



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD: Turismo y Preservación Ambiental, Hotelería y
Gastronomía

CARRERA: Administración Hotelera

***PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECO-
LODGE EN LA VÍA SANTO DOMINGO - QUEVEDO PARA
FOMENTAR EL TURISMO EN LA ZONA.***

TÍTULO A OBTENER: INGENIERÍA EN GESTIÓN HOTELERA

AUTORA: VANESSA JACKELINE LONDOÑO HALLO

DIRECTOR DE TESIS: ING. MANUEL BUENAÑO MBA.

QUITO, 2011

“DEL CONTENIDO DEL PRESENTE TRABAJO

SE RESPONSABILIZA EL AUTOR”

Vanessa Jackeline Londoño Hallo

C.I. 172174434-8

AGRADECIMIENTO

“Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía. Para terminar un gran proyecto, hace falta perseverancia, porque no es grande aquel que nunca falla si no el que nunca se da por vencido”

Quiero agradecer a Dios en primer lugar, que me ha cuidado y guiado durante todo el camino recorrido, durante cada etapa de mi vida.

Gracias a toda mi familia. Gracias a mi padre, a mi madre, a mi hermano por ser fuente de amor, porque todo lo que soy se lo debo a ellos, me han enseñado valores, principios, y sobretodo fortaleza y perseverancia para terminar lo que se ha empezado, en resumen todo un ejemplo a seguir. Gracias a mis abuelos, mis segundos padres, a mis tíos, a mis primos, en fin a toda mi familia que ha estado a mi lado brindándome su apoyo a cada instante.

La familia no se escoge, los amigos sí; gracias a ustedes mi segunda familia porque han sido un pilar importante para mí, por estar conmigo en las buenas y en las malas, por ser mi apoyo y mis consejeros, en especial gracias Geoma, Diani, Tefa, Vale, Vero, Andre, Sofi, Pau, Santy, Andrés, Fer, Toby, Pato; pero sobre todo gracias Nathy por haber recorrido este camino hacia nuestra realización profesional junto a mí, por que fuiste el mejor de los apoyos tanto emocional como intelectual.

Gracias a todos mis maestros, fuente de conocimientos y sabiduría, el pilar académico en mi formación profesional; un agradecimiento especial a mi director de tesis, porque aportó su mejor esfuerzo, tiempo e intelecto en la elaboración del presente trabajo.

A todos ustedes gracias; les dejo un pensamiento, que me ayudó durante la realización de esta tesis, con el anhelo de que sirva de inspiración en sus vidas... “Si no se esfuerzan hasta el máximo, ¿cómo sabrán donde está su límite?”

DEDICATORIA

"He recibido de la vida el regalo más bello, mi familia, lo demás no tiene importancia"

Dedico esta tesis a las tres personas más importantes de mi vida, porque es por mi y por ellos por quienes estoy aquí, por ellos me levanto día a día buscando ser una mejor persona, con metas ambiciosas y aspiraciones grandes, es por ellos que lucho y lucharé por llegar muy lejos en la vida, para que siempre puedan estar orgullosos de mi. Dedico éste, uno de mis muchos logros a ustedes:

A ti papito... "en la vida he tenido una serie de problemas, pero no son nada comparado con los que tuvo que afrontarse mi padre para lograr que mi vida empezase", porque la niña de tus ojos está donde está por el gran esfuerzo y sacrificio que felizmente has realizado, gracias, por esa razón este logro también es tuyo. Cuán grande riqueza es, aun entre los pobres, el ser hija de un buen padre.

A ti mamita, ninguna palabra es capaz de expresar lo agradecida que estoy por tener alguien con gran fuerza, belleza y heroicidad guiándome en el camino; porque todo lo que soy, se lo debo a mi madre, atribuyo todos mis éxitos en esta vida a la enseñanza moral, intelectual y física que recibí de ella.

A ti hermano, por ahí dicen hermano mayor, padre menor y es eso justamente lo que has sido para mí, se que todo lo haces por cuidarme, por mi bien, para que llegue lejos; por tu apoyo incondicional, desde lo más pequeño hasta lo más grande, esta etapa te la dedico también a ti.

TABLA DE CONTENIDO

PLAN DE TITULACIÓN.....	I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	I
PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS	I
• <i>Objetivo General</i>	<i>i</i>
• <i>Objetivos Específicos</i>	<i>i</i>
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	II
FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	III
• <i>Variables</i>	<i>iv</i>
○ Variable Independiente (x)	<i>iv</i>
○ Variable Dependiente (y)	<i>iv</i>
MARCO TEÓRICO	IV
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	X
• <i>Métodos de Investigación</i>	<i>X</i>
○ Método Deductivo	<i>x</i>
○ Método Inductivo	<i>x</i>
○ Método Analítico.....	<i>x</i>
• <i>Técnicas de Investigación</i>	<i>X</i>
CAPÍTULO I - GENERALIDADES DE LA ZONA	
1.1. PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	1
1.1.1. <i>Aspectos Generales</i>	1
1.1.2. <i>Situación Geográfica y Climatológica</i>	5
1.1.2.1. Situación Geográfica	5
1.1.2.2. Situación Climática.....	6
1.1.3. <i>Situación Demográfica y Cultural</i>	7
1.1.4. <i>Situación Económica</i>	9
1.1.5. <i>Flora y Fauna</i>	10
1.1.6. <i>Atractivos Turísticos y Gastronomía de la Zona</i>	11
1.1.6.1. Atractivos Turísticos.....	11
1.1.6.2. Gastronomía de la Zona	19
1.2. PARROQUIA LUZ DE AMÉRICA.....	21
1.3. INFRAESTRUCTURA HOTELERA	23
CAPÍTULO II - ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	28
2.1.1. <i>Objetivo General</i>	28
2.1.2. <i>Objetivos Específicos</i>	28
2.2. CONCEPCIÓN PRELIMINAR DEL PRODUCTO/SERVICIO	28
2.3. TIPOS DE MERCADO APLICABLES AL PROYECTO.....	31
2.3.1. <i>Mercado Total</i>	31
2.3.2. <i>Mercado Potencial</i>	40
2.3.3. <i>Mercado Meta u Objetivo</i>	40
2.3.4. <i>Mercado Real</i>	41
2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	42
2.4.1. <i>Variable Geográfica</i>	42
2.4.2. <i>Variable Demográfica</i>	43
2.4.3. <i>Variable Psicográfica</i>	43
2.4.4. <i>Variable Conductual</i>	44
2.4.5. <i>Cuadro de la Segmentación de Mercado</i>	44

2.5.	CONSIDERACIONES ESTADÍSTICAS APLICABLES A LA INVESTIGACIÓN	44
2.5.1.	<i>El universo o población</i>	44
2.5.2.	<i>Tamaño de la muestra para la encuesta descriptiva o definitiva</i>	45
2.5.3.	<i>Recopilación de la información</i>	45
	Investigación Exploratoria.....	45
2.5.3.1.	Encuesta Piloto o exploratoria	46
2.5.3.1.1.	Formulario y justificación	47
2.5.3.1.2.	Tabulación e interpretación	50
2.5.3.2.	Encuesta descriptiva o definitiva	60
2.5.3.2.1.	Formulario y justificación	60
2.5.3.2.2.	Tabulación e interpretación	65
2.5.3.3.	Conclusión final de las Encuestas	84
2.6.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	86
2.6.1.	<i>Demanda Histórica y/o Actual</i>	86
2.6.2.	<i>Demanda Futura o proyectada</i>	87
2.7.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	88
2.7.1.	<i>La Competencia</i>	88
2.7.2.	<i>Oferta Histórica y/o Actual</i>	96
2.7.3.	<i>Oferta futura o proyectada</i>	97
2.8.	DEMANDA INSATISFECHA/OPORTUNIDAD DE MERCADO	99

CAPÍTULO III - PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING

3.1.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	101
3.1.1.	<i>Análisis Interno</i>	101
3.1.1.1.	Capacidad Administrativa	101
3.1.1.2.	Capacidad del Recurso Humano.....	102
3.1.1.3.	Capacidad Financiera.....	104
3.1.1.4.	Capacidad Legal	104
3.1.1.5.	Capacidad Tecnológica	105
3.1.1.6.	Otros Aspectos	106
3.1.2.	<i>Análisis Externo</i>	106
3.1.2.1.	Análisis del Macroambiente	107
3.1.2.2.	Análisis del Microambiente.....	108
3.1.3.	<i>Análisis FODA</i>	116
3.1.4.	<i>Matrices</i>	119
3.1.4.1.	Matriz de Impacto.....	119
3.1.4.2.	Matriz de Vulnerabilidad	121
3.1.4.3.	Matriz de Aprovechabilidad.....	122
3.2.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	123
3.2.1.	<i>Mapa Estratégico</i>	131
3.3.	PLAN DE MARKETING	132
3.3.1.	<i>Objetivos de Marketing</i>	132
3.3.2.	<i>Marketing Mix</i>	132
3.3.2.1.	Producto/Servicio	132
3.3.2.1.1.	Estrategias de Producto.....	141
3.3.2.2.	Precio.....	143
3.3.2.2.1.	Estrategias de Precio.....	149
3.3.2.3.	Plaza	149
3.3.2.3.1.	Estrategias de Plaza	151
3.3.2.4.	Promoción.....	152
3.3.2.4.1.	Estrategias de Promoción	152
3.3.3.	<i>Presupuesto de Marketing</i>	153

