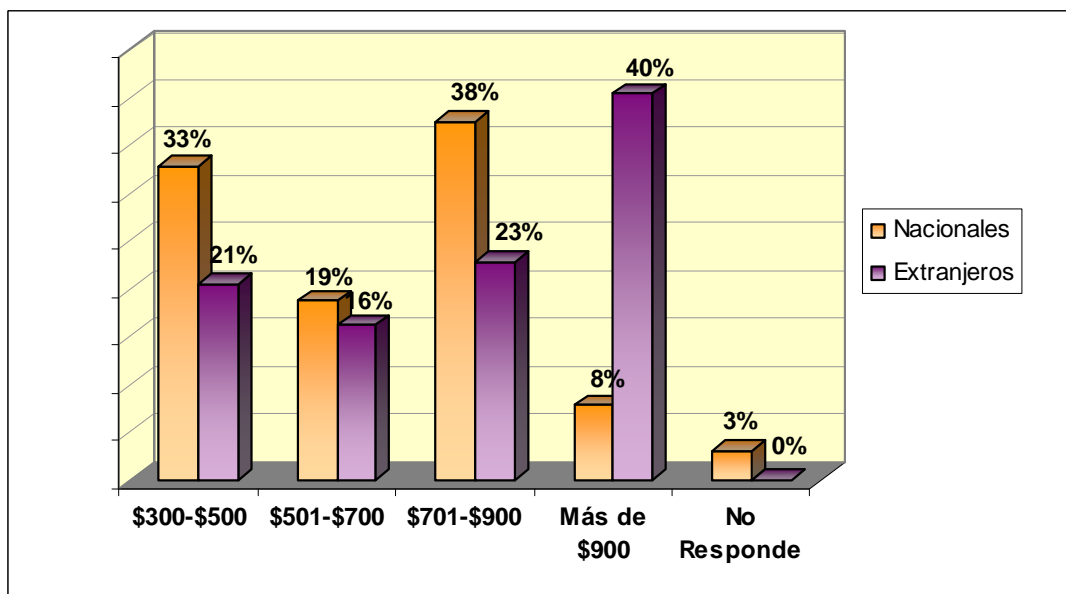
Cuadro No. 4.67
MONTO PROMEDIO DE INGRESOS DE LOS TURISTAS

ITEMS	\$300-\$500	\$501-\$700	\$701-\$900	Más de \$900	No Responde	TOTAL
Nacionales	21	12	24	5	2	64
Extranjeros	28	22	31	55	0	136
TOTAL						200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.55
MONTO PROMEDIO DE INGRESOS DE LOS TURISTAS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

El monto promedio de ingresos del 38% de los turistas nacionales encuestados está entre los 701 y 900 dólares, mientras que los ingresos del 40% de los extranjeros encuestados es mayor a los 900 dólares.

- Atributos que se toman en cuenta para seleccionar un lugar de hospedaje y/o recreación.

EXTRANJEROS

Cuadro No. 4.68

ATRIBUTOS CONSIDERADOS POR EXTRANJEROS AL SELECCIONAR UN LUGAR DE HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN

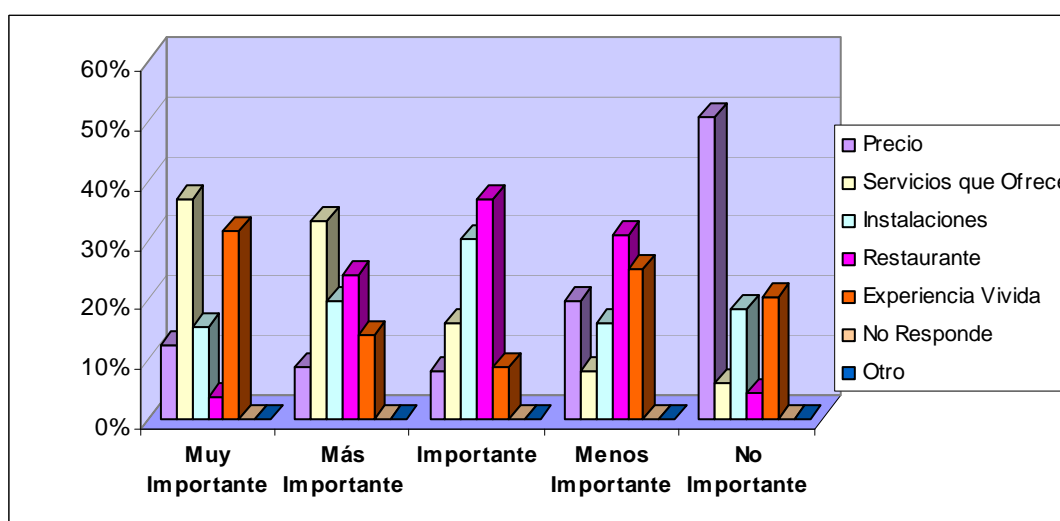
ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Precio	17	12	11	27	69
Servicios que Ofrece	50	45	22	11	8
Instalaciones	21	27	41	22	25
Restaurante	5	33	50	42	6
Experiencia Vivida	43	19	12	34	28
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	0	0	0	0	0
TOTAL	136	136	136	136	136

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.56

ATRIBUTOS CONSIDERADOS POR EXTRANJEROS AL SELECCIONAR UN LUGAR DE HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los turistas extranjeros encuestados consideran un atributo muy importante los servicios que ofrece el lugar de hospedaje y/o recreación y la experiencia vivida y no consideran tan importante al precio.

NACIONALES

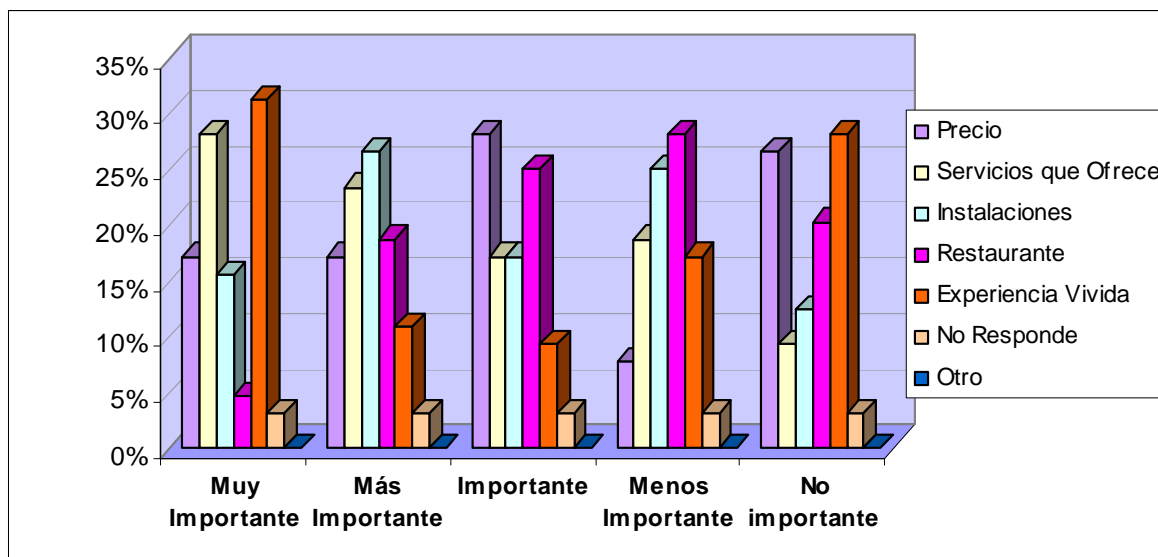
Cuadro. No. 4.69
ATRIBUTOS CONSIDERADOS POR NACIONALES AL SELECCIONAR UN LUGAR DE
HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN

ITEMS	Muy Importante	Más Importante	Importante	Menos Importante	No importante
Precio	11	11	18	5	17
Servicios que Ofrece	18	15	11	12	6
Instalaciones	10	17	11	16	8
Restaurante	3	12	16	18	13
Experiencia Vivida	20	7	6	11	18
Otro	0	0	0	0	0
No Responde	2	2	2	2	2
TOTAL	64	64	64	64	64

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.57
ATRIBUTOS CONSIDERADOS POR NACIONALES AL SELECCIONAR UN LUGAR DE
HOSPEDAJE Y/O RECREACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Los turistas nacionales encuestados consideran un atributo muy importante la experiencia vivida y los servicios que ofrece el lugar de hospedaje y/o recreación.

- **Frecuencia con la que viaja.**

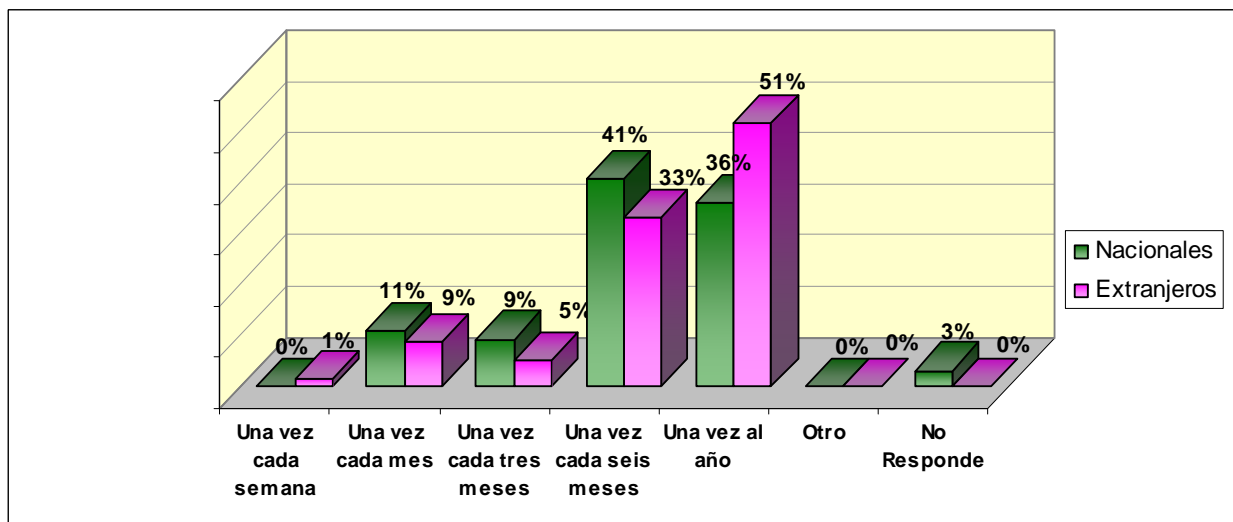
Cuadro No. 4.70
FRECUENCIA CON LA QUE VIAJA

ITEMS	Una vez cada semana	Una vez cada mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	Otro	No Responde	TOTAL
Nacionales	0	7	6	26	23	0	2	64
Extranjeros	2	12	7	45	70	0	0	136
TOTAL								200

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Gráfico No. 4.58
FRECUENCIA CON LA QUE VIAJA



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

De los turistas nacionales encuestados el 41% sale de viaje cada 6 meses y el 51% de los extranjeros sale de viaje una vez al año.

4.6 ELABORACIÓN DE PAQUETES DE TURISMO

Los paquetes que a continuación se presentan están realizados en base a los resultados de la investigación de campo realizada, en la cual se determina que los tipos de turismo preferidos son:

EXTRANJEROS:

	1ra. Opción	2da. Opción
20-29	Turismo de Aventura	Ecoturismo
30-39	Ecoturismo	Turismo Comunitario
40-49	Ecoturismo	Turismo Comunitario
50 en adelante	City tours	Turismo Religioso

NACIONALES:

	1ra. Opción	2da. Opción
20-29	Turismo de Aventura	Ecoturismo
30-39	Ecoturismo	City tours
40-49	Turismo Religioso	City tours
50 en adelante	Turismo Religioso	City tours

En la investigación realizada además se observa que los turistas encuestados prefieren que los paquetes turísticos duren entre 3 y 5 días.

PAQUETE 1

(Turismo de Aventura – Ecoturismo)

DURACIÓN: 5 días – 4 noches.

RUTA: San Gabriel – Tufiño - El Ángel - Cristóbal Colón – Tulcán.

DÍA 1***Mañana***

- Bienvenida a los turistas y traslado a la hostería.
- Desayuno
- Visita a la cascada de Paluz en San Gabriel, aquí se observarán 25m de caída de agua y la transparencia de las mismas.

Tarde

- Almuerzo en la hostería.
- Se navegará en canoa en la laguna del Salado.
- Traslado al bosque de los arrayanes, uno de los pocos bosques existentes en Latinoamérica, se caminará por los senderos hasta el bohío y se explicará sobre las especies de flora y fauna existente.

Noche

- Regreso a la hostería.
- Cena y descanso en la hostería.

DÍA 2**Mañana**

- Desayuno en la hostería.
- Viaje hacia la vía Tufiño-Maldonado desde donde caminaremos hacia las lagunas verdes.

Tarde

- Almuerzo: Se servirá un lunch cuando se arribe a las lagunas verdes.
- Traslado hacia el volcán Chiles en donde se practicará trekking hasta las faldas de la cumbre, para calentamiento y escalada de este. El descenso se realizará con la técnica de montañismo o rapel.
- Regreso a la hostería.

Noche

- Cena y descanso.

DÍA 3**Mañana**

- Desayuno en la hostería.
- Traslado al bosque de polylepis en donde se realizará una caminata por los senderos del bosque para observar los árboles milenarios que lo conforman, además se observará la fauna del lugar.

Tarde

- Almuerzo en la hostería Polylepis Lodge, la cual está ubicada donde inicia el bosque de polylepis y la Reserva Ecológica El Ángel.
- Cabalgata por los frailejones de la reserva.

Noche

- Cena en la hostería Polylepsis
- Caminata de antorchas por los senderos del bosque durante la cual se narrarán las leyendas tradicionales del lugar.
- Descanso

DÍA 4**Mañana**

- Desayuno en la hostería Polylepsis.
- Trekking por el páramo hacia el bosque primario de la Reserva Ecológica El Ángel en donde se observarán las especies de flora y fauna nativas de la zona.

Tarde

- Lunch en la reserva.
- Regreso a la hostería.
- Descanso

Noche

- Participación en la elaboración del cuy asado.
- Cena
- Descanso

DÍA 5**Mañana**

- Desayuno en la hostería.
- Traslado a parroquia de Cristóbal Colón, aquí los turistas podrán observar y adquirir las artesanías de esta ciudad, en especial los sacos de lana de borrego tejidos a mano.

Tarde

- Viaje a la ciudad de Tulcán.
- Almuerzo en el Hotel Sara Espíndola de la ciudad de Tulcán.
- Despedida.

INCLUYE / NO INCLUYE:

- Guía y chofer.
- Transporte
- Alimentación.
- Equipo para trekking y montañismo.
- No incluye artesanías.

PAQUETE 2**(Ecoturismo-Turismo Comunitario)****DURACIÓN: 5 días – 4 noches.****RUTA: San Gabriel – Tobar Donoso – Huaca.****DÍA 1****Mañana**

- Bienvenida a los turistas y traslado a la hostería.
- Desayuno.
- Caminata alrededor de la laguna de El Salado en donde se podrán apreciar la flora y fauna propia del lugar.

Tarde

- Cabalgata por los senderos de la hostería.

Noche

- Participación en la elaboración del queso amasado.
- Cena y descanso.

DÍA 2

Mañana

- Desayuno en la hostería.
- Traslado a la Reserva Bioantropológica Awá, en este lugar se podrá observar una vegetación semiselvática con grandes bosques, llanuras y una gran variedad de aves. Además se podrá compartir las tradiciones culturales de la comunidad Awa, aborígenes que viven en este sector y se disfrutará del clima cálido húmedo del mismo.

Tarde

- Almuerzo tradicional con una de las familias de la comunidad Awa.
- Participación en la elaboración del Tush o Sigra, un bolso típico del lugar.

Noche

- Cena con la familia de la comunidad.
- Interpretación de algunos ritmos con la marimba, los turistas podrán bailar y disfrutar de este momento.
- Descanso.

DÍA 3

Mañana

- Desayuno.
- Se realizará un paseo en balsa por el río San Juan hasta llegar a la cascada de Quinshul, en donde se practicará el salto al agua.

Tarde

- Regreso al lugar de hospedaje.
- Almuerzo
- Aprendizaje y participación de la extracción del jugo de caña y de la elaboración de la miel.

Noche

- Cena y descanso.

DÍA 4**Mañana**

- Desayuno.
- Viaje a la ciudad de Tulcán.

Tarde

- Almuerzo en el hotel El Azteca de la ciudad de Tulcán.
- Traslado a la Reserva Biológica Guanderas en donde se alojará en cabañas.

Noche

- Cena en la Reserva.
- Descanso.

DÍA 5**Mañana**

- Desayuno
- Caminata de observación de aves y plantas en la Reserva, ésta contiene más de 140 especies endémicas.

Tarde

- Almuerzo en la Reserva.
- Despedida.

INCLUYE / NO INCLUYE:

- Guía nativo
- Transporte y chofer.
- Alimentación.
- Equipo para navegación y caminatas.

PAQUETE 3**(City Tour – Turismo Religioso)****DURACIÓN: 4 días - 3noches****RUTA: San Gabriel - La Paz – Bolívar – Huaca – Tulcán – Mira - El Angel – Piquiucho.****DÍA 1*****Mañana***

- Bienvenida a los turistas y traslado a la hostería.
- Desayuno
- Paseo por el centro de la ciudad en donde se observará la fachada colonial de las viviendas.
- Visita a la Iglesia Matriz de la ciudad de San Gabriel, la única iglesia del Ecuador que no cumple con la ley de indias, aquí se encuentra como imagen principal a la virgen de las Nieves.

Tarde

- Almuerzo en la hostería.
- Traslado a la Gruta de la Paz, santuario situado dentro de una cueva natural sobre el río Apaquí.
- Visita a la Iglesia Matriz del Señor de la Buena Esperanza, aquí se encuentran varias imágenes de gran valía artística que acompañan a la imagen principal del Señor de la Buena Esperanza.
- Degustación de los dulces tradicionales de la ciudad de Bolívar.

Noche

- Regreso a la hostería.
- Cena y descanso.

DÍA 2**Mañana**

- Desayuno
- Visita a la Iglesia de la virgen de la Purificación, una iglesia muy visitada por nacionales y extranjeros, en ella se venera la imagen de la virgen del mismo nombre.
- Traslado a la ciudad de Tulcán para visitar el cementerio de la ciudad, el cual tiene jardines y esculturas talladas en ciprés.

Tarde

- Almuerzo en el hotel Frailejón de la ciudad de Tulcán.
- Visita a la Catedral de Tulcán, esta iglesia tiene una gran cantidad de imágenes talladas en madera y un altar tallado en pan de oro.
- Visita a la iglesia San Francisco, aquí se encuentra el centro conventual de los Padres Capuchinos. En este lugar se apreciará el trabajo artesanal en las imágenes religiosas.
- Regreso a la hostería.

Noche

- Cena y descanso.

DÍA 3**Mañana**

- Desayuno.
- Traslado a la ciudad de Mira para visitar la Iglesia Matriz, esta iglesia pertenece a la escuela quiteña, tiene fachada de piedra y en su interior contiene a la virgen de la Caridad.

- Visita al museo de Mira, se podrá observar una gran muestra de joyería en metal al igual que objetos de cerámica de los Pastos-Quillasinga, además de documentos de índole religioso.
- Traslado a la ciudad de El Ángel.

Tarde

- Almuerzo en el restaurante los Faroles, aquí se degustará de las truchas criadas de forma artesanal por su propietario.
- Visita a la Iglesia Matriz la cual se encuentra dividida en tres naves adornadas de arcos góticos.
- Traslado a hostería.

Noche

- Cena.
- Presentación del conjunto folklórico de danza “Juyungo”, el cual interpretará los más importantes ritmos de la provincia.
- Descanso.

DÍA 4

Mañana

- Desayuno
- Traslado a la ciudad de Piquiucho para visitar al grupo artesanal “Gaen”, aquí se podrán observar y adquirir máscaras y objetos de cerámica con motivos afroecuatorianos.
- Participación del baile y de la música bomba, típica del lugar.

Tarde

- Almuerzo.
- Despedida.

INCLUYE / NO INCLUYE:

- Guía y chofer.
- Transporte
- Alimentación.
- No incluye artesanías.

PAQUETE 4

(Ecoturismo – City Tour)

DURACIÓN: 4 días – 3 noches

RUTA: San Gabriel – Atal – Tulcán – Chimá Bajo – Bolívar – Mira.

DÍA 1***Mañana***

- Bienvenida a los turistas y traslado a la hostería.
- Desayuno.
- Caminata alrededor de la laguna, aquí observará las especies nativas de flora y fauna del lugar.

Tarde

- Almuerzo en la hostería
- Paseo por el centro de la ciudad en donde se observará la fachada colonial de las viviendas.
- Visita a la cascada de Paluz en San Gabriel, aquí se observarán 25m de caída de agua y la transparencia de las mismas.

Noche

- Cena
- Descanso

DÍA 2

Mañana

- Desayuno
- Visita el bosque de los arrayanes, uno de los pocos bosques existentes en Latinoamérica, se caminará por los senderos hasta el bohío y se explicará sobre las especies de flora y fauna existente.
- Traslado a la comunidad de Atal, lugar en donde se observará la piedra pintada del mismo nombre, ésta contiene los signos realizados por tribus antiguas como culto al agua y a la fertilidad.
- Traslado a la ciudad de Tulcán.

Tarde

- Almuerzo en el Hotel Sara Espíndola.
- Visita al cementerio de la ciudad de Tulcán, el cual tiene jardines y esculturas talladas en ciprés.
- Visita al Museo Arqueológico Germán Bastidas Vaca, aquí se exhiben piezas arqueológicas de la Cultura Negativa del período formativo del Carchi.

Noche

- Cena y descanso en el Hotel Sara Espíndola.

DÍA 3

Mañana

- Desayuno en el Hotel Sara Espíndola.
- Traslado a Chilmá Bajo lugar en el que se encuentran grandes vestigios arqueológicos.
- Visita a las cascadas Humeadora, Pulpito, Comadre y San Pedro, la cual posee una doble caída que forma un vado intermedio. Aquí se podrá disfrutar del clima subtropical de la zona.

Tarde

- Se servirá un lunch en la zona de las cascadas.
- Regreso a la hostería
- Descanso

Noche

- Degustación del tradicional champús.
- Cena y descanso.

DÍA 4**Mañana**

- Desayuno
- Traslado a la ciudad de Bolívar para visitar el cementerio de los mamuts, un lugar en el que se encuentran fósiles de estos animales.
- Visita al Balcón Mireño, este es un mirador desde donde se puede observar un mosaico montañoso, el cerro Cayambe y el valle del Chota.

Tarde

- Almuerzo en el Complejo Uyamá.
- Observación de la exposición permanente de artesanías en el complejo.
- Despedida.

INCLUYE / NO INCLUYE:

- Guía y chofer.
- Transporte
- Alimentación.
- No incluye artesanías.

Equipaje del turista.

No debe faltar en el equipaje lo siguiente:

- Botas de caucho, imprescindibles ya que las botas de caminata sirven en los senderos lodosos.
- Mosquitero, repelente contra insectos, medicamentos para personas alérgicas a las picaduras y aguijones, pastillas purificadoras de agua, paquetes de hidratación oral.
- Binoculares, bolsas de plástico para mantener la ropa seca, terno de baño, ropa liviana de secado rápido, por lo menos una camiseta de manga larga, un par de pantalones (no jeans), poncho impermeable, un par de medias limpias para uso diario, sandalias, bolsas de plástico tipo zip lock para guardar comida, libros, mapas y cualquier cosa que no se deba mojar.
- Ropa liviana (clima subtropical) y gruesa (páramos).
- Equipo para montañismo arnés de cintura, mosquetones de seguridad y calzado de gran adherencia.

4.7 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Las estrategias que a continuación se nombran están elaboradas con base a la información obtenida en la investigación de campo aplicada a los demandantes.

- Minimizar los costos en la construcción e implantación de instalaciones para cobrar un precio accesible de acuerdo a la infraestructura, teniendo sin embargo un porcentaje de utilidad adecuado para poder recuperar la inversión.

- Aumentar los ingresos a través de la venta de nuestros servicios en las diversas instalaciones y a la vez poseer un margen de contribución lo suficientemente amplio sin aumentar el precio de venta como para cubrir nuestros gastos y costos fijos de manera que la utilidad crezca.
- Realizar alianzas estratégicas con distribuidores e intermediarios que nos entreguen los productos que se expendrán en el restaurante.
- Realizar alianzas hoteles, hosterías, restaurantes para llevar a cabo los paquetes turísticos.
- Generar precios que en lo posible puedan permanecer estables de manera que no se pierda clientes.
- Proyectar en los medios de comunicación y publicidad la variedad de instalaciones, los servicios que se ofrecen donde se identifique lo nuestro y el ambiente familiar del lugar para tener clientes leales.

4.8 ANÁLISIS DE PRECIOS

El desarrollo de la actividad comercial plantea hoy genéricamente dos variables tradicionales para lograr la satisfacción de los clientes: calidad de los servicios y un precio accesible.

Se debe considerar que ante la actual competitividad en todos los campos de esta actividad, la diferencia entre una empresa y otra es la calidad en la prestación de los servicios junto al precio.

La determinación de los precios se desarrollará con base en la competencia, considerando a la infraestructura del establecimiento, tomando en cuenta la información de los locales que ofrecen un servicio similar y a la percepción de los posibles visitantes, además de considerar un estimado de los costos por los servicios a ofrecer.

CUADRO No. 4.71
PRECIOS DE LA COMPETENCIA

HOSTAL /RESIDENCIA	PRECIO / PERSONA
Hostal Gabrielita	\$8
Residencial Las Gemelas	\$12 (incl.desayuno)
RESTAURANTE	
PIKO RIKO	\$ 3,5 (almuerzo)

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

En la investigación de campo, las respuestas a las preguntas Nro. 6, 7, 8 de la encuesta de cuanto está dispuesto a pagar estuvo en el rango de:

- Paquete turístico (fin de semana-todo incluido).
 - Extranjeros: \$71-\$90
 - Nacionales: \$30-\$50

- Plato a la carta.
 - Extranjeros: \$6-\$8
 - Nacionales: \$4-\$6

- Una noche de alojamiento.
 - Extranjeros y Nacionales: \$30-\$40

Con esta información, se puede establecer que:

- ❖ El precio por cualquier paquete será de \$150 todo incluido.
- ❖ Plato a la carta \$7.
- ❖ Alojamiento \$20.

Se irán haciendo ajustes dependiendo de la situación económica del país y del negocio, pero siempre de manera equilibrada para no afectar la demanda del servicio.

4.9 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

El servicio de la hostería está dirigido a satisfacer las necesidades de recreación y esparcimiento de los turistas nacionales así como de los extranjeros, ofreciendo un servicio de calidad acompañado de una infraestructura capaz de satisfacer los requerimientos de los clientes.

La clave para atraer visitantes a esta zona depende en gran medida de las formas de comercializar que se utiliza para el mercado. Para ello se utilizarán varias estrategias de comercialización como son:

- ❖ La creación de una página web con la información del servicio que la hostería ofrecerá,
- ❖ Se participará en programas de televisión,
- ❖ Se elaborarán afiches,
- ❖ Se tomarán en cuenta las fechas especiales ya que muchas veces las personas prefieren no ir a las playas y buscan lugares de esparcimiento en contacto con la naturaleza. Estas fechas deben ser tomadas muy en cuenta para ofrecer programas especiales y actividades adicionales. El 1 de enero: celebraciones de Año Nuevo; Feriado de Carnaval; Semana Santa; abril: fiestas de la capital provincial Tulcán, Día de la Madre; Día del Padre; agosto y septiembre vacación en universidades; septiembre: fiestas del cantón Montúfar, en noviembre: fiestas de provincialización del Carchi; Día de los Difuntos; Navidad.
- ❖ Alianzas con agencias de viajes.
- ❖ Participación en ferias de turismo a nivel nacional y con ayuda del ministerio de turismo en ferias internacionales.

Feria	Lugar
<i>Adventure Expo Travel</i>	<i>New York - Jacob Javits Center</i>
<i>Adventure Expo Travel</i>	<i>Washington - Washington Convention Center</i>
<i>Asta Cruisefest</i>	<i>Miami, Florida</i>
<i>TIA International Pow Wow</i>	<i>New York, NY</i>
C-B-R	Munich, Alemania
<i>Ferie</i>	<i>Copenhague, Dinamarca</i>

Las estrategias de comercialización tomadas en cuenta son las que han recibido la mayoría de votos en la pregunta No.10.

En la actualidad la calidad la mide el cliente, lo que obliga a desarrollar estrategias que permitan diferenciarse y que se pueden sintetizar como:

- ❖ Anticiparse a lo que el cliente necesita.
- ❖ Medir constantemente su satisfacción.
- ❖ Capacitar continuamente al personal para una mejor atención.
- ❖ Orientar siempre el servicio hacia la satisfacción del cliente.

La excelencia del servicio o la satisfacción de las necesidades de la demanda consisten en no considerar al conjunto como un solo cliente sino el considerar a cada cliente como uno individual e importante.

Cada cliente disfrutará de un precio accesible, calidad de servicio, servicio en el menor tiempo posible, seguridad y respeto.

El objetivo de satisfacción del cliente será de crecimiento continuo hasta lograr que el 100% de la demanda esté satisfecha y que esa satisfacción este dicha por ellos y no por quienes prestaremos el servicio.

CAPITULO 5. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se describirá la ubicación y el modelo arquitectónico de la hostería. Se determinarán las características del modelo de la hostería tomando en cuenta la escenografía del paisaje y las características bioclimáticas.

El objetivo será obtener toda la información para cuantificar el monto de la inversión que se necesitará. Por lo cual se analizará lo siguiente:

- Localización (Macro-Micro).
- Programa Arquitectónico.
- Dimensionamientos.
- Diseño.
- Distribución de Áreas.
- Requerimientos del Proyecto.
- Procedimientos Operativos.

5.9 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en la provincia del Carchi Cantón Montúfar. Este cantón posee potenciales zonas de atractivos turísticos las cuales no han sido aprovechadas por el sector turístico ni hotelero por esta razón se ha escogido la cabecera Cantonal San Gabriel para la construcción de una Hostería vinculada directamente al recurso natural como es la Laguna del Salado.

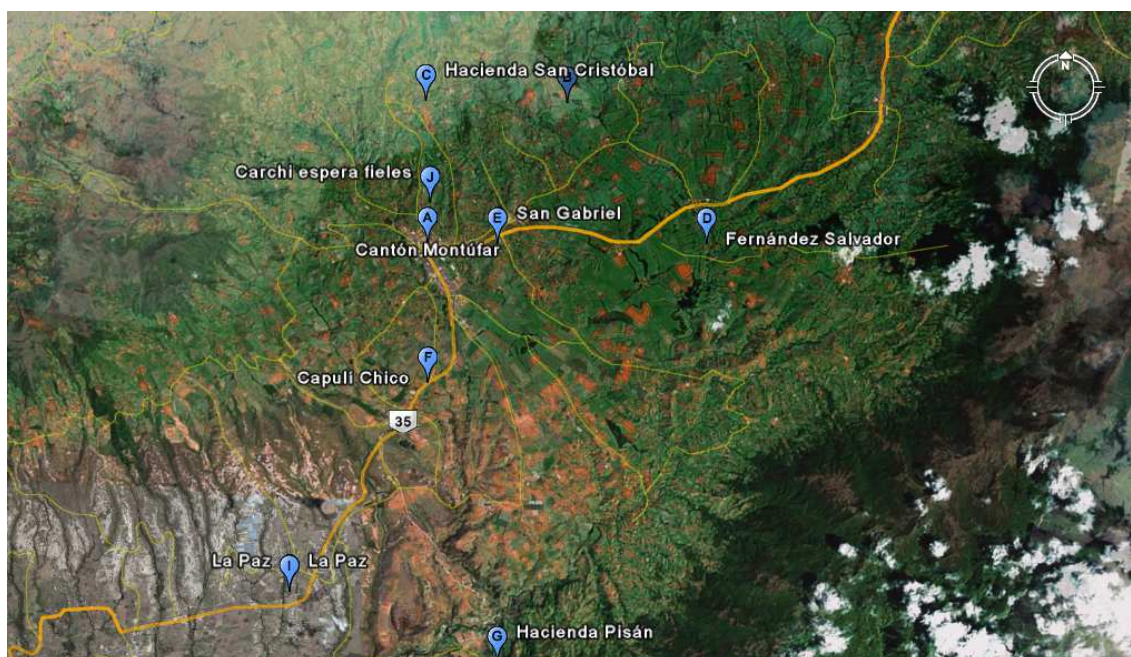
Entre los motivos que incentivaron a llevar a cabo el proyecto en este lugar es la poca distancia que existe a la ciudad de San Gabriel y a los cantones importantes de la provincia como son: Espejo, Bolívar y Tulcán en los cuales se encuentran lugares turísticos, históricos y que a través de nuestro proyecto podrán ser conocidos por turistas nacionales y extranjeros.