CAPÍTULO IV - ESTUDIO TÉCNICO

4.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	156
4.1.1.	<i>Macro Localización</i>	156
4.1.2.	<i>Micro Localización</i>	158
4.1.3.	<i>Métodos de Evaluación para la Localización</i>	159
4.1.3.1.	Método Cualitativo por Puntos.....	159
4.1.3.2.	Factores que influyen en la localización.....	160
4.2.	CATEGORIZACIÓN DEL PROYECTO.....	165
4.3.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	166
4.3.1.	<i>Factores que determinan el tamaño</i>	166
4.3.1.1.	Demanda/Capacidad instalada.....	167
4.3.1.2.	Financiamiento.....	167
4.3.1.3.	Tecnología.....	167
4.3.2.	<i>Planos</i>	167
4.3.3.	<i>Descripción y Dimensionamiento de áreas</i>	168
4.3.3.1.	Alojamiento.....	177
4.3.3.2.	Bar – Restaurante.....	180
4.3.3.3.	Recepción/Lobby/Oficinas Administrativas.....	182
4.3.3.4.	Laguna.....	183
4.3.3.5.	Piscina.....	183
4.3.3.6.	Senderos Ecológicos.....	184
4.3.3.7.	Cancha Polideportiva.....	184
4.3.3.8.	Juegos Infantiles.....	184
4.3.3.9.	Baños Públicos.....	184
4.3.3.10.	Caballeriza.....	185
4.3.3.11.	Lavandería.....	185
4.3.3.12.	Parqueaderos.....	185
4.4.	EQUIPAMIENTO.....	186
4.4.1.	<i>Maquinaria y Equipo</i>	186
4.4.2.	<i>Muebles y Enseres</i>	187
4.4.3.	<i>Blancos de Habitaciones</i>	190
4.4.4.	<i>Utensilios de Cocina/Bar</i>	190
4.4.5.	<i>Menaje Bar/Restaurante</i>	191
4.4.6.	<i>Equipos de Cómputo</i>	192
4.4.7.	<i>Suministros de Oficina</i>	192
4.4.8.	<i>Suministros de Limpieza</i>	193
4.4.9.	<i>Uniformes</i>	193
4.5.	PROCESOS PRODUCTIVOS.....	194
4.5.1.	<i>Proceso Productivo de Check In</i>	195
4.5.3.	<i>Proceso Productivo de Ama de Llaves</i>	199
4.5.5.	<i>Proceso Productivo de Elaboración de un plato</i>	203
4.6.	PLAN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	204
4.6.1.	<i>Identificación de posibles riesgos</i>	204
4.6.2.	<i>Medidas Preventivas y Correctivas</i>	205

CAPÍTULO V - ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

5.1.	ORGANIZACIÓN LEGAL DEL NEGOCIO.....	208
5.1.1.	<i>Constitución Jurídica de la Empresa</i>	208
5.1.1.1.	Tipo de Compañía a Constituirse.....	209
5.1.2.	<i>Requisitos Legales</i>	211
5.2.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	220
5.2.1.	<i>Organigrama Estructural</i>	221

5.2.2.	<i>Organigrama Funcional</i>	221
5.2.3.	<i>Organigrama Posicional</i>	221
5.2.4.	<i>Manual de Funciones por Puestos</i>	225

CAPÍTULO VI - ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1.	ANÁLISIS ECONÓMICO.....	242
6.1.1.	<i>Inversión Inicial</i>	242
6.1.1.1.	Inversión en Activos Fijos.....	242
6.1.1.2.	Inversión en Activos de Operación	246
6.1.1.3.	Inversión en Activos Diferidos	247
6.1.1.4.	Inversión en Capital de Trabajo.....	248
6.1.1.5.	Inversión Total	250
6.1.2.	<i>Financiamiento</i>	250
6.1.2.1.	Amortización de la Deuda.....	251
6.1.3.	<i>Presupuestos</i>	252
6.1.3.1.	Presupuesto de Ingresos	252
6.1.3.2.	Presupuesto de Costos y Gastos.....	253
6.1.3.2.1.	Costos Directos de Producción	256
6.1.3.2.2.	Costos Indirectos de Producción.....	259
6.1.3.2.3.	Gastos Administrativos y de Ventas	264
6.1.3.2.4.	Gastos Financieros.....	269
6.1.4.	<i>Depreciación</i>	269
6.2.	EVALUACIÓN FINANCIERA	270
6.2.1.	<i>Estados Financieros Proyectados</i>	270
6.2.1.1.	Balance General Inicial	270
6.2.1.2.	Estado de Resultados	272
6.2.2.	<i>Flujo de Fondos</i>	274
6.2.3.	<i>Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR)</i>	276
6.2.4.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	277
6.2.5.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	278
6.2.6.	<i>Relación Beneficio / Costo (B/C)</i>	280
6.2.7.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	281
6.2.8.	<i>Análisis del Punto de Equilibrio</i>	282
6.2.8.1.	Punto de Equilibrio Operacional.....	284
6.2.8.2.	Punto de Equilibrio Financiero.....	286

CAPÍTULO VII - ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

7.1.	IMPACTO AMBIENTAL.....	288
7.1.1.	<i>Conceptos Básicos</i>	288
7.1.2.	<i>Clasificación de Impactos Ambientales</i>	289
7.1.3.	<i>Actividades del Proyecto</i>	293
7.1.4.	<i>Descripción Residuos, Vertidos, Emisiones o Cualquier Otro Derivado del Proyecto</i> ..	294
7.1.5.	<i>Identificación y Evaluación de Impactos Ambientales</i>	296
7.1.6.	<i>Matrices de Impactos Ambientales</i>	298
7.1.7.	<i>Plan de Cuidado Ambiental</i>	302
7.1.7.1.	Medidas Mitigantes en Fase de Construcción.....	302
7.1.7.2.	Medidas Mitigantes en Fase de Operación	303
7.2.	IMPACTO SOCIAL.....	308

CAPÍTULO VIII - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....311

8.1.	CONCLUSIONES	311
8.2.	RECOMENDACIONES	313

BIBLIOGRAFÍA315

ANEXOS

ANEXO No.1: CARTA DE ANÓ FINÚN RESTAURANTE.....	317
ANEXO No.2: RECETAS ESTÁNDAR Y CÁLCULO DEL PRECIO SUGERIDO.....	324
ANEXO No.3: REQUISITOS DE UN ECO – LODGE DE PRIMERA CATEGORÍA	358
ANEXO No.4: INVERSIÓN TOTAL EN CONSTRUCCIÓN POR ÁREAS	362
ANEXO No.5: INVERSIÓN TOTAL EN MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	364
ANEXO No.6: INVERSIÓN TOTAL EN MOBILIARIO POR ÁREAS.....	367
ANEXO No.7: INVERSIÓN TOTAL ACTIVO DE OPERACIÓN POR ÁREAS.....	370
ANEXO No.8: CONDICIONES DEL PRÉSTAMO A LA CFN.....	374
ANEXO No.9: PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL ESTABLECIMIENTO.....	377
ANEXO No.10: CÁLCULO DE MATERIA PRIMA DEL ESTABLECIMIENTO.....	382
ANEXO No.11: ROL DE PAGOS DE LA EMPRESA.....	387
ANEXO No. 12: SEGUROS DE EQUIPOS	389

PLAN DE TITULACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El turismo ecológico es una nueva tendencia que ha tenido auge en los últimos años, es aquí donde se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio. Dentro del Ecuador existen muy pocos lugares que se preocupan por fomentar la protección del medio ambiente, es por ello, que surge la necesidad de que se promueva este tipo de turismo; adicionalmente se tiene que la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, es un lugar donde las actividades turísticas y sobre todo hoteleras no están explotadas en su totalidad, se pretende con la creación de un Eco-Lodge en el sector, impulsar dichas actividades, generando un sustento para la provincia y sus habitantes.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS:

- **Objetivo General:**

Presentar un proyecto de factibilidad para la creación de un Eco-Lodge en el km. 37 (entrada al Recinto San Vicente del Nila) de la vía Santo Domingo - Quevedo, ubicado en la parroquia Luz de América de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, para fomentar el turismo y dinamizar la economía de la zona.

- **Objetivos Específicos:**

- Determinar cuáles son las generalidades y características principales de la zona donde va a desarrollarse el proyecto.
- Investigar los gustos y preferencias que tienen las personas que hacen turismo en la zona, determinando así el mercado al que va dirigido el proyecto.

- Establecer un plan de marketing efectivo que pueda aplicarse al mercado del proyecto, obteniendo así ventas para el proyecto.
- Determinar cuál es la mejor ubicación y tamaño del proyecto, así como los recursos materiales que se necesitarán para la puesta en marcha del proyecto de acuerdo a los requerimientos de los potenciales consumidores.
- Definir claramente cuál será la organización del negocio, las funciones y procesos de la empresa, así como los requisitos legales que serán necesarios para el óptimo funcionamiento de la misma.
- Identificar cuáles serán los costos y egresos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, así como los ingresos, para determinar así la rentabilidad del negocio desde el punto de vista económico/financiero.
- Identificar los posibles impactos que puede causar el proyecto dentro del medio ambiente, y establecer medidas preventivas, correctivas y mitigantes para dichos impactos.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA:

La zona comprendida entre las ciudades de Santo Domingo de los Tsáchilas y Quevedo, es el paso obligado para aquellas personas que viajan desde y hacia la costa y sierra, específicamente Guayaquil.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, creada en el 2007, cuenta con una flora considerada como uno de los atractivos importantes ya que se puede estudiar especies propias de la zona.

Santo Domingo posee una temperatura entre los 16 y 24 grados centígrados y una altura de los 300 a los 1000 m. Su crecimiento poblacional ha sido superior al de Quito y Guayaquil, provocándose altos niveles de desempleo y sub empleo.

Existe una variada flora, lo mas visto son plantas y árboles procedentes, la mayoría de ellas, de diferentes regiones del Ecuador. Entre otras especies están el roble, guayacán, laurel y árboles legendarios como los ceibos de más de 700 años.

Por su cercanía a la ciudad de Quito, se puede observar aves del subtrópico andino como colibríes. Esta provincia se caracteriza por la variedad de animales que se puede observar entre ellas están los pájaros carpinteros, el tucán, guacamayos y garzas bueyeras que llegan con el verano. Entre los mamíferos más representativos están la guatusa, el armadillo y el cuchucho; las culebras muy peligrosas como la mata caballo, las corales y las X, son parte de la fauna de la zona.

Estadísticas demuestran que el turista nacional está cambiando sus tendencias en cuanto a destinos turísticos, optando de esta manera por destinos mucho más ecológicos y nuevos frente a aquellos más comunes como lo son las ciudades de la costa.

En la zona comprendida entre la ciudad de Santo Domingo y Quevedo no se registran complejos hoteleros de gran importancia provocando que no sea un sitio de gran afluencia turística, es por ello, que se presenta una oportunidad de negocio interesante, puesto que la creación de un complejo turístico combinado con la nueva tendencia ecológica podría fomentar el turismo en la zona, preservando el medio ambiente e impulsando el desarrollo económico de las provincias.

FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS:

La creación de un Eco – Lodge en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es una nueva alternativa de destino turístico que brindará servicio de alojamiento y alimentación de excelencia, en contacto con la naturaleza y posibilitará la rentabilidad de la inversión.

- **Variables:**

- **Variable Independiente (x):**

Son las variables llamadas causales o cualitativas, que se refieren a la cualidad, calidad y clase. Depende directamente del proyecto de investigación y aparecen en el planteamiento del problema.

En el caso del proyecto, la variable independiente sería la creación del Eco – Lodge, técnica y normativamente bien diseñado.

- **Variable Dependiente (y):**

Llamadas también cuantitativas o de efecto, son las que se pueden cuantificar, medir, o numerar. Son el efecto complementario de las variables independientes y por lo tanto se la puede expresar como $y=f(x)$.

En el caso del proyecto, las variables dependientes serían:

- Brindar servicio de alojamiento y alimentación de excelencia.
- Fomentar el turismo de la zona.
- Impulsar la economía de la Provincia.
- Rentabilidad de la inversión.

MARCO TEÓRICO:

Zona de Estudio:

Santo Domingo de los Tsáchilas es una provincia de la República del Ecuador, cuya capital es Santo Domingo, declarada nueva provincia en Noviembre del 2007.

Ubicada a 133 Km de Quito. Tiene una población de 500.000 habitantes aproximadamente y tiene una superficie 3.523 km².

Se encuentra en una zona climática lluviosa subtropical, tiene una temperatura promedio de 25,5 °C. Las playas más cercanas son las de Pedernales que se encuentran a una hora con el nuevo camino. Por su ubicación geográfica, tiene un comercio muy activo ya que se ha convertido en un puerto terrestre de intercambio entre sierra y costa. La actividad más importante es la Ganadera, pues es aquí en donde se desarrolla el mayor mercado ganadero del país. Por encontrarse en una zona tropical y estar limitado por una rama de la Cordillera de los Andes, existe una alta biodiversidad y pisos ecológicos que crean una variedad infinita de ecosistemas.

Consta de un solo cantón, siete parroquias urbanas: Santo Domingo, Chigüilpe, Río Verde, Bombolí, Zaracay, Abraham Calazacón, Río Toachi, y siete parroquias rurales: Alluriquín, Luz de América, Puerto Limón, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo y Santa María del Toachi.

Parroquia Luz de América:

Es la puerta de entrada a Santo Domingo, en el km. 23 de la vía Santo Domingo – Quevedo, cuenta con un total de 14 000 habitantes.

En cuanto a sus actividades económicas, es exportadora de papaya, y es también una zona industrial, ya que cuenta con 15 empresas entre ellas: Pronaca, Extractora 26, Supermanteca, Propac, Balplan, Ajicon, Agropesa, Furocawa, Fábrica de limones, Asociación de Plataneros de la Comuna del Congoma, Asociación de Cacaoteros, Asociación de vendedores de caña dulce, Hacienda La Palma y varias microempresas mas.

Ecoturismo:

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) define ecoturismo como "un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local". En la actualidad el auténtico ecoturismo representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, fomentando al mismo tiempo el desarrollo económico sustentable y una modalidad de turismo responsable.

Este tipo de turismo consiste en viajar por áreas naturales sin causar un gran impacto ambiental, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar tanto sus atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestres), como las manifestaciones culturales que allí puedan encontrarse.

Para ser considerado ecoturismo, éste debe de involucrar:

- Mínimos impactos al medio ambiente y la comunidad.
- Construir respeto y conciencia ambiental y cultural.
- Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación.
- Incentivar la participación activa de las comunidades locales.
- Educación para la conservación.

Al convertirse en una forma de vida que permite cubrir las necesidades económicas de las naciones, el ecoturismo educa y fomenta que las comunidades que habitan los sitios con riqueza natural excepcional se conviertan en sus más grandes defensores.

Eco – Lodge:

Se llama Eco – Lodge a hoteles o alojamientos de eco turismo. El nombre proviene de la palabra inglesa “lodge” que significa casa del guarda y se comenzó a utilizar para nombrar a los hoteles de los parques nacionales de Kenia, porque estos eran pequeños alojamientos con pocas habitaciones, situados en áreas protegidas y que daban servicio a pocos huéspedes.

Los primeros lodges fueron construidos por los colonizadores ingleses que trataban de imitar las cabañas de los nativos, las casas coloniales o incluso confundiendo con la naturaleza.

Un Eco – Lodge es un establecimiento, diseñado para dar alojamiento a las personas que van a un determinado lugar y que estén interesados en viajar de una manera ecológicamente amigable. En un albergue ecológico, el alojamiento de los turistas es importante, pero también se está beneficiando el medio ambiente y la comunidad local. Las instalaciones pueden ser muy variadas, desde simples tiendas de campaña hasta un lujoso SPA Resort con todas las comodidades que se le puede ofrecer al cliente.

Este tipo de establecimientos normalmente emplean a personas de la zona, la infraestructura es elaborada con mano de obra local, con materiales encontrados en la región, y generalmente se construye de una manera responsable con el medio ambiente. Idealmente, un Eco - Lodge tiene un impacto ambiental positivo, en contraste con los hoteles convencionales que a menudo implican un daño considerable al medio ambiente.

Algunos hoteles ecológicos están vinculados con proyectos de servicio comunitario, alentando a sus clientes a formar parte de un voluntariado en la comunidad local por unas pocas horas durante su estancia. Los huéspedes pueden ayudar a una escuela, ayudar a construir casas, o en el trabajo por unas horas en un jardín de la comunidad, contribuyendo aspectos positivos para las comunidades que visitan.

El Eco – Lodge estará diseñado de tal manera que ofrezca a sus clientes comodidad y excelencia en el servicio. Se construirá con materiales propios de la zona permitiendo así que la infraestructura armonice con su entorno, y permita a sus clientes experimentar un contacto más cercano con la naturaleza. Así mismo, ofrecerá todos los servicios necesarios para que los turistas puedan disfrutar de un momento de diversión.

El recurso humano es un factor importante en el desempeño de los procesos dentro del Eco - Lodge, es por ello que el compromiso de la empresa, será el de contratar a personas de la zona y proporcionarles la mejor capacitación para que puedan ofrecer un servicio de excelencia, gestión de calidad y mejoramiento continuo.

Beneficios a Obtener con el Estudio:

Santo Domingo es una provincia privilegiada, con gente maravillosa, trabajadora y emprendedora, que lucha incansablemente por el desarrollo y progreso de la ciudad, que recibe al turista siempre con los brazos abiertos y los lleva a conocer lo maravilloso de su cultura y entorno.

La provincia posee varios factores que le benefician para llegar a ser un destino turístico nuevo, uno de ellos es la cercanía que tiene con Quito, también se caracteriza por ser un punto de enlace entre las regiones del país, y un paso

obligado para los turistas que van a la costa; además posee una biodiversidad que falta por darse a conocer y sin duda alguna las estadísticas que muestran las nuevas tendencias que tienen los turistas nacionales por destinos turísticos diferentes a los convencionales son factores clave para que los consumidores opten por la provincia como un nuevo lugar para hacer turismo.

Con el estudio se pretende beneficiar a la provincia con la reactivación del turismo local que en la actualidad no ha sido explotado adecuadamente, las infraestructuras hoteleras son mínimas y deficientes, lo que no brinda al turista la seguridad necesaria para que hagan turismo en la zona.

Al fomentar el turismo se busca mejorar la economía de la provincia gracias a los ingresos que se percibirían por concepto de alojamiento y demás servicios turísticos, además de crear plazas de trabajo para las personas locales.

Sin embargo, los beneficios que se obtienen no son únicamente a nivel de la provincia, su alcance es mucho más extenso, se debe pensar en el impulso que se le da al país al insertar un nuevo destino ecológico importante que aporte al crecimiento turístico del Ecuador.

*Durante el desarrollo del proyecto, se utilizarán una serie de técnicas o instrumentos que facilitarán la investigación, como lo son: La observación, para la recolección de información; uso de cuadros, diagramas, gráficos, para el procesamiento de datos. De igual manera existen conocimientos y métodos aprendidos y utilizados durante la carrera que serán de utilidad como la investigación de mercado, estudio financiero, clasificación y requisitos de establecimientos hoteleros, etc. Todo lo mencionado anteriormente ayudará al buen desarrollo del proyecto.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

- **Métodos de Investigación:**

- **Método Deductivo:**

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para determinar explicaciones particulares. Este método se inicia con el análisis de los postulados y principios de aplicación universal, de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

- **Método Inductivo:**

Es el método que se inicia con un estudio individual de los hechos particulares para llegar a formular conclusiones universales o generales que vienen a ser los fundamentos de una teoría.

- **Método Analítico:**

Consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes para conocerlas individualmente.

- **Técnicas de Investigación:**

Las técnicas que se usaran para la recolección de datos en la investigación, serán:

- *Población:* Conjunto de todos los Turistas Nacionales que llegan a la Provincia desde Quito y todos los turistas extranjeros provenientes de Estados Unidos, Colombia, Perú, España Reino Unido y Alemania.
- *Muestra:* Se establecerá una muestra representativa con los mecanismos establecidos a través del método respectivo.

- *Tabulación y Procesamiento de Datos:* Después de haber obtenido los datos mediante la técnica de la encuesta se procederá a la respectiva tabulación de los mismos.
- *Tratamiento Estadístico:* Se determinará las herramientas estadísticas para cuantificar los datos recopilados. Para determinar y analizar los resultados se utilizará gráficos estadísticos con los datos en forma de porcentaje para mayor comprensión.
- *Análisis de Resultados Obtenidos:* Se realizará una interpretación de los datos obtenidos, los mismos que tienen relación con los problemas de la investigación y la hipótesis, de ésta manera se evalúa la factibilidad de la realización del proyecto.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA ZONA

1.1. PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS¹

1.1.1. Aspectos Generales

Desde la época colonial, a la región se la conocía bajo el nombre de Santo Domingo de los Colorados, la cual figuraba como parte del extenso territorio montañoso de la cordillera occidental, conocida como "Provincia de Yumbos" donde habitaron Niguas, Yumbos y Tsáchilas. Con el nacimiento de la República se acentúa la ambición de unir costa y sierra, definiendo rutas fáciles y cortas de salida al mar, entre Quito y el Pacífico, con la idea de integrar el territorio ecuatoriano y ampliar el comercio interno y externo.

Durante la primera administración del presidente García Moreno se promulgó la Ley de División Territorial, en la que se incorpora los territorios de Santo Domingo de los Colorados como Parroquia Rural del Cantón Quito. En 1871, se inicia la construcción del camino a Manabí, mientras que desde Chone se construía un camino, con dirección al río Suma y Santo Domingo.