Gráfico No. 5.1
MAPA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: Dipla

Gráfico No. 5.2
VISTA AEREA CIUDAD DE SAN GABRIEL -CARCHI



Fuente: Google Earth

5.10 MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto específicamente estará ubicado en la parroquia Cristóbal Colón, Barrio San José en la ciudad de San Gabriel. Presenta un paisaje natural cerca de la Laguna del Salado, el aire es puro y cuenta con un perfecto equilibrio de flora y fauna. La ubicación exacta se encuentra en el **ANEXO No. 5.1**

Para llegar a este sector tomando como referencia la ciudad de Quito se toma la vía Panamericana Norte, y se recorre el camino por un lapso aproximado de cuatro horas hasta llegar a San Gabriel donde se divisa el parque Carlos Montúfar el cual sirve de referencia para llegar al sitio del terreno. Luego se toma el camino que va al bosque de los Arrayanes se recorre unos 5 minutos aproximadamente hasta llegar a la laguna de El Salado donde se encuentra el terreno para la construcción. Cabe recalcar que el sector cuenta con servicios básicos.

No existe un transporte que vaya todos los días al sector aunque la carretera es factible para la circulación de vehículos. Se puede acceder contratando camionetas o taxis cuyo valor es de \$ 1 por persona.

5.11 DISEÑO

En cuanto al diseño de la hostería SOL PASTO se presentará una infraestructura ecológica en el cual se incorporen materiales de construcción local, logrando así una arquitectura que se integre muy bien al entorno.

Se propone la utilización de materiales como; ladrillo, tejas, paja, piedra labrada, adoquín para dar un aspecto natural y rústico.

Se usarán arreglos decorativos acordes con las culturas ancestrales de la provincia consiguiendo en cada habitación una atmósfera muy particular.

Así como también toda la hostería se encontrará rodeada de plantas y árboles nativos de la zona.

5.12 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

La hostería SOL PASTO va a contar con las siguientes instalaciones **ANEXO No. 5.2.**

1. Área de Administración y Recepción.
2. Área de Servicios.
 - 2.1. Área de Hospedaje.
 - 2.2. Área de Alimentación.
 - 2.3. Área de Turismo.
3. Área de Recreación y Esparcimiento.
4. Área de Mantenimiento y Seguridad.
5. Área de Exteriores.
 - 5.1. Áreas verdes y jardines.
 - 5.2. Parqueaderos

5.13 DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

Se ha considerado para la distribución de la hostería cuatro tipos de áreas que son; Administrativa, Servicios, Recreacionales, Mantenimiento y Seguridad, Exteriores.

5.13.1 ÁREA ADMINISTRATIVA

Estas áreas serán la base primordial para el funcionamiento de la hostería, ya que su objetivo será la administración de está.

5.13.1.1 Administración y Recepción

Esta área se encontrará:

- Oficina de Gerente con baño privado y una sala de juntas para 10 personas.
- Oficina para el Contador.
- La recepción con una sala de estar y un baño.

5.13.2 ÁREAS DE SERVICIOS

Permitirán la prestación de los servicios que se va a ofrecer en la Hostería. Y estarán distribuidas de la siguiente manera:

5.13.2.1 Área de Hospedaje

Se tendrá 13 cabañas las cuales ofrecerán un ambiente íntimo, confortable y acogedor con una decoración elegante y armónica con el sector.

Las cabañas se encontrarán rodeadas de plantas nativas, las mismas que por ser originarias de esta zona no afectan al entorno, sirviendo además como decoración del lugar y asimismo como una muestra de la flora que la provincia posee, cabe destacar que las cabañas serán fabricadas con materiales propios del sector. Las cabañas serán:

- Cabañas Matrimoniales (2).
 - Dormitorio (1 cama).
 - Sala de Estar.
 - Baño y Jacuzzi.
- Cabañas Dobles (3).
 - 2 Dormitorios (1 cama cada uno).
 - Sala de Estar.
 - Baño privado (cada dormitorio).
- Cabañas Familiares (4).
 - 2 Dormitorios (2 camas cada uno).
 - Sala de Estar.
 - Baño privado (cada dormitorio).
- Cabañas Grupales (4).
 - 3 Dormitorios distribuidos de la siguiente manera:
 - Dormitorio Máster (1 cama).

- Dormitorio Doble (2 camas).
- Dormitorio Triple (3 camas).
- Sala de Estar.
- Baño privado (cada dormitorio).

5.13.2.2 Área de Alimentación

La hostería tendrá un restaurante con capacidad para 50 personas, el material con que se fabriquen las mesas, sillas y la decoración no romperán con el entorno natural de la zona.

El restaurante ofrecerá comida ecuatoriana, especialmente la comida típica de la provincia, además se realizarán talleres de comida típica, cuyo objetivo es rescatar las comidas tradicionales de la provincia, tales como: el champús, la chicha de arroz, el queso amasado, la miel con cuajada, el cuy asado y el pan de maíz. De esta forma tanto quienes se hospeden como quienes solo nos visiten podrán participar de la elaboración y degustación de estos platos.

A continuación se presenta su distribución:

- RESTAURANTE (CAPACIDAD PARA 50 PERSONAS).
 - Cocina.
 - Bodega de Alimentos perecibles.
 - Bodega de Alimentos no perecibles.
 - 2 dormitorios para vestuario de cocineros y meseros con un baño cada uno.
 - Baños para clientes.
 - Hombres.
 - Mujeres.
 - Salón de mesas del restaurant tendrá:
 - 6 mesas para cuatro personas.
 - 3 mesas para seis personas.
 - 4 mesas para dos personas.
 - 1 Aula para dar clases de comida típica tendrá:

- Aula capacidad para 20 personas.
- Baño.

5.13.2.3 Área de Turismo

En esta área se contará con una oficina desde la cual se diseñarán los paquetes de turismo, los mismos que estarán sujetos a cambios de acuerdo a los requerimientos de los visitantes, se realizarán además las alianzas necesarias para la ejecución de dichos paquetes.

La distribución es la siguiente:

- Oficina de turismo con baño.
- Área de Hospedaje de guías. 2 dormitorios para tres personas cada uno y baño.

5.13.3 ÁREAS RECREACIONALES

Servirán para la distracción de los huéspedes, por lo cual estará dividida de la siguiente manera:

- Camping o Fogata.
 - Sera un espacio donde se podrá acampar y hacer fogatas estará rodeada de árboles y plantas.
- Bodega para guardar bicicletas y equipo de caballos, etc.
- Caballerizas tendrán:
 - Espacio para guardar 6 caballos.
 - Área de alimentación.
 - Área de bebederos de agua.
- Mirador para observar la laguna.

5.13.4 ÁREAS DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

- Guardianía.
- Bodega (Instrumentos de Limpieza).

5.13.5 ÁREAS DE EXTERIORES

- Áreas verdes y jardines.
- Parqueaderos.
 - Parqueaderos para autos de clientes.
 - Parqueaderos para botes.

5.14 DIMENSIONAMIENTOS

La hostería SOL PASTO contará con una superficie de 2654.99 m² de construcción. A continuación se presenta una descripción de las instalaciones con las dimensiones:

Cuadro No. 5.1
DIMENSIONES HOSTERIA SOL PASTO

Descripción Construcción	2654.99m ²
Terreno completo	2200.00
Área de Administración y Recepción	53.33
Área de Servicios	
Hospedaje	533.33
Alimentación	650.00
Turismo	100.00
Área de Recreación y Esparcimiento	965.00
Área de Mantenimiento y Seguridad	53.33
Área de Exteriores	300.00

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

5.15 CAPACIDAD INSTALADA

La Hostería Sol Pasto tendrá una capacidad máxima instalada para alojamiento de 18250 personas al año considerando una noche de hospedaje. De acuerdo a las entrevistas realizadas a los oferentes en el estudio de Mercado en las cuales nos informaron que el primer año de funcionamiento se utilizó el 40% de la capacidad instalada, pero nosotros vamos a considerar un 35% de utilización de la capacidad en el primer año la cual se incrementará en un 3% basándonos al

crecimiento del PIB turístico que en los últimos años se ha mantenido en cifras alrededor del 3.5% anual.

Cuadro No. 5.2
CAPACIDAD INSTALADA

CONCEPTO	DORMITORIOS	PLAZAS	CAPACIDAD PERSONAS DIARIAS
Alojamiento	28		50
Alimentación		13	50
TOTAL CAPACIDAD	28	13	100

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

5.16 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

Para llevar a cabo un proyecto es necesario invertir en recursos e insumos indispensables para producir un bien o prestar un servicio.

Al iniciar el proyecto con la finalidad de prestar de servicios de recreación y esparcimiento se demandará infraestructura adecuada, personal capacitado, muebles y equipo, mobiliario, material, etc. los mismos que serán adquiridos de manera progresiva de acuerdo a los requerimientos futuros, basados en el crecimiento y participación en el mercado.

5.16.1 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Para la ejecución de los procesos que se desarrollarán en la hostería se ha visto la necesidad de contar con un personal adecuado y capacitado para brindar servicios de alta calidad.

A continuación se detalla el personal necesario por áreas.

Cuadro No. 5.3
REQUERIMIENTO DE PERSONAL

DESCRIPCIÓN	No PERSONAL
Área de Administración y Recepción	3
Áreas de Servicios	
Hospedaje	1
Alimentación	5
Turismo	1
Otras Áreas	6
TOTAL	16

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

5.16.2 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, MUEBLES Y EQUIPO EN ÁREA ADMINISTRATIVA

A continuación se detallará la maquinaria, los muebles y equipo necesario en cada área:

Cuadro No. 5.4
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y RECEPCIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD
Computador	3
Fax	1
Impresora	3

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.5
MUEBLES Y ENSERES
AREA DE ADMINISTRACION Y RECEPCION

CONCEPTO	CANTIDAD
Archivador	3
Escritorios	4
Sillas	5

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.6
REQUERIMIENTOS MUEBLES Y ENSERES
ÁREA DE HOSPEDAJE

CONCEPTO		CANTIDAD
Camas	Dos plazas	6
Camas	1 plaza	52
Cobijas	Dos plazas	12
Cobijas	1 plaza	52
Colchones y almohadas	Dos plazas	6
Colchones y almohadas	1 plaza	52
Cortinas de baño		14
Duchas		14
Edredones	Dos plazas	6
Edredones	1 plaza	52
Espejos		17
Juego de sábanas	Dos plazas	6
Juego de sábanas	1 plaza	52
Lámpara	Lectura	17
Teléfonos		6
Toalla	Grandes	17
Toalla	Mano	17
Veladores		17

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.7
MUEBLES Y ENSERES
ÁREA DE ALIMENTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD
Estanterías	3
Mesas cuadradas 4pax	6
Mesas de apoyo	2
Mesas rectangulares 6pax	3
Mesas redondas 2pax	4
Sillas normales	55
Taburetes	10

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.8
MAQUINARIA Y EQUIPO
ÁREA DE ALIMENTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD
Aplastador de Papa	2
Arrocera	1
Asador	1
Balanza	1
Batidora manual Ester	1
Brocha para Parrilla	3
Cafetera Ester	1
Cocina Industrial	1
Colador de metal 20 cm	3
Congelador	1
Cuchara de Nylon, Cuchareta, Cucharón	7
Cuchillo Universal	3
Escurreidor Espumadera	3
Espátula	3
Equipo de audio	1
Exprimidor de Jugos	1
Extractor de Olores	1
Horno Convencional	1
Juego de 4 condimentos	2
Juego de 4 ollas	4
Juego de cucharas de madera	2
Juego de envases plásticos	8
Juego de ollas de 6 piezas	6
Juego de utensilios de parrilla	2
Legumbreira	4
Licuada	1
Manga de decorar	3
Microondas	1
Platera Ultra y escurridor	3
Porcionador de Helados	4
Porta Cubiertos	3
Procesador de Alimentos	1
Rallador 4 servicios	3

Recogedor de granos	2
Refrigeradora de 12 pies	1
Repostero	4
Sarten Umco y teteras	4
Tablas de Madera	2
Tostador de Ester	1
Utensilios Trinches	4
Volteador	3
Waflera Black&Decaer	1

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.9
MENAJE RESTAURANT
ÁREA DE ALIMENTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD
Bandejas antideslizantes 14"	12
Cevicheros	40
Copas de agua	60
Copas de vino blanco	60
Copas de vino tinto	60
cuchara de postre	60
Cuchara larga de helado	40
Cuchara sopera	60
Cuchillo de entrada	60
Cuchillo de fuerte	60
Jarras	10
Plato base	60
Plato café te)	60
Plato postre	60
Plato sopero	60
Plato tendido	60
Salceros de acero inoxidable	40
Taza café (te)	60
Tenedor de fuerte	60
Tenedor postre	60
Vasos	60

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.10
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
ÁREA DE TURISMO

CONCEPTO	CANTIDAD
Computador	1
Fax	1
Impresora	1

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cuadro No. 5.11
MUEBLES Y ENSERES
ÁREA DE TURISMO

CONCEPTO	CANTIDAD
Archivador	1
Escritorios	3
Sillas	7

Fuente: Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

5.16.3 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS EN ÁREAS RECREACIONALES

Los equipos que se necesitarán para cumplir los servicios recreacionales que se ha propuesto son los siguientes:

Cuadro No. 5.12
EQUIPO DE TURISMO ACTIVO
ÁREA DE RECREACIÓN Y
ESPARCIMIENTO

CONCEPTO	CANTIDAD
Bicicletas	5
Caballos	6
Carpas	6
Cascos	6
Coderas	11
Monturas Caballos	6
Rodilleras	11
Sleeping	8

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

5.16.4 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS EN ÁREAS DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

**Cuadro No. 5.13
EQUIPOS DE MANTENIMIENTO
AREA DE MANTENIMIENTO Y
SEGURIDAD**

CONCEPTO	CANTIDAD
Baldes	10
Basureros baños	8
Caja de herramientas	1
Cepillo para limpieza	4
Escobas	10
Escobas plásticas	5
Manguera	3
Palas de basura	5
Papelera rimas	5
Podadora	1
Recogedora de basura	7
Tarros de basura	5
Tijera de jardinera	2
Trapeadores	5

Fuente: Investigación Realizada

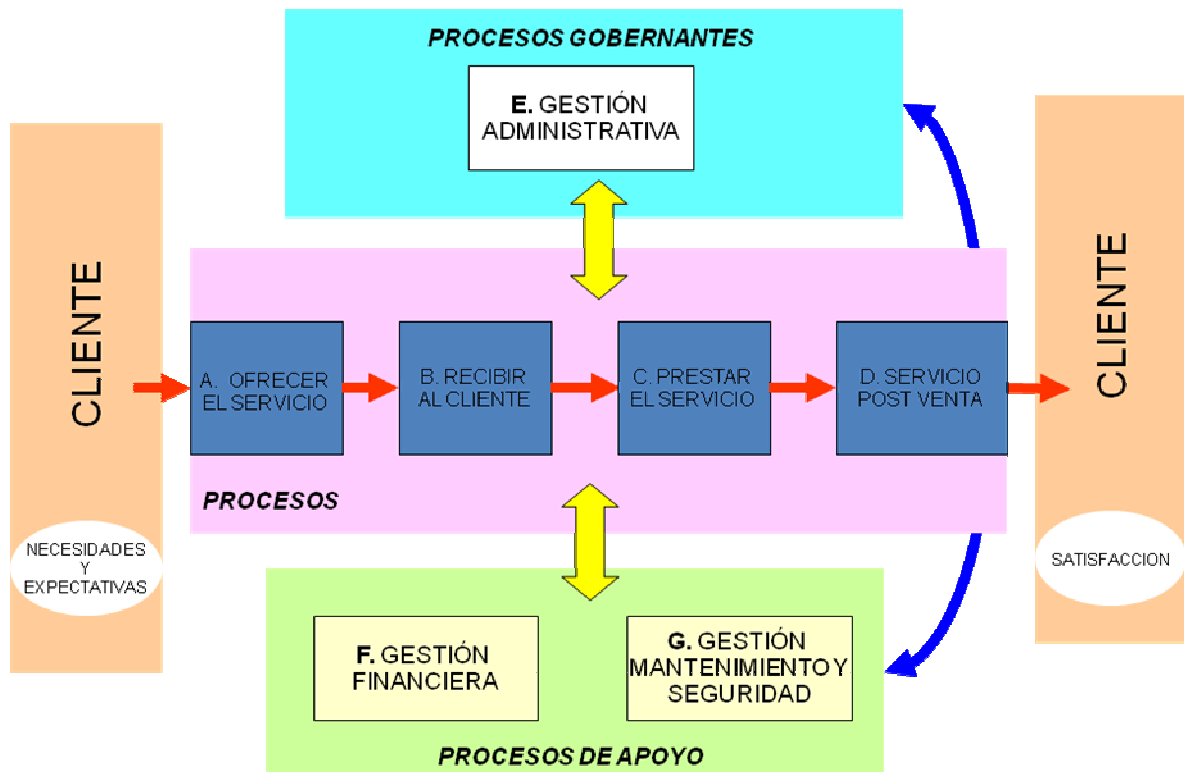
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

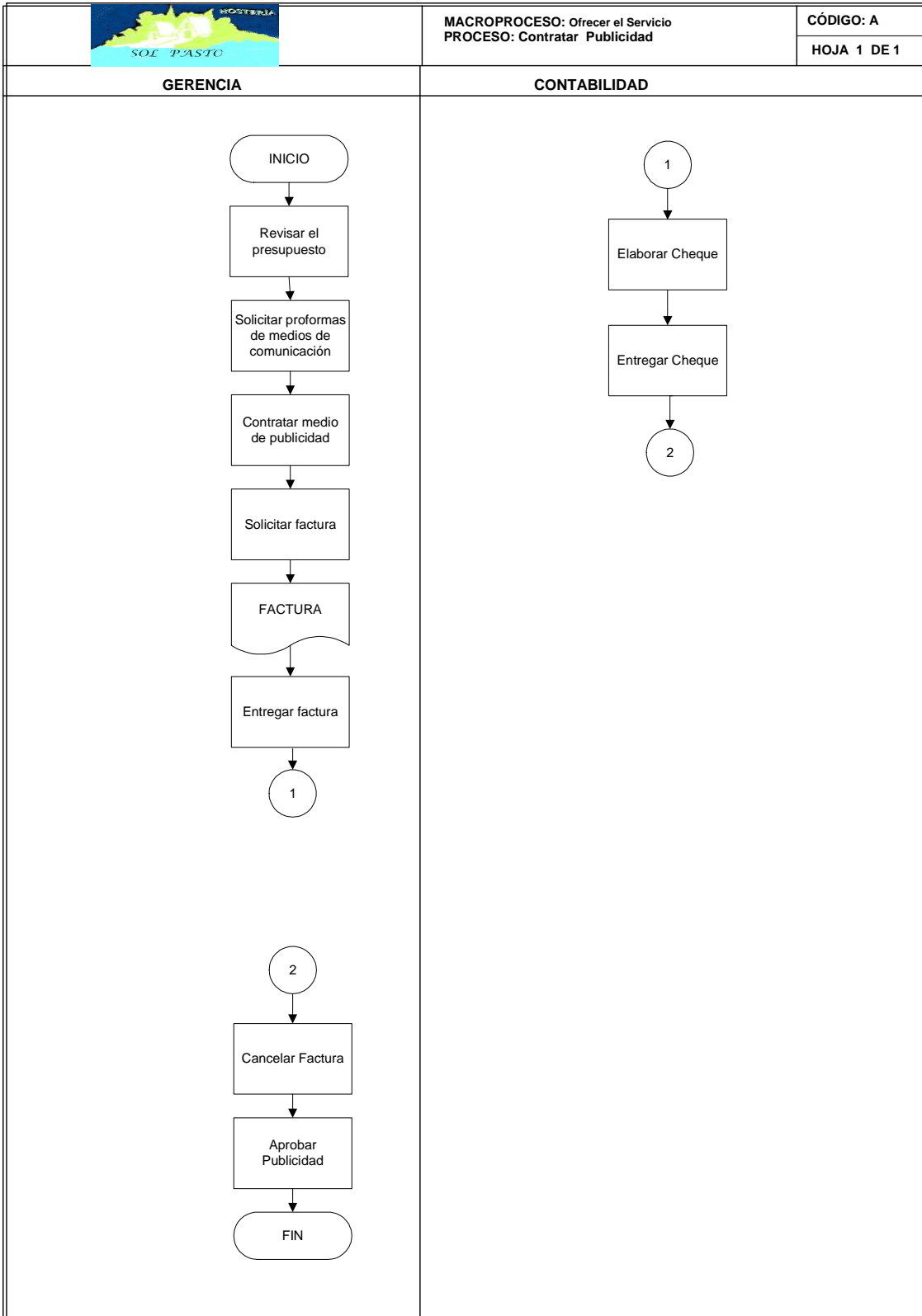
5.17 PROCESOS OPERATIVOS

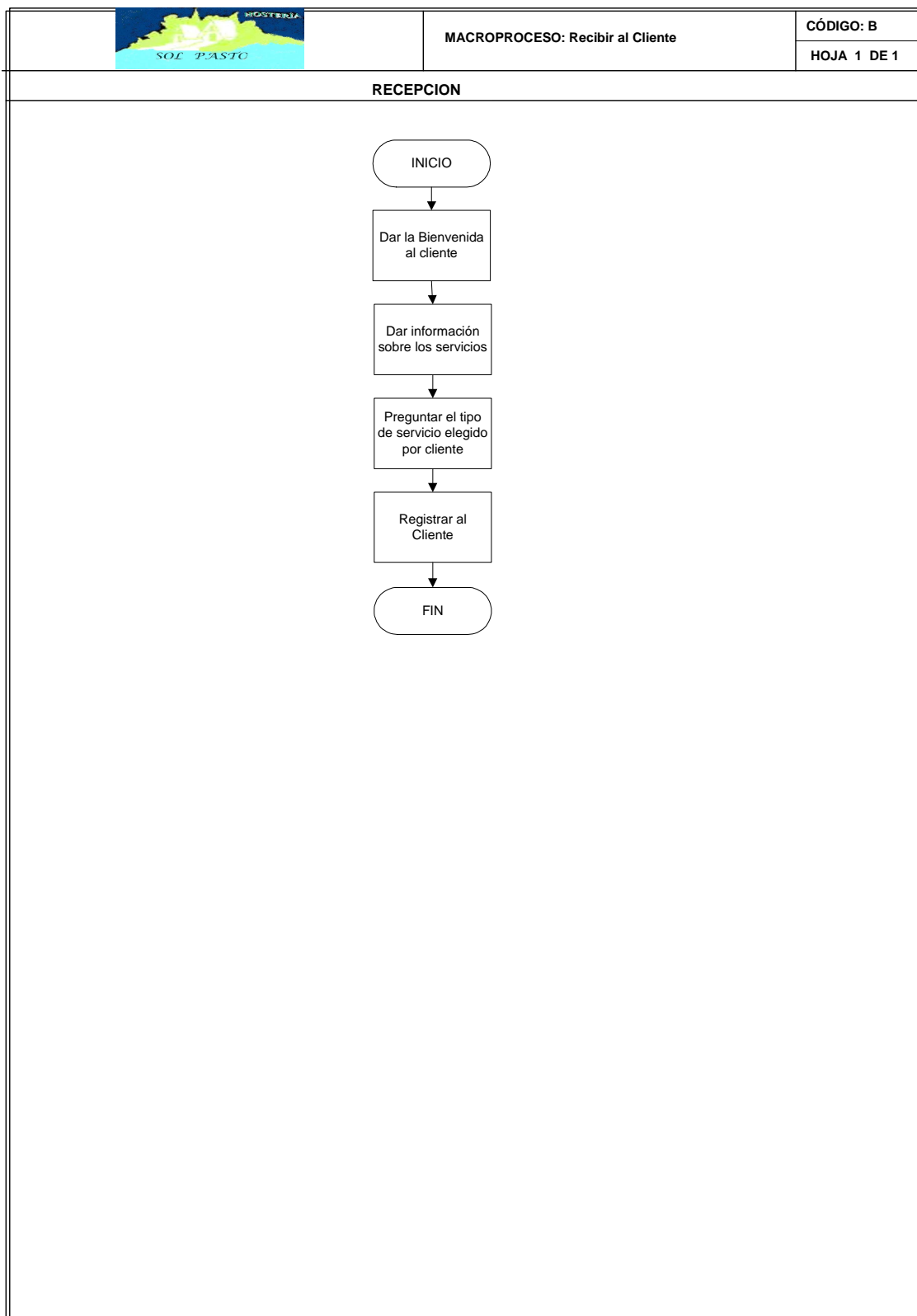
La actividad de la hostería se realizará de acuerdo a varios objetivos por ejemplo la atención será de lunes a domingo las 24 horas se ofrecerá estacionamiento exclusivo completamente gratis. Se debe considerar que los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes la afluencia de visitantes será mucho menor que en los fines de semana y feriados.

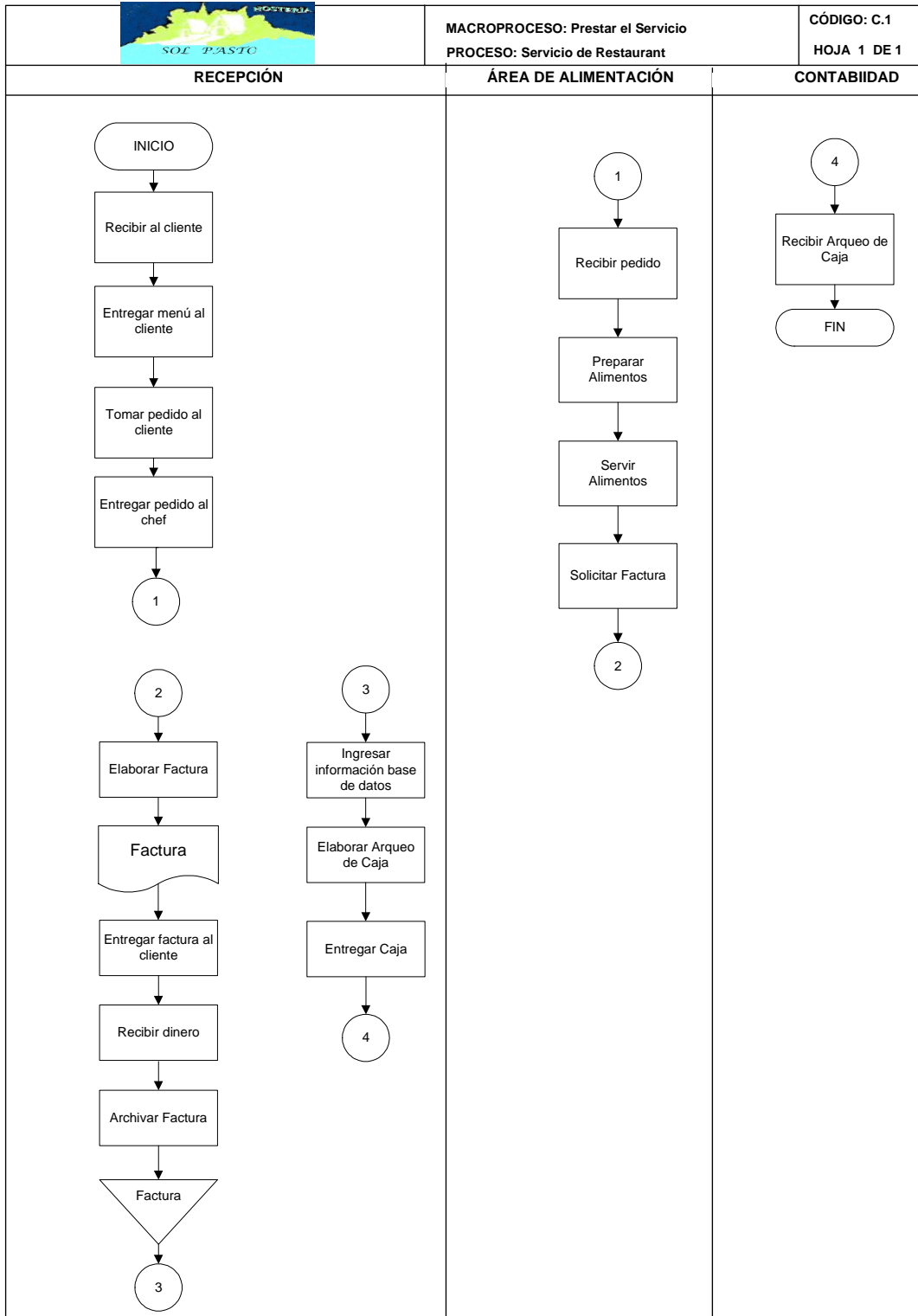
Para acceder a nuestro servicio se tiene dos opciones a través de la reservación o la visita directa del cliente. A continuación se presenta el mapa de procesos y los procesos a seguir.