Las montañas de Santo Domingo poco a poco fueron ocupadas, mediante la aplicación de las primeras leyes agrarias, como por ejemplo, las referentes a la

¹ Compilación de varias fuentes: "Ciudades del Ecuador", Editorial Editores Nacionales, 1995, Quito-Ecuador; GOBIERNO PROVINCIAL DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, "Información General e Historia de la Provincia", http://www.gptsachila.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=35; ECUADOR EXTREMO, "Provincias del Ecuador/Santo Domingo", <http://ecuadorextremo.com/provincias.htm>; ECOS TRAVEL, "Ecuador Ciudades y Destinos/Santo Domingo", <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/santodomingo.php>.

colonización y enajenación de tierras baldías, y a la apertura y mantenimiento de caminos. Entre 1873 y 1912 llegaron los primeros colonos, ecuatorianos y extranjeros, entre los cuales se encontraban jornaleros, caucheros, contratistas de obras públicas y hacendados, quienes junto a los Tsáchilas fueron poblando y ocupando la región.

El 23 de julio de 1883 la Parroquia Rural de Santo Domingo de Los Colorados pasa a depender del Municipio de Mejía. En este período, se destaca la acción del gobierno liberal que institucionalizó el primer asentamiento colono, al crear de forma oficial, el 6 de noviembre de 1.899, el pueblo de Santo Domingo de Los Colorados, en la hacienda Santa Rosa (hoy, barrios la Carolina, Florida, Santa Fe). Hasta las dos primeras décadas del siglo XIX la población no superó los 500 habitantes, entre blancos y nativos.

Al inicio del siglo XX, el estado ecuatoriano da importancia e impulso al proyecto de unir las regiones de sierra y costa a través de la región de Los Colorados. Entre 1919 y 1921, durante las presidencias de Alfredo Baquerizo Moreno y José Luis Tamayo, comienzan a incluirse en los presupuestos públicos la asignación de fondos para la conclusión del camino a Chone, hacia el Puerto de Bahía; y en otra dirección al Puerto de Esmeraldas, tomando la ruta por Quinindé.

A partir de 1950 se produjo un acelerado proceso de crecimiento demográfico y económico, como consecuencia del estratégico enlace vial entre las ciudades de Quito, Guayaquil, Esmeraldas, Manta y otras ciudades intermedias de menor importancia

Desde que los primeros colonos llegaron a esta región, la imponente belleza los deslumbró y los llevó a pensar en convertirla en una Provincia. El 30 de octubre de 1966, por primera vez se conforma el Comité de Provincialización; su trabajo incansable dio como resultado, que el 3 de julio de 1967, la Asamblea Constituyente le diera a Santo Domingo la jerarquía de cantón.

El último comité de Provincialización, junto con gremios transportistas, entre ellos los taxistas y otros sectores que se sumaron, fueron especiales protagonistas del último proceso en busca de la provincialización, inolvidable para todos los habitantes de Santo Domingo.

El 19 de abril del 2006, el Concejo Municipal resolvió y solicitó al Tribunal Provincial Electoral de Pichincha (TPEP), consulte a los habitantes de Santo Domingo, sobre si querían o no convertirse en una Provincia.

El Comité de Provincialización y su coordinación general, sumado a algunas organizaciones, impulsaron el 18 de septiembre del 2006, una paralización de actividades durante 12 horas, para exigir al Tribunal Provincial Electoral de Pichincha realice la consulta popular. Con esta medida, el 20 de septiembre del 2006, el TPEP, calificó la propuesta y dio trámite a la consulta. El 9 de noviembre de este mismo año, el Tribunal Provincial Electoral de Pichincha, convocó a los habitantes de Santo Domingo a consulta popular, dando como resultado que el 93.5 por ciento de la ciudadanía, se encontraba de acuerdo con la nueva jerarquización. Con esta respuesta, el 27 de diciembre del 2006, el proyecto ingresa a la Presidencia

de la República, siendo recibido por el primer mandatario del país, Economista Rafael Correa Delgado.

El 16 de agosto del 2007, el Congreso Nacional aprobó en primer debate del proyecto. Después de un paro preventivo de actividades por parte de las fuerzas vivas de Santo Domingo, el 2 de octubre, el Congreso Nacional aprobó en segundo y definitivo debate la Provincialización de Santo Domingo. Posteriormente, el 6 de noviembre del 2007, se publicó en el Registro Oficial No. 205, la ley de creación de la Provincia, constituyéndose a partir de esta fecha como la Provincia número 23 de la República del Ecuador.

El nombre completo de la Provincia es “SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”, y su capital es Santo Domingo; antiguamente, esta zona fue conocida como “*Provincia de Yumbos y Capital de los Colibríes*”², donde habitaron comunidades como: Niguas, Yumbos y Tsáchilas.

El nombre de Santo Domingo, se origina con la presencia de la orden de predicadores dominicos, que evangelizaron a los pueblos colorados; mientras que, el término "Tsáchilas", que significa “gente” en lengua “Tsafiquí”³, se refiere a la Comunidad Tsáchila, que se constituye en la única Comunidad que permanece intacta en la zona.

² Llamada Provincia de Yumbos, por “Los Yumbos”, una cultura precolombina de Comerciantes, Sabios, Astrólogos y Dioses; desaparecida a mediados del siglo XVII, debido a erupciones de volcanes vecinos, como el Pichincha y el Pululahua. De igual manera se la conoció como Capital de los Colibríes, debido a que en esta región se pueden observar estas aves del Subtrópico Andino.

³ Lengua originaria de esta comunidad.

La Provincia está ubicada en la zona centro – noroccidental del Ecuador en la región del Trópico – Húmedo, al oeste de Quito. Goza de un clima subtropical, lo que le permite ser una zona con una flora y fauna biodiversa. La mayor parte de su población es mestiza, y una pequeña parte la constituye la Nacionalidad Tsáchila.

La Provincia consta de un solo cantón, el que a su vez está conformado por siete Parroquias Rurales:

- Alluriquín
- Luz de América (Lugar donde se desarrollará el proyecto, por su ubicación estratégica)
- Puerto Limón
- San Jacinto del Búa
- Valle Hermoso
- Santa María del Toachi
- El Esfuerzo

La Provincia cuenta con un rico comercio y el mayor mercado ganadero del país. Además, se conoce que una de sus principales actividades económicas es la agricultura.

1.1.2. Situación Geográfica y Climatológica

1.1.2.1. Situación Geográfica

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas está ubicada en la parte noroccidental de la cordillera de los Andes a 133 kilómetros al oeste de la Ciudad

de Quito. Cuenta con una superficie de 3.523 kilómetros cuadrados, y se encuentra a una altitud de 656 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte y al este con la Provincia de Pichincha, al noroeste con Esmeraldas, al oeste con Manabí, al sur con Los Ríos y al sureste con Cotopaxi.

Santo Domingo de los Tsáchilas, posee una situación geográfica privilegiada, es uno de los



centros más importantes de comunicación de la región septentrional de la sierra y el litoral, debido a que la Provincia es un paso obligado para todas aquellas personas que se dirigen principalmente hacia Esmeraldas, Manabí y Guayas; siendo la principal vía de acceso la Vía Alóag – Santo Domingo. Además, se encuentra a una hora de Pedernales, una playa con gran atractivo turístico. La Parroquia Luz de América guarda las mismas características, ya que es la que tiene una ubicación privilegiada por ser la puerta de entrada a la provincia para las personas que llegan desde la costa, más adelante se detallan las principales características de la parroquia.

1.1.2.2. Situación Climática

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se encuentra en una zona climática lluviosa subtropical. Con un volumen de precipitación de 3000 a 4000mm anuales, es una de las zonas más pluviosas del país. Su temperatura promedio es de 25.5°C, sin embargo, en verano dicha temperatura oscila entre los 21 a 33°C; en invierno normalmente el clima es más caluroso, de 23 a 34 grados, y a veces llega a

los 38°C. Su clima es más cálido y lluvioso de Enero a Abril, y más fresco, nublado y seco el resto del año. La situación climática de la Parroquia Luz de América mantiene las mismas características, presenta alta pluviosidad y un clima más caluroso en invierno.

Santo Domingo, posee una gran riqueza hídrica, aquí existen 5 cuencas y micro cuencas importantes, entre las cuales están las del Río Toachi, Blanco, Baba, Peripa, etc. A la Parroquia Luz de América la recorren ríos como el Baba, Nilo y Congoma.

1.1.3. Situación Demográfica y Cultural

Santo Domingo de los Tsáchilas es una provincia privilegiada, con gente maravillosa, trabajadora y emprendedora, que lucha incansablemente por el desarrollo y progreso de la misma. Cuenta con una población de 500.000 habitantes, aproximadamente, y una tasa anual de crecimiento del 3,7 por ciento, según proyecciones del INEC; la población urbana de la Provincia la constituye el 70%, mientras que la rural equivale a un 30%.

La población de la Provincia, en su mayoría, procede de las provincias de Manabí, Loja, Cotopaxi y Pichincha. Desde los años 60 se desarrolló un proceso violento de ocupación territorial, con colonias provenientes de otros sectores del país y Colombia. Por otro lado, la situación demográfica, también la constituye la Nacionalidad Tsáchila con 2.500 habitantes, distribuidos en siete Comunas:

- Colorados del Búa
- Cóngoma
- Poste
- Chigüilpe

- Otongo Mapalí
- Peripa
- Naranjo

La cultura de Santo Domingo, es producto de la unión de la gran mayoría de culturas del Ecuador. Es decir, es una multicultural, practicada y vivida por todas aquellas personas que han inmigrado de todas las provincias del país, con el deseo de buscar un mejor futuro en esta tierra joven y productiva.

Por los atractivos naturales que ofrece Santo Domingo, su gente visita, especialmente, los fines de semana los ríos, balnearios, hosterías y demás lugares eco - turísticos, que ofrece la Provincia. Sus habitantes practican muchas actividades deportivas, como el fútbol, básquet, natación, tenis, voleibol, atletismo, ciclismo, etc.

La vida nocturna de Santo Domingo se centra en la avenida Quito y en las calles cercanas a dicha avenida, dónde se encuentran muchos bares, discotecas, karaokes, etc.; todos estos lugares reúnen a gran cantidad de personas que en su mayoría son gente joven, comprendida entre los 18 y 30 años.

Existe además, una considerable cantidad de habitantes que interactúan directa o indirectamente con las actividades de los Tsáchilas, algunos acuden a los curanderos Tsáchilas y otros, visitan las comunas para descubrir más acerca de su forma de vida. Santo Domingo es un centro de diversidad cultural para propios y extraños, y una tierra productiva, con gran proyección de crecimiento cultural.

Las características de la población de la Provincia, les han permitido compartir adecuadamente con el entorno moderno que se forja en la zona, es decir, participan activamente con las pocas hosterías que se encuentran en la Provincia para lograr el desarrollo, tanto económico como turístico del lugar. Los pobladores han aceptado cada uno de los proyectos que se han desarrollado y han formado parte integral de los mismos, por lo tanto, la implementación del Eco – Lodge en la Provincia y en la Parroquia Luz de América específicamente, no sería un problema para los habitantes, sino al contrario, sería una nueva fuente de empleo y de impulso económico para ellos.

Los clientes potenciales del establecimiento, serán personas externas a la Provincia, sin descartar por supuesto a aquellos habitantes que estén en las posibilidades de acceder a los servicios que se prestará. Las características de nuestros clientes potenciales se detallarán más adelante, en el siguiente capítulo de Estudio de Mercado.

1.1.4. Situación Económica

Santo Domingo es un mercado abierto a todo tipo de negocios por la diversidad de cultura y actividades de la provincia. Actualmente, es una provincia con grandes proyecciones económicas, resultado de la tan aclamada provincialización, la cual despertó nuevos intereses sobre inversión y desarrollo económico.

La base de la economía de Santo Domingo ha sido desde tiempos atrás y hasta la presente fecha, la producción agrícola y ganadera.

Debido al crecimiento acelerado de la población, el sector de la construcción se ha convertido en otra base de crecimiento económico para la provincia, el cual genera muchas fuentes de trabajo, atrae la inversión interna y externa, lo que genera gran movimiento económico dentro de la Provincia.

En lo que se refiere a la producción agrícola, se destaca el cultivo de Palma Africana, Plátano Abacá, Palmito, Yuca, Café, Maíz, Caucho, Flores Tropicales y Cacao. En la producción ganadera, se destaca la comercialización de leche, en promedio se comercializan 588.000 litros diariamente. El turismo dentro de Santo Domingo de los Tsáchilas, aporta significativamente al crecimiento económico de la provincia, los lugares más representativos para los turistas son las Comunas Tsáchilas, ríos y balnearios, hosterías y las grandes extensiones de territorios verdes con los que ésta cuenta.

1.1.5. Flora y Fauna

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, está dotada de una gran biodiversidad, ofrece a sus visitantes una variedad de balnearios, bosques tropicales, ríos y cascadas. Aquí se pueden observar aves del subtrópico andino como colibríes, y una variada flora, por su cercanía a Quito, y el declive de los ríos.

El principal atractivo del lugar, es la naturaleza, dotada de una alta biodiversidad, en una variedad de ecosistemas que se extienden en una zona con un alto índice de especies endémicas, considerada por científicos ambientales como laboratorio para la investigación genética mundial.

La flora de toda la Provincia es considerada como otro de los atractivos importantes, ya que, se puede estudiar especies propias de la zona. Existe una variada flora, lo

mas visto son plantas y árboles procedentes, la mayoría de ellas, de diferentes regiones del Ecuador. Entre otras especies tenemos el roble, guayacán, laurel y árboles legendarios como los ceibos de más de 700 años.

Como ya se dijo anteriormente, por su cercanía a Quito, dentro de su fauna, se pueden observar colibríes. La Provincia se caracteriza por la variedad de animales que se pueden observar entre ellas tenemos: pájaros carpinteros, el tucán, guacamayos y garzas bueyeras que llegan con el verano. Entre los mamíferos tenemos la guatusa, armadillo y cuchucho; además de, culebras muy peligrosas como la mata caballo, corales y las X.

1.1.6. Atractivos Turísticos y Gastronomía de la Zona⁴

1.1.6.1. Atractivos Turísticos

Santo Domingo de los Tsáchilas, es un sitio privilegiado, no solo por la riqueza étnica, sino también por los paisajes inusitados que se pueden encontrar desde el ingreso mismo a esta bella provincia.

El turismo no ha sido muy explotado en la zona, sin embargo, existen hermosos lugares turísticos, que constituyen el patrimonio de la provincia; entre éstos tenemos, bosques protectores, parques ecológicos, miradores, cascadas, etc. Con el desarrollo del proyecto se pretende dar a conocer la belleza de la zona a los turistas

⁴ Fotografías tomadas de una compilación de fuentes:
http://www.viajandox.com/santo_domingo/sto_stodomingo_parqzaracay.htm;
<http://www.google.com/imgres?imgurl=http://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/01/83/a0/59/la-cascada.jpg&imgrefurl=http://www.tripadvisor.es/ShowUserReviews-g294308-d1774156-r63929014-Shishink-Quito.>; ECUADOR EXTREMO, "Provincias del Ecuador/Santo Domingo",
<http://ecuadorextremo.com/provincias.htm>;

tanto nacionales como extranjeros, por lo que se programará visitas a los distintos sitios turísticos que tiene Santo Domingo de los Tsáchilas.

La Provincia cuenta con el Monte Bombolí, convertido en el mirador natural de la ciudad y el cual posee una iglesia. En la zona, se puede también observar pájaros y practicar deportes acuáticos como el salto y el rafting por el Río Toachi y el Río Blanco.

Uno de los principales atractivos turísticos es, sin duda, la visita al hábitat de la Tribu Indígena “Los Tsáchilas” o también llamados “Indios Colorados”; una de las características de los hombres de esta comunidad, es la tintura de su cabello de color rojo, obtenido de la planta denominada achiote, además conservan la forma de vestir de sus ancestros; el rasgo más importante de los Tsáchilas es el conocimiento sobre el poder curativo de las plantas. La ciudad de Santo Domingo, posee varios monumentos distribuidos por toda la ciudad, entre el que está el Monumento al Indio Colorado, ubicado en el redondel de las avenidas Chone, Quevedo y Quito, sector conocido como la “Y del Colorado”.

La vida nocturna de Santo Domingo gira en torno a la vía a Quito, donde se encuentran una amplia gama de bares, karaokes, hoteles cuatro estrellas, discotecas, centros comerciales, puestos de comida rápida, etc.

Entre los Bosques Protectores y Reservas Ecológicas de mayor importancia dentro de la Provincia, tenemos:

- Bosque Protector La Perla.
- Reserva Ecológica del Cerro Bombolí.

- La Isla de Pascua Miniatura.

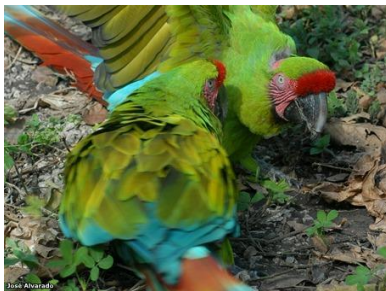
Bosque Protector La Perla:

Este Bosque Protector, forma parte de la hacienda del mismo nombre y se considera una de las reservas naturales más importantes de la zona. Se encuentra ubicado a 40 Km. de la vía Santo



Domingo - La Concordia - Esmeraldas, a una hora aproximadamente, de la zona donde va a desarrollarse el proyecto. Cuenta con una extensión de 250 hectáreas, entre las que se encuentran áreas de cultivos. El clima en el Bosque Protector La Perla es muy agradable, su temperatura promedio oscila entre los 18° y 26° C.

La formación ecológica predominante es la del bosque húmedo tropical y la propiedad es atravesada por los ríos Cucaracha y Ramón, con poco caudal de agua en verano.

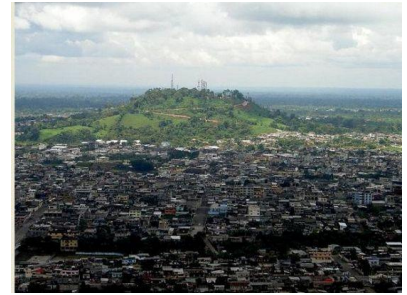


La Perla, es hogar de 250 especies de aves como los Tucanes, Pájaros Carpinteros, Garzas Bueyeras y Guacamayos, 33 variedades de Helechos y pequeños animales, como el Guatuso, Armadillo y Cuchucho. Culebras muy venenosas, como las Mata Caballo, Corales y X, se las encuentra eventualmente. También se encuentran especies forestales como Roble, Guayacán, Laurel, árboles legendarios como los

Ceibos, de más de 700 años y que caracterizan a este bosque protector, así como, Moral Fino, Moral Bobo, Pambiles, Palma Real y Tagua.

Cerro Bombolí:

Es un importante sitio ecológico y religioso, ubicado en las afueras de la ciudad de Santo Domingo, en la avenida de Los Colonos, Cooperativa Víctor Manuel López, a media hora del lugar donde se pretende desarrollar el



Eco - Lodge; es parte de la reserva ecológica del mismo nombre, la cual se compone de un Bosque Primario, donde están intactos diversos tipos de Helechos, Alisos, Guarumos, Lengua de Vaca, Quishuar y Arrayanes. Son árboles añosos, que recuerdan cuán benigna era la naturaleza en la zona. El Cerro Bombolí y las cuencas de los ríos Toachi y Pilatón forman parte de la reserva de Los Illinizas.

El Cerro Bombolí, es la única elevación montañosa dentro del perímetro urbano de Santo Domingo; en la cima está el santuario de la Virgen del Cisne y un mirador que permite divisar la ciudad.

Santuario Koleka Napi - Isla de Pascua Miniatura:

Este Sitio Turístico, se encuentra ubicado en la Comuna Peripa en el Km. 7 de la Vía Santo Domingo - Quevedo, a 40 minutos de la zona donde se desarrollará el proyecto; aquí los antepasados levantaron un santuario, que es una réplica en miniatura de las imágenes características de la Isla de Pascua, en Chile. Se trata



de un lugar sagrado para los Tsáchilas, descubierto por casualidad hace unos años, perdido en el interior de las montañas. Al santuario lo denominan, “Koleka Napi” o “Estero Caracol Pequeño de Agua”⁵.

Decenas de piedras oscuras, talladas con imágenes de Dioses mirando al cielo se levantan en el lecho de un riachuelo, cerca de una pequeña caída de agua que da el toque espiritual al sector; a su alrededor, árboles frondosos, vegetación espesa y el trinar de las aves crean el ambiente propio para la reflexión. Este legado arqueológico contiene un mensaje de sabiduría que aún es indescifrable.