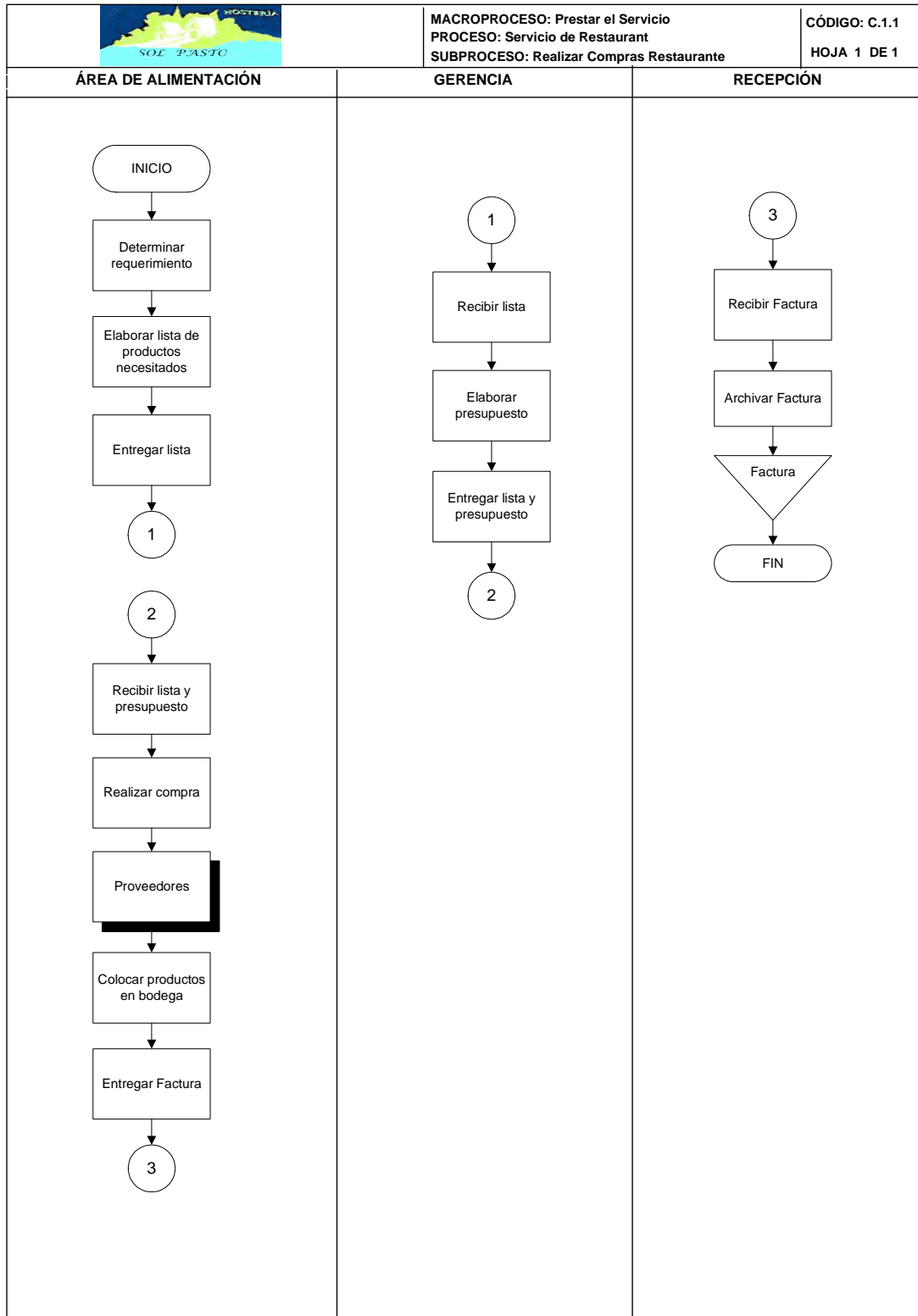
Cuadro No. 5.14
MAPA DE PROCESOS HOSTERÍA SOL PASTO

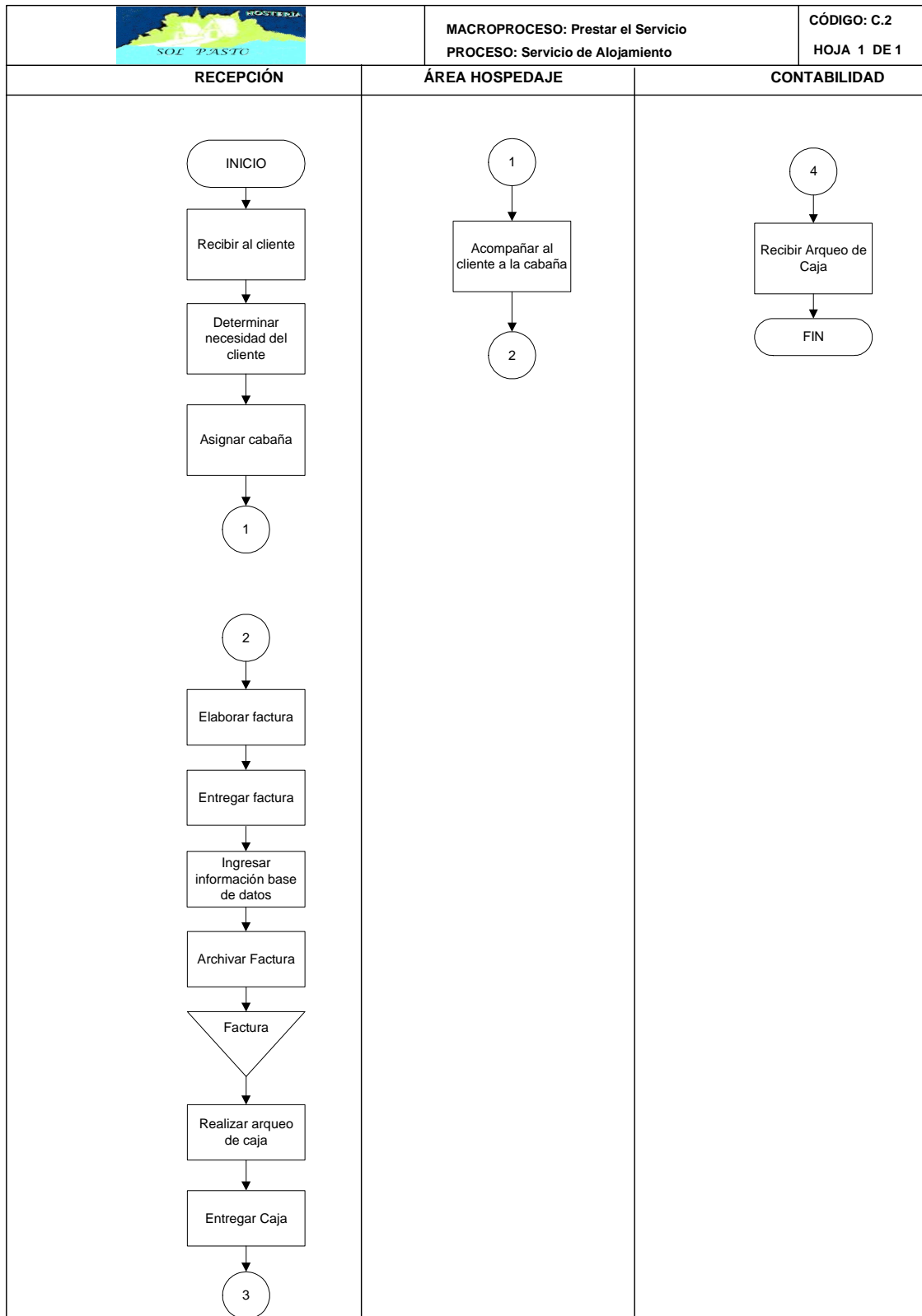


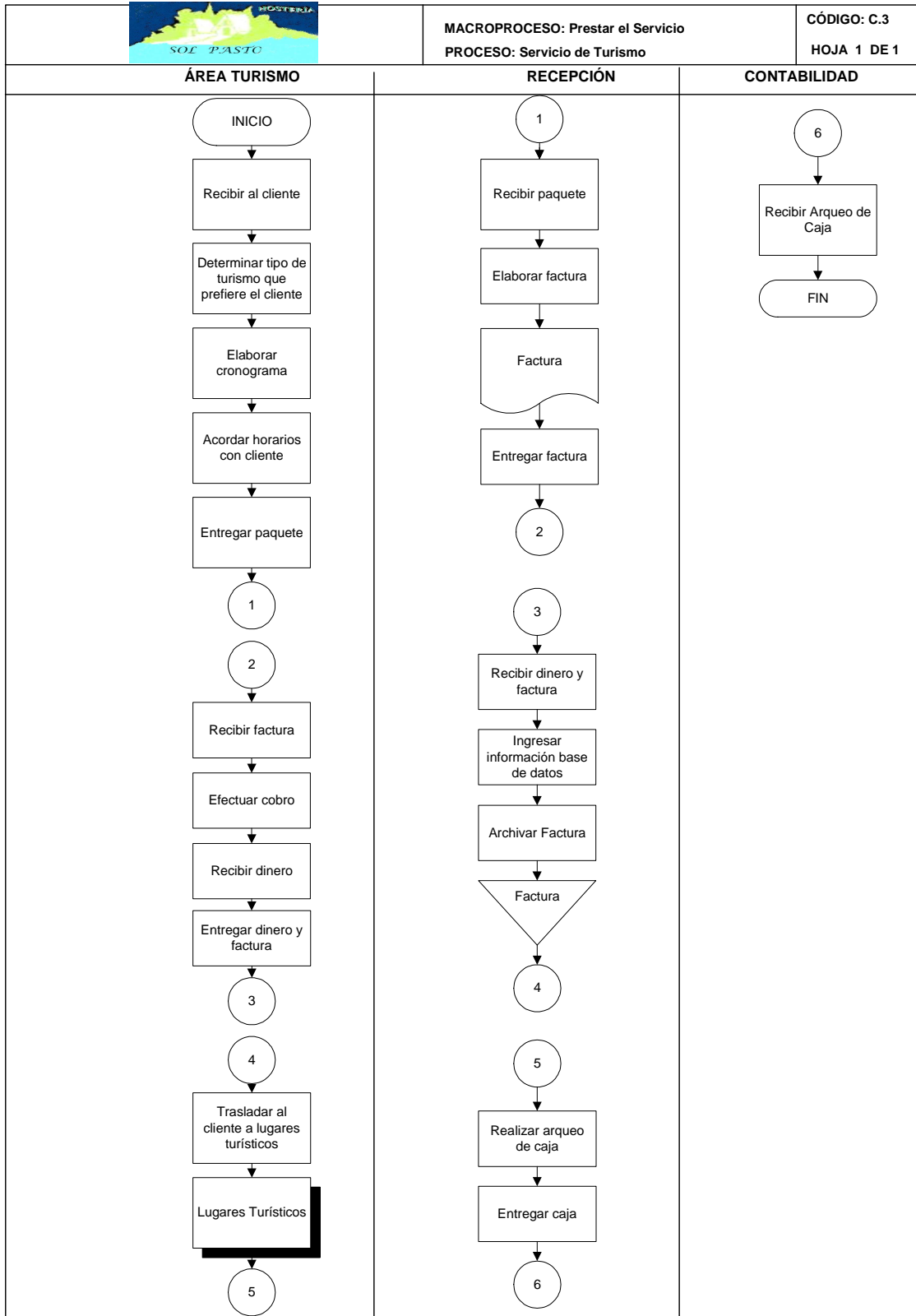


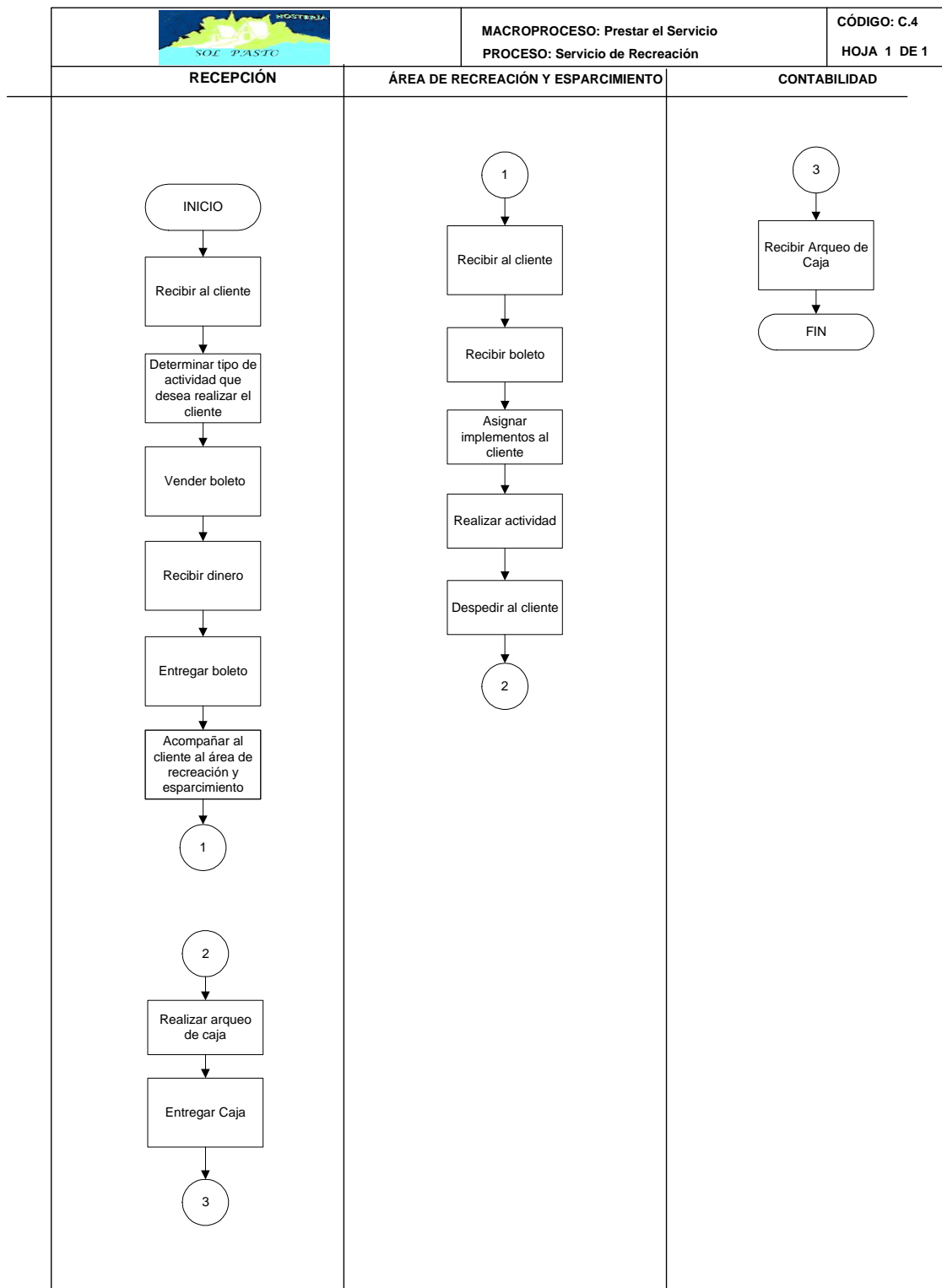


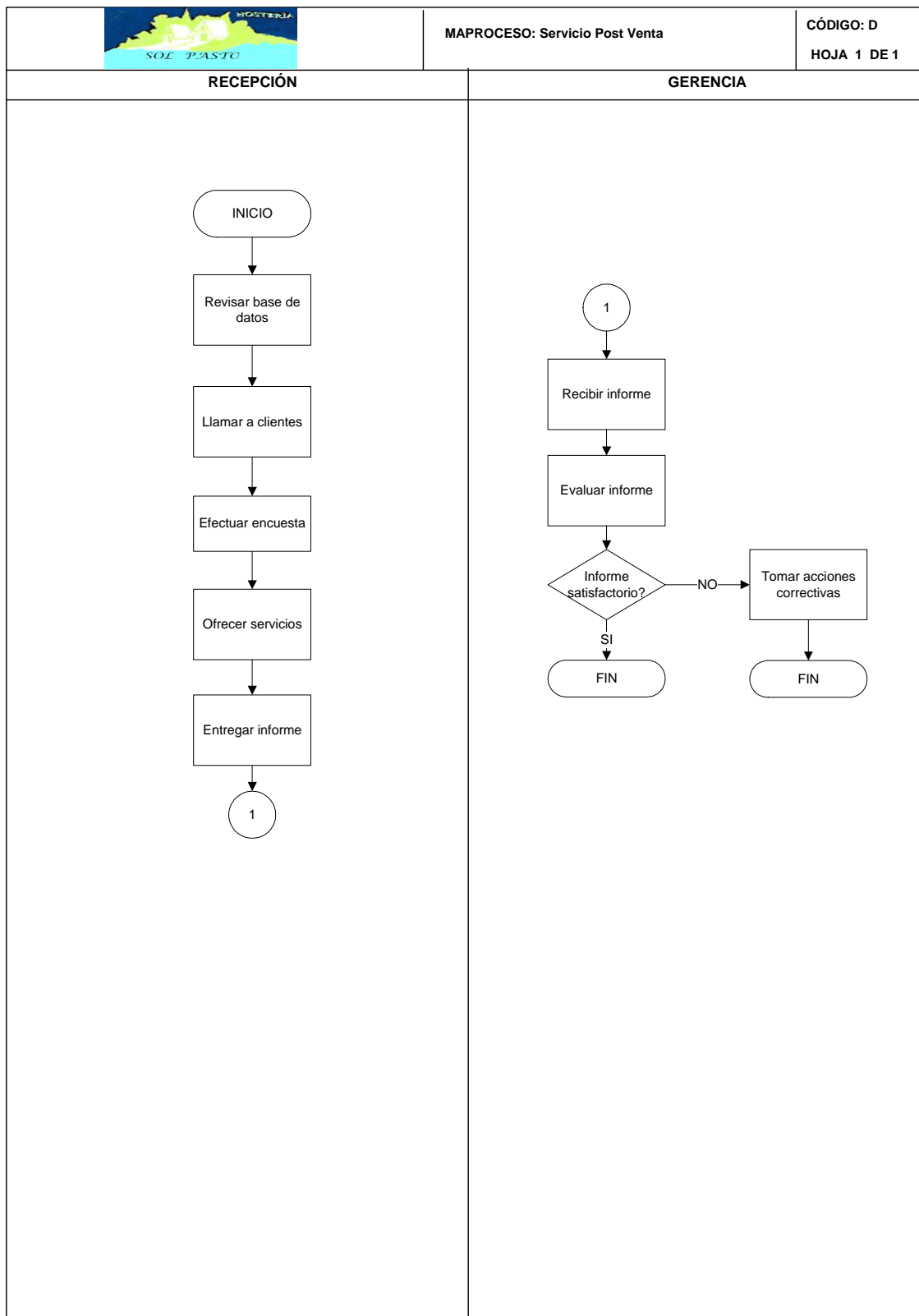


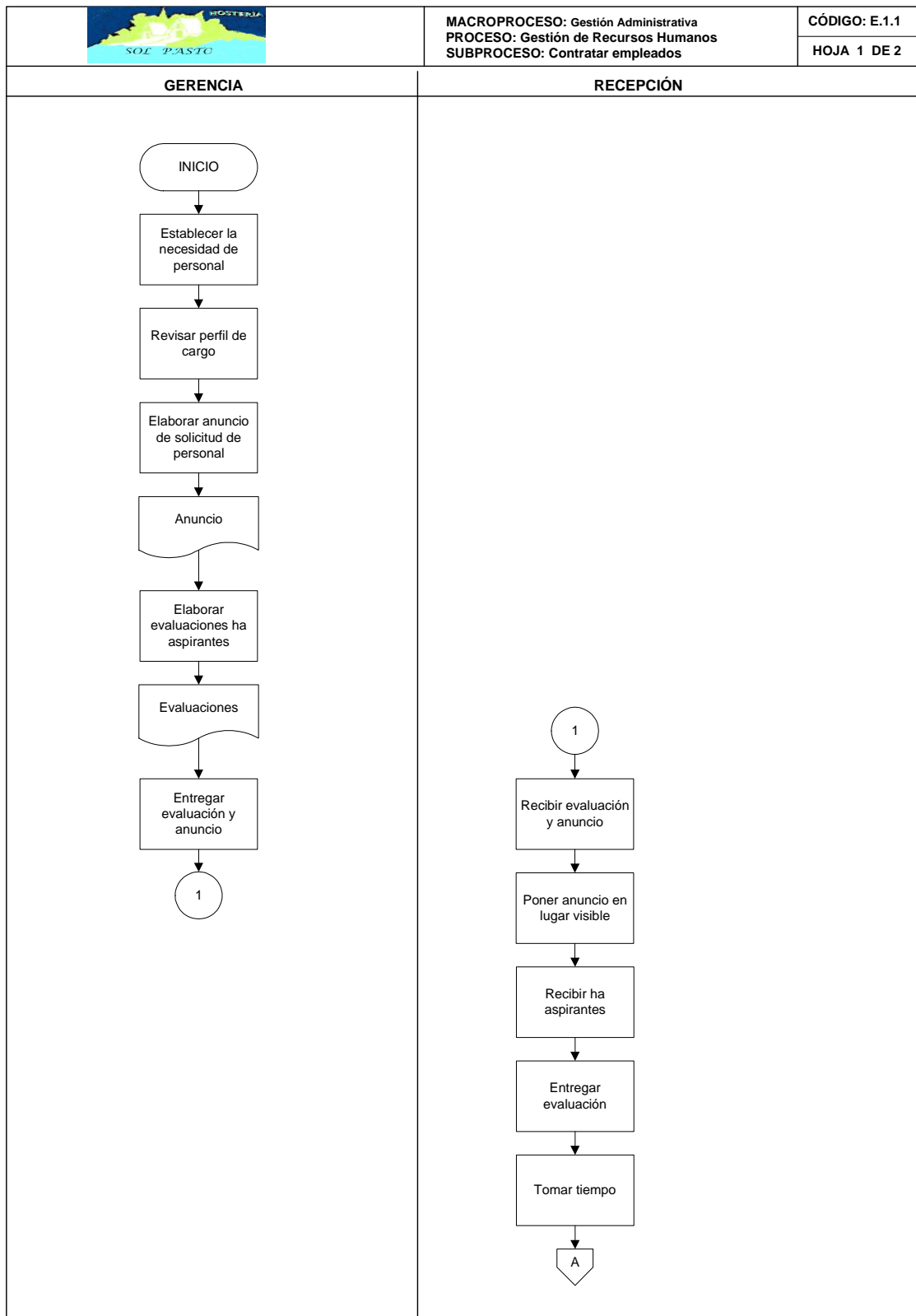


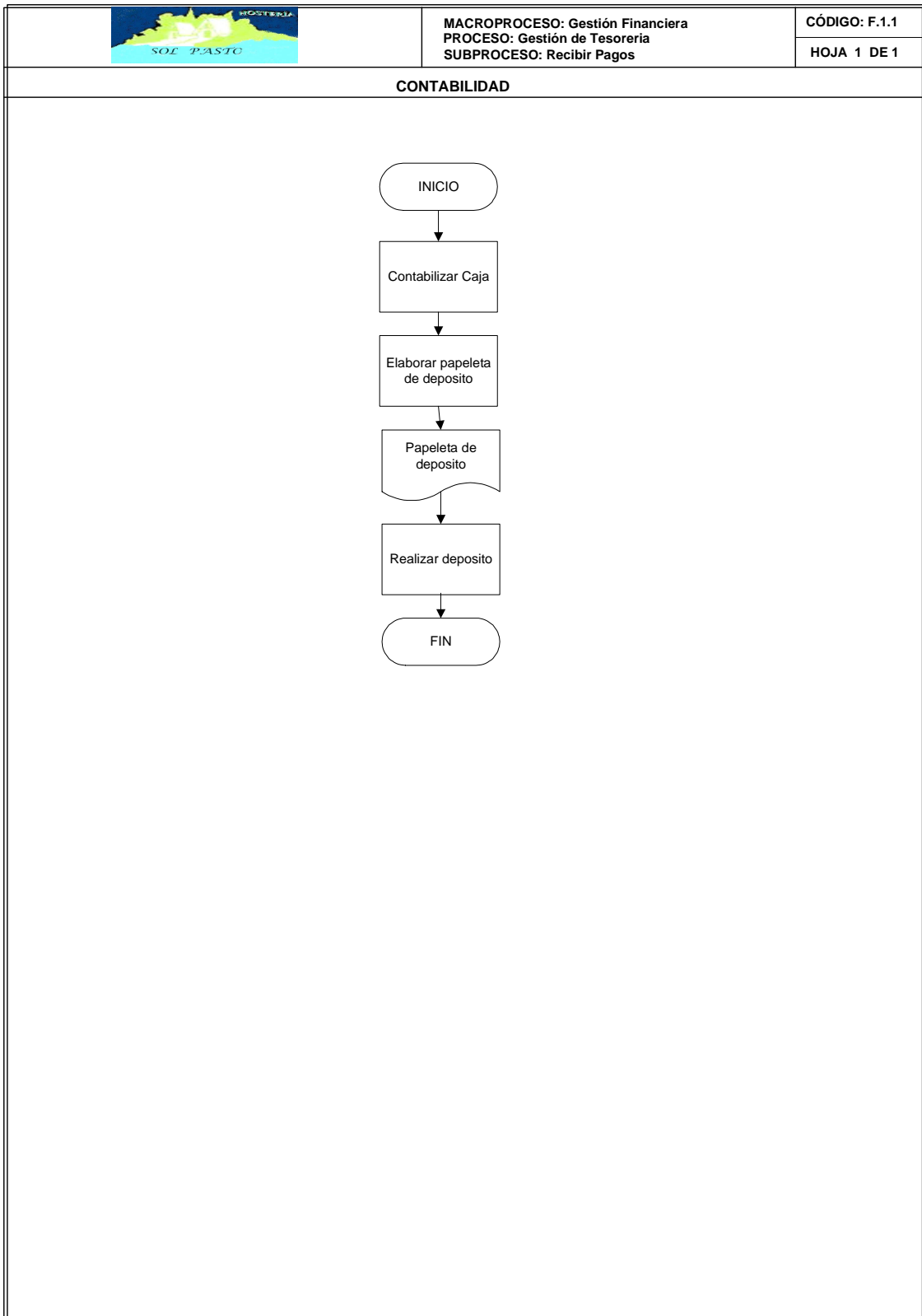


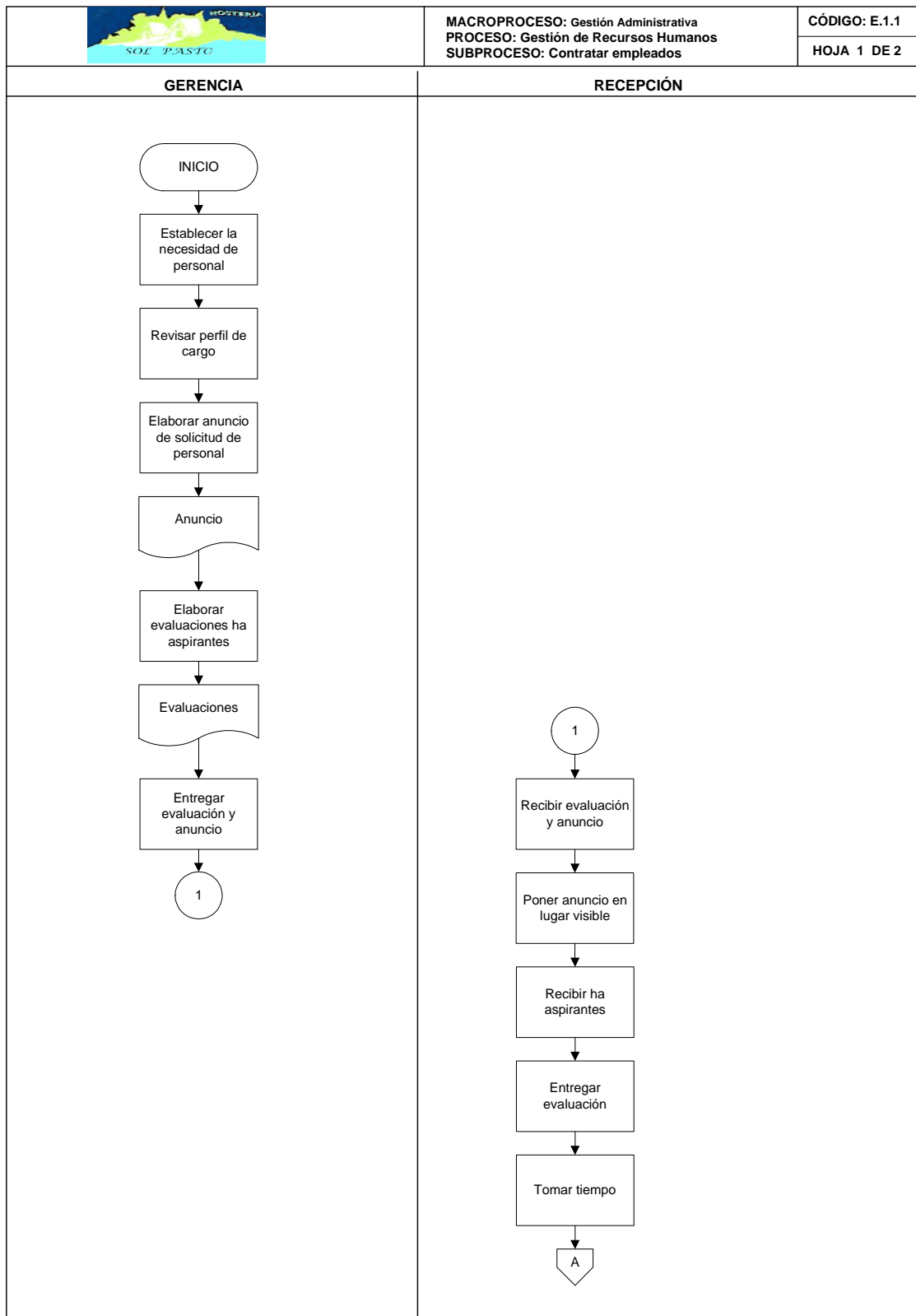


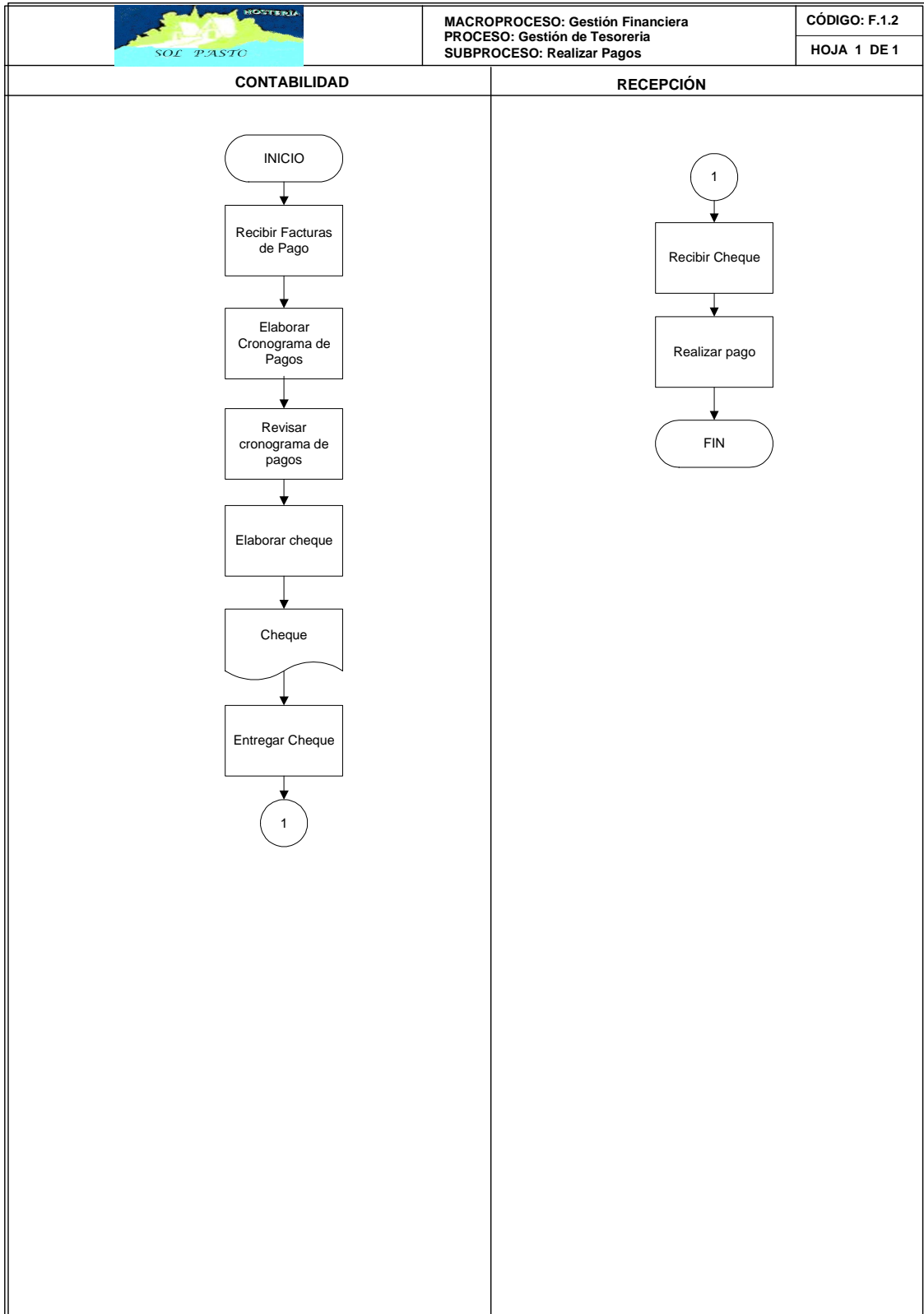






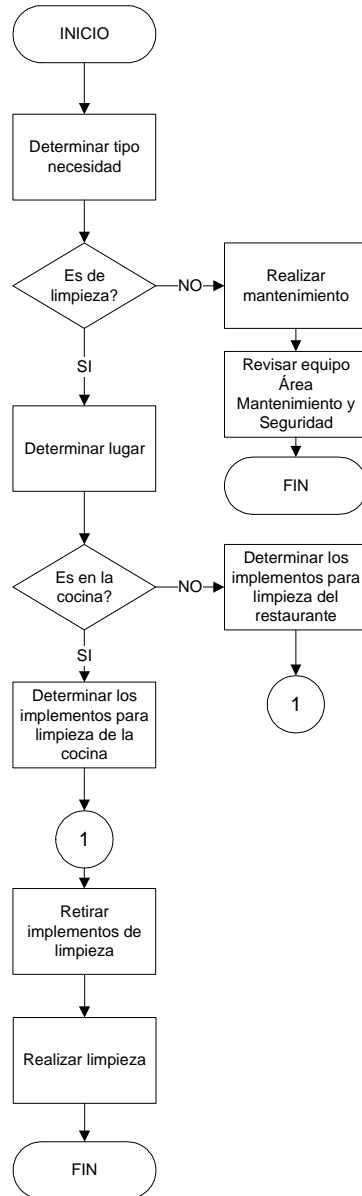


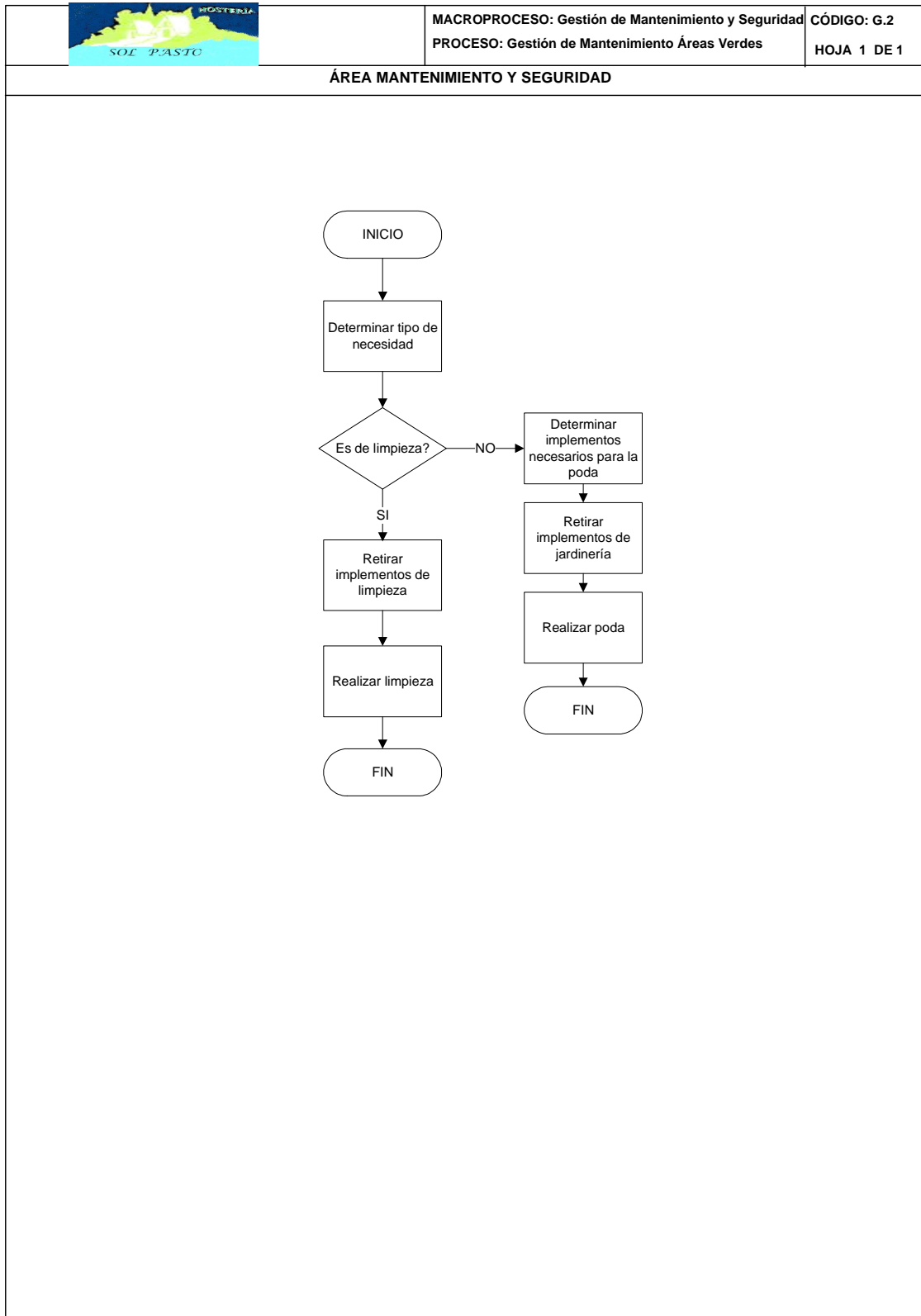


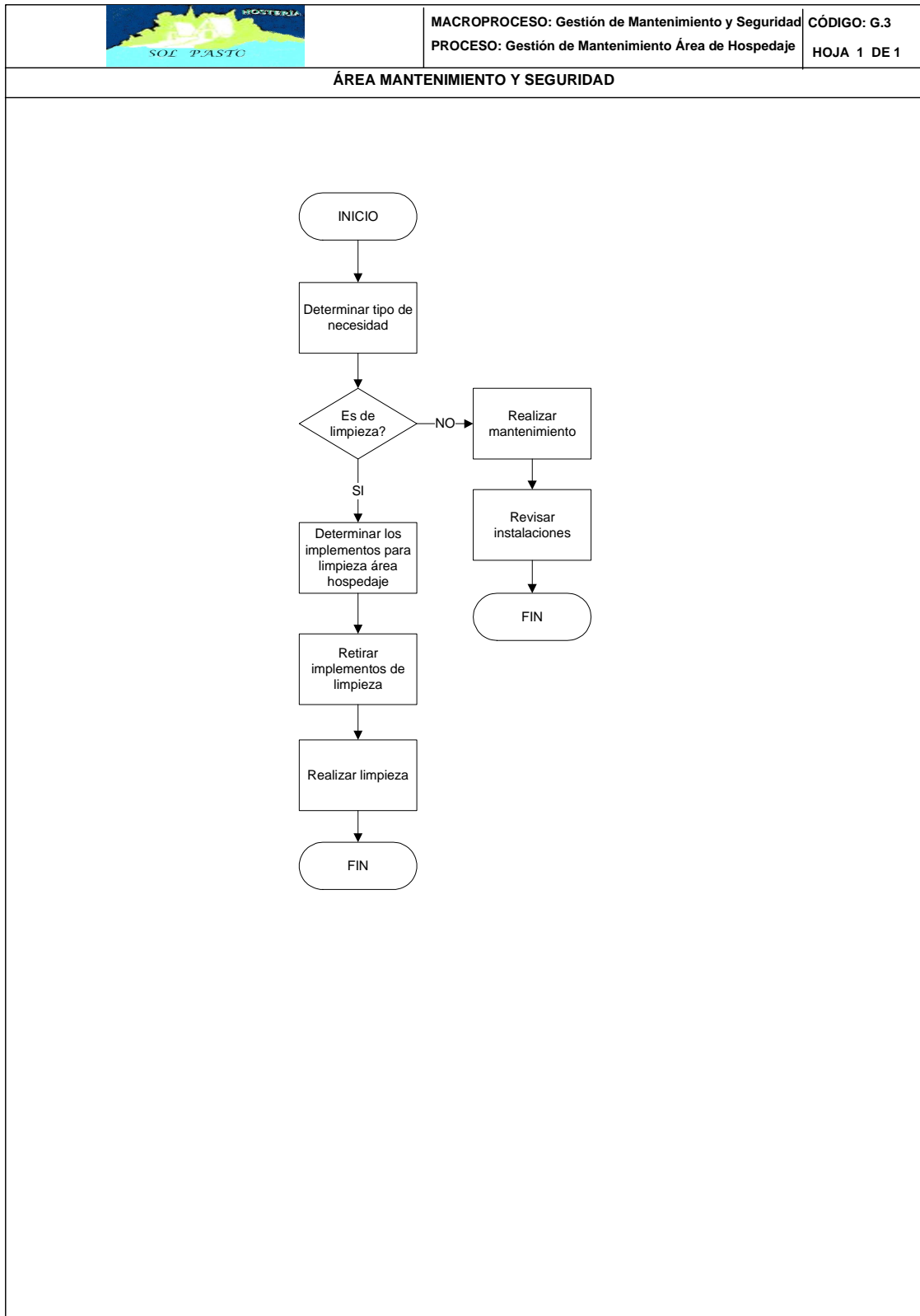


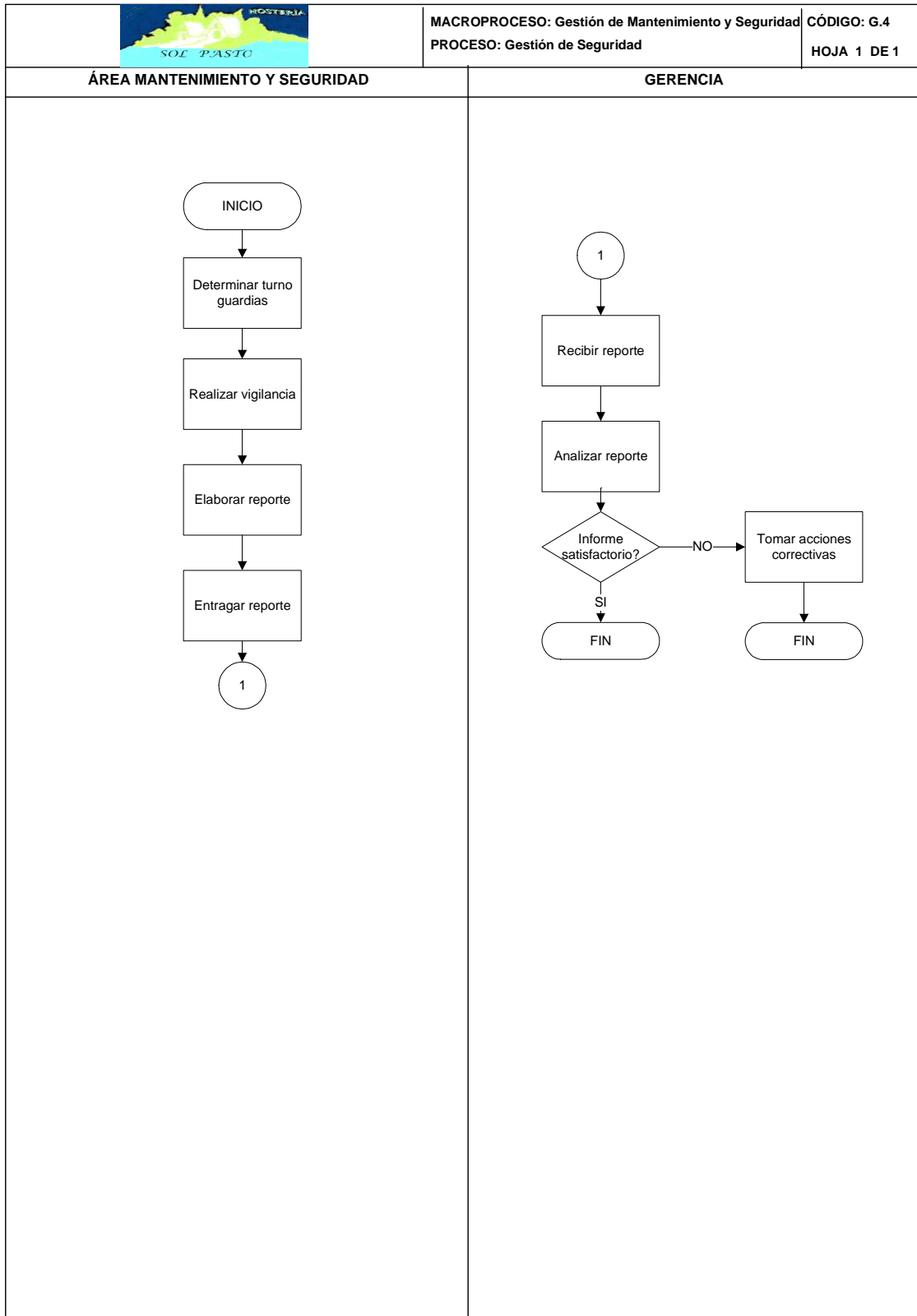


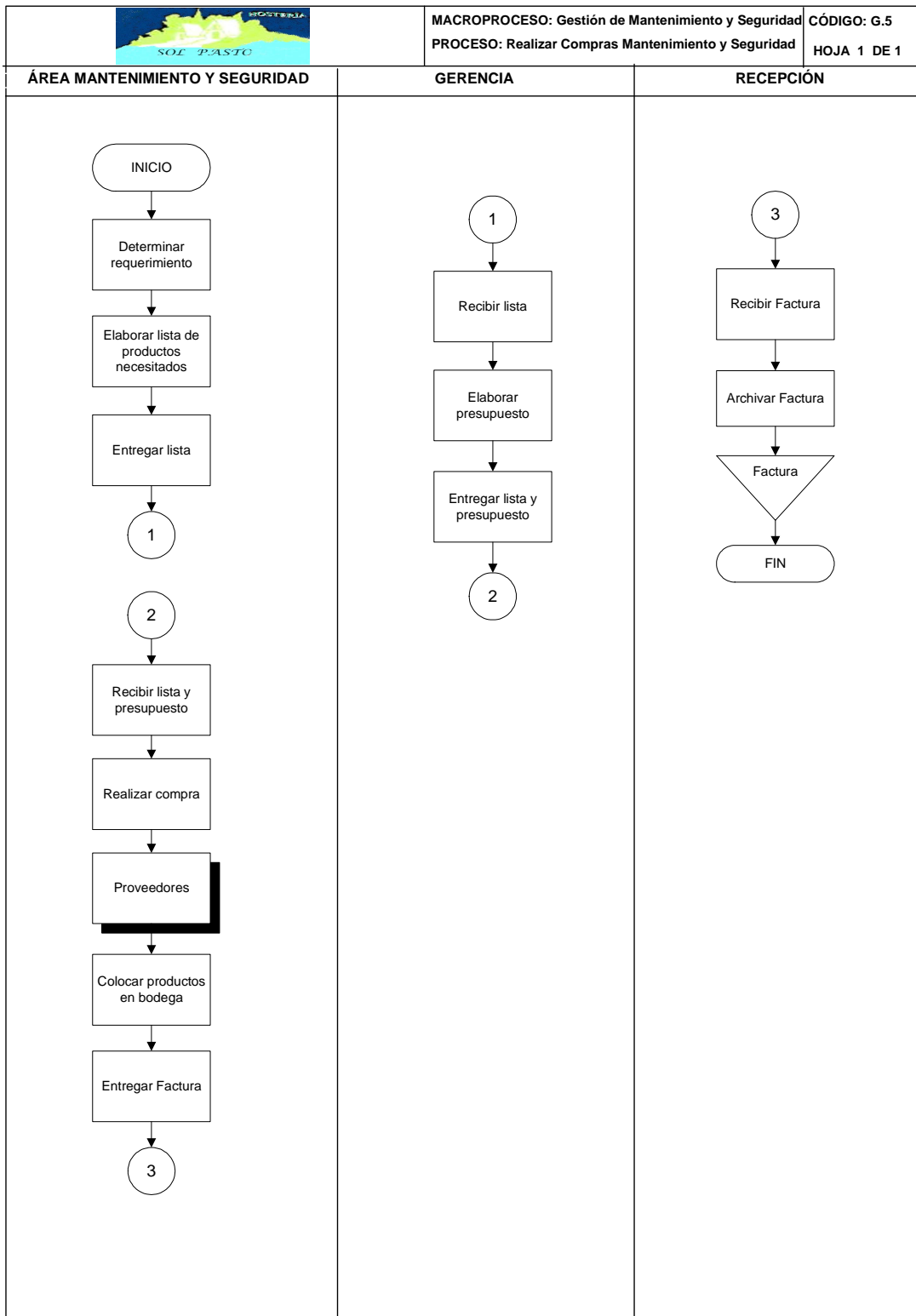
ÁREA MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD











5.10 HIGIENE, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

De acuerdo a los servicios que se van a prestar la higiene es fundamental en este tipo de negocios. La higiene se garantizará en cada una de las instalaciones esta será percibida por el cliente desde el momento que ingresa al establecimiento.

Cuando se haya terminado el día de trabajo se procederá a la limpieza total de las instalaciones. Para la seguridad se contará con extintores ubicados en lugares estratégicos. Se controlarán las fugas de gases tanto en la cocina como en el cuarto de máquinas.

Contaremos con guardias que salvaguardarán la seguridad del establecimiento y sobre todo de las personas que ingresen a él y de sus pertenencias como son los vehículos entre otros.

CAPITULO 6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

6.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para cada proyecto es posible definir una estructura organizativa que más se adecue a los requerimientos de su operación.

Para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto, es necesario canalizar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más adecuada posible. Con esto se puede determinar las características del personal que se requiere para que el proyecto funcione.

Este estudio también aporta a la estructura de costos debido a que determina el número de personas que se requiere para poder lograr los objetivos, así como, los sueldos que deben ser pagados.

6.1.1 ANÁLISIS DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.

La hostería cuenta con seis áreas: área de Administración y Recepción, de Alojamiento, de Alimentación, de Recreación y Esparcimiento, de Turismo, de Guardianía, de Parqueaderos y áreas verdes y jardines. Para cada una de estas áreas se realizará el análisis de los puestos requeridos. Este análisis es fundamental para determinar con exactitud las tareas, las condiciones, las habilidades, los posibles riesgos y la experiencia necesaria para desempeñar con éxito dicho puesto de trabajo. Así cada persona sabrá que funciones debe realizar y que se espera de ella dentro de su respectivo cargo.

Cabe recalcar que un puesto de trabajo puede ser ocupado por varias personas que se dedican a realizar las mismas tareas o que se encuentran bajo las mismas condiciones, e incluso bajo los mismos riesgos.

Por lo tanto a continuación se presenta la descripción y especificación de los diferentes puestos de trabajo que tendrá la empresa.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 1	
Título del puesto: Gerente General.	Área: Administración y Recepción.
Resumen del puesto:	
<p>Este puesto administrativo desempeña las actividades con mayor responsabilidad, ya que es la persona que toma las decisiones finales, tanto en el aspecto financiero como en el administrativo.</p> <p>Las actividades que lleva a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la planificación estratégica de la institución. • Realizar planes de mercadotecnia. • Controlar la contabilidad y controlar los riesgos contables. • Realizar los planes de operación y coordinar todo tipo de logística. • Controlar el manejo financiero de la institución. • Realizar la contratación y selección de personal. 	
Reporta a:	
Los posibles socios de la empresa.	
Supervisa a:	
Todos los trabajadores de la hostería.	
Tareas del puesto:	
a) Tareas diarias:	
<p>En esta sección se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el gerente.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Llevar a cabo la planificación de actividades que deben realizarse. b. Realizar el manejo financiero. c. Supervisar a los trabajadores. 	

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar la contabilidad de la empresa.
- Llevar a cabo la planificación estratégica.
- Reunirse con los trabajadores.
- Reunirse con los socios.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.

Riesgos del puesto:

Un puesto administrativo de este tipo no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo, salvo algún accidente durante el traslado desde o hacia su lugar de trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Planificación.
- Contabilidad.
- Mercadeo.
- Operaciones.
- Finanzas.
- Saber negociar.
- Toma de decisiones.
- Manejo de programas de computación.
- Inglés fluido (hablado y escrito).

Experiencia requerida:

Esencialmente una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita contar con una experiencia mínima de 2 años en la dirección de una empresa y tener conocimientos básicos de gerencia hotelera.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 2	
Título del puesto: Contador.	Área: Administración y Recepción.
Resumen del puesto:	
<p>Este puesto administrativo colabora, analiza y propone los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.</p> <p>Las actividades que lleva a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la institución. • Realizar la contabilidad y controlar los riesgos contables. • Realizar los planes de operación y coordinar todo tipo de logística. • Colaborar en el manejo financiero de la institución. • Colaborar con la empresa en los aspectos relativos a sus funciones. 	
Reporta a:	
Gerente General.	
Supervisa a:	
Ninguno.	
Tareas del puesto:	
a) Tareas diarias:	
<p>En esta sección se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el contador.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Llevar a cabo la planificación de actividades que deben realizarse. b. Realizar el manejo financiero. c. Supervisar a los trabajadores. 	

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar la contabilidad de la empresa.
- Reunirse con los trabajadores.
- Reunirse con los socios.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.

Riesgos del puesto:

Un puesto administrativo de este tipo no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo, salvo algún accidente del trabajo, como caídas de muebles, sillas, mesas, etc.; cuando se encuentre dentro de la empresa.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los

siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Conocimientos contables, tributarios y financieros.
- Finanzas.
- Toma de decisiones.
- Capacidad numérica y de lenguaje.
- Manejo de programas de computación.

Experiencia requerida:

Esencialmente una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita contar con una experiencia mínima de 2 años en la dirección de una empresa y tener conocimientos de computación, finanzas, contabilidad.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 3

Título del puesto: Secretaria-Recepcionista **Área:** Administración y Recepción.

Resumen del puesto:

Este puesto representa un papel crucial dentro de la empresa, ya que es la persona que tiene contacto con el cliente, por lo que debe transmitir una imagen positiva de la empresa. Dicha persona se encarga esencialmente de registrar las reservaciones de los clientes, recibirlos y emitir las facturas de los clientes.

Las actividades que lleva a cabo son las siguientes:

- Realizar reservaciones de los clientes.
- Recibir a los clientes.
- Asignar el cuarto a los turistas.
- Atender cualquier queja de los clientes.
- Cobro hospedaje y/u otros servicios: caballos, botes, bicicletas.
- Emitir la factura de los clientes.
- Realizar un servicio post-venta, es decir un seguimiento a los turistas después de su estadía en la hostería.

Reporta a:

Gerente General.

Supervisa a:

Ninguno

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

En esta sección se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el/la recepcionista:

- Atender con amabilidad el teléfono.
- Resolver cualquier duda del posible cliente vía telefónica.
- Dar información sobre los servicios de la hostería.
- Realizar la reserva del cliente.
- Recibir con hospitalidad al cliente.
- Verificar la identidad del cliente.
- Formalizar el hospedaje del cliente.
- Llenar el formulario de registro.
- Asignar la habitación correspondiente.
- Proporcionar todo tipo de información útil al turista.
- Atender cualquier tipo de reclamo.
- Resolver los problemas de los clientes con rapidez y predisposición.
- Emitir la factura correspondiente.
- Registrar la salida del cliente.
- Seguimiento a los clientes que se hayan hospedado en la hostería.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar una lista de las quejas de los clientes y remitirla al gerente en caso de no poder solucionarlas rápidamente.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en

general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad.
- Mantener buena presencia.
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.

Riesgos del puesto:

Un puesto administrativo de este tipo no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo, salvo algún accidente durante el traslado desde o hacia su lugar de trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.
- Carisma.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que

se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Buena predisposición.
- Ser servicial.
- Hospitalidad.
- Amabilidad.
- Organización.
- Eficiencia.
- Rapidez.
- Saber captar la atención del cliente en el teléfono.
- Idioma inglés fluido (hablado y escrito).

Experiencia requerida:

Esencialmente una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita contar con una experiencia mínima de 2 años en esta área. Además debe contar con un buen nivel de inglés (hablado y escrito) para atender a los turistas extranjeros. Debe tener como mínimo el título de bachillerato y tener de preferencia buenas relaciones personales.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 4	
Título del puesto: Chef.	Área: Alimentación.
Resumen del puesto:	
<p>Este puesto desempeña la actividad de preparar la comida a los clientes.</p> <p>Las actividades que lleva a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de Mercaderías y faltantes. • Realización de los distintos menús. • Control de higiene de la cocina y empleados. 	
Reporta a:	
Gerente General	
Supervisa a:	
Ayudantes de cocina, meseros.	
Tareas del puesto:	
a) Tareas diarias:	
<p>Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el chef, estas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Elaborar el menú diario. b. Preparar los alimentos. c. Colaborar con la limpieza de la cocina y de los utensilios de cocina. 	
b) Tareas periódicas:	
<p>Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:</p>	

- Realizar lista de requisición de alimentos.
- Dictar talleres de cocina tradicional a turistas.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Cuidado de los bienes de uso.
- Uso adecuado de las mercaderías.
- Puntualidad.
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Cumplir con el horario de trabajo.

Riesgos del puesto:

Un puesto de cocina no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buena predisposición.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad.
- Manejo aceptable del idioma inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita contar con un título profesional de cocina, tener un nivel aceptable de inglés y una experiencia mínima de un año. De preferencia contar con buenas referencias personales.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 5

Título del puesto: Ayudante de Cocina.

Área: Alimentación.

Resumen del puesto:

Este puesto desempeña las actividades de colaborar en el restaurante y en la preparación de la comida a los clientes.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Atender el restaurante.
- Colaborar en la limpieza de la cocina.
- Colaborar en la elaboración del menú diario y semanal.
- Contribuir en la preparación de la comida a los turistas.

Reporta a:

Chef.

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el personal de cocina, estas son:

- a. Limpiar la cocina.
- b. Limpiar el restaurante.
- c. Lavar la vajilla.
- d. Contribuir en la preparación el menú diario.
- e. Colaborar en la preparación de los alimentos.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Colaborar en los talleres de cocina tradicional a turistas.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Chef para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Predisposición para realizar sus respectivas tareas.
- Mantener buena presencia.
- Mantener en buenas condiciones las herramientas y utensilios de trabajo.

Riesgos del puesto:

Un puesto de cocina no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buena predisposición.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad.
- Manejo aceptable del idioma inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita contar con un título profesional de cocina, tener un nivel aceptable de inglés y una experiencia mínima de un año. De preferencia contar con buenas referencias personales.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 6	
Título del puesto: Mesero.	Área: Alimentación.
Resumen del puesto:	
<p>Este puesto desempeña la actividad de atender el restaurante.</p> <p>Las actividades que lleva a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar de la presentación de las mesas. • Recepción y acomodamiento de clientes. • Tomar los pedidos a los clientes. • Comunicar el pedido al chef y al cajero. • Servir los alimentos a los clientes. • Reordenar sector de trabajo después del servicio. 	
Reporta a:	
Chef.	
Supervisa a:	
Ninguno.	
Tareas del puesto:	
a) Tareas diarias:	
<p>Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el personal de cocina, estas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Organizar el restaurante. b. Asesorar a los clientes en la elección del menú. c. Recepción y acomodamiento de clientes. d. Comunicar el pedido al chef y entregar hoja de pedido al cajero. e. Colaborar en la limpieza de la cocina y de sus utensilios. f. Reordenar sector de trabajo después del servicio. 	

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Colaborar en los talleres de cocina tradicional a turistas.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Chef para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Predisposición para realizar sus respectivas tareas.
- Mantener buena presencia.

Riesgos del puesto:

Un puesto de cocina no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad y cordialidad.
- Compromiso.
- Buena predisposición.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad.
- Manejo aceptable del idioma inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita contar con un título profesional de cocina, tener un nivel aceptable de inglés y una experiencia mínima de un año. De preferencia contar con buenas referencias personales.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 7

Título del puesto: Guía Turístico Profesional.

Área: Turismo.

Resumen del puesto:

Este puesto desempeña la actividad esencial de ofrecer el servicio de tour a los turistas nacionales y extranjeros.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Proporcionar todo tipo de información útil al turista sobre los sitios turísticos.
- Realizar tour por los principales destinos turísticos del sector.
- Velar por la seguridad de los integrantes del tour.

Reporta a:

Gerente General

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el guía turístico profesional, estas son:

- a. Proveer al turista todo tipo de información sobre el tour.
- b. Preparar equipaje necesario para llevar a cabo el tour.
- c. Velar por la seguridad de los clientes.
- d. Realizar tour a los diferentes sitios de la zona.
- e. Trasladar a los turistas hacia los sitios a visitar.
- f. Llevar a los turistas al área de recreación y esparcimiento.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar mantenimiento periódico de al vehículo destinado al transporte de turistas.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Mantener en buenas condiciones las herramientas de trabajo.

Riesgos del puesto:

Un puesto de limpieza no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves por caídas involuntarias durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.
- Carisma.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad.
- Saber conducir vehículos con precaución.
- Tratar al cliente con respeto.
- Idioma Inglés fluido.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este no necesita tener la licencia de ejercicio profesional, excelente nivel de inglés, tener licencia de manejo y una experiencia mínima de 2 años.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 8

Título del puesto: Personal de Limpieza. **Área:** Mantenimiento y Seguridad.

Resumen del puesto:

Este puesto se encarga de mantener todas las instalaciones limpias y ordenadas para proyectar una buena imagen de la empresa y contribuir con la satisfacción del cliente.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Realizar aseo completo Área de Administración.
- Realizar aseo completo Área de Alojamiento.
- Realizar aseo completo Área de Recreación y Esparcimiento.
- Realizar aseo completo Área de Turismo.
- Realizar aseo completo Área de Mantenimiento y Seguridad.
- Realizar aseo completo Parqueaderos.

Reporta a:

Gerente General.

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el personal de limpieza, estas son:

- a. Barrer pisos.
- b. Trapear pisos.
- c. Aseo total de habitaciones.
- d. Cambiar sábanas de las camas.

- e. Lavar y planchar sábanas.
- f. Tender camas.
- g. Limpieza general del baño.
- h. Cambiar toallas.
- i. Lavar toallas.
- j. Colocar shampoo y jabón en baños.
- k. Limpiar caballerizas.
- l. Alimentar caballos.
- m. Limpiar áreas guardianía y parqueadero.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Poda de árboles
- Arreglos jardín y caminos exteriores.
- Realizar lista de requisiciones para adquirir artículos de limpieza.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.

- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Predisposición para realizar sus respectivas tareas.
- Mantener buena presencia.
- Mantener en buenas condiciones las herramientas y utensilios de trabajo.

Riesgos del puesto:

Un puesto de limpieza no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves por caídas involuntarias durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez.
- Eficiencia.
- Organización.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este no necesita obligatoriamente de experiencia, solamente necesita buena predisposición y ganas de servir en todo lo que se pueda al cliente.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 9

Título del puesto: Guardia.

Área: Mantenimiento y Seguridad.

Resumen del puesto:

Este puesto de encarga de mantener la seguridad en el establecimiento.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Cuidar de las personas y bienes del local.
- Cuidado de los clientes y bienes de los mismos.

Reporta a:

Gerente General

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:**a) Tareas diarias:**

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el personal de limpieza, estas son:

- a. Vigilar todas las áreas del establecimiento.
- b. Aviso a la policía en caso de siniestro.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Salud física y mental
- Visión apta
- Condiciones de motricidad

Riesgos del puesto:

Un puesto como este no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves por caídas involuntarias durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez.
- Capacidad de afrontar situaciones imprevistas.
- Buena visión.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este, necesita de experiencia y buena predisposición.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 10

Título del puesto: Cajero / Bodeguero

Área: Alimentación.

Resumen del puesto:

Este puesto desempeña las actividades de cobro por el servicio del restaurante y el control de las materias primas de las bodegas de la hostería.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Realizar el cobro a los clientes por el servicio del restaurante de la hostería.
- Control de materias primas y faltantes de las bodegas.

Reporta a:

Gerente General.

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el cajero / bodeguero , estas son:

- a. Emitir la factura de cada uno de los clientes del restaurante.
- b. Realizar el cobro a los clientes del restaurante.
- c. Entregar dinero y facturas al contador.
- d. Despachar materias primas

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente,

pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar ocasionalmente compras necesarias para funcionamiento de la hostería.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Cuidado de los bienes de uso.
- Uso adecuado de las mercaderías.
- Puntualidad.
- Cumplimiento con las políticas de la institución.

Riesgos del puesto:

Un puesto como este no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buena predisposición.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad numérica.
- Manejo aceptable del idioma inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita tener un nivel aceptable de inglés y una experiencia mínima de un año en un puesto similar. De preferencia contar con buenas referencias personales.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 11	
Título del puesto: Botones.	Área: Hospedaje.
Resumen del puesto:	
<p>Este puesto desempeña la actividad de ayudar a los turistas con su equipaje.</p> <p>Las actividades que lleva a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompañar a los clientes hasta la habitación asignada. • Llevar el equipaje de los clientes a la habitación y desde esta a la recepción. 	
Reporta a:	
Gerente General.	
Supervisa a:	
Ninguno.	
Tareas del puesto:	
a) Tareas diarias:	
<p>Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el botones, estas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Trasladar el equipaje de los clientes. b. Acompañar a los clientes a la habitación. 	
b) Tareas periódicas:	
<p>Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:</p>	

- Atender al cliente en sus requerimientos en la habitación.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Cuidado de los bienes de uso.
- Uso adecuado de las mercaderías.
- Puntualidad.
- Cumplimiento con las políticas de la institución.

Riesgos del puesto:

Un puesto de botones no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Buena predisposición.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad.
- Manejo aceptable del idioma inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este necesita tener predisposición hacia el servicio, un nivel aceptable de inglés y una experiencia mínima de un año. De preferencia contar con buenas referencias personales.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 12

Título del puesto: Jornalero A.

Área: Recreacional.

Resumen del puesto:

Este puesto se encarga del cuidado de los caballos de la hostería, así como también de los jardines de la misma.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Realizar aseo completo de las caballerizas.
- Realizar aseo de los caballos.
- Alimentar a los caballos.
- Facilitar a los clientes los caballos, en caso de solicitarlos.
- Comunicar a los clientes los senderos asignados para las cabalgatas.
- Receptar boletos de los clientes.
- Entregar boletos al contador.

Reporta a:

Gerente General.

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el jornalero A, estas son:

- a. Lavar las caballerizas.
- b. Alimentar a los caballos.
- c. Aseo de los caballos.
- d. Ensillar a los caballos para los clientes.

e. Receptar boletos de los clientes.

f. Entregar boletos al contador.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Poda de árboles.
- Arreglos jardín y caminos exteriores.
- Realizar lista de requisiciones para adquirir alimentación de los caballos.
- Reportar en caso de enfermedad de alguno de los caballos.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Predisposición para realizar sus respectivas tareas.
- Mantener en buenas condiciones las herramientas y utensilios de trabajo.