Dentro de los paisajes que posee la Provincia, también se pueden encontrar hermosas cascadas que deleitan con su caída, tanto a turistas nacionales como extranjeros. Así tenemos:

- Cascada de Shishink
- Cascada Napac
- Cascada de Valle Hermoso

Cascada de Shishink:

Por muchos años, desde su descubrimiento ha sido visitada por nacionales y extranjeros, por su imponente belleza que se manifiesta en su flora, fauna y paisaje.

⁵ El nombre fue tomado por los cientos de moluscos que adornaban el entorno en el riachuelo que lleva el mismo nombre.



Cascada Napac:

La zona cuenta con paisajes hermosos que deleitan a propios y extraños; la naturaleza es generosa, esta cascada proviene de las cumbres de la Cordillera Occidental, producto de la alta pluviosidad de la región. Para observar la Cascada Nápac se puede ir en un vehículo particular o en cualquier bus siguiendo la carretera Alóag – Santo Domingo.



Cascada de Valle Hermoso:



Esta cascada es uno de los mayores atractivos con que cuenta Santo Domingo, sus limpias y cristalinas aguas invitan al visitante a darse un relajante baño mientras disfruta de la naturaleza que lo rodea. Existe un mirador construido frente a la cascada desde el que se puede disfrutar del paisaje natural de la zona; de igual

forma existen senderos para realizar paseos en el bosque.

Otros lugares turísticos que se pueden encontrar en la Provincia son:

Parque Joaquín Zaracay:

Ubicado en la avenida Quito y Tsáchila, a media hora del lugar donde se va a construir el Eco – Lodge; es conocido como el parque central de Santo Domingo. Fue testigo silencioso de acontecimientos cívicos, políticos, sociales y religiosos que marcaron el desarrollo de esta región. Una antigua historia cuenta que en el centro del parque existía un gran árbol de ceibo, donde se creía, estaban enterrados, los documentos que confirman el nombre de Santo Domingo. Actualmente el monumento de la enigmática figura de Joaquín Zaracay⁶ se levanta en el centro del parque.



Jardín Botánico La Carolina:

Se ubica en la Cooperativa Juan Eulogio Paz y Miño, en la ciudad de Santo Domingo, a media hora del lugar donde se va a desarrollar el proyecto. El parque se compone de siete hectáreas, con hermosos senderos; sus secciones presentan especies de árboles nativos de la zona, árboles de frutas, plantas ornamentales y flores tropicales. Posee un orquideario con 200 especies, fruto de distintas expediciones científicas.



⁶ Primer gobernador vitalicio de la Nacionalidad Tsáchila.

Comunidad Tsáchila:

Según investigaciones etnográficas, los actuales Tsáchilas, tienen sus orígenes en los Caras, posteriormente llamados Niguas, Yumbos o Colorados.

Su historia es antigua, son los primeros dueños de esta tierra.

Algunas de sus costumbres sobreviven pese a la agresiva



colonización de la región. Su traje tradicional, las artes del Shamanismo, la vida en comunidad, son expresiones culturales que cautivan a propios y extranjeros.

Actualmente son 2.500 habitantes, distribuidos en siete comunas, ubicadas entre 20 minutos a una hora de distancia desde el lugar donde se pretende desarrollar el proyecto, así tenemos:

- *Comuna Chigüilpe:* Ubicada en el kilómetro 7 de la vía a Quevedo.
- *Comuna Otongo Mapali:* Ubicada en el kilómetro 10 de la Vía Julio Moreno.
- *Comuna Peripa:* Ubicada en el kilómetro 7 de la Vía Quevedo margen derecho más 9 km de la vía Puerto Limón.
- *Comuna El Poste:* Ubicada en el kilómetro 4 de la vía Quevedo margen derecho más 13 km Vía al Poste.
- *Comuna El Búa:* Ubicada en el km. 9 vía a San Jacinto del Búa.
- *Comuna El Cóngoma:* Ubicada en el km 14 vía Quevedo margen derecho más 12 km Vía al Cóngoma.
- *Comuna Los Naranjos:* Ubicada en el kilómetro 7 de la Vía Quevedo margen derecho más 22 km de la vía Puerto Limón.

Además de estos sitios, podemos mencionar que Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra a una hora de viaje de Pedernales, por lo cual se le puede brindar a los turistas la opción de disfrutar de un día de playa.

- *Pedernales:*⁷

Es una playa, ubicada al norte de la provincia de Manabí. Se caracteriza por ser una playa casi virgen, rodeada de numerosos bohíos y restaurantes. El mayor atractivo de sus playas son el ser amplias, extensas y de aguas serenas, adornadas por palmeras, únicas en el perfil costero ecuatoriano. Cuenta con amplia y espesa vegetación para desarrollar turismo de aventura y excursión. Sus aguas son ideales para practicar la natación, el buceo, el esnórquel, el kayak y la pesca deportiva. Tiene un clima tropical húmedo y la temperatura fluctúa entre los 25 y 32 grados centígrados.

1.1.6.2. Gastronomía de la Zona

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es rica en gastronomía, es por ello que, además de ofrecer sitios de interés turístico, ofrece una amplia variedad de platos típicos muy apetecidos por turistas nacionales y extranjeros. Los platos son preparados a base de costumbres enseñadas por los padres de generación en generación, con secretos de una receta única. Algunos de los platos típicos y bebidas, que se ofrecen en esta región son:

El Pandado, plato que consiste en uno o dos pescados pequeños y una bala de plátano (anoilá)⁸, colocados en una hoja de bijao (bacuhua)⁹. La bala de plátano

⁷ Sitio Web Ecos Travel, Dirección: <http://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/manabi/playa-pedernales.php>, obtenido a fecha: 18/04/2011

nunca falta en el hogar indígena, su masa se fabrica con verde molido, previamente cocido.



Pandado, plato típico de la Provincia

También está el *Sancocho*, una de las pocas comidas líquidas que se preparan. Para este plato, cortan el plátano verde en trozos irregulares, lo ponen a hervir y añaden carne de loro, guanta y guatusa.



Chontaduro, fruta silvestre originaria de Santo Domingo

El *Chontaduro* es una fruta silvestre que proviene del árbol del mismo nombre, su pulpa es de color tomate; cuando aún no ha madurado, tiene abundante comida harinosa.

Por costumbre cuando los hombres retornan de la cacería traen las carnes ahumadas y en la casa las envuelven en hojas de plátano y las conservan junto al humo por dos semanas. También tenemos una bebida, que los habitantes preparan de la cosecha de caña de azúcar. Es una bebida que se obtiene triturando los tallos de la caña y así se obtiene el *Guarapo*, es decir, el zumo lo convierten en una bebida que consumen durante las festividades. Otra bebida típica de ellos es la que sacan de la yuca cocida y masticada, la cual es utilizada durante ritos.



Guarapo, bebida hecha generalmente a partir de la caña.

Es importante recalcar que el Eco – Lodge ofrecerá servicio de alimentación a sus clientes, sin embargo, la comida típica de la zona, no es la ideal para ofrecer, debido a que son platos fuera de lo común, elaborados con géneros que la mayoría de las

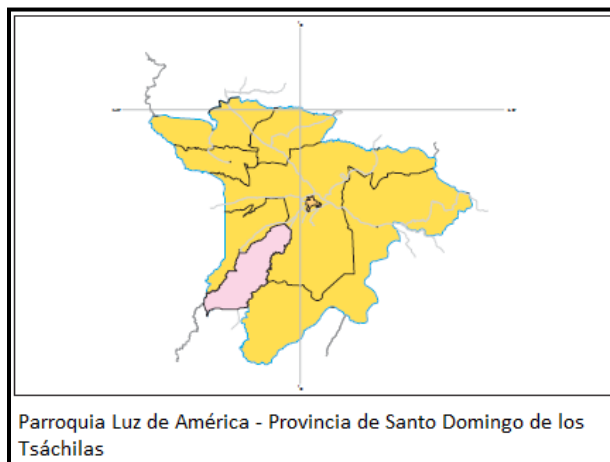
⁸ Bocado ecuatoriano con forma de bala, hecho a base de verde molido y relleno de queso.

⁹ Planta de lugares cálidos y húmedos, de hojas similares a las del plátano, largas hasta de un metro, que se utilizan generalmente para envolver alimentos, así como para fabricar techos rústicos.

personas no están acostumbradas a servirse. Es por esto que, se ofrecerá comida típica Nacional e Internacional, para satisfacer los gustos de todos los clientes.

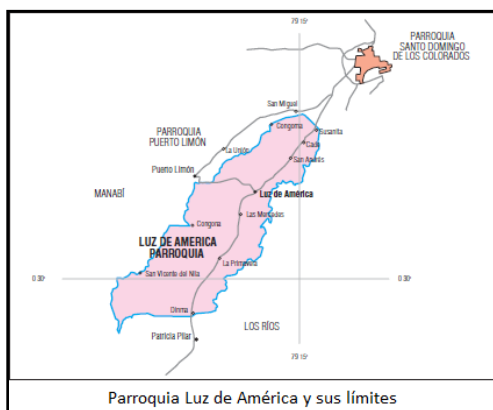
1.2. PARROQUIA LUZ DE AMÉRICA¹⁰

Luz de América, es una de las siete parroquias rurales que conforman la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, y es la parroquia donde va a realizarse el presente proyecto. Luz de América, se ha convertido en la puerta de entrada a Santo Domingo, puesto que se



encuentra ubicada en la zona Suroccidental de la misma, en el Km. 23 de la vía a Quevedo; En la actualidad, su población asciende a 14.000 habitantes.

La parroquia tiene una superficie de 669,81 kilómetros cuadrados y una altura aproximada



de 550 metros sobre el nivel del mar, geográficamente limita al norte con las Parroquias Puerto Limón y Santo Domingo de los Colorados, al sur con la Provincia de Los Ríos, al este con las Parroquias Santo Domingo de los Colorados y Alluriquín y al oeste con la Parroquia Puerto

Limón y la Provincia de Manabí.

¹⁰ Compilación y síntesis, Diario Extra, “Luz de América, puerta de entrada a Tierra Tsáchila”, [http://www.diario-extra.com/suplementos/somos/2011-02-13/luz-de-america-puerta-de-entrada-a-tierra-tsachila/\(13 febrero 2011\)](http://www.diario-extra.com/suplementos/somos/2011-02-13/luz-de-america-puerta-de-entrada-a-tierra-tsachila/(13%20febrero%202011).).

Climatológicamente, la parroquia posee las mismas características climáticas que tiene en general la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, es decir, su temperatura promedio es de 25.5°C, con un clima cálido y lluvioso de Enero a Abril, y más fresco, nublado y seco el resto del año.