Riesgos del puesto:

Un puesto como este no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los riesgos que podrían suceder son lesiones leves por caídas involuntarias durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Eficiencia.
- Organización.
- Tratar al cliente con respeto.
- Manejo aceptable del idioma Inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este no necesita obligatoriamente de experiencia, solamente necesita buena predisposición y ganas de servir en todo lo que se pueda al cliente.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 13

Título del puesto: Jornalero B.

Área: Recreacional.

Resumen del puesto:

Este puesto se encarga de mantener en buen estado los botes y bicicletas de la hostería.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Realizar aseo de los botes y bicicletas.
- Asignar botes o bicicletas a los clientes en caso de requerirlos.
- Receptar boletos de los clientes.
- Entregar boletos al contador.

Reporta a:

Gerente General.

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:

a) Tareas diarias:

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el jornalero B, estas son:

- a. Realizar aseo de los botes y bicicletas.
- b. Asignar botes o bicicletas a los clientes en caso de requerirlos.
- c. Receptar boletos de los clientes.
- d. Entregar boletos al contador.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar mantenimiento de botes y bicicletas.
- Realizar lista de requisiciones para adquirir artículos de mantenimiento.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Predisposición para realizar sus respectivas tareas.
- Mantener buena presencia.
- Mantener en buenas condiciones las herramientas y utensilios de trabajo.

Riesgos del puesto:

Un puesto de limpieza no corre muchos riesgos en su puesto de trabajo; los

riesgos que podrían suceder son lesiones leves por caídas involuntarias durante la realización de su trabajo.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Eficiencia.
- Organización.
- Tratar al cliente con respeto.
- Manejo aceptable del idioma Inglés.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto necesita tener conocimientos básicos de atención al cliente y mecánica, buena predisposición y ganas de servir en todo lo que se pueda al cliente.

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO # 14**Título del puesto:** Chofer.**Área:** Turismo.**Resumen del puesto:**

Este puesto desempeña la actividad de transportar a los clientes durante los tours y colaborar en el transporte de los elementos necesarios para llevar a cabo las actividades de la hostería.

Las actividades que lleva a cabo son:

- Llevar a los clientes por los principales destinos turísticos del sector.
- Velar por la seguridad de los integrantes del tour.
- Coordinar con el guía turístico las rutas a llevar a cabo.

Reporta a:

Gerente General

Supervisa a:

Ninguno.

Tareas del puesto:**a) Tareas diarias:**

Aquí se detallan de manera más específica las actividades realizadas por el guía turístico profesional, estas son:

- a. Transportar a los turistas por los principales destinos turísticos del sector.
- b. Conducir con precaución.
- c. Revisar el vehículo antes de realizar el tour.
- d. Coordinar con el guía turístico las rutas a llevar a cabo.

b) Tareas periódicas:

Por otra parte, se cumplen otras actividades que no se realizan diariamente, pero que de igual manera resultan importantes para el desempeño de la empresa, que son las siguientes:

- Realizar mantenimiento periódico de al vehículo destinado al transporte de turistas.
- Contribuir con las necesidades o imprevistos de la hostería transportando los elementos requeridos.
- Reunirse con los demás trabajadores para verificar que se esté ofreciendo un excelente servicio al cliente.
- Reunirse con el Gerente General para mejorar y corregir deficiencias, en el servicio, en el caso de haberlas.

Condiciones de trabajo del puesto:

Dentro de las condiciones de trabajo establecidas, no sólo para este sino en general para todos los puestos de trabajo pueden anotarse las siguientes:

- Puntualidad
- Cumplimiento con las políticas de la institución.
- Respeto a todos los miembros de la empresa.
- Profesionalismo.
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Honorabilidad.
- Paciencia.
- Mantener en buenas condiciones las herramientas de trabajo.

Riesgos del puesto:

Los riesgos que corre un chofer en su puesto de trabajo son accidentes de tránsito.

Cualidades humanas necesarias para el puesto:

Cada puesto de trabajo necesita de ciertos requerimientos, cualidades humanas que permitan el mejor desempeño de la institución que deben ser los siguientes:

- Don de gente.
- Empatía.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.
- Buen carácter.
- Carisma.

Habilidades indispensables para el puesto:

Las principales habilidades y conocimientos con los que se debe contar y que se necesitan para que su labor sea más eficiente son los siguientes:

- Rapidez
- Eficiencia
- Organización.
- Agilidad.
- Saber conducir vehículos con precaución.
- Tratar al cliente con respeto.
- Idioma Inglés intermedio.

Experiencia requerida:

Una persona que desee aspirar a un puesto como este no necesita tener manejo aceptable del idioma inglés, tener licencia de manejo y una experiencia mínima de 2 años.

6.1.2 PLANIFICACIÓN DEL RECURSO HUMANO.

El talento humano es lo más importante de una organización por lo que es importante realizar una planificación de este.

Se trata de elaborar e implantar planes y programas para asegurarse de que hay disponibles el número y tipo de personas apropiadas, en el momento oportuno, en el lugar adecuado, para satisfacer las necesidades de la organización. Se considera que la planificación del recurso humano es una obligación ya que es indispensable enriquecer el talento humano: el factor decisivo para marcar la diferencia con la competencia destacándose el valor agregado ofrecido.

6.1.2.1 Recurso Humano.

Algunos factores externos afecta la planificación del recurso humano de la hostería. Por ejemplo: el desempleo puede resultar en primera instancia beneficiosa, puesto que existe una sobreoferta de mano de obra, lo que aumenta la probabilidad de encontrar profesionales capacitados que se necesita para las diferentes áreas.

Sin embargo, por otra parte a pesar de que la oferta laboral para los distintos puestos es alta, el proceso de selección es mucho más complejo porque no siempre los posibles candidatos cumplen con los requerimientos necesarios ni resultan aptos para ocupar dicho puesto de trabajo, por las exigencias de calidad que se va a manejar dentro de la empresa.

Otra fuerza externa que constituye un problema para el reclutamiento y selección de personal es la migración; ya que afecta la estructura del mercado de trabajo, puesto que paulatinamente se va reduciendo la mano de obra que podría ser capaz de brindar un servicio de calidad. Esto trae como consecuencia una dificultad en el proceso de planificación.

Analizados estos dos importantes factores, se prosigue a una previsión tanto de la

demanda como de la oferta del recurso humano.

6.1.2.1.1 *Demanda Laboral.*

La demanda laboral de la hostería de acuerdo a la descripción y especificación de los puestos se la dividirá de la siguiente manera con el subsiguiente número de empleados para cada puesto de trabajo:

Cuadro No. 6.1
NÚMERO DE PERSONAL NECESARIO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA HOSTERÍA.

CONCEPTO	CANTIDAD
Gerente general	1
Contador	1
Secretaria repcionista	1
Chef	1
Ayudante de Cocina	1
Meseros	2
Cajero-Bodeguero	1
Botones	1
Guías	1
Jornalero	2
Limpieza	2
Guardias	2
TOTAL	16

Fuente: Investigación Realizada.
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Se determinó que se necesitan 16 personas en total, las cuales llenarán de forma satisfactoria la demanda laboral del establecimiento.

6.1.2.1.2 *Oferta Laboral.*

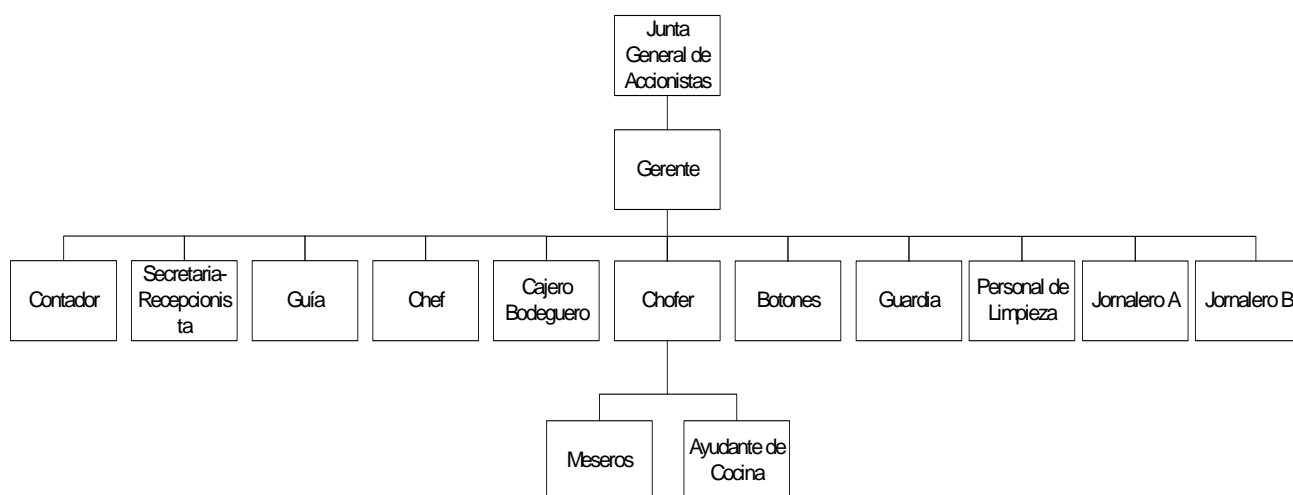
La oferta laboral de recursos humanos dentro del sector turístico es por lo general muy alta; sin embargo no todas las personas que aplican al puesto de trabajo resultan aptas, ni cuentan con los requerimientos para satisfacer las necesidades de las empresas. Por lo tanto el proceso de selección se torna complicado por las

exigencias de los clientes, por lo que se debe tratar de elegir correctamente al personal para brindar al turista extranjero como al nacional un servicio de primera categoría.

6.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Como ya se mencionó en el análisis de los puestos de trabajo, la hostería va a tener varias áreas. A continuación se presentará un organigrama para que todos los miembros de la empresa visualicen la estructura organizacional de la misma.

Gráfico No. 6.1
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación Realizada.
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

6.1.4 PLAN DE REMUNERACIONES

A continuación se muestra un cuadro con los montos de las remuneraciones que los empleados de la hostería ganarán en el año de creación del negocio.

Cuadro No. 6.2
MONTO DE LAS REMUNERACIONES DE LOS MIEMBROS DE LA HOSTERÍA.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente general	650	7.800
Contador	350	4.200
Secretaria recepcionista	200	2.400
Chef	400	4.800
Ayudante de Cocina	200	2.400
Meseros	400	4.800
Cajero-Bodeguero	200	2.400
Botones	200	2.400
Guías	350	4.200
Jornalero	400	4.800
Limpieza	400	4.800
Guardias	400	4.800
TOTAL	4.150	49.800

Fuente: Investigación Realizada.
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

Cabe recalcar, que los montos de remuneración variarán de acuerdo a los ingresos percibidos por la empresa. Además, no hay que olvidar que el personal recibirá todos los beneficios de ley como el décimo tercer sueldo, el décimo cuarto y participación de las utilidades.

6.2 ESTUDIO LEGAL

Los aspectos legales que pueden influir en el proyecto han sido analizados para tener una perspectiva global del mismo.

Los requisitos que se indican a continuación son para instalar y poner en funcionamiento la hostería como una Sociedad Anónima.

6.2.1 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Todas las compañías de comercio sean estas productivas o de servicio, deben estar suscritas a la Superintendencia de Compañías.

6.2.1.1 Requisitos constitución Compañía Anónima:

- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.
- Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6 sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los numerales antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas.
- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.
- Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas, según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R.O. 379 de 8 de agosto de 1998.

- La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el caso de aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal para la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

6.2.1.2 Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil.

- 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 cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para actos societarios).

6.2.2 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

6.2.2.1 Requisitos para obtener el RUC

Para la inscripción del Representante Legal y Gerente General de una empresa deberán presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente (extranjeros residentes Visa 10 y No residentes Visa 12).
- Los ecuatorianos, presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral (TSE).

Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Super. de Compañías
- Adicionalmente se deberá adjuntar Carta suscrita por el contador del sujeto pasivo (con copia de cédula de identidad adjunta), certificando su relación laboral o contractual con el contribuyente.

6.2.2.2 Obligaciones Tributarias

- Declaración de IVA Mensual
- Declaración Mensual de Retenciones en la Fuente
- Presentación Anexo REOC
- Declaración del Impuesto a la Renta

6.2.3 MINISTERIO DE TURISMO

6.2.3.1 Registro y licencia única anual de funcionamiento

Realizar el pago, para una hostería de primera, se pagarán \$7,10 por habitación, pagando como máximo \$ 710,00.

- **Banco del Pichincha**, Cta. Cte. No. 3056328804, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.
- **Banco del Pacífico**, Cta. Cte. No. 5750415, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.

6.2.3.2 Impuesto uno por mil.

La cancelación del Impuesto de Uno x Mil de los activos fijos es una obligación que deberá ser cumplida por las personas naturales y jurídicas propietarias de Establecimientos Turísticos del Estado Ecuatoriano.

- Llenar el Formulario de Declaración del uno por mil sobre Activos Fijos.

ANEXO 6.1

- Realizar el pago del impuesto.
 - **Banco del Pichincha**, Cta. Cte. No. 3056328804, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.
 - **Banco del Pacífico**, Cta. Cte. No. 5750415, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.

6.2.4 CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DEL CARCHI.

DOCUMENTO DE AFILIACIÓN

- Certificado que emite el Ministerio de Turismo.
- Copia RUC del representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Dos fotografías tamaño carné representante legal.
- Permiso de funcionamiento (Dirección Provincial de Salud).
- Pago del valor de la afiliación \$10.

6.2.5 DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DEL CARCHI.

SOLICITUD PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- Enviar un oficio dirigido al Director Provincial de Salud de la provincia del Carchi solicitando el permiso de funcionamiento para la hostería, al oficio de adjuntará:
 - Copia de la cédula y certificado de votación del representante legal.
 - Record policial del representante legal
 - Croquis de la ubicación de la hostería.
 - Planos de la hostería a escala 1:50.
- Pago de derecho de inspección, \$10 para el cantón Montúfar.
- Realizar la inspección.
- Exámenes de laboratorio de todos los empleados
 - Coproparasitario
 - VDRL
 - Aglutinaciones Febriles.

6.2.6 MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTÚFAR.

IMPUESTO DE PATENTES

- Estado de situación inicial.
- Permiso de funcionamiento (Dirección Provincial de Salud).
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos.

6.2.7 CUERPO DE BOMBEROS CARCHI.

SOLICITUD DE INSPECCIÓN.

- Oficio dirigido al comandante del cuerpo de bomberos de la provincia del Carchi.
- Planos de la hostería.

CAPITULO 7. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

En este capítulo se determinará las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas. Así como también se establecerá la factibilidad del proyecto.

7.1 ESTUDIO FINANCIERO

La viabilidad financiera pretende definir mediante la comparación de beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación o posterior operación.³⁹

Para la elaboración del estudio financiero se debe considerar la inversión que se requiere para la creación de la Hostería, la estructura del capital, el pronóstico de ingresos, el pronóstico de costos y gastos operacionales y el análisis de la posición financiera esperada.

7.1.1 INVERSIÓN

A continuación se especificará el monto de los recursos que en forma de capital requerirá nuestro proyecto para materializarse y poder iniciar las operaciones. Dentro de la Inversión Fija se considera el valor del terreno, la Construcción e Instalaciones, Maquinaria y Equipo, Muebles y Enseres, Vehículos.

7.1.1.1 Activos Fijos

7.1.1.1.1 Terreno

Para la construcción de la Hostería se cuenta con un terreno de 22 hectáreas o 220.000m² cuyo valor es de \$1 por m² es decir un total de \$220.000. Cabe recalcar que el terreno es una aportación de un socio.

³⁹ SAPAG CHAIN NASSIR, Criterios de Evaluación de Proyectos. McGraw Hill 2da Edición. p.15

7.1.1.1.2 Construcciones e Instalaciones

Comprende de los trabajos previos a la construcción y la obra misma, así como también las instalaciones de agua, eléctricas, etc.

Cuadro No. 7.1
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Trabajos preliminares	Glb	1,00	6.000,00	6.000,00
2	Cabañas tipo (12)	m2	640,00	90,00	57.600,00
3	Restaurante-sala de eventos	m2	650,00	90,00	58.500,00
4	Alojamiento Guías	m2	100,00	45,00	4.500,00
5	Zona Turística Kioscos de ventas	U	5,00	15,00	75,00
6	Parasoles de madera	U	5,00	25,00	125,00
8	Batería sanitarias	m2	25,00	40,00	1.000,00
9	Canchas uso múltiple	m2	900,00	10,00	9.000,00
10	Caseta guardiana	m2	36,00	35,00	1.260,00
11	Caballerizas en madera	Glb	2,00	1.200,00	2.400,00
12	Juegos infantiles de madera	Glb	1,00	500,00	500,00
13	Adesentamiento caminerías	MI	400,00	4,50	1.800,00
14	Adesentamiento jardinería	Glb	1,00	2.500,00	2.500,00
15	Area de parqueaderos	m2	300,00	10,00	3.000,00
16	Instalaciones agua,luz,alcantarilla	Glb	1,00	10.000,00	10.000,00
TOTALES					158.260,00

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.1.1.1.3 Equipos

En este rubro se encuentran los equipos necesarios para el funcionamiento de todas las áreas de la Hostería. A continuación se presenta un resumen de la Inversión de Equipos según el **ANEXO No. 7.1**

Cuadro No. 7.2
INVERSIÓN EN EQUIPOS

DETALLE	VALOR
Equipo de Computación	2.225,00
Equipo de Cocina	3.131,23
Equipo de Turismo	4.732,00
SUBTOTAL	10.088,23
IMPREVISTOS 3%	302,65
TOTAL	10.390,88

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.1.1.1.4 Muebles y Enseres

Inversión en Muebles y Enseres según **ANEXO NO. 7.2** Es de:

Cuadro No. 7.3
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	VALOR
Muebles y Enseres	19.079,96
SUBTOTAL	19.079,96
IMPREVISTOS 3%	572,40
TOTAL	19.652,36

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.1.1.1.5 Menaje de Restaurant

El menaje representa la vajilla, cubertería y el servicio de mesa en general necesario en un restaurant. El detalle de este rubro se encuentra en el **ANEXO No. 7.3**

Cuadro No. 7.4
INVERSIÓN MENAJE DE RESTAURANT

DETALLE	VALOR
Menaje de Restaurant	1,918.92
SUBTOTAL	1,918.92
IMPREVISTOS 3%	57.57
TOTAL	1,976.49

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.1.1.1.6 Vehículos

Para el traslado de turistas cuando se desarrollen los paquetes de turismo se dispondrá de un mini bus con capacidad para 25 personas cuyo valor se estima en \$ 30.000.

7.1.1.1.7 Semovientes

En la hostería se dispondrá de 6 caballos los cuales se estima un valor de \$ 400 cada uno es decir un total de \$2400.

7.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS

7.1.2.1 Estudio de Factibilidad

Los gastos necesarios para determinar la factibilidad del proyecto se considera un valor de \$ 773,53.

7.1.2.1.1 Gastos de Constitución

Los Gastos de constitución son aquellos que se realizan antes de iniciar las operaciones como empresa, se consideran los siguientes:

Cuadro No. 7.5
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
Honorarios Profesionales	700.00
Elaboración Planos	1,000.00
Registro Sanitario	100.00
Ministerio de Turismo	127.80
SUBTOTAL	1,227.80
IMPREVISTOS 3%	36.83
TOTAL	1,264.63

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.1.3 ACTIVOS CORRIENTE

7.1.3.1 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para la operación normal de proyecto contablemente se lo define como activo circulante menos pasivo circulante. El activo se compone de los rubros, valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar, el pasivo circulante se conforma de los rubros sueldos y salarios, proveedores impuestos e intereses. **ANEXO No. 7.4**

7.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Para el cálculo de los ingresos se va a tomar en cuenta las diferentes opciones de entretenimiento que propone nuestro proyecto. La proyección de los ingresos se realizará a 10 años puesto que para las inversiones turísticas se requiere de un tiempo relativamente largo para poder obtener conclusiones certeras. Para determinar los ingresos se va a considerar un 35% de ocupación durante el primer año, dato que se obtuvo realizando una comparación con los competidores los cuales determinaron un promedio de 45% de ocupación durante el primer año. Esta capacidad del 35% incrementará en un 3% anual basándonos al crecimiento del PIB turístico que en los últimos años se ha mantenido en cifras alrededor del 3.5% anual.

Ingresos por Hospedaje

En base a las encuestas realizadas en el Estudio de Mercado se ha determinado un precio promedio de \$20 por persona. Tomando en cuenta una capacidad instalada de 50 personas diarias.

Cuadro No. 7.6
INGRESO POR HOSPEDAJE

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS	TARIFA DOLARES	OCUPACIÓN DIAS/AÑO	INGRESO ANUALES DOLARES
1	50	35	18	20,00	360	126.000,00
2	50	38	19	20,20	360	138.168,00
3	50	41	21	20,40	360	150.552,00
4	50	44	22	20,60	360	163.152,00
5	50	47	24	20,80	360	175.968,00
6	50	50	25	21,00	360	189.000,00
7	50	53	27	21,20	360	202.248,00
8	50	56	28	21,40	360	215.712,00
9	50	59	30	21,60	360	229.392,00
10	50	62	31	21,80	360	243.288,00
TOTAL						1.833.480,00

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Ingresos de Restaurante

Para estimar los ingresos de restaurant se considera los siguientes precios; desayuno a \$2.00, Almuerzo \$3.00, Cena \$3.50, Bebida \$0.60, Plato Típico \$10.00 el cual se ofrecerá dos veces a la semana. El porcentaje de utilización estará basado de acuerdo una la capacidad instalada de 50 personas diarias.

Cuadro No. 7.7
INGRESO DE RESTAURANTE-DESAYUNO

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS	TARIFA DOLARES	OCUPACIÓN DIAS/AÑO	INGRESO ANUALES DOLARES
1	50	35	18	2,00	360	12.600,00
2	50	38	19	2,02	360	13.816,80
3	50	41	21	2,04	360	15.055,20
4	50	44	22	2,06	360	16.315,20
5	50	47	24	2,08	360	17.596,80
6	50	50	25	2,10	360	18.900,00
7	50	53	27	2,12	360	20.224,80
8	50	56	28	2,14	360	21.571,20
9	50	59	30	2,16	360	22.939,20
10	50	62	31	2,18	360	24.328,80
TOTAL						183.348,00

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.8
INGRESO DE RESTAURANTE-ALMUERZO

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS	TARIFA DOLARES	OCUPACIÓN DIAS/AÑO	INGRESO ANUALES DOLARES
1	50	35	18	3,00	360	18.900,00
2	50	38	19	3,03	360	20.725,20
3	50	41	21	3,06	360	22.582,80
4	50	44	22	3,09	360	24.472,80
5	50	47	24	3,12	360	26.395,20
6	50	50	25	3,15	360	28.350,00
7	50	53	27	3,18	360	30.337,20
8	50	56	28	3,21	360	32.356,80
9	50	59	30	3,24	360	34.408,80
10	50	62	31	3,27	360	36.493,20
TOTAL						275.022,00

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.9
INGRESO DE RESTAURANTE-CENA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS	TARIFA DOLARES	OCUPACIÓN DIAS/AÑO	INGRESO ANUALES DOLARES
1	50	35	18	3,50	360	22.050,00
2	50	38	19	3,54	360	24.179,40
3	50	41	21	3,57	360	26.346,60
4	50	44	22	3,61	360	28.551,60
5	50	47	24	3,64	360	30.794,40
6	50	50	25	3,68	360	33.075,00
7	50	53	27	3,71	360	35.393,40
8	50	56	28	3,75	360	37.749,60
9	50	59	30	3,78	360	40.143,60
10	50	62	31	3,82	360	42.575,40
TOTAL						320.859,00

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.10
INGRESO DE RESTAURANTE-BEBIDA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS	TARIFA DOLARES	OCUPACIÓN DIAS/AÑO	INGRESO ANUALES DOLARES
1	50	35	18	0,60	360	3.780,00
2	50	38	19	0,61	360	4.145,04
3	50	41	21	0,61	360	4.516,56
4	50	44	22	0,62	360	4.894,56
5	50	47	24	0,62	360	5.279,04
6	50	50	25	0,63	360	5.670,00
7	50	53	27	0,64	360	6.067,44
8	50	56	28	0,64	360	6.471,36
9	50	59	30	0,65	360	6.881,76
10	50	62	31	0,65	360	7.298,64
TOTAL						55.004,40

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.11
INGRESO DE RESTAURANTE-PLATO TIPICO

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZACION	CAP. UTILIZACIÓN NUM PERSONAS	TARIFA DOLARES	OCUPACIÓN DIAS/AÑO	INGRESO ANUALES DOLARES
1	50	35	18	10,00	96	16.800,00
2	50	38	19	10,10	96	18.422,40
3	50	41	21	10,20	96	20.073,60
4	50	44	22	10,30	96	21.753,60
5	50	47	24	10,40	96	23.462,40
6	50	50	25	10,50	96	25.200,00
7	50	53	27	10,60	96	26.966,40
8	50	56	28	10,70	96	28.761,60
9	50	59	30	10,80	96	30.585,60
10	50	62	31	10,90	96	32.438,40
TOTAL						244.464,00

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Ingreso por Paquetes Turísticos

En la hostería se ofrecerá cuatro tipos de paquetes, los cuales varían de acuerdo a los lugares que se van a visitar, se considera una capacidad instalada de 25 personas diarias, iniciando el primer año con un 35% de esta, a continuación se indica los ingresos por cada paquete, lo cuales serán ofrecidos una vez por semana.

Cuadro No. 7.12
INGRESO POR PAQUETE TURISTICO No. 1

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	PRECIO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	INGRESO ANUAL
1	25	35	9	170,63	455	77.634,60
2	25	38	10	172,33	494	85.131,89
3	25	41	10	174,04	533	92.762,26
4	25	44	11	175,74	572	100.525,72
5	25	47	12	177,45	611	108.422,27
6	25	50	13	179,16	650	116.451,90
7	25	53	13	180,86	689	124.614,63
8	25	56	14	182,57	728	132.910,44
9	25	59	15	184,28	767	141.339,34
10	25	62	16	185,98	806	149.901,33
TOTAL						1.129.694,37

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.13
INGRESO POR PAQUETE TURISTICO No. 2

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	PRECIO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	INGRESO ANUAL
1	25	35	9	157,84	455	71.818,11
2	25	38	10	159,42	494	78.753,69
3	25	41	10	161,00	533	85.812,38
4	25	44	11	162,58	572	92.994,19
5	25	47	12	164,16	611	100.299,12
6	25	50	13	165,73	650	107.727,17
7	25	53	13	167,31	689	115.278,33
8	25	56	14	168,89	728	122.952,60
9	25	59	15	170,47	767	130.750,00
10	25	62	16	172,05	806	138.670,51
TOTAL						1.045.056,10

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.14
INGRESO POR PAQUETE TURISTICO No. 3

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	PRECIO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	INGRESO ANUAL
1	25	35	9	122,56	455	55.765,94
2	25	38	10	123,79	494	61.151,33
3	25	41	10	125,01	533	66.632,33
4	25	44	11	126,24	572	72.208,92
5	25	47	12	127,47	611	77.881,12
6	25	50	13	128,69	650	83.648,91
7	25	53	13	129,92	689	89.512,30
8	25	56	14	131,14	728	95.471,29
9	25	59	15	132,37	767	101.525,87
10	25	62	16	133,59	806	107.676,06
TOTAL						811.474,06

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.15
INGRESO POR PAQUETE TURISTICO No. 4

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	PRECIO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	INGRESO ANUAL
1	25	35	9	141,16	455	64.225,53
2	25	38	10	142,57	494	70.427,88
3	25	41	10	143,98	533	76.740,33
4	25	44	11	145,39	572	83.162,88
5	25	47	12	146,80	611	89.695,53
6	25	50	13	148,21	650	96.338,29
7	25	53	13	149,62	689	103.091,14
8	25	56	14	151,04	728	109.954,10
9	25	59	15	152,45	767	116.927,16
10	25	62	16	153,86	806	124.010,31
TOTAL						934.573,14

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Ingreso por Actividades Extras

Como se estableció anteriormente la hostería ofrecerá a los turistas diversas formas de entretenimiento como: Camping, Talleres de Comida Típica Carchense, Paseos a Caballo, bicicletas y en botes por la Laguna el Salado, las tarifas y la capacidad instalada de estas actividades se detallan en el **ANEXO No. 7.5**. También se tendrá un ingreso extra por el arrendamiento de la zona turística, la cual está destinada para la venta de artesanías y productos autóctonos de la provincia.

7.3 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

7.3.1 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

7.3.1.1 Costos

En cuanto a los costos se ha considerado todos aquellos rubros que permiten el funcionamiento del establecimiento.

7.3.1.1.1 Costos de Restaurante

Para el restaurante los costos son: Sueldos (Chef, Ayudante de Cocina, Meseros y Cajero), Materia Prima, Depreciación de la Construcción e Instalaciones en un 35%, Depreciación de Muebles y Enseres 55%, Depreciación de Equipo 80%, Seguros de Muebles y Enseres 55%, Seguros de Maquinaria y Equipo 80% y Mantenimiento.

En cuanto a la materia prima se considera todos los bienes que permiten la preparación de los diferentes platos que se va a ofrecer, el detalle se presenta a continuación:

**Cuadro No. 7.16
MATERIA PRIMA RESTAURANTE**

DESAYUNO AMERICANO					
PRODUCTO	UNID	CANT	PRECIO	REQUERIMIENTO X PERSONA	COSTO RESTAURANT
Leche	Lts	1	0,65	0,250	0,16
Café	Kg	1	2,00	0,001	0,00
Azucar	Kg	45,5	32,00	0,003	0,10
Huevos	Unid	1	0,10	2,000	0,20
Naranjas	Unid	1	0,05	2,000	0,10
Pan	Unid	1	0,12	1,000	0,12
Mantequilla	Kg	1	2,90	0,010	0,03
Mermelada	Kg	1	1,25	0,010	0,01
TOTAL					0,72
OTROS 15%					0,11
COSTO UNIT					0,83

PLATO 1					
PRODUCTO	UNID	CANT	PRECIO	REQUERIMIENTO X PERSONA	COSTO RESTAURANT
Arroz	Kg	45,5	42,00	0,002	0,08
Pollo	Kg	1	2,50	0,120	0,30
Aceite	Unid	1,00	2,50	0,060	0,15
Sal	Lts	1	0,60	0,005	0,00
Lechuga	Unid	1	0,20	0,120	0,02
Tomate	Unid	1	0,05	0,333	0,02
Aliño	Kg	1	0,50	0,050	0,03
TOTAL					0,60
OTROS 15%					0,09
COSTO UNIT					0,69

PLATO 2					
PRODUCTO	UNID	CANT	PRECIO	REQUERIMIENTO X PERSONA	COSTO RESTAURANT
Arroz	Kg	45,5	42,00	0,002	0,08
Aceite	Lts	1	2,50	0,063	0,16
Sal	Kg	1	0,60	0,001	0,00
Aliño	Kg	1	0,50	0,001	0,00
Carne	Kg	1	3,52	0,250	0,88
Lechuga	Und	1	0,20	0,125	0,03
Pepino	Und	1	0,09	0,250	0,02
Papas	Und	45,5	12,00	0,003	0,03
TOTAL					1,20
OTROS 15%					0,18
COSTOS UNIT					1,38

JUGO					
PRODUCTO	UNID	CANT	PRECIO	REQUERIMIENTO X PERSONA	COSTO RESTAURANT
Naranja	Unid	1	0,05	2,000	0,10
Agua	Lts	1	0,01	0,250	0,00
Azucar	Kg	45,5	32,00	0,003	0,10
TOTAL					0,20
OTROS 15%					0,03
COSTO UNITARIO					0,23

PLATO ESPECIAL					
PRODUCTO	UNID	CANT	PRECIO	REQU X PERSONA	COSTO RESTAURANT
Aliño	Kg	1	0,50	0,001	0,00
Cuy	Unid	1	6,00	1,000	6,00
Papas pequeñas	Unid	45,5	8,00	0,001	0,01
Ají	Libra	1	0,10	0,050	0,01
TOTAL					6,02
OTROS 15%					0,90
COSTO UNITARIO					6,92

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.3.1.1.2 Costos Hospedaje

Para el Hospedaje los costos son: Sueldos (Botones), Depreciación de la Construcción e Instalaciones en un 35%, Depreciación de Muebles y Enseres 45%, Seguros de Muebles y Enseres 45%.

7.3.1.1.3 Costos Área de Turismo

Para el Área de Turismo los costos son: Sueldos (Guías), Depreciación de la Construcción e Instalaciones en un 10%, Depreciación Vehículo 100%, Mantenimiento, los costos por paquetes turísticos se presentan a continuación:

Cuadro No. 7.17
COSTO PAQUETE TURÍSTICO No. 1

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	COSTO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	COSTO ANUAL
1	25	35	9	92,23	455	41.964,65
2	25	38	10	93,15	494	46.017,24
3	25	41	10	94,07	533	50.141,76
4	25	44	11	95,00	572	54.338,23
5	25	47	12	95,92	611	58.606,63
6	25	50	13	96,84	650	62.946,98
7	25	53	13	97,76	689	67.359,26
8	25	56	14	98,69	728	71.843,48
9	25	59	15	99,61	767	76.399,64
10	25	62	16	100,53	806	81.027,74
TOTAL						610.645,61

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Cuadro No. 7.18
COSTO PAQUETE TURÍSTICO No. 2

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	COSTO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	COSTO ANUAL
1	25	35	9	85,32	455	38.820,60
2	25	38	10	86,17	494	42.569,56
3	25	41	10	87,03	533	46.385,07
4	25	44	11	87,88	572	50.267,13
5	25	47	12	88,73	611	54.215,74
6	25	50	13	89,59	650	58.230,90
7	25	53	13	90,44	689	62.312,61
8	25	56	14	91,29	728	66.460,87
9	25	59	15	92,15	767	70.675,68
10	25	62	16	93,00	806	74.957,03
TOTAL						564.895,19

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

**Cuadro No. 7.19
COSTO PAQUETE TURÍSTICO No. 3**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	COSTO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	COSTO ANUAL
1	25	35	9	66,25	455	30.143,75
2	25	38	10	66,91	494	33.054,78
3	25	41	10	67,58	533	36.017,48
4	25	44	11	68,24	572	39.031,85
5	25	47	12	68,90	611	42.097,90
6	25	50	13	69,56	650	45.215,63
7	25	53	13	70,23	689	48.385,03
8	25	56	14	70,89	728	51.606,10
9	25	59	15	71,55	767	54.878,85
10	25	62	16	72,21	806	58.203,28
TOTAL						438.634,63

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

**Cuadro No. 7.20
COSTO PAQUETE TURÍSTICO No. 4**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% UTILIZACION	CAP. UTIL.NUM PERSONAS	COSTO UNITARIO	PERSONAS ANUAL	COSTO ANUAL
1	25	35	9	76,30	455	34.716,50
2	25	38	10	77,06	494	38.069,12
3	25	41	10	77,83	533	41.481,26
4	25	44	11	78,59	572	44.952,91
5	25	47	12	79,35	611	48.484,07
6	25	50	13	80,12	650	52.074,75
7	25	53	13	80,88	689	55.724,94
8	25	56	14	81,64	728	59.434,65
9	25	59	15	82,40	767	63.203,87
10	25	62	16	83,17	806	67.032,60
TOTAL						505.174,67

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

7.3.1.2 Gastos

Los gastos están constituidos por las erogaciones periódicas que la empresa realizará con el fin de mantener su funcionamiento.

Para la proyección de los gastos y costos se utilizó el 1% de incremento anual basándonos en un estimado de crecimiento de la inflación.

Para nuestro proyecto se van a considerar los siguientes gastos;

Gastos de publicidad y promoción realizados con la finalidad de mantener difundir y desarrollar el servicio.

Gastos de Administración y Ventas corresponde a sueldos de los administrativos suministros de oficina, combustibles y lubricantes, Servicios Básicos

Gastos financieros se encuentran los intereses del préstamo que se va a realizar en la Corporación Financiera Nacional con una tasa del 4.61% semestral. (Crédito Multisectorial). **ANEXO No. 7.6**

7.4 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

**Cuadro Nro. 7.21
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**

a. INVERSIONES FIJAS	Inversión Realizada	Porcentaje
ACTIVOS FIJOS	442.679,72	79,91%
Terreno	220.000,00	39,71%
Construcción e instalaciones	158.260,00	28,57%
Equipos	10.390,88	1,88%
Muebles y enseres	19.652,36	3,55%
Menaje de restaurant	1.976,49	0,36%
Vehículo	30.000,00	5,42%
Semovientes	2.400,00	0,43%
ACTIVOS DIFERIDOS	2.038,16	0,37%
Estudio de pre factibilidad	773,53	0,14%
Constitución de la compañía	1.264,63	0,23%
TOTAL INVERSIONES FIJAS	444.717,89	80,28%
CAPITAL DE TRABAJO	109.229,74	19,72%
Capital de trabajo en usd	109.229,74	19,72%
TOTAL IF + CT	553.947,63	100,00%

b. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
B.1 Préstamo largo plazo	299.509,47	54%
B.2 Capital Social	254.438,16	46%
TOTAL FINANCIAMIENTO	553.947,63	100%

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Como se puede observar en el cuadro anterior el 80,28% corresponde a la inversión Fija, esto se debe a que es un proyecto turístico y demanda una alta inversión en infraestructura. De este porcentaje el 28,57% corresponde a construcción e instalaciones y el 39,71% al terreno.

7.5 FLUJO DE CAJA

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los resultados que en ella se determine ⁴⁰

Para la elaboración del flujo de caja se proyecto en diez años y como se puede observar en **ANEXO No. 7.7**. Los flujos de caja son elevados los cual se considera de gran importancia.

7.6 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Al momento de constituir la empresa, el capital pagado por los accionistas es de \$ 254.438,16 que corresponden a terreno de 20 hectáreas, el vehículo, Semovientes y los Activos Diferidos. El porcentaje de participación se puede ver en el **ANEXO No. 7.8 y ANEXO No. 7.9**.

7.7 BALANCE GENERAL

Se proyecto el Balance General para que se pueda observar la evolución del negocio de acuerdo a la planificación realizada. **ANEXO No. 7.10**.

⁴⁰ SAPAG CHAIN NASSIR. Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill Cuarta Edición. p.265

7.8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

De acuerdo nuestro Estado de Resultados se puede observar que a pesar de que se tiene que cubrir el pago del préstamo, se tiene una utilidad desde el primer año de funcionamiento y la cual cubre las expectativas de los inversionistas. **ANEXO No. 7.11**

7.9 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Con la evaluación de proyectos se busca establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas al asignar recursos a una inversión específica. Para ello es indispensable analizar las principales técnicas de medición de rentabilidad de un proyecto individual.

7.9.1 VALOR ACTUAL NETO

Este indicador nos muestra el monto de beneficios reales que el proyecto aportaría a los inversionistas, considerando el valor del dinero en el tiempo y el costo de oportunidad. Antes de realizar el cálculo del VAN vamos a determinar ciertos criterios los cuales se presentan a continuación.

- **Costo de Capital.-** Representa aquella tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares⁴¹. Para determinar se tomo la tasa activa (agosto 2008) que corresponde al 9.31%⁴². Más el 9.36% de inflación acumulada a agosto 2008) más el 5% de la expectativa del inversionista cuyo resultado 23.67%.

Costo de Capital = Tasa Activa + Inflación Anual + Expectativa del
Inversionista

⁴¹ SAPAG CHAIN NASSIR, Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc Grawill cuarta Edición .p326

⁴² www.bancocentral.gov.ec

Costo de Capital = 9.31%+9.36%+5%

Costo de Capital = 23.67%

- **Costo de la deuda.-** Es el valor adicional que el proyecto debe pagar por el hecho de haber utilizado los recurso externos los que deberán ser pagados en fechas posteriores es decir constituye al costo de la deuda es del 9.22% determinada por Corporación Financiera Nacional institución donde se va adquirir el préstamo.

Tasa de descuento.- Para obtener la tasa de descuento tomamos la tasa obtenida del costo de capital que es el 23.67% y la multiplicamos por el porcentaje de participación que corresponde al 46% este resultado lo sumamos al valor obtenido de la multiplicación del costo de la deuda 9.22% por el porcentaje de participación de los recursos financiados 54%. Este resultado representa la tasa de descuento del 15.39%. Ver **ANEXO No. 7.12**

Calculo del VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BNt}{(1+i)^t}$$

**Cuadro No. 7.22
VALOR ACTUAL NETO**

i= 15.39%

Años	Flujo Final	Flujo Final Acum.	Flujo Neto FA
0	-299.509,47		-299.509,47
1	111.644,43	96.751,44	-202.758,02
2	132.352,23	99.396,73	-103.361,30
3	152.948,92	99.542,29	-3.819,00
4	173.480,07	97.843,33	94.024,32
5	193.984,92	94.813,46	188.837,78
6	291.965,70	123.667,13	312.504,91
7	315.113,29	115.667,02	428.171,93
8	338.582,67	107.703,04	535.874,97
9	362.440,82	99.912,71	635.787,68
10	386.768,22	92.396,35	728.184,04
		VAN	728.184,04

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Como se puede ver el VAN es positivo lo que significa que no solo paga el valor de la inversión realizada y su costo de oportunidad, sino que produce un excedente.

7.9.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR es aquella en donde los ingresos netos y egresos de inversión se igualan en sus valores actualizados. Cálculo del TIR

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{tM}} \right)$$

En base a esta fórmula se obtiene un TIR de 51.69% comparada con la tasa de descuento que es del 15.39% es superior por lo que debe aceptarse el proyecto por demostrar su rentabilidad.

7.9.3 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este criterio, permite determinar el número de periodos necesarios para que el inversionista recupere la inversión inicial. En el siguiente cuadro se presenta la

recuperación de los flujos con valores nominales, y la recuperación de los flujos con valores actualizados en base a la tasa de descuento.

Cuadro No. 7.23
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Años	Flujo Final	FF Acum.	Actualizado	VA. Acum
0	-299.509,47	-299.509,47	-299.509,47	-299.509,47
1	111.644,43	-187.865,04	96.751,44	-202.758,02
2	132.352,23	-55.512,81	99.396,73	-103.361,30
3	152.948,92	97.436,11	99.542,29	-3.819,00
4	173.480,07	270.916,19	97.843,33	94.024,32
5	193.984,92	464.901,11	94.813,46	188.837,78
6	291.965,70	756.866,81	123.667,13	312.504,91
7	315.113,29	1.071.980,09	115.667,02	428.171,93
8	338.582,67	1.410.562,77	107.703,04	535.874,97
9	362.440,82	1.773.003,59	99.912,71	635.787,68
10	386.768,22	2.159.771,81	92.396,35	728.184,04

Fuente: Investigación Realizada
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

Para determinar el periodo de recuperación en valores nominales se efectúa el siguiente cálculo:

$$PRI = 3 + \frac{97.436,11}{152.948,92}$$

$$PRI = 3,64$$

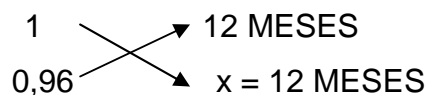
$$\begin{array}{l} 1 \quad \nearrow \quad 12 \text{ MESES} \\ 0,64 \quad \searrow \quad x = 8 \text{ MESES} \end{array}$$

Los resultados obtenidos indican que se recuperaría la inversión en valores nominales en 3 años con 8 meses.

Para establecer el tiempo exacto de recuperación de la inversión en valores actualizados se realiza el siguiente cálculo:

$$PRI = 4 + \frac{94.024,32}{97.843,33}$$

$$PRI = 4,96$$



Los resultados obtenidos indican que se recuperaría la inversión en valores nominales en 5 años.

7.9.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación beneficio costo mide el rendimiento relativo en valores actualizados de cada unidad invertida. Si el beneficio costo es mayor que 1 el proyecto es aceptable a la tasa de descuento.

$$B / C = \frac{532.478,18}{303.349,25}$$

$$B / C = 1,76$$

Como la relación B/C es mayor a 1, entonces es aconsejable, entendiéndose que los ingresos son mayores que los egresos.

7.9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se determino el punto de equilibrio de todos los servicios, a continuación se detalla el análisis realizado.

7.9.5.1 PUNTO DE EQUILIBRIO DEL RESTAURANTE

Los costos fijos y gastos totales que se consideraron son: Sueldos, la Depreciación de las construcciones e instalaciones en un 35%, la Depreciación de

muebles y enseres en un 55%, la Depreciación de equipo en un 80%, Seguros de los muebles en un 55%, Maquinaria y equipo en un 80% y el Mantenimiento valor que asciende a \$ 23.989,84. En cuanto a los costos variables se consideran la materia prima por un valor de \$ 40.309,73. Se estableció un precio promedio de los por plato de \$ 9,10. El punto de equilibrio que se obtuvo fue de 3.497 personas anuales con un ingreso de \$ 31.820,61. **Ver ANEXO No. 7.13.**

7.9.5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO PAQUETES TURISTICOS

Se considero como costos fijos y gastos totales los: Sueldos, la Depreciación de las construcciones e instalaciones en un 10%, la Depreciación de vehículo 100%, Servicios Básicos, Gasto de Publicidad, Costos de Operación de paquetes valor que asciende a \$145.645,50. En cuanto a los costos variables se consideran los Gastos de combustible, por un valor de \$ 1.800,00. Se estableció un precio promedio de \$ 148,05. El punto de equilibrio que se obtuvo fue de 183 personas anuales con un ingreso de \$ 27.059,63. **Ver ANEXO No. 7.14.**

7.9.5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO HOSPEDAJE

Los costos fijos y gastos totales que se considero son: Sueldos, la Depreciación de las construcciones e instalaciones en un 35%, la Depreciación de muebles y enseres 45%, Servicios Básicos, Seguros muebles 45% valor que asciende a \$ 8.758,23. Se estableció un precio promedio de \$ 20,00. El punto de equilibrio que se obtuvo fue de 438 personas anuales con un ingreso de \$ 8.758,23. **Ver ANEXO No. 7.15.**

7.9.6 RAZONES FINANCIERAS

LIQUIDEZ

1. Liquidez corriente.-

Liquidez Corriente	<u>Activo Corriente</u>
	Pasivo Corriente

Esta razón financiera no puede ser probada debido a que el proyecto no cuenta con pasivos corrientes o de corto plazo, solamente cuenta con el préstamo a 5 años el cual en el flujo de caja se observa que se cubre todos los años.

Rotación activo Fijo

Rotación activo Fijo $\frac{\text{Ventas}}{\text{Total Activo Fijo}}$

Indica que por cada dólar de activo fijo que la empresa tiene, se factura en ventas la cantidad de: \$ 1, 25 dólares

Rotación activo total

Rotación activo total $\frac{\text{Ventas}}{\text{Total Activo}}$

Indica que por cada dólar de activos totales que la empresa tiene, se factura en ventas \$0,98 dólares.

ENDEUDAMIENTO

Apalancamiento Financiero

Apalancamiento Financiero $\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Patrimonio}}$

El patrimonio empresarial está comprometido por deudas en 86%; visto de otra forma, por cada dólar que adeuda tiene de patrimonio que lo sustente.

Endeudamiento Total

$$\text{Endeudamiento Total} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$$

El Endeudamiento Total nos permite conocer que del total del activo de la empresa el 54,07% está financiado por créditos. Es decir, de cada dólar del activo está financiado de la siguiente manera: \$ 0,54 centavos por terceras personas mientras que el \$ 0,46 centavos se encuentra financiado por los dueños.

Endeudamiento largo plazo

Es el porcentaje de dinero que financia la institución financiera y esto: es el 9,2%.

Financiamiento propio

Representa el porcentaje de efectivo a con el cual se realiza el financiamiento: 45,93%.

RENTABILIDAD

Rendimiento Activo Total

$$\text{Rendimiento Activo Total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activo}}$$

El Rendimiento del Activo Total nos permite observar la eficiencia de la administración para obtener resultados positivos con los activos disponibles que en este caso llega al 26,37%.

Rendimiento del Patrimonio

$$\text{Rendimiento del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total del Patrimonio}}$$

El Rendimiento del Patrimonio nos permite conocer cuál es la utilidad por cada cien dólares invertidos en el patrimonio para nuestro caso tenemos el 50,15%.

Margen Utilidad Bruta

Margen Utilidad Bruta $\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$

El Margen de Utilidad Bruta representa el 52,77%, es decir los costos y representa el 47,23%.

Margen Utilidad neta

Margen Utilidad neta $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$

La utilidad neta que le queda a la empresa luego de costos y gastos es de 27,43%.

CAPITULO 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

1. A pesar de que el Ecuador está enfrentando una crisis por la incertidumbre con la que se están manejando las actividades económicas y financieras por parte del régimen, se ha podido observar que aun con estas condiciones adversas, existe un crecimiento del 6,5% para el año 2008, lo cual se convierte en una situación ventajosa para la aplicación del presente proyecto.

2. En cuanto a la viabilidad comercial se tiene como conclusión:
 - o Luego de realizar el análisis del entorno se llegó a determinar que la provincia cuenta con 30 lugares turísticos representativos, con los cuales se puede ofrecer varias opciones de turismo (religioso, aventura, city tours, ecoturismo, comunitario), por lo que la implantación de la hostería Sol Pasto se busca aprovechar dicho potencial turístico.

 - o En el cantón Montufar, lugar donde se desarrollará el proyecto, no existen establecimientos que ofrezcan los servicios que se plantea.

 - o Sean, solamente hay dos hostales y un restaurante los cuales se han considerados como competencia, además no se encuentran afiliados a la Cámara de Turismo del Carchi, lo que representa una ventaja en la captación de clientes para la hostería.

 - o Según la encuesta realizada el 97% de turistas nacionales y el 100% de turistas extranjeros visitarían la hostería. Ver Cuadro 4.33

 - o La participación del mercado que se puede captar con el proyecto, parte del 5% en el primer año hasta el 7% en el año 10. Y considerando que este porcentaje no es representativo con respecto a la demanda se

espera que la hostería cumpla con los objetivos de ocupación de las instalaciones cada año.

- La hostería Sol Pasto propone diferentes alternativas de recreación y esparcimiento tanto dentro de sus instalaciones como: paseos a caballo, en bicicleta, caminatas, camping entre otros; y fuera de ella como paseos en botes por la laguna de El Salado y la visita de los atractivos turísticos de la provincia mediante paquetes de turismo. Los servicios a ofrecer serán de primera calidad, entendiéndose como calidad, la rapidez en la atención, precios accesibles, comida de exquisito sabor e higiénica preparación.

3. En la viabilidad técnica se determina que:

- El proyecto se encuentra localizado a 5 minutos a la ciudad de San Gabriel por lo que los turistas pueden arribar con facilidad.
- El proyecto cuenta con alternativas de proveedores, lo que permite que los productos requeridos sean de fácil acceso y menor costo.
- La ubicación es privilegiada ya que se encuentra cerca de los cantones más importantes de la provincia del Carchi como son: Espejo, Bolívar y Tulcán en los cuales se encuentran lugares turísticos lo cual permitirá desarrollar fácilmente los paquetes turísticos propuestos.
- Al contar con 22 hectáreas de terreno, en el caso de alcanzar la capacidad instalada se podría incrementar la capacidad fácilmente ya que el área de construcción actual es tan solo 2.654,99 m²
- La hostería ofrecerá un ambiente íntimo, confortable y acogedor, con una decoración elegante y armónica con el sector. Se encontrará rodeada de plantas nativas, las mismas que por ser originarias de la

zona no afectan al entorno, sirviendo además como decoración del lugar y asimismo como una muestra de la flora que la provincia posee.

2. En cuanto a la viabilidad Administrativa y Legal se puede decir:

- El proyecto necesita de 16 personas las cuales se pueden captar fácilmente ya que la oferta laboral en San Gabriel es amplia.
- Los requisitos para constituir la empresa son de fácil cumplimiento.

3. Para la viabilidad Financiera se tiene como conclusión:

- La estructura de capital que presenta el proyecto corresponde a un 46% que pertenece a los accionistas y un 54% corresponde a una deuda adquirida con terceros adquirida a cinco años con un interés del 9.22%.
- Las proyecciones de ingresos y costos fueron realizadas basadas en el estudio de mercado con los gustos, tendencias y preferencias de los consumidores. Tomado en cuenta la información de campo obtenida de los establecimientos de la competencia.
- El proyecto se evaluó a 10 años para poder tomar decisiones, debido a que la inversión turística es alta y la recuperación no va a ser inmediata.
- La evaluación financiera se efectuó sobre la base del flujo de caja proyectado, donde se utilizó los indicadores de evaluación respectivos (VAN, TIR, PRI, B/C).
- La evaluación financiera demuestra que el proyecto es rentable, principalmente porque la TIR es de 51.68%, siendo mayor que la tasa de descuento del capital total que es 15.39% y el VAN que se proyecta es positivo y de un valor de 6728.184,04 usd.

- El capital que se invertirá será recuperado en tres años, lo cual se considera rentable. El rendimiento después de haber recuperado lo invertido deja una ganancia de 152.948,92 usd.
- La relación beneficio costo es de 1,71 por lo que el proyecto es aconsejable.
- El punto de equilibrio para el restaurante es de 3497 personas anuales con un ingreso de \$ 31.820,61. Para el hospedaje, el punto de equilibrio es 438 personas anuales con un ingreso de \$ 8.758,23 al año para cubrir los costos y gastos fijos totales. Y para los paquetes turísticos el punto de equilibrio se encuentra en 183 personas anuales con un rendimiento de \$ 27.059,63.
- El margen bruto sobre las ventas será del 52.77% el primer año y de 54,28% en el segundo año, lo cual demuestra que las proyecciones establecen un adecuado nivel de rentabilidad, sobre el servicio prestado.
- La utilidad neta por el primer año representara el 27.43% en relación a los activos totales y el segundo año 29,41%.
- El rendimiento sobre el patrimonio para el primer año se considera en un 50.15% y el segundo año 58,83%

8.2 RECOMENDACIONES

1. El gobierno debe alcanzar un equilibrio y estabilidad económica a través de los organismos de control para que de esta manera se cree la cultura de inversión por parte de los empresarios nacionales y empezar a fomentar la inversión extranjera.
2. Siendo el turismo uno de los mayores rubros de ingreso de divisas, es fundamental que el gobierno lo convierta en una política de estado que no solo dote de infraestructura básica sino que proteja al turista y garantice el uso eficiente de los recursos naturales, históricos y culturales del país para su objetiva promoción a nivel nacional e internacional.
3. Es necesario que el Ministerio de Obras Públicas en conjunto con el Ministerio de Turismo coordinen para la colocación de señales de tránsito y turísticas, para promocionar los atractivos existentes.
4. Los gobiernos seccionales deben preocuparse del mantenimiento de las vías acceso a los lugares turísticos, así como también de organizar campañas de concienciación a la sociedad, para la preservación de dichos lugares turísticos.
5. La administración de la hostería Sol Pasto debe trabajar en una adecuada promoción de sus servicios a través de los medios de comunicación. Esto va a permitir incrementar la demanda y consecuentemente los beneficios que esto traería.
6. La administración de la hostería Sol Pasto debe mantener precios accesibles al poder adquisitivo del mercado al que nos hemos dirigido, y que al mismo tiempo incrementen la influencia de visitantes.
7. El personal del área de seguridad y mantenimiento de la hostería Sol Pasto debe realizar un mantenimiento preventivo de las instalaciones para que

nunca se perciba una deficiencia o disminución en la calidad del servicio por parte del cliente.

8. La administración de la hostería Sol Pasto debe poner un énfasis especial en la calidad de la información financiera y contable que se maneje lo cual podrá entregar herramientas necesarias y oportunas para la toma de decisiones adecuada de sus administradores.
9. Mediante facturas la administración de la hostería Sol Pasto puede realizar análisis de ventas creando una base de datos que permita determinar el comportamiento en cuanto a preferencias de los clientes.
10. La administración de la hostería Sol Pasto debe desarrollar constantemente estrategias de promoción para aumentar las ventas en fechas de temporada baja.
11. Para alcanzar el éxito del negocio es necesario que la administración de la hostería Sol Pasto cree una página web que sea de fácil navegación y permita al cliente contactar directamente a la hostería, para que realice sus propias reservaciones, esta herramienta deberá permitir validaciones de datos de tarjetas de crédito internacionales automáticas asegurando así la recuperación de cartera.
12. Finalmente se recomienda a la administración de la hostería Sol Pasto realizar ajustes a los datos económicos y financieros presentados tomando en cuenta especialmente factores tales como la inflación y tasas de interés, determinantes para establecer con exactitud la viabilidad financiera del proyecto.

ANEXOS

ANEXO No. 1.1 RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS POR CANTÓN

CANTÓN	NOMBRE DEL SITIO
TULCÁN	Complejo Eco turístico Tufiño
	El Cementerio De Tulcán
	Iglesia La Catedral
	Iglesia San Francisco
	Reserva Ecológica Golondrinas
	Reserva Forestal Y Étnica Awa
	Volcán Chiles
SAN PEDRO DE HUACA	Reserva Biológica Guanderas
	Museo Arqueológico
	Iglesia De La Virgen De La Purificación
MONTUFAR	Bosque De Arrayanes
	Cascada De Guandir Y Huaquer
	Cascada De Paluz
	Gruta De La Paz
	Iglesia Matriz De San Gabriel
	Laguna De El Salado
BOLÍVAR	Iglesia Matriz Del Señor De La Buena Esperanza
ESPEJO	Laguna De Razococha
	Laguna Del Voladero
	Laguna Del Crespo
	Reserva Ecológica El Ángel
	Bosque Polylepis
	Balneario La Calera
	Iglesia Matriz De San Miguel De El Ángel
MIRA	Grupo Artesanal Gaen En Mascarilla
	Grupo Artesanal Sankofa En San Juan De Lachas
	Iglesia De La Concepción
	Iglesia Matriz De Mira
	Mirador Natural
	Museo De Piedra

Fuente: Investigación Realizada
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.1 ALOJAMIENTO POR CANTÓN AÑO 2007

No. Ord.	CANTÓN	HOTELES	HOSTERÍAS	HOSTALES	HOSTALES RESIDENCIAS	PENSIONES	MOTELES	TOTAL ESTABLECIM.	% ESTABLECIM
1	TULCÁN	3	0	8	15	3	2	31	79,49%
2	ESPEJO	0	4	0	1	1	0	6	15,38%
3	MONTÚFAR	0	0	1	1	0	0	2	5,13%
4	HUACA	0	0	0	0	0	0	0	0,00%
5	BOLÍVAR	0	0	0	0	0	0	0	0,00%
6	MIRA	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTAL		3	4	9	17	4	2	39	100%

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.2 ALOJAMIENTO CANTÓN TULCÁN

CANTÓN TULCÁN

HOSTALES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	MACHADO	PRIMERA	12	28	8,54	10	40	9
2	TORRES DE ORO	PRIMERA	26	67	7,32	10	40	16
3	UNICORNIO	PRIMERA	18	55	4,48	23	92	19
4	ACACIAS LAS	TERCERA	21	38	3	10	40	9
5	ALPES LOS	TERCERA	24	51	4	8	32	11
6	CARCHI	TERCERA	21	38	2	9	36	3
7	DELICIA LA	TERCERA	12	25	2	6	24	3
8	LUCERO PRINCESS	TERCERA	17	40	3	6	24	10

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte
2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

HOSTALES RESIDENCIAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	ALEJANDRA	SEGUNDA	24	68	3	0	0	8
2	LUMAR	SEGUNDA	20	44	4	0	0	3
3	PARK	SEGUNDA	17	34	0	0	0	7
4	ROSSY	SEGUNDA	23	49	5	0	0	6
5	SAENZ INTERNACIONAL	SEGUNDA	28	60	5	0	0	3
6	CASA GRANDE	TERCERA	12	35	3	0	0	5
7	CLEMENCIA	TERCERA	12	21	2	0	0	2
8	ESPAÑA	TERCERA	14	42	3	4	16	5
9	FLORIDA LA	TERCERA	22	46	2	0	0	3
10	KARINA	TERCERA	14	28	3	0	0	5
11	OASIS	TERCERA	19	55	2	0	0	3
12	QUITO	TERCERA	18	27	2	0	0	3
13	SAN ANDRÉS	TERCERA	14	34	2	0	0	4
14	SAN SEBASTIAN	TERCERA	12	23	2	0	0	3
15	SUCRE	TERCERA	18	35	2	0	0	4

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

HOTELES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC.	COMID Y BEBID		No.
			No.	No.	OCUP.	No.	No.	PERS.
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	SARA ESPÍNDOLA	PRIMERA	30	70	8	13	52	27
2	AZTECA	SEGUNDA	70	169	4,88	10	40	16
3	FRAILEJÓN	TERCERA	41	104	3,6	41	164	16

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

MOTELES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC.	COMID Y BEBID		No.
			No.	No.	OCUP.	No.	No.	PERS.
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	CABAÑAS GÉNESIS	SEGUNDA	10	20	0	0	0	4
2	CALIFORNIA	SEGUNDA	20	40	4	0	0	10

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

PENSIONES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC.	COMID Y BEBID		No.
			No.	No.	OCUP.	No.	No.	PERS.
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	LESLY SALOMÉ	SEGUNDA	8	13	3	0	0	2
2	PLAZA	TERCERA	10	24	6	0	0	3
3	HOSTALITO	TERCERA	6	12	5	0	0	4

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.3 ALOJAMIENTO CANTÓN ESPEJO

CANTÓN ESPEJO

PARROQUIA EL ÁNGEL

HOSTALES RESIDENCIAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	PAISAJES ANDINOS	TERCERA	12	26	5	0	0	3

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

HOSTERÍAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	ANGEL	SEGUNDA	6	14	7	4	16	4
2	FRAILEJONES DEL ANGEL	TERCERA	7	17	6	7	28	2

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

PENSIONES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	BLAS ANGEL	PRIMERA	10	20	5	0	0	2

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

PARROQUIA LA LIBERTAD

ALOJAMIENTO

HOSTERÍAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	SIMPL	MESAS	PLAZAS	OCUP.
1	POLYLEPIS EL	PRIMERA	6	30	0	15	60	6
2	PAZ Y MONTAÑA	SEGUNDA	6	24	0	3	12	9

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.4 ALOJAMIENTO CANTÓN MONTÚFAR**CANTÓN MONTÚFAR**

PARROQUIA SAN GABRIEL

HOSTALES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP. SIMPL	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS		
1	GABRIELITA	SEGUNDA	21	40	12	5	30	5

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

HOSTALES RESIDENCIAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	ALOJAMIENTO		PREC. OCUP. SIMPL	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No.	No.		No.	No.	
			HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS		
1	LAS GEMELAS	TERCERA	25	50	11,5	0	0	2

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

**ANEXO No. 4.5 ESTABLECIMIENTOS COMIDAS Y BEBIDAS POR CANTÓN
AÑO 2007**

COMIDAS Y BEBIDAS

No. Ord.	CANTÓN	RESTAURANTES	OTROS	TOTAL ESTABLECIM.	% ESTABLECIM
1	TULCÁN	54	18	72	90,00%
2	ESPEJO	4	0	4	5,00%
3	MONTÚFAR	2	0	2	2,50%
4	HUACA	2	0	2	2,50%
5	BOLÍVAR	0	0	0	0%
6	MIRA	0	0	0	0%
TOTAL		62	18	80	100%

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.6 COMIDAS Y BEBIDAS CANTÓN TULCÁN

CANTÓN TULCÁN

COMIDAS Y BEBIDAS

BARES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	AKBAR	SEGUNDA	8	32	2
2	HOBBY	SEGUNDA	9	36	4
3	LIVE	SEGUNDA	18	72	3
4	AZUL BAR KARAOKE	TERCERA	10	40	3
5	BILLAR ICEBERG	TERCERA	11	44	3
6	CHAPION BILLAR	TERCERA	9	36	2
7	EX BAR MI	TERCERA	8	32	2
8	EXTRAPAN	TERCERA	9	36	2
9	GABYS KARAOKE	TERCERA	8	32	2
10	HARD BAR	TERCERA	8	32	2
11	SANTO PECADO SHOW	TERCERA	15	60	4
12	WIMPY DELFOS BAR	TERCERA	14	56	4

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

CAFETERÍAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	QUIJOTE EL	TERCERA	4	16	2
2	TULCÁN	TERCERA	10	40	5

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007
Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

FUENTES DE SODA

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No.
			No. MESAS	No. PLAZAS	PERS. OCUP.
1	MAKXIM	SEGUNDA	8	32	3
2	CREMY'S	TERCERA	3	12	2
3	PIZZA EXPRESS	TERCERA	3	12	5
4	TARQUI	TERCERA	10	40	4