Esta parroquia es exportadora de papaya, y es también una zona industrial, cuenta con 15 empresas entre ellas: Pronaca, Extractora 26, Supermanteca, Propac, Balplan, Ajicon, Agropesa, Furocawa, Fábrica de limones, Asociación de Plataneros de la Comuna del Congoma, Asociación de Cacaoteros, Asociación de vendedores de caña dulce, Hacienda La Palma y varias microempresas.

En el sector, a lo largo de la vía a Quevedo se encuentran diversas asociaciones de comedores que brindan al turista diferentes platos típicos, entre ellos: seco de gallina, seco de guanta, arroz con chanco, caldo de gallina criolla, etc.

Luz de América recibe a los visitantes que van desde y hacia la Costa del país, por la vía que conecta con las provincias de Guayas y Los Ríos, su ubicación estratégica, la convierte en una parada obligada para los turistas, esta razón, sumada a la falta de infraestructura hotelera de importancia en el sector, la gran biodiversidad y la presencia de atractivos turísticos no explotados adecuadamente en la zona, es por la que esta Parroquia ha sido considerada para el desarrollo del proyecto.

1.3. INFRAESTRUCTURA HOTELERA¹¹

La Hotelería, va de la mano con el Turismo. Aunque una región se encuentre en posición de ofrecer los mejores y más codiciados atractivos turísticos, si no existe infraestructura hotelera en el zona, dichos atractivos pierden valor; por el contrario, si es la infraestructura hotelera es la que existe, pero no el turismo, la hotelería, se vuelve un negocio poco rentable debido a su baja demanda. La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cuenta con ambas, sin embargo, ninguno de los dos aspectos ha sido explotado adecuadamente.

En la Provincia, existen varios establecimientos hoteleros, sean estos hoteles, hosterías, hostales, restaurantes, etc., que son creados y administrados empíricamente, pero que a pesar de eso han logrado renombre.

En la zona comprendida entre la ciudad de Santo Domingo y Quevedo, lugar donde se pretende desarrollar el proyecto, no se registran complejos hoteleros de gran importancia, provocando así que no sea un sitio de gran afluencia turística, es por ello que se presenta una oportunidad de negocio interesante, puesto que la creación de un complejo turístico combinado con la nueva tendencia ecológica, podría fomentar el turismo en la zona, preservando el medio ambiente e impulsando el desarrollo económico de la provincia.

Algunos de los establecimientos de importancia, que se encuentran en la provincia son:

- Hostería Kasama Lodge
- Hostería Samawa

¹¹ Opiniones de la Autora y recopilación del Sitio Web: Turismo Rural Dominicana.com, <http://www.turismoruraldominicana.com/dynamicdata/ecolodges.asp>, obtenido a fecha: 15/04/11

- Hacienda y Reserva Natural Tinalandia
- Hostería Kasham
- Rancho Hostería Mi Cuchito
- Grand Hotel Santo Domingo
- Hotel Zaracay

El presente estudio, pretende analizar la factibilidad de crear un Eco – Lodge en la zona.

¿Qué es un Eco – Lodge?

Se llama Eco – Lodge a hoteles o alojamientos de eco turismo. El nombre proviene de la palabra inglesa “Lodge” que significa casa del guarda y se comenzó a utilizar para nombrar a los hoteles de los parques nacionales de Kenia, porque estos eran pequeños alojamientos con pocas habitaciones, situados en áreas protegidas y que daban servicio a pocos huéspedes. Los primeros lodges fueron construidos por los colonizadores ingleses que trataban de imitar las cabañas de los nativos.

En un albergue ecológico, el alojamiento de los turistas es importante, pero también se está beneficiando el medio ambiente y la comunidad local. Las instalaciones pueden ser muy variadas, desde simples tiendas de campaña hasta un lujoso Spa Resort con todas las comodidades que se le puede ofrecer al cliente.

Este tipo de establecimientos normalmente contratan a personas de la zona, la infraestructura es elaborada con mano de obra local, con materiales encontrados en la región, y generalmente se construye de una manera responsable con el medio ambiente. Idealmente, un Eco - Lodge tiene un impacto ambiental positivo, en contraste con los hoteles convencionales que a menudo implican un daño considerable al medio ambiente.

Algunos hoteles ecológicos están vinculados con proyectos de servicio comunitario, alentando a sus clientes a formar parte de un voluntariado en la comunidad local por unas pocas horas durante su estancia. Los huéspedes pueden ayudar a una escuela, ayudar a construir casas, o en el trabajo por unas horas en un jardín de la comunidad, contribuyendo aspectos positivos para las comunidades que visitan.

Clasificación del Eco – Lodge:

Según el Ministerio de Turismo, en el Ecuador a los Lodges, se los puede clasificar en tres categorías:

- Lujo
- De Primera
- De Segunda

Estas tres categorías, de acuerdo a los requisitos técnicos dados por el Ministerio de Turismo para lodges, varían únicamente en las medidas que deben tener las habitaciones, así tenemos:

MEDIDAS MÍNIMAS DE LAS HABITACIONES (m2)			
	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA
Simple	20	18	16
Doble	25	23	21
Junior Suite	34	32	
Suite	39	37	
<i>* Área total incluida baño.</i>			

Fuente: Requisitos Técnicos Lodges/Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

El Eco – Lodge objeto de estudio de esta investigación, será de primera categoría y estará diseñado de tal manera que ofrezca a sus clientes comodidad y excelencia en el servicio. Se

construirá con materiales propios de la zona permitiendo así que la infraestructura armonice con su entorno, y permita a sus clientes experimentar un contacto más cercano con la naturaleza. Así mismo, ofrecerá todos los servicios necesarios para que los turistas puedan disfrutar de un momento de diversión, contará con restaurante, piscina, cabalgatas, senderos ecológicos, visitas a las Comunidades Tsáchilas y demás atractivos turísticos de la provincia, entre otros.

El recurso humano es un factor importante en el desempeño de los procesos dentro del Eco - Lodge, es por ello que el compromiso de la empresa será el de contratar a personas de la zona y proporcionarles la mejor capacitación para que puedan ofrecer un servicio de excelencia, gestión de calidad y mejoramiento continuo.

Requisitos para la categorización de un Eco – Lodge de Primera Categoría:

Para que un Eco – Lodge, sea considerado una empresa de actividad turística, debe cumplir con una serie de requisitos exigidos por la institución rectora de turismo en el país. Lamentablemente el Reglamento de Actividades Turísticas del Ecuador, bajo el cual se rige el Ministerio de Turismo para categorizar a los establecimientos hoteleros, se encuentra desactualizado y no considera la opción de Eco – Lodge. Sin embargo, el nombre de Eco – Lodge se lo puede dar para la comercialización del establecimiento y basarse en los requisitos para hosterías, cabañas y en general empresas dedicadas al ecoturismo, existentes en el reglamento actual. Adicionalmente, en Diciembre 2009, se llevaron a cabo jornadas de socialización con representantes del sector turístico y el Ministerio de Turismo, en las cuales se establecieron los requisitos mínimos que deben tener los diferentes establecimientos, y los cuales servirán de fundamento para la expedición de las futuras normas técnicas de las actividades turísticas. En esta base, si se considera la categoría de

Lodge; tomando en cuenta estos dos documentos, se detallarán los requisitos para un Eco – Lodge de primera categoría.

- Contar con al menos 6 cabañas.
- Tener servicio de Recepción las 24 horas
- Servicio Telefónico, de Internet, Lavandería, servicio Médico
- Cafetería, Bar – Restaurante
- Estacionamiento Propio
- Oferta de actividades relacionadas con el entorno natural
- Suministro general de energía eléctrica.
- Unidad habitacional para personas con discapacidades.

Todos los requisitos se los detallará con mayor profundidad en el Capítulo IV, de Estudio Técnico del proyecto.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1. Objetivo General

- Determinar el perfil, gustos y preferencias del consumidor, para así conocer de manera más adecuada, junto con el análisis de la oferta, las características que deberá tener el Eco – Lodge y satisfacer así los requerimientos de los clientes potenciales del establecimiento.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Especificar el perfil y segmento de mercado al que se quiere llegar.
- Recolectar información acerca de los gustos y preferencias de los clientes mediante la aplicación de la encuesta piloto y definitiva.
- Analizar la competencia del establecimiento, sea esta directa o indirecta.

2.2. CONCEPCIÓN PRELIMINAR DEL PRODUCTO/SERVICIO¹²

Como se dijo anteriormente, en la zona comprendida entre la ciudad de Santo Domingo y Quevedo, lugar donde se pretende desarrollar el proyecto, no se registran complejos hoteleros de gran importancia, provocando así, que no sea un sitio de gran afluencia turística; a pesar de esto, el sector ofrece algunos atractivos de gran belleza ecológica, que no han sido explotados, y en muchos de los casos no son conocidos por turistas nacionales, mucho menos por turistas extranjeros.

¹² Opiniones y síntesis de la autora

Con la creación del Eco-Lodge, se busca ofrecer un servicio de excelencia que acoja las nuevas tendencias del turismo por la protección del medio ambiente, impulsar el conocimiento de la provincia como un nuevo destino turístico, con atractivos que aún están por descubrir y además se busca rescatar las culturas autóctonas del Ecuador.

El negocio se denominará “TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE”, cuyo nombre se origina de las Comunidades Tsáchilas propias de la Provincia, ofrecerá servicio de alojamiento, alimentación, piscina, canchas deportivas, paseos por senderos, deportes de aventura y visitas guiadas a sitios turísticos de la zona como comunidades Tsáchilas, santuarios naturales, miradores, etc.

Un Eco-Lodge como su nombre lo indica, es un alojamiento ecológico, un establecimiento de este tipo es amigable con la naturaleza; paradójicamente construido con materiales de la zona, y que de una u otra manera beneficia a la comunidad. No solamente es ecológico por brindar al turista el contacto con la naturaleza, sino que también lleva un manejo sostenible en todos sus procesos.

TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, ofrecerá a sus visitantes amplias cabañas, que brindarán al turista la posibilidad de experimentar lo que los habitantes de la zona viven, puesto que, se diseñarán cabañas semejantes a las viviendas de las



Comunidades Tsáchilas, hechas de caña guadua, a la vez se ofrecerá a los huéspedes, todos los servicios básicos y comodidades necesarias para que puedan disfrutar de su estancia en un establecimiento de primera categoría.

El Eco – Lodge contará con servicio de alimentación, para brindar mayor comodidad a sus clientes. El restaurante, “ANÓ FINÚN RESTAURANTE”¹³, ofrecerá comida típica Nacional e Internacional, de primera categoría; bajo estándares de calidad y sanidad, que ofrezcan seguridad a todos sus clientes en cuanto a la manipulación y preparación de los alimentos.

El establecimiento contará también con una piscina al aire libre, temperada para que sus clientes puedan disfrutar de un momento de relajación y tranquilidad en las límpidas y transparentes aguas.

Se dará a los turistas la oportunidad de mantenerse en contacto directo con la naturaleza, la flora y fauna de la zona mediante la adaptación de una serie de senderos ecológicos que brinden la comodidad necesaria, pero que se adapten al entorno del lugar y que no causen un daño grave en el medio ambiente. Cada sendero tendrá distintas rutas y ofrecerá la seguridad de que los usuarios no puedan perderse.

Todos los servicios que se ofrecerán, tienen como objetivo satisfacer las necesidades de nuestros clientes, los cuales disfrutan de estar en contacto con la naturaleza, y aprecian un servicio de calidad por ser personas que pertenecen a un nivel social medio, medio alto, además de ser personas adultas, mayores de 30 años que tienen el criterio suficiente para valorar y exigir que se les brinde la mejor atención posible. Los clientes potenciales del establecimiento serán principalmente personas que vienen de Quito y los turistas extranjeros que llegan al país.

¹³ Parte de la vivienda Tsáchila, utilizada para la comida en familia. ESTRELLA MABEL GILER BONE: Estudio de Factibilidad para la exportación de Tejidos Artesanales de la Comunidad Tsáchila hacia Alemania. Quevedo-Ecuador, 2010. Tesis (Ingeniero Comercial). Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ingeniería Comercial.

2.3. TIPOS DE MERCADO APLICABLES AL PROYECTO

2.3.1. Mercado Total:

“El Mercado Total, es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto¹⁴. El mercado de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se ha dividido en dos:

a) A Nivel Nacional:

El mercado total de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, a nivel nacional son todas las personas que llegan a Santo Domingo de los Tsáchilas para el año 2010 desde Quito, se ha escogido a las personas que llegan desde Quito, debido a que la mayoría de turistas que van a Santo Domingo, provienen de esta ciudad. Debido a que la Provincia fue constituida recientemente, y el turismo no está explotado en su totalidad, no cuenta con instituciones dirigidas exclusivamente al turismo, ni lleva una estadística exacta sobre el número de turistas que ingresan a la Provincia, por lo que, la obtención de datos certeros, se torno un tanto difícil. En el Ministerio de Turismo, se obtuvo un dato trimestral del periodo Diciembre 2009 – Febrero 2010, del número de turistas residentes en Ecuador que llegan a Santo Domingo desde los distintos lugares del país, datos que se detallan en el siguiente cuadro.

¹⁴ Sitio web Mitecnológico, <http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados>

TURISTAS QUE LLEGAN A LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO SEGMENTO TURISMO INTERNO (DIC. 2009 - FEB.2010)				
LUGAR DE PROCEDENCIA	NO. TURISTAS	VIAJES	NOCHES	GASTO
Quito	26555	38212	37803	1659439
Guayaquil	1824	1824	4714	35932
Cuenca	168	168	168	11738
Machala	1120	1120	7506	73103
Ambato	182	182	287	5318
Manta	943	943	2924	53297
Resto Costa	14268	15683	19081	759655
Resto Sierra	14024	16385	35774	1602820
Amazonía	2068	2068	19158	1136861

Fuente: Investigación realizada por el Ministerio de Turismo

Elaborado por: Jannet Rosero/Ministerio de Turismo

Del cuadro anterior, la información que nos ayudará en el estudio es el dato del número de turistas que llegan a la Provincia desde Quito, el cual equivale a 26,555 personas. Con este dato se realizará una proyección del número de turistas que ingresan al lugar para los siguientes trimestres, de tal manera que se obtiene un dato anual. Para esta proyección se utilizará la fórmula de población futura:

$$PF = PA (1 + i)^n$$

Donde:

PF = Población Futura

PA = Población Actual

i = porcentaje de crecimiento

n = periodo

Para obtener el porcentaje de crecimiento, lo más indicado es utilizar el porcentaje de crecimiento del turismo en la provincia, sin embargo, debido a los factores mencionados anteriormente, y al no tener datos históricos con los cuales comparar, se utilizará en su lugar el porcentaje de crecimiento en ventas de alojamiento en establecimientos de la competencia; según Kasama Lodge, las ventas incrementan anualmente en un 3,7% aproximadamente. Al aplicarse la fórmula de manera trimestral, dicha tasa también debe utilizarse trimestralmente, es decir, equivaldrá a 0,92%. Los trimestres a obtenerse serán:

- Marzo 2010 – Mayo 2010 → $n = 1$
- Junio 2010 – Agosto 2010 → $n = 2$
- Septiembre 2010 – Noviembre 2010 → $n = 3$

Remplazando en la fórmula tenemos:

- Marzo 2010 – Mayo 2010

$$PF_1 = 26555 (1 + 0.0092)^1$$

$$PF_1 = 26799$$

- Junio 2010 – Agosto 2010

$$PF_2 = 26555 (1 + 0.0092)^2$$

$$PF_2 = 27046$$

- Septiembre 2010 – Noviembre 2010

$$PF_3 = 26555 (1 + 0.0092)^3$$

$$PF_3 = 27295$$

Es decir, la suma de todos los trimestres nos da el subtotal del mercado total anual del segmento nacional, que tiene el negocio para el año 2010, el cual tiene un valor de 107, 695.

PROYECCIÓN DE TURISTAS QUE INGRESAN A STO. DOMINGO DESDE QUITO	
Dic. 2009 - Feb. 2010	26555
Mar. - May. 2010	26799
Jun. - Ago. 2010	27046
Sept. - Nov. 2010	27295
TOTAL	107695

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Para obtener el mercado total del establecimiento se debe conocer cuantas personas de las que llegan a Santo Domingo, son mayores de 30 años, que es la característica que se pide en el perfil del consumidor, para lo cual se recurrió a obtener el porcentaje de personas que cumplen con dichas características en el Distrito Metropolitano de Quito, datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda 2001, elaborado por el INEC.

POBLACIÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO POR EDADES		
	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Otras edades	944.915	57,60
30 a 39 años	229.667	14,00
40 a 49 años	196.857	12,00
50 a 64 años	170.610	10,40
65 años y más	98.428	6,00
<i>Población Total</i>		1.640.478

42,40%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaborado: La Autora

Según el análisis del cuadro anterior, se puede observar que el 42,40% de la población de Quito, son mayores de 30 años, por lo tanto, aplicando este porcentaje al número de turistas Quiteños que llegarían a la Provincia (107,695), obtenemos un valor de **45 663**, perteneciente al mercado total de turistas nacionales de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

b) A nivel internacional:

Para conocer el mercado total a nivel internacional, es necesario obtener los datos de las personas que ingresan al país por edades, debido a que, el perfil del consumidor extranjero incluye a las personas que son mayores a 30 años. Dichos datos se obtuvieron del Boletín de Estadísticas Turísticas 2005 – 2009, publicado por el Ministerio de Turismo.

TURISTAS QUE ENTRAN AL PAÍS POR EDADES (2005 - 2009)					
	A	B	C	D	
Otras Edades	30 a 39 años	40 a 49 años	50 a 59 años	60 años y más	
2005	288249	192083	168165	121905	89486
2006	286292	178029	158635	122482	95164
2007	313970	195673	176457	139107	112321
2008	331826	209108	188135	150281	125948
2009	324177	202914	179853	142027	119528

Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2005 - 2009/Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

Los datos obtenidos en la anterior tabla no son actuales, por lo que es necesario realizar una proyección para el año 2010 de los turistas mayores de 30 años que ingresan al país. Para esto se utilizará el método de proyección de mínimos cuadrados, con los siguientes datos.

PROYECCIÓN DE TURISTAS MAYORES DE 30 AÑOS QUE ENTRAN AL PAIS					
		(A+B+C+D)			
X	Proyección	30 y mas(Y)	X^2	XY	Y'
1	2005	571639	1	571639	560554,6
2	2006	554310	4	1108620	587007,4
3	2007	623558	9	1870674	613460,2
4	2008	673472	16	2693888	639913
5	2009	644322	25	3221610	666365,8
15		3067301	55	9466431	
PROYECCIÓN 2010					
6	2010	-	-	-	692819

Fuente: Datos tomados de la tabla de turistas que entran al país por edades (2005 - 2009)

Elaborado por: La Autora

Para la proyección con mínimos cuadrados se utiliza la siguiente fórmula:

$$y' = a + bx$$

Las variables “a” y “b”, que se utilizan en esta fórmula, se obtienen a partir de los siguientes cálculos.

$$a = \frac{(\sum x^2 \sum y) - (\sum x \sum xy)}{(n \sum x^2) - (\sum x \sum x)} \qquad b = \frac{(n \sum xy) - (\sum x \sum y)}{(n \sum x^2) - (\sum x \sum x)}$$

$$a = 534,101.8$$

$$b = 26,452.8$$

Si X = 6 (año 2010)

$$y'_6 = 534,101.8 + 26,452.8(6)$$

$$y'_6 = 692,819$$

Por lo tanto, se tiene que para el año 2010, llegaron al país 692, 819 turistas extranjeros mayores de 30 años. El segmento de mercado de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, contempla únicamente a los turistas que llegan al país desde Estados Unidos, Colombia, Perú, Reino Unido y Alemania en el 2010, por ser, según el Ministerio de Turismo los principales mercados emisores para el Ecuador, con un aporte del 25%, 16.5%, 15.5%, 5.8%, 2.6% y 2.6% respectivamente. Por lo que del total de personas que llegan al país se tomará únicamente un porcentaje correspondiente a aquellas que llegan únicamente desde estos países.

TURISTAS MAYORES DE 30 AÑOS QUE LLEGAN A ECUADOR SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA		
	Porcentaje de Participación	No. Turistas
Estados Unidos	25	173205
Colombia	16,5	114315
Perú	15,5	107387
España	5,8	40183
Reino Unido	2,6	18013
Alemania	2,6	18013
Otros Países	32	221702
TOTAL	100	692819

471117

Fuente: Datos tomados de la Tabla de Proyección de Turistas/Boletín de Estadísticas Turísticas 2010 -2009

Elaborado por: La Autora

Según