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

RESTAURANTES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No.
			No. MESAS	No. PLAZAS	PERS. OCUP.
1	ANTOJITOS EXPRESS	SEGUNDA	10	40	8
2	CASA CHINA	SEGUNDA	16	64	10
3	EXTRAPAN	SEGUNDA	26	104	14
4	LUKY	SEGUNDA	16	64	10
5	PATIO DE COMIDA FRANCISCO	SEGUNDA	44	176	14
6	ANPALEY ASADERO	TERCERA	8	32	5
7	ARRIEROS LOS	TERCERA	20	80	8
8	BRASA LA	TERCERA	11	44	5
9	BROSTER CENTER	TERCERA	15	60	5
10	BROSTER CHICKEN	TERCERA	14	56	11
11	BROSTER SABORY	TERCERA	9	36	6
12	CASA FU YUAN	TERCERA	13	52	5
13	CASA LI - YA	TERCERA	10	40	2
14	CASA DEL BANQUETE	TERCERA	8	32	4
15	CENTENARIO INTERNACIONAL	TERCERA	12	48	6
16	CHOZÓN DEL CÉSAR EL	TERCERA	20	80	5
17	COMIDA TÍPICA MAMÁ ROSITA	TERCERA	15	60	8
18	CRIOLLO	TERCERA	10	40	4
19	DANUBIO	TERCERA	7	28	4
20	DANUBIO # 2	TERCERA	7	28	2
21	DELICIA LA	TERCERA	12	48	13
22	DON DIEGO	TERCERA	6	24	2

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
23	FOOD HOUSE	TERCERA	10	40	5
24	FRIED CHICKEN	TERCERA	19	76	4
25	IRENE	TERCERA	11	44	4
26	KAHLUA	TERCERA	7	28	3
27	LEÑOS LOS	TERCERA	8	32	4
28	LUMAR	TERCERA	10	40	4
29	MATT POLLO	TERCERA	6	24	3
30	MIRAMAR	TERCERA	9	36	3
31	PATIO EL	TERCERA	15	60	3
32	POLLO CALIENTE	TERCERA	15	60	6
33	POLLO RIKO	TERCERA	23	92	7
34	PUNTO RICO	TERCERA	16	64	9
35	RANCHERITO EL	TERCERA	12	48	3
36	RINCÓN CARCHENSE	TERCERA	10	40	3
37	SAN LUIS SECOS DE LAS DOS CALLES	TERCERA	17	68	6
38	LOS	TERCERA	8	32	5
39	T-KILA	TERCERA	10	40	6
40	TRADICIÓN DEL SABOR	TERCERA	8	32	6
41	WIMPY	TERCERA	8	32	9
42	BONGOCHICKEN	CUARTA	8	32	3
43	CEVICHERIA CUATRO ASES	CUARTA	11	44	4
44	CEVICHE DE LA JIPIJAPA	CUARTA	8	32	4
45	DELFIN MARISQUERIA	CUARTA	12	48	6
46	DOÑA PEPITA	CUARTA	6	24	4
47	MAGBURGUER	CUARTA	9	36	5
48	MAGBURGUER # 2	CUARTA	7	28	7
49	MAX PAN MARISQUERIA UN SOLO	CUARTA	9	36	6
50	TOQUE	CUARTA	10	40	4
51	NACHITA. COM	CUARTA	6	24	4
52	RANCHERITO EL # 2	CUARTA	8	32	3
53	SABORIK EL TERMINAL	CUARTA	10	40	5

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

PARROQUIA JULIO ANDRADE

COMIDAS Y BEBIDAS

RESTAURANTES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	IDOLO EL	TERCERA	21	84	4

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.7 COMIDAS Y BEBIDAS CANTÓN ESPEJO

CANTÓN ESPEJO

COMIDAS Y BEBIDAS RESTAURANTES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	ASADERO RICO POLLO	CUARTA	10	40	4
2	FAROLES LOS	CUARTA	8	32	4
3	FRANG POLLO	CUARTA	5	20	2
4	MARISQUERIA EL SABROSON	CUARTA	5	20	3

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.8 COMIDAS Y BEBIDAS CANTÓN MONTÚFAR

CANTÓN MONTÚFAR

RESTAURANTES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	PIKO RIKO	TERCERA	22	88	7

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

PARROQUIA LA PAZ

COMIDAS Y BEBIDAS

RESTAURANTES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	PAZ LA	TERCERA	15	60	5

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.9 COMIDAS Y BEBIDAS CANTÓN HUACA

CANTÓN HUACA

PARROQUIA SAN PEDRO DE HUACA

COMIDAS Y BEBIDAS RESTAURANTES

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	HELECHOS LOS	TERCERA	11	44	4
2	PARADOR EL MIRADOR	CUARTA	7	28	3

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

**ANEXO No. 4.10 ESTABLECIMIENTOS RECREACIÓN POR CANTÓN AÑO
2007**

RECREACIÓN DIVERSIÓN

No. Ord.	CANTÓN	BALNEARIOS	DISCOTECA S	TOTAL ESTABLECIM .	% ESTABLECIM
1	TULCÁN	2	6	8	100,00%
2	ESPEJO	0	0	0	0%
3	MONTÚFAR	0	0	0	0%
4	HUACA	0	0	0	0%
5	BOLÍVAR	0	0	0	0%
6	MIRA	0	0	0	0%
TOTAL		2	6	8	100%

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo

Isabel

ANEXO No. 4.11 RECREACIÓN CANTÓN TULCÁN

CANTÓN TULCÁN

RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO BALNEARIOS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	SAUNA FIVE STARS INTERNACIONAL	PRIMERA	2	8	5
2	SAUNA FUENTE AZUL	SEGUNDA	2	8	5

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

DISCOTECAS

No. ORD.	ESTABLECIMIENTO	CATEG.	COMID Y BEBID		No. PERS. OCUP.
			No. MESAS	No. PLAZAS	
1	CRAZY	SEGUNDA	22	88	7
2	MILLENIUM	SEGUNDA	30	120	5
3	PISCIS	SEGUNDA	15	60	3
4	SCAPE	SEGUNDA	27	108	6
5	T - KILA	SEGUNDA	35	140	7
6	TROPICÁLIDA	SEGUNDA	33	132	5

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte 2007

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 4.12 CUESTIONARIO ENTREVISTA OFERENTES.**CUESTIONARIO REALIZADO DURANTE ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN MONTÚFAR.****DATOS GENERALES:**

Establecimiento: _____

Dirección: _____

INFORMACIÓN ESPECÍFICA:

1. **Qué tiempo de funcionamiento tiene el establecimiento?**
2. **Cuál fue el porcentaje de la CAPACIDAD con la que inició su establecimiento?**
3. **Cuál es la capacidad del establecimiento? (# de hab.)**
4. **Qué servicios ofrece al público? (alimentación, hospedaje)**
5. **Cuáles son los días de atención y el horario para el público?**
6. **Cuántas personas visitan aproximadamente su establecimiento cada mes?**
7. **La publicidad del establecimiento la realiza a través de hojas volantes, artículos de prensa, radio, agencia de viajes, folletos**
8. **Cuál es el precio del servicio?**
9. **Número de personas que trabajan en el establecimiento**

ANEXO No. 4.13 INGRESO EXTRANJEROS POR NACIONALIDAD 2007

**CUADRO ESTADISTICO DEL INGRESO DE EXTRANJEROS POR
NACIONALIDAD ENERO A DICIEMBRE DEL 2007**

CODIGO	PAIS	EXTRANJEROS	
		INGRESO	%
110	ESTADOS UNIDOS	240530	25,2341
105	COLOMBIA	201546	21,1442
120	PERU	149250	15,6579
209	ESPAÑA	45765	4,8012
213	GRAN BRETAÑA	26910	2,8231
236	REINO UNIDO	26848	2,8166
202	ALEMANIA	23453	2,4605
108	CHILE	21651	2,2714
104	CANADA	21539	2,2597
126	VENEZUELA	21025	2,2057
101	ARGENTINA	19443	2,0398
211	FRANCIA	16904	1,7734
103	BRASIL	13317	1,3971
219	ITALIA	12970	1,3607
116	MEXICO	10865	1,1398
215	HOLANDA	9882	1,0367
227	SUIZA	8645	0,9069
501	AUSTRALIA	6349	0,6661
331	CHINA POPULAR (PEKIN)	4776	0,5011
314	JAPON	4774	0,5008
107	CUBA	4713	0,4944
204	BELGICA	4558	0,4782
102	BOLIVIA	4359	0,4573
226	SUECIA	3919	0,4111
313	ISRAEL	3697	0,3879
118	PANAMA	3580	0,3756
106	COSTA RICA	3083	0,3234
208	DINAMARCA	2985	0,3132
125	URUGUAY	2676	0,2807
217	IRLANDA	2675	0,2806
203	AUSTRIA	2606	0,2734
122	REP. DOMINICANA	2157	0,2263
222	NORUEGA	2155	0,2261
111	GUATEMALA	1676	0,1758
308	FILIPINAS	1593	0,1671
503	NUEVA ZELANDIA	1573	0,1650
224	PORTUGAL	1400	0,1469
223	POLONIA	1330	0,1395
123	EL SALVADOR	1241	0,1302
113	HONDURAS	1003	0,1052
212	FINLANDIA	954	0,1001

CÓDIGO	PAÍS	EXTRANJEROS	
		INGRESO	%
229	UCRANIA	902	0,0946
119	PARAGUAY	839	0,0880
309	INDIA	799	0,0838
330	COREA SUR	732	0,0768
109	ECUADOR	0	0,0000
206	CHECOSLOVAQUIA	726	0,0762
422	SUDAFRICA	652	0,0684
447	AFRICA SUD OCCIDENTAL	609	0,0639
214	GRECIA	527	0,0553
216	HUNGRIA	407	0,0427
225	RUMANIA	399	0,0419
307	TAIWAN-CHINA	284	0,0298
346	TURQUIA	246	0,0258
506	FIJI	0	0,0000
249	LITUANIA	237	0,0249
205	BULGARIA	219	0,0230
244	ESLOVENIA	215	0,0226
218	ISLANDIA	198	0,0208
230	RUSIA	187	0,0196
524	PAISES BAJOS (LOS)	185	0,0194
338	SINGAPUR	165	0,0173
248	LETONIA	156	0,0164
523	HONG KONG	142	0,0149
112	HAITI	134	0,0141
245	ESTONIA	133	0,0140
437	GUINEA BISAU	1	0,0001
318	LIBANO	130	0,0136
322	PAKISTAN	114	0,0120
220	LUXEMBURGO	103	0,0108
310	INDONESIA	102	0,0107
124	TRINIDAD Y TOBAGO	102	0,0107
114	JAMAICA	96	0,0101
325	TAILANDIA	88	0,0092
319	MALASIA	87	0,0091
210	ESCOCIA	83	0,0087
434	EGIPTO	68	0,0071
417	NIGERIA	66	0,0069
348	KAZAJSTAN	61	0,0064
129	BAHAMAS	57	0,0060
405	CAMERUN	53	0,0056
439	KENIA	49	0,0051
324	VIETNAM NORTE	46	0,0048
345	KAMPUCHEA	0	0,0000
341	VIETNAM SUR	46	0,0048
526	REPUBLICA ESLOVACA/ESLOVAQUIA	40	0,0042
317	LAOS	0	0,0000
440	LESOTHO	2	0,0002
221	MALTA	34	0,0036
415	MARRUECOS	33	0,0035

403	ARGELIA	30	0,0031
135	BELICE	30	0,0031
233	ANDORRA	29	0,0030
332	CHIPRE	26	0,0027
136	DOMINICA	25	0,0026
528	PAIS DESCONOCIDO	25	0,0026
311	IRAK	23	0,0024
320	MANCHURIA	0	0,0000
517	BERMUDAS	23	0,0024
441	MAURICIO	2	0,0002
527	SAHARA OCCIDENTAL	23	0,0024
339	SRILANKA	22	0,0023
442	MOZAMBIQUE	12	0,0013
303	MYANMAR	1	0,0001
513	NAURU	1	0,0001
432	COSTA DE MARFIL	19	0,0020
342	YEMEN ARABE	19	0,0020
444	NIGER	0	0,0000
128	O.N. AMERICA	0	0,0000
326	O.N. ASIA	0	0,0000
505	O.N. OCEANIA	0	0,0000
240	ARMENIA	16	0,0017
409	GUINEA	16	0,0017
353	PALESTINA	0	0,0000
234	LIECHTENSTEIN	16	0,0017
452	TUNEZ	15	0,0016
454	ANGOLA	14	0,0015
347	AZERBAIYAN	13	0,0014
414	MALI	13	0,0014
336	NEPAL	12	0,0013
302	ARABIA SAUDITA	11	0,0012
418	REP.ARABE UNIDA	0	0,0000
445	RUANDA	0	0,0000
520	POLINESIA FRANCESA	11	0,0012
514	SALOMON ISLAS	0	0,0000
250	MOLDOVA	10	0,0010
237	SAN MARINO	3	0,0003
419	ZIMBABWE	9	0,0009
242	BOSNIA HERZEGOVINA	8	0,0008
423	SIERRA LEONA	0	0,0000
323	SIRIA	8	0,0008
333	EMIRATOS A. UNIDOS	7	0,0007
131	GRANADA	7	0,0007
412	MADAGASCAR	7	0,0007
312	IRAN	6	0,0006
421	SUDAN	1	0,0001
410	LIBERIA	6	0,0006
426	UGANDA	6	0,0006
435	GABON	5	0,0005
316	KUWAIT	5	0,0005
413	MALAWI	5	0,0005
321	MONGOLIA	5	0,0005

337	OMAN	4	0,0004
451	TOGO	4	0,0004
508	TONGA	0	0,0000
461	TRANSKEI	0	0,0000
352	UZBEKISTAN	4	0,0004
238	VATICANO O SANTA SEDE	4	0,0004
431	CENTRO AFRICA REPUBLI	3	0,0003
306	COREA NORTE	3	0,0003
235	MONACO	3	0,0003
502	NUEVA GUINEA	3	0,0003
504	SAMOA OCCIDENTAL	3	0,0003
516	VANUATO	0	0,0000
139	SAN VICENTE Y LAS GRANADI	3	0,0003
462	VENDA	0	0,0000
349	KIRGUISTAN	2	0,0002
425	TANZANIA	2	0,0002
453	ZAIRE	0	0
438	GUINEA ECUATORIAL	0	0
416	MAURITANIA	0	0
518	ISLA BOUVET	4	0,0004
507	PAPUA NUEVA GUINEA	0	0
521	GROELANDIA	0	0
334	QATAR	0	0
340	SUAZILANDIA	0	0
450	SWAZILANDIA	0	0
525	NUEVA CALEDONIA	13	0,0014
424	TANGANICA	0	0
351	TURKMENISTAN	0	0
515	TUVALU	0	0
	TOTALES	953196	100

Fuente: Dirección Nacional de Migración.

**ANEXO No. 4.14 ENTRADAS DE EXTRANJEROS POR MOTIVO DE VIAJE,
SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD**

Sexo y Grupos de Edad	Total	1/ Motivo de Viaje					2/ Sin Especific.
		Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	
TOTAL	953196	719539	7740	4319	1200	220398	0
HOMBRES	551036	407243	6523	3003	496	133772	0
Menores de 10 Años	31472	24901	0	0	0	6572	0
De 10 a 19 Años	35152	28621	2	122	110	6296	0
De 20 a 29 Años	101291	84211	567	414	290	15808	0
De 30 a 39 Años	126763	93029	2172	833	67	30661	0
De 40 a 49 Años	114650	78809	2156	996	28	32662	0
De 50 a 59 Años	82609	56095	1266	612	0	24636	0
De 60 Años y Más	59050	41548	361	25	0	17117	0
Sin Información	49	28	0	0	0	20	0
MUJERES	402160	312297	1217	1317	704	86626	0
Menores de 10 Años	29762	23465	0	0	0	6297	0
De 10 a 19 Años	35726	28479	2	79	174	6991	0
De 20 a 29 Años	91148	74403	249	257	456	15782	0
De 30 a 39 Años	75123	57423	500	367	60	16773	0
De 40 a 49 Años	65243	49311	321	381	15	15215	0
De 50 a 59 Años	56286	42115	122	217	0	13833	0
De 60 Años y Más	48867	37097	22	15	0	11734	0
Sin Información	5	3	0	0	0	1	0

Fuente: Anuario de Migración Internacional 2007

1/ Motivo de viaje de acuerdo a formato de Tarjeta Andina

2/ Sin Especificar, existe un incremento significativo, debido al registro del motivo del viaje en texto con asignación secuencial de códigos en las Jefaturas de Migración

**ANEXO No. 4.15 ENTRADAS DE ECUATORIANOS POR MOTIVO DE VIAJE,
SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD**

Sexo y Grupos de Edad	Total	1/ Motivo de Viaje					2/ Sin Especific.
		Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	
TOTAL	752.684	225.391	306	364	199.667	325.006	1.950
HOMBRES	373.896	115.362	188	205	103.519	164.184	969
Menores de 10 Años	11.524	4.770	0	0	0	7.363	0
De 10 a 19 Años	44.122	9.804	10	19	19.032	15.237	20
De 20 a 29 Años	88.371	23.231	32	45	35.780	29.283	0
De 30 a 39 Años	106.139	29.705	59	62	32.747	43.414	152
De 40 a 49 Años	73.234	23.826	47	50	15.960	33.267	84
De 50 a 59 Años	33.274	13.966	29	29	0	19.197	53
De 60 Años y Más	23.860	10.060	11	0	0	13.779	10
Sin Información	1	0	0	0	0	1	0
MUJERES	378.786	110.029	118	159	96.148	160.822	981
Menores de 10 Años	11.796	4.576	0	0	0	7.220	0
De 10 a 19 Años	39.235	9.993	5	8	13.139	16.005	85
De 20 a 29 Años	89.550	23.237	29	29	36.899	33.858	524
De 30 a 39 Años	89.785	24.723	31	43	27.541	37.295	152
De 40 a 49 Años	69.096	20.617	25	34	18.568	29.740	112
De 50 a 59 Años	34.209	14.418	17	33	0	19.668	73
De 60 Años y Más	29.559	12.465	13	11	0	17.035	35
Sin Información	1	0	0	0	0	1	0

Fuente: Anuario de Migración Internacional 2007

1/ Motivo de viaje de acuerdo a formato de Tarjeta Andina

2/ Sin Especificar, existe un incremento significativo, debido al registro del motivo del viaje en texto con asignación secuencial de códigos en las Jefaturas de Migración

ANEXO No. 4.16 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Error	NC 95%	n
1%	1,96	9.878
2%	1,96	2.492
3%	1,96	1.110
4%	1,96	625
5%	1,96	400
6%	1,96	278
7%	1,96	204
8%	1,96	156
9%	1,96	123
10%	1,96	100
11%	1,96	83
12%	1,96	69
13%	1,96	59
14%	1,96	51
15%	1,96	44

$$N = \frac{810.289}{}$$

$$n = \frac{N}{NE^2 + 1}$$

Error	NC 90%	NC 95%	n	n
1%	1,645	1,96	6.765	9.604
2%	1,645	1,96	1.691	2.401
3%	1,645	1,96	752	1.067
4%	1,645	1,96	423	600
5%	1,645	1,96	271	384
6%	1,645	1,96	188	267
7%	1,645	1,96	138	196
8%	1,645	1,96	106	150
9%	1,645	1,96	84	119
10%	1,645	1,96	68	96
11%	1,645	1,96	56	79
12%	1,645	1,96	47	67
13%	1,645	1,96	40	57
14%	1,645	1,96	35	49
15%	1,645	1,96	30	43

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

Error	NC 90%	NC 95%	n	n
1%	1,645	1,96	6709	9492
2%	1,645	1,96	1688	2394
3%	1,645	1,96	751	1066
4%	1,645	1,96	423	600
5%	1,645	1,96	271	384
6%	1,645	1,96	188	267
7%	1,645	1,96	138	196
8%	1,645	1,96	106	150
9%	1,645	1,96	84	119
10%	1,645	1,96	68	96
11%	1,645	1,96	56	79
12%	1,645	1,96	47	67
13%	1,645	1,96	40	57
14%	1,645	1,96	35	49
15%	1,645	1,96	30	43

$$N = \underline{810.289}$$

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{k^2 * [(N - 1) + Z^2] * p * q}$$

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

ANEXO No. 4.17 DETERMINACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE LA MUESTRA TOTAL PARA CADA ESTRATO

$$\frac{Nh_1}{N} + \frac{Nh_2}{N} = 1$$

N	ESTRATO 1 Nh₁	PROPORCIÓN EST. 1 Nh₁/ N	ESTRATO 2 Nh₂	PROPORCIÓN EST. 2 Nh₂/ N
810.289	614.041	0,68	196.248	0,32

NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR

n	n*Nh₁/ N	n*Nh₂/ N
200	136	64

Fuente: Investigación Realizada.

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel.

ANEXO No. 4.18 FORMULARIO DE ENCUESTA.

Objetivo: Recopilar información del Sector Turístico de la provincia del Carchi para determinar la oportunidad de construir una Hostería. La información obtenida, será empleada únicamente con el propósito señalado y de manera confidencial. Por favor responda con total libertad.

Fecha:----- **Encuestador:**----- **Código:** -----

Datos Generales:

Edad: _____ Sexo: M ---- F ----

Información Específica:**1. Lugar de Nacimiento**

---- Ecuador
 ---- Europa
 ---- América

---- Asia
 ---- Oceanía
 ---- África

2. Conoce la provincia del Carchi?

SI ----

NO ----

3. Visitaría una hostería en la provincia del Carchi que le ofrezca la posibilidad de conocer los atractivos turísticos de dicha provincia?

SI ----

NO ----

(Si su respuesta es SI continúe con la encuesta, si fue NO, gracias por su tiempo).

4. Cuántos días le gustaría que dure el paquete turístico?

---- 1-3 días
 ---- 3-5 días

---- Más de 5 días.
 ---- Otro _____

5. Qué tipo de turismo le gustaría realizar dentro de la provincia? Considere 1 al más importante y 5 al menos importante.

---- Ecoturismo
 ---- City tours
 ---- Turismo religioso

---- Turismo de aventura
 ---- Turismo comunitario
 ---- Otro (especifique) _____

6. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico de un fin de semana dentro de la provincia?

---- \$30-\$50
 ---- \$51-\$70
 ---- \$71-\$90
 ---- Más de \$91 (especifique) _____

7. Cuánto paga usted por un plato a la carta a su elección?

- \$4-\$6
- \$6-\$8
- \$8-\$10
- Más de \$10 (especifique) _____

8. Cuánto pagaría usted por una noche de alojamiento?

- \$60-\$50
- \$40-\$30
- \$20-\$10
- Otro (especifique) _____

9. Cómo prefiere pagar generalmente su hospedaje y/o recreación?

- Efectivo
- Cheque
- Tarjeta de crédito
- Otra forma (especifique) _____

10. Cuando sale de viaje, cómo contacta su lugar de hospedaje y/o recreación?

- Internet
- Agencia de viajes u operadora de turismo
- Radio.
- T.V.
- Hojas volantes.
- Prensa.
- Afiches.
- Otro (especifique) _____

11. Cuál es el monto promedio de sus ingresos.

- \$300-\$500
- \$501-\$700
- \$701-\$900
- Más de \$900

12. Enumere del 1 al 5 los atributos que usted toma en cuenta cuando se va a hospedar en un lugar. Considere 1 al más importante y 5 al menos importante.

- Precio
- Servicios que ofrece
- Instalaciones
- Restaurante
- La experiencia vivida
- Otro (especifique) _____

13. Con qué frecuencia realiza viajes fuera del lugar que habita actualmente?

- Una vez a la semana
- Una vez cada mes
- Una vez cada tres meses
- Una vez cada seis meses
- Una vez al año
- Otro _____

ANEXO No. 7.1 INVERSIÓN EN EQUIPOS

EQUIPOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Computación			2.225,00
Computador	3	600,00	1.800,00
Fax	1	80,00	80,00
Impresora	3	115,00	345,00
Equipo de Cocina			3.131,23
Aplastador de Papa	2	4,90	9,80
Arrocera	1	16,98	16,98
Asador	1	7,00	7,00
Balanza	1	27,15	27,15
Batidora manual Oster	1	25,00	25,00
Brocha para Parrilla	3	3,70	11,10
Cafetera Oster	1	37,00	37,00
Cocina Industrial	1	300,00	300,00
Colador de metal 20 cm	3	2,67	8,01
Congelador	1	600,00	600,00
Cuchara de Nylon, Cuchareta, Cucharon	7	1,73	12,11
Cuchillo Universal	3	2,33	6,99
Escurreidor Espumadera	3	0,67	2,01
Espátula	3	2,90	8,70
Equipo de audio	1	800,00	800,00
Exprimidor de Jugos	1	28,00	28,00
Extractor de Olores	1	114,88	114,88
Horno Convencional	1	52,00	52,00
Juego de 4 condimentos	2	4,18	8,36
Juego de 4 ollas	4	23,75	95,00
Juego de cucharas de madera	2	3,01	6,02
Juego de envases plásticos	8	1,60	12,80
Juego de ollas de 6 piezas	6	11,15	66,90
Juego de utensilios de parrilla	2	19,17	38,34
Legumbreira	4	2,18	8,72
Licudadora	1	87,24	87,24
Manga de decorar	3	7,15	21,45
Microondas	1	90,00	90,00
Platera Ultra y escurridor	3	4,16	12,48
Porcionador de Helados	4	2,16	8,64

EQUIPOS			
CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Procesador de Alimentos	1	30,00	30,00
Rallador 4 servicios	3	11,39	34,17
Recogedor de granos	2	0,72	1,44
Refrigeradora de 12 pies	1	385,00	385,00
Repostero	4	0,85	3,40
Sarten Umco y teteras	4	5,69	22,76
Tablas de Madera	2	6,00	12,00
Tostador de Oster	1	26,00	26,00
Utensilios Trinches	4	4,76	19,04
Volteador	3	1,30	3,90
Waflera Black&Decker	1	64,00	64,00
Equipo de Turismo			4.732,00
Bicicletas	5	150,00	750,00
botes	5	350,00	1.750,00
Carpas	6	150,00	900,00
Cascos	6	45,00	270,00
Coderas	12	18,00	216,00
Monturas Caballos	6	25,00	150,00
Rodilleras	12	18,00	216,00
Sleeping	8	60,00	480,00
SUBTOTAL			10.088,23
IMPREVISTOS 3%			302,65
TOTAL			10.390,88

Fuente: Investigación Realizada
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 7.2 INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Archivador	3	70,00	210,00
Camas 2p	6	75,00	450,00
Camas 1p	52	45,00	2.340,00
Cobijas	12	13,00	156,00
Colchones y Almohadas 2P	58	100,07	5.804,06
Cortinas de Baño	14	18,60	260,40
Duchas	14	35,08	491,12
Edredones 2P	6	17,00	102,00
Edredones 1 P	52	14,50	754,00
Escritorios	3	150,00	450,00
Espejos	17	4,50	76,50
Estanterías	3	300,00	900,00
Juego de Sabanas 2P	6	16,81	100,86
Juego de Sabanas 1P	52	12,00	624,00
Lámpara	17	20,00	340,00
Mesas cuadradas 4pax	6	200,00	1.200,00
Mesas de apoyo	2	200,00	400,00
Mesas rectangulares 6pax	3	280,00	840,00
Mesas redondas 2pax	4	100,00	400,00
Sillas normales	55	40,00	2.200,00
Taburetes	10	35,00	350,00
Teléfonos	6	20,00	120,00
Toalla grande	17	5,29	89,93
Toalla mano	17	2,83	48,11
Toalla pie	17	3,94	66,98
Veladores	17	18,00	306,00
SUBTOTAL			19.079,96
IMPREVISTOS 3%			572,40
TOTAL			19.652,36

Fuente: Investigación Realizada
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 7.3 MENAJE DE RESTAURANT

MENAJE RESTAURANT			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bandejas antideslizantes 14"	12	10,05	120,60
Cevicheros	40	5,58	223,20
Copa irish coffe	20	1,20	24,00
Copas de agua	60	2,78	166,80
Copas de vino blanco	60	2,78	166,80
Copas de vino tinto	60	2,78	166,80
copas flauta	20	7,99	159,80
cuchara café (te)	60	0,28	16,92
cuchara de postre	60	0,38	22,80
Cuchara larga de helado	40	0,44	17,60
Cuchara sopera	60	0,44	26,40
Cuchillo de entrada	60	0,55	33,00
Cuchillo de fuerte	60	0,55	33,00
Jarras	10	4,10	41,00
Plato base	60	2,00	120,00
Plato café te)	60	1,07	64,20
Plato postre	60	1,00	60,00
Plato sopero	60	1,10	66,00
Plato tendido	60	1,20	72,00
Salseros de acero inoxidable	40	2,34	93,60
Taza café (te)	60	1,92	115,20
Tenedor de fuerte	60	0,55	33,00
Tenedor postre	60	0,55	33,00
Vasos	60	0,72	43,20
SUBTOTAL			1.918,92
IMPREVISTOS 3%			57,57
TOTAL			1.976,49

Fuente: Investigación Realizada
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 7.4 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO EN USD										
CONCEPTO	1	1,01	1,02	1,03	1,04	1,05	1,06	1,07	1,08	1,09
ÁREA ADMINISTRATIVA	18.717,60	18.904,78	19.093,82	19.284,76	19.477,61	19.672,39	19.869,11	20.067,80	20.268,48	20.471,16
SUELDOS	17.949,60	18.129,10	18.310,39	18.493,49	18.678,43	18.865,21	19.053,86	19.244,40	19.436,84	19.631,21
SUMINISTROS DE OFICINA	96,00	96,96	97,93	98,91	99,90	100,90	101,91	102,92	103,95	104,99
SERVICIOS BÁSICOS	672,00	678,72	685,51	692,36	699,29	706,28	713,34	720,47	727,68	734,96
HOSPEDAJE	5.491,60	5.546,52	5.601,98	5.658,00	5.714,58	5.771,73	5.829,44	5.887,74	5.946,62	6.006,08
SUELDOS	3.091,60	3.122,52	3.153,74	3.185,28	3.217,13	3.249,30	3.281,80	3.314,61	3.347,76	3.381,24
SERVICIOS BÁSICOS	2.400,00	2.424,00	2.448,24	2.472,72	2.497,45	2.522,42	2.547,65	2.573,12	2.598,86	2.624,84
ALIMENTACIÓN	58.690,64	59.277,55	59.870,33	60.469,03	61.073,72	61.684,46	62.301,30	62.924,31	63.553,56	64.189,09
MATERIA PRIMA	40.309,73	40.712,83	41.119,96	41.531,16	41.946,47	42.365,93	42.789,59	43.217,49	43.649,66	44.086,16
MANO DE OBRA DIRECTA	9.074,80	9.165,55	9.257,20	9.349,78	9.443,27	9.537,71	9.633,08	9.729,41	9.826,71	9.924,98
MANO DE OBRA INDIRECTA	9.274,80	9.367,55	9.461,22	9.555,84	9.651,39	9.747,91	9.845,39	9.943,84	10.043,28	10.143,71
MANTENIMIENTO	31,31	31,63	31,94	32,26	32,58	32,91	33,24	33,57	33,91	34,25
TURISMO	7.600,30	7.676,30	7.753,07	7.830,60	7.908,90	7.987,99	8.067,87	8.148,55	8.230,04	8.312,34
SUELDOS	5.260,30	5.312,90	5.366,03	5.419,69	5.473,89	5.528,63	5.583,91	5.639,75	5.696,15	5.753,11
SERVICIOS BÁSICOS Y ENERGÉTICOS	2.340,00	2.363,40	2.387,03	2.410,90	2.435,01	2.459,36	2.483,96	2.508,80	2.533,88	2.559,22
OTRAS AÉREAS	18.729,60	18.916,90	19.106,06	19.297,13	19.490,10	19.685,00	19.881,85	20.080,67	20.281,47	20.484,29
SUELDOS	18.549,60	18.735,10	18.922,45	19.111,67	19.302,79	19.495,82	19.690,77	19.887,68	20.086,56	20.287,42
SUMINISTROS	180,00	181,80	183,62	185,45	187,31	189,18	191,07	192,98	194,91	196,86
Total	109.229,74	110.322,04	111.425,26	112.539,51	113.664,91	114.801,56	115.949,57	117.109,07	118.280,16	119.462,96

Fuente: Investigación Realizada
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 7.5 INGRESOS POR ACTIVIDADES EXTRAS

AÑOS										
CAPACIDAD DIARIA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
CAPACIDAD ANUAL	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
CAPACIDAD UTILIZADA	0,35	0,38	0,41	0,44	0,47	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62
CAPACIDAD REAL UTILIZADA	630,00	684,00	738,00	792,00	846,00	900,00	954,00	1.008,00	1.062,00	1.116,00
PRECIO UNITARIO	8,00	8,08	8,16	8,24	8,32	8,40	8,48	8,56	8,64	8,72
TOTAL	5.040,00	5.526,72	6.022,08	6.526,08	7.038,72	7.560,00	8.089,92	8.628,48	9.175,68	9.731,52
PASEOS EN BOTES										
CAPACIDAD DIARIA	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
CAPACIDAD ANUAL	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
CAPACIDAD UTILIZADA	0,35	0,38	0,41	0,44	0,47	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62
CAPACIDAD REAL UTILIZADA	630,00	684,00	738,00	792,00	846,00	900,00	954,00	1.008,00	1.062,00	1.116,00
PRECIO UNITARIO	4,00	4,04	4,12	4,24	4,41	4,63	4,91	5,26	5,68	6,19
TOTAL	2.520,00	2.763,36	3.041,15	3.361,58	3.734,41	4.171,42	4.687,01	5.298,97	6.029,47	6.906,30
PASEOS EN CABALLOS										
CAPACIDAD DIARIA	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
CAPACIDAD ANUAL	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
CAPACIDAD UTILIZADA	0,35	0,38	0,41	0,44	0,47	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62
CAPACIDAD REAL UTILIZADA	756,00	820,80	885,60	950,40	1.015,20	1.080,00	1.144,80	1.209,60	1.274,40	1.339,20
PRECIO UNITARIO	6,00	6,06	6,18	6,37	6,62	6,95	7,37	7,89	8,52	9,28
TOTAL	4.536,00	4.974,05	5.474,07	6.050,85	6.721,95	7.508,56	8.436,61	9.538,15	10.853,05	12.431,34
CAMPING										
CAPACIDAD ANUAL	2160	2160	2160	2160	2160	2160	2160	2160	2160	2160
CAPACIDAD UTILIZADA	0,35	0,38	0,41	0,44	0,47	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62
CAPACIDAD REAL UTILIZADA	756,00	820,80	885,60	950,40	1.015,20	1.080,00	1.144,80	1.209,60	1.274,40	1.339,20
PRECIO UNITARIO	18,00	18,18	18,54	19,10	19,86	20,86	22,11	23,66	25,55	27,85
TOTAL	13.608,00	14.922,14	16.422,21	18.152,55	20.165,84	22.525,67	25.309,84	28.614,45	32.559,15	37.294,02
AÑOS										

TALLERES DE COCINA										
CAPACIDAD DIARIA	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
CAPACIDAD ANUAL	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
CAPACIDAD UTILIZADA	0,35	0,38	0,41	0,44	0,47	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62
CAPACIDAD REAL UTILIZADA	1.260,00	1.368,00	1.476,00	1.584,00	1.692,00	1.800,00	1.908,00	2.016,00	2.124,00	2.232,00
PRECIO UNITARIO	20,00	20,20	20,60	21,22	22,07	23,17	24,57	26,28	28,39	30,94
TOTAL	25.200,00	27.633,60	30.411,50	33.615,84	37.344,14	41.714,20	46.870,07	52.989,71	60.294,72	69.063,01
ARRENDAMIENTO ZONA TURÍSTICA	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
TOTAL INGRESOS	62.904,00	67.819,87	73.371,02	79.706,91	87.005,06	95.479,84	105.393,45	117.069,76	130.912,08	147.426,19

Fuente: Investigación Realizada
 Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 7.6 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS										
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS ÁREA DE HOSPEDAJE										
MANO DE OBRA DIRECTA	3.091,60	3.122,52	3.184,97	3.280,52	3.411,74	3.582,32	3.797,26	4.063,07	4.388,12	4.783,05
COSTOS ÁREA DE ALIMENTACIÓN										
MATERIA PRIMA	40.309,73	40.712,83	41.527,08	42.772,90	44.483,81	46.708,00	49.510,48	52.976,22	57.214,32	62.363,60
MANO DE OBRA DIRECTA	9.074,80	9.165,55	9.348,86	9.629,32	10.014,50	10.515,22	11.146,14	11.926,37	12.880,47	14.039,72
MANO DE OBRA INDIRECTA	9.274,80	9.367,55	9.554,90	9.841,55	10.235,21	10.746,97	11.391,79	12.189,21	13.164,35	14.349,14
COSTOS ÁREA DE TURISMO										
MANO DE OBRA DIRECTA	5.260,30	5.312,90	5.419,16	5.581,74	5.805,01	6.095,26	6.460,97	6.913,24	7.466,30	8.138,26
COSTOS DE OPERACIÓN PAQ	145.645,50	159.710,69	174.025,57	188.590,12	203.404,34	218.468,25	233.781,83	249.345,10	265.158,04	281.220,65
COSTOS ÁREAS RECREACIONALES										
MANO DE OBRA DIRECTA	18.549,60	18.735,10	19.109,80	19.683,09	20.470,42	21.493,94	22.783,57	24.378,42	26.328,70	28.698,28
OTROS COSTOS										
MANTENIMIENTO	400,88	404,89	412,99	425,38	442,39	464,51	492,38	526,85	569,00	620,21
SEGUROS	4.488,03	4.489,03	4.490,03	4.491,03	4.492,03	1.493,03	1.494,03	1.495,03	1.496,03	1.497,03
DEPRECIACIONES	14.994,00	14.994,00	14.994,00	14.994,00	14.994,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00
AMORTIZACIÓN	407,63	407,63	407,63	407,63	407,63					
COSTO PRODUCCIÓN	251.496,88	266.422,69	282.474,99	299.697,27	318.161,08	329.761,51	351.052,46	374.007,51	398.859,32	425.903,95
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS										
SUELDOS Y SALARIOS	17.949,60	18.129,10	18.491,68	19.046,43	19.808,29	20.798,70	22.046,62	23.589,89	25.477,08	27.770,01
SERVICIOS BÁSICOS	3.612,00	3.648,12	3.721,08	3.832,71	3.986,02	4.185,32	4.436,44	4.747,00	5.126,75	5.588,16
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	600,00	606,00	618,12	636,66	662,13	695,24	736,95	788,54	851,62	928,27
COMBUSTIBLES Y LUBRICANT	1.800,00	1.818,00	1.854,36	1.909,99	1.986,39	2.085,71	2.210,85	2.365,61	2.554,86	2.784,80
SUMINISTROS	276,00	278,76	284,34	292,87	304,58	319,81	339,00	362,73	391,75	427,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	24.237,60	24.479,98	24.969,58	25.718,66	26.747,41	28.084,78	29.769,87	31.853,76	34.402,06	37.498,24
GASTOS FINANCIEROS										
GASTOS FINANCIEROS	27.614,77	23.020,73	18.003,12	12.522,89	6.537,38		-	-	-	-
TOTAL COSTOS Y GASTOS	303.349,25	313.923,40	325.447,69	337.938,82	351.445,86	357.846,29	380.822,33	405.861,26	433.261,37	463.402,19

ANEXO No. 7.7 FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Saldo Inicial de Caja		109.229,74	110.322,04	111.425,26	112.539,51	113.664,91	114.801,56	115.949,57	117.109,07	118.280,16	119.462,96
Inversión Inicial	553.947,63										
Inversión Propia	254.438,16										
Inversión Préstamo	299.509,47										
Ingresos por Ventas		532.478,18	582.741,50	634.445,07	687.738,38	742.798,93	799.841,10	859.127,09	920.980,75	985.805,41	1.054.106,84
(-) Costos de producción		236.095,24	251.021,05	267.073,35	284.295,64	302.759,44	319.567,50	340.858,46	363.813,50	388.665,31	415.709,94
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		296.382,93	331.720,44	367.371,72	403.442,74	440.039,49	480.273,60	518.268,63	557.167,24	597.140,09	638.396,90
(-) Gastos fijos de Administración y Ventas		24.237,60	24.479,98	24.969,58	25.718,66	26.747,41	28.084,78	29.769,87	31.853,76	34.402,06	37.498,24
(-) Intereses		27.614,77	23.020,73	18.003,12	12.522,89	6.537,38	-	-	-	-	-
Utilidad antes depreciación		244.530,56	284.219,73	324.399,02	365.201,19	406.754,70	452.188,82	488.498,76	525.313,49	562.738,03	600.898,66
(-) Depreciación		14.994,00	14.994,00	14.994,00	14.994,00	14.994,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00
(-) Amortización		407,63	407,63	407,63	407,63	407,63					
Utilidad antes utilidades		229.128,92	268.818,10	308.997,39	349.799,56	391.353,07	441.994,82	478.304,76	515.119,48	552.544,03	590.704,65
15% participación Trabajadores		34.369,34	40.322,71	46.349,61	52.469,93	58.702,96	66.299,22	71.745,71	77.267,92	82.881,60	88.605,70
Utilidad antes impto. renta		194.759,59	228.495,38	262.647,78	297.329,62	332.650,11	375.695,60	406.559,04	437.851,56	469.662,43	502.098,96
25% impuesto a la renta		48.689,90	57.123,85	65.661,95	74.332,41	83.162,53	93.923,90	101.639,76	109.462,89	117.415,61	125.524,74
UDIM		146.069,69	171.371,54	196.985,84	222.997,22	249.487,58	281.771,70	304.919,28	328.388,67	352.246,82	376.574,22
(+) Depreciación		14.994,00	14.994,00	14.994,00	14.994,00	14.994,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00	10.194,00
(+) Amortización		407,63	407,63	407,63	407,63	407,63					
Flujo neto de operación		161.471,32	186.773,17	212.387,47	238.398,85	264.889,22	291.965,70	315.113,29	338.582,67	362.440,82	386.768,22
(-) Pago de capital		49.826,90	54.420,94	59.438,55	64.918,78	70.904,30					
Flujo Neto	299.509,47	111.644,43	132.352,23	152.948,92	173.480,07	193.984,92	291.965,70	315.113,29	338.582,67	362.440,82	386.768,22
Préstamo	299.509,47										
Inversiones		1.322,39	20.926,97	40.409,41	59.815,16	79.183,36	176.016,13	198.004,22	220.302,51	242.977,86	386.768,22
Saldo Final de Caja	109.229,74	110.322,04	111.425,26	112.539,51	113.664,91	114.801,56	115.949,57	117.109,07	118.280,16	119.462,96	-

ANEXO No. 7.8 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO

Activo corriente

CAJA 109.229,74

INVERSIONES

Total activo corriente 109.229,74

Activo Fijo 442.679,72

TERRENO 220.000,00

CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES 158.260,00

EQUIPOS 10.390,88

MUEBLES Y ENSERES 19.652,36

MENAJE CAFETERÍA 1.976,49

VEHÍCULO 30.000,00

(-) DEPRECIACIÓN ACUM ACTIVOS

SEMOVIENTES 2.400,00

Activos Diferidos 2.038,16

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD 773,53

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA 1.264,63

(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA

TOTAL ACTIVO 553.947,63

PASIVO

Pasivo a largo plazo 299.509,47

BANCOS Y FINANCIERAS 299.509,47

Total Pasivo 299.509,47

PATRIMONIO

CAPITAL SOCIAL 254.438,16

UTILIDAD DEL EJERCICIO

UTILIDAD ACUMULADA

Total Patrimonio 254.438,16

Total Pasivo y Patrimonio 553.947,63

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Lovato Fernanda y Romo Isabel

ANEXO No. 7.9 PARTICIPACIÓN DE ACCIONISTAS

	RUBRO		VALOR	%
Accionista 1	Terreno	220.000,00	220.000,00	86%
Accionista 2	Vehículo	30.000,00	34.438,16	14%
	Semovientes	2.400,00		
	Activos Diferidos	2.038,16		
TOTAL			254.438,16	100%

ANEXO No. 7.10 BALANCE GENERAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVO											
CAJA	109.229,74	110.322,04	111.425,26	112.539,51	113.664,91	114.801,56	115.949,57	117.109,07	118.280,16	119.462,96	-
INVERSIONES		1.322,39	20.926,97	40.409,41	59.815,16	79.183,36	176.016,13	198.004,22	220.302,51	242.977,86	386.768,22
Total activo corriente	109.229,74	111.644,43	132.352,23	152.948,92	173.480,07	193.984,92	291.965,70	315.113,29	338.582,67	362.440,82	386.768,22
Activo Fijo	442.679,72	427.685,72	412.691,72	397.697,71	382.703,71	367.709,71	327.515,71	317.321,70	307.127,70	296.933,70	286.739,69
TERRENO	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00	220.000,00
CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00	158.260,00
EQUIPOS	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88	10.390,88
MUEBLES Y ENSERES	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36	19.652,36
MENAJE CAFETERÍA	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49	1.976,49
VEHICULO	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00					
(-) DEPRECIACIÓN ACUM ACTIVOS		14.994,00	29.988,01	44.982,01	59.976,01	74.970,01	85.164,02	95.358,02	105.552,02	115.746,03	125.940,03
SEMOVIENTES	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Activos Diferidos	2.038,16	1.630,53	1.222,90	815,27	407,63	-	-	-	-	-	-
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	773,53	773,53	773,53	773,53	773,53	773,53					
CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	1.264,63	1.264,63	1.264,63	1.264,63	1.264,63	1.264,63					
(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA		407,63	815,27	1.222,90	1.630,53	2.038,16	-				
TOTAL ACTIVO	553.947,63	540.960,68	546.266,85	551.461,90	556.591,41	561.694,63	619.481,41	632.434,99	645.710,37	659.374,52	673.507,91
PASIVO											
Pasivo a largo plazo	299.509,47	249.682,57	195.261,63	135.823,08	70.904,30	-	-	-	-	-	-
BANCOS Y FINANCIERAS	299.509,47	249.682,57	195.261,63	135.823,08	70.904,30						
Total Pasivo	299.509,47	249.682,57	195.261,63	135.823,08	70.904,30	-	-	-	-	-	-
PATRIMONIO											
CAPITAL SOCIAL	254.438,16	145.208,42	179.633,68	218.652,99	262.689,90	312.207,05	337.709,71	327.515,71	317.321,70	307.127,70	296.933,70
UTILIDAD DEL EJERCICIO		146.069,69	171.371,54	196.985,84	222.997,22	249.487,58	281.771,70	304.919,28	328.388,67	352.246,82	376.574,22
UTILIDAD ACUMULADA											
Total Patrimonio	254.438,16	291.278,11	351.005,22	415.638,83	485.687,12	561.694,63	619.481,41	632.434,99	645.710,37	659.374,52	673.507,92
Total Pasivo y Patrimonio	553.947,63	540.960,68	546.266,85	551.461,90	556.591,41	561.694,63	619.481,41	632.434,99	645.710,37	659.374,52	673.507,92

ANEXO No. 7.11 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

ESTADO DE RESULTADOS										
CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Hospedaje	126.000,00	138.168,00	150.552,00	163.152,00	175.968,00	189.000,00	202.248,00	215.712,00	229.392,00	243.288,00
Ingresos por Alimentación	74.130,00	81.288,84	88.574,76	95.987,76	103.527,84	111.195,00	118.989,24	126.910,56	134.958,96	143.134,44
Ingresos por Turismo	269.444,18	295.464,78	321.947,30	348.891,71	376.298,04	404.166,26	432.496,39	461.288,43	490.542,37	520.258,21
Ingresos Otras Actividades	62.904,00	67.819,87	73.371,02	79.706,91	87.005,06	95.479,84	105.393,45	117.069,76	130.912,08	147.426,19
Total Ingresos	532.478,18	582.741,50	634.445,07	687.738,38	742.798,93	799.841,10	859.127,09	920.980,75	985.805,41	1.054.106,84
(-) Costo de Producción	251.496,88	266.422,69	282.474,99	299.697,27	318.161,08	329.761,51	351.052,46	374.007,51	398.859,32	425.903,95
(=) Utilidad Bruta en Ventas	280.981,30	316.318,81	351.970,09	388.041,11	424.637,85	470.079,60	508.074,63	546.973,24	586.946,09	628.202,90
(-) Gasto Adm y Ventas	24.237,60	24.479,98	24.969,58	25.718,66	26.747,41	28.084,78	29.769,87	31.853,76	34.402,06	37.498,24
(=) Utilidad Operacional	256.743,70	291.838,83	327.000,51	362.322,45	397.890,44	441.994,82	478.304,76	515.119,48	552.544,03	590.704,65
(-) Gasto Financiero	27.614,77	23.020,73	18.003,12	12.522,89	6.537,38	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Antes de Reparto	229.128,92	268.818,10	308.997,39	349.799,56	391.353,07	441.994,82	478.304,76	515.119,48	552.544,03	590.704,65
(-) 15% reparto utilidades	34.369,34	40.322,71	46.349,61	52.469,93	58.702,96	66.299,22	71.745,71	77.267,92	82.881,60	88.605,70
(=) Utilidad Después de Participaciones	194.759,59	228.495,38	262.647,78	297.329,62	332.650,11	375.695,60	406.559,04	437.851,56	469.662,43	502.098,96
(-) 25% Impuesto a la Renta	48.689,90	57.123,85	65.661,95	74.332,41	83.162,53	93.923,90	101.639,76	109.462,89	117.415,61	125.524,74
(=) Utilidad Neta	146.069,69	171.371,54	196.985,84	222.997,22	249.487,58	281.771,70	304.919,28	328.388,67	352.246,82	376.574,22

ANEXO No. 7.12 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

CPPC = (1-% timp) (% tcred) (% Rec.Fin.) + (% Rec. Prop.) (TMAR)	
tasa de impuestos =	9,31%
tasa del crédito =	9,22%
% Recursos Financiados =	54%
% Recursos Propios =	46%
TMAR =	23,67%
CPPC =	15,39%

TMAR =

TASA ACTIVA+INFLACION+EXPECTATIVA DEL
INVERSIONISTA

ANEXO No. 7.13 PUNTO DE EQUILIBRIO-RESTAURANTE

Unidades producidas al año 18.000,00

Precio de venta unitario 9,10

RUBROS	Parte Fija	Parte Var.	CV u
MANO DE OBRA	18.349,60		
MATERIA PRIMA		40.309,73	2,24
DEP. CONSTRUCCIÓN E INSTALA (35%)	2.631,07		
DEP. MUEBLES Y ENSERES (55%)	499,37		
DEP. EQUIPO (80%)	1.414,97		
SEGUROS MUE 55% Y MAQ Y EQ 80%	1.063,52		
MANTENIMIENTO	31,31		
	23.989,84	40.309,73	2,24

N.Personas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales	Ingreso Total	UTILIDAD
	23.990	-	23.990	-	23.990
582	23.990	1.303	25.293	5.296	19.997
1.164	23.990	2.607	26.597	10.592	16.004
1.746	23.990	3.910	27.900	15.889	12.011
2.328	23.990	5.213	29.203	21.185	8.018
2.910	23.990	6.517	30.507	26.481	4.026
3.497	23.990	7.831	31.821	31.823	(2)
4.074	23.990	9.123	33.113	37.073	(3.960)
4.656	23.990	10.427	34.417	42.370	(7.953)
5.238	23.990	11.730	35.720	47.666	(11.946)
5.820	23.990	13.033	37.023	52.962	(15.939)
6.402	23.990	14.337	38.327	58.258	(19.932)
6.984	23.990	15.640	39.630	63.554	(23.924)
7.566	23.990	16.944	40.933	68.851	(27.917)
8.148	23.990	18.247	42.237	74.147	(31.910)
		-	-	-	-

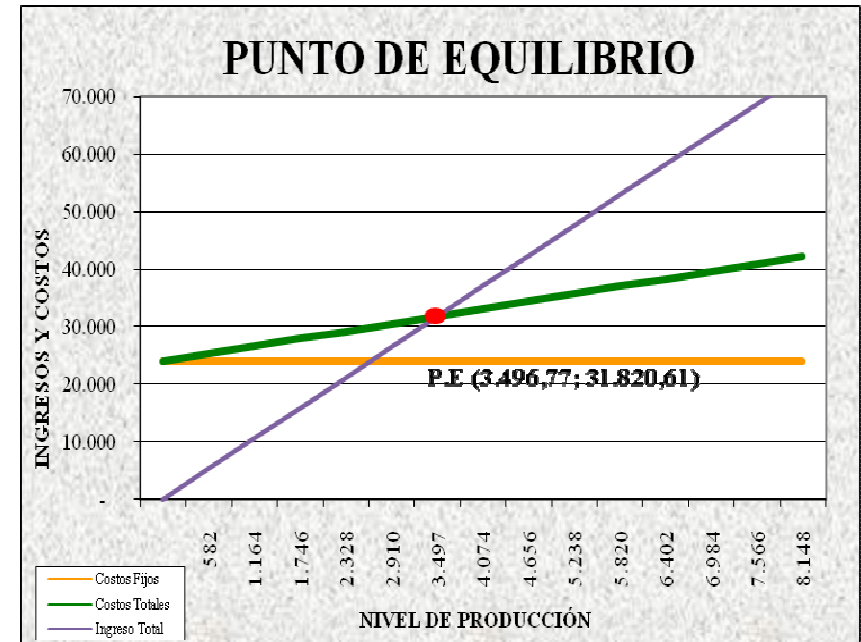
PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{CF}{Mcu}$

PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{23.989,84}{6,86}$

PUNTO DE EQUILIBRIO =	3.496,77	PERSONAS ANUALES
-----------------------	-----------------	------------------

Ingreso Total = 3.496,77 * 9,10

Punto de equilibrio en \$ =	31.820,61	dólares
-----------------------------	------------------	---------



ANEXO No. 7.14 PUNTO DE EQUILIBRIO-PAQUETES TURÍSTICOS

Unidades producidas al año 1.820,00
 Precio promedio de venta
 unitario **148,05**

RUBROS	Parte Fija	Parte Var.	CVu
SUELDOS	5.260,30		-
DEP. CONSTRUCCIÓN E INSTALA (10%)	751,74		
DEP.VEHICULO (100%)	4.800,00		
MANTENIMIENTO	300,00		
GASTOS COMBUSTIBLE		1.800,00	0,99
SERVICIOS BÁSICOS	540,00		
GASTO PUBLICIDAD	600,00		
COSTOS DE OPERACIÓN PAQUETES		145.645,50	80,03
	12.252,04	147.445,50	81,01

N.Personas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales	Ingreso Total	UTILIDAD
	12.252		12.252	-	12.252
26	12.252	2.106	14.358	3.849	10.509
52	12.252	4.213	16.465	7.698	8.766
78	12.252	6.319	18.571	11.548	7.024
104	12.252	8.425	20.677	15.397	5.281
130	12.252	10.532	22.784	19.246	3.538
156	12.252	12.638	24.890	23.095	1.795
183	12.252	14.808	27.060	27.060	-
208	12.252	16.851	29.103	30.794	(1.691)
234	12.252	18.957	31.209	34.643	(3.434)
260	12.252	21.064	33.316	38.492	(5.176)
286	12.252	23.170	35.422	42.341	(6.919)
312	12.252	25.276	37.528	46.190	(8.662)
338	12.252	27.383	39.635	50.040	(10.405)
364	12.252	29.489	41.741	53.889	(12.148)
			-	-	-

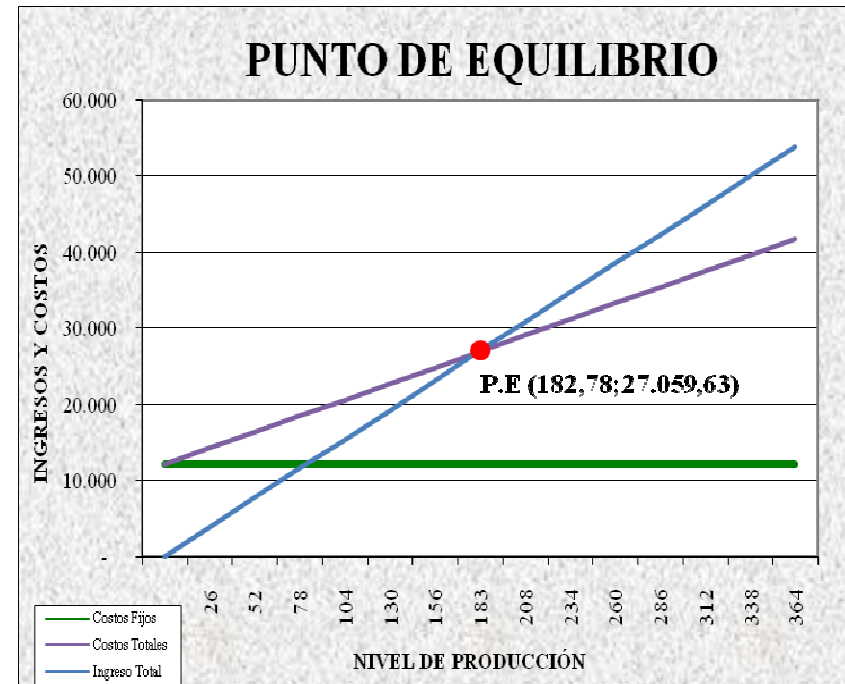
PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{CF}{Mcu}$

PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{12.252,04}{67,03}$

PUNTO DE EQUILIBRIO =	182,78	PERSONAS ANUALES
-----------------------	---------------	------------------

Ingreso Total = 182,78 * 148,05

Punto de equilibrio en \$ =	27.059,63	dólares
-----------------------------	------------------	---------



ANEXO No. 7.15 PUNTO DE EQUILIBRIO-HOSPEDAJE

Unidades producidas al año 18.000,00

Precio de venta unitario 20,00

RUBROS	Parte Fija	Parte Var.	CVu
SUELDOS	3.091,60		
SERVICIOS BÁSICOS	2.400,00		
DEP. CONSTRUCCIÓN E INSTALA (35%)	2.631,07		
DEP. MUEBLES Y ENSERES (45%)	408,57		
SEGUROS MUEBLES (45%)	226,99		
	8.758,23	-	-

N.Persona	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales	Ingreso Total	UTILIDAD
-	8.758	-	8.758	-	8.758
108	8.758	-	8.758	2.160	6.598
216	8.758	-	8.758	4.320	4.438
324	8.758	-	8.758	6.480	2.278
438	8.758	-	8.758	8.758	-
540	8.758	-	8.758	10.800	(2.042)
648	8.758	-	8.758	12.960	(4.202)
756	8.758	-	8.758	15.120	(6.362)
864	8.758	-	8.758	17.280	(8.522)
972	8.758	-	8.758	19.440	(10.682)
1.080	8.758	-	8.758	21.600	(12.842)
1.188	8.758	-	8.758	23.760	(15.002)
1.296	8.758	-	8.758	25.920	(17.162)
1.404	8.758	-	8.758	28.080	(19.322)
		-	-	-	-

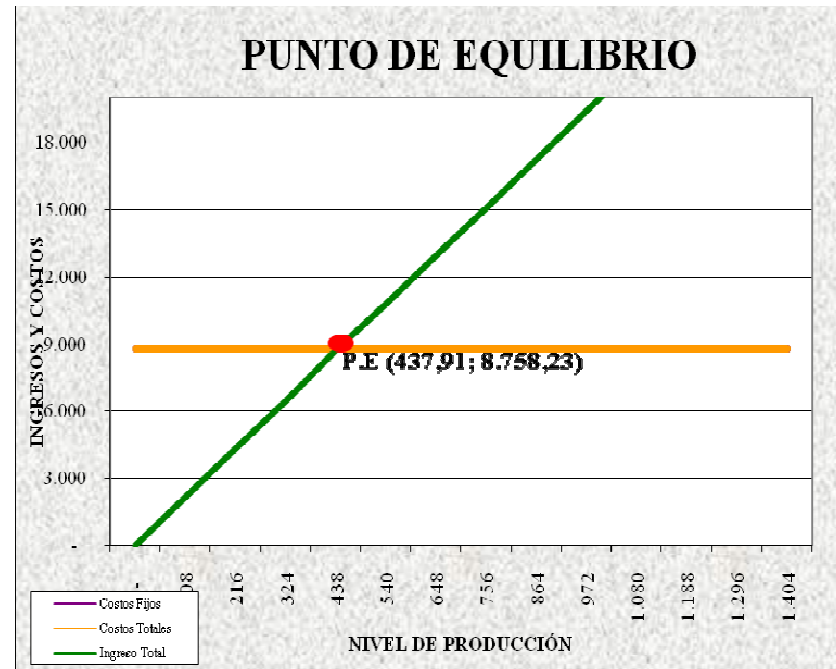
PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{CF}{Mcu}$

PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{8.758,23}{20,00}$

PUNTO DE EQUILIBRIO =	437,91	PERSONAS ANUALES
-----------------------	--------	------------------

Ingreso Total = 437,91 * 20,00

Punto de equilibrio en \$ =	8.758,23	dólares
-----------------------------	----------	---------



GLOSARIO

Agencia de Viajes

Es una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos. El papel de la agencia turística es el de intermediario entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece esa demanda y que es productor de bienes o servicios turísticos.

Atractivo Turístico

Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que éste visite un determinado lugar.

Capacidad instalada

Nivel de uso de una zona por parte de sus visitantes que se puede tolerar con niveles elevados de satisfacción e impacto escaso.

Demanda

Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad.

Ecoturismo

Cualquier forma de turismo en que la principal motivación del turista sea la observación y la apreciación de la naturaleza, a cuya conservación contribuya y que genere un impacto mínimo en el medio ambiente natural y el patrimonio cultural.

Estudio Administrativo

Define las necesidades de perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y los estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados, y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.

Estudio de Factibilidad

Es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Estudio Financiero

Es la herramienta imprescindible para conocer la totalidad de los gastos en que incurrirá la Empresa al incorporar el nuevo sistema, como así también el incremento de los costos por cargas de estructura que demandará su funcionamiento luego de la implementación.

Estudio de Mercado.

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma

serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Estudio Legal

Define la posibilidad legal para que el negocio se establezca y opere, la definición del tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan, analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto, determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos

Estudio Técnico

Esta herramienta permite determinar la capacidad del proyecto para aplicar con efectividad el método y la tecnología.

Hospedaje

Alojamiento y asistencia que se da a alguien.

Hostería

Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que están dotadas de jardines, zonas de recreación 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.

Las hosterías en atención a las instalaciones y servicios que presten se clasificarán en las categorías de tres, dos y una estrella que corresponden a primera, segunda y tercera categorías, respectivamente.

Hoteles

Establecimiento de hostelería en el que se proporciona alojamiento y comida a los clientes mediante pago, con mayor categoría que otros establecimientos similares.

Infraestructura Turística

Obra básica, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimiento de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc. Estas inversiones a largo plazo mediante plusvalía de terrenos, cuotas o peajes, son el inicio de las tareas a favor del desarrollo turístico y constituyen la base para las estructuras requeridas por los turistas.

Mercado

Lugar en el que se ofrecen productos a la venta, normalmente con una periodicidad fijada. El desarrollo de las comunicaciones permite que exista un mercado sin necesidad de coincidencia física.

Oferta

Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

Paquete Turístico

Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Proyecto

Conjunto de acciones interrelacionadas y dirigidas a lograr unos resultados para transformar o mejorar una situación, en un plazo limitado y con recursos presupuestados.

Restaurante

Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.

Turismo

Es una acción que pueden llevar a cabo un conjunto de personas o un solo individuo y que básicamente se caracteriza por el hecho de desplazarse a otro lugar, normalmente otro país o región (turismo exterior) o dentro del mismo país (turismo interior), por motivos generalmente lúdicos.

Turista

Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

BIBLIOGRAFÍA

CULTURAL S.A, (2005),Atlas Geográfico Universal. España: 3era Edición. Editorial Melsa-Pinto.

EROSSA MARTIN VICTORIA, (1987) Proyectos de Inversión en Ingeniería. México. Editorial: Limusa.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, (2001). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: 4ta Edición. Editorial Internacional Thomson.

JOHNSON SCHOLLES, (2000).Dirección Estratégica. Editorial:Prentice Hall.

KINNEAR, TAYLOR, (2000). Investigación de Mercados. Colombia; 5ta. Edición.

MIRANDA MIRANDA JUAN, (2003). Gestión de Proyectos. Colombia: Editorial MM Editores.

NARANJO VILLAVICENCIO MARCELO, (1999). La cultura popular en el Ecuador, Carchi. Tomo XII. Ecuador: 1ra. Edición.

PALEPU KRISHNA PAUL. (2002). Análisis y Evaluación de Negocios Mediante Estados Financieros, 2da Edición, Editorial: Thomson, Mexico.

SAPAG CHAIN NASSIR,(2007). Proyectos de Inversión: Formulación y

USE-GPC-SENPLADES. (2004). Diagnóstico Provincia del Carchi

VARELA, R. (2001). Innovación Empresarial. 2da Edición. Bogotá. Editorial: Pearson Prentice Hall.

WESTON FRED BRIGHAM. (1994). Fundamentos de Administración financiera,

10ma Edicion. Mexico. Editorial: Mc GrawHill.

<http://www.bancocentral.gov.ec>

<http://www.wikipedia.org>

<http://www.gabilos.com/comosehace/estudioviabilidad/textoAnalisis.ht>

<http://www.cideiber.com/infopaises/Ecuador/Ecuador-08-02.html>

http://www.captur.com/Docs/Reglamento_General_de_Actividades_Turisticas

<http://www.vivecuador.com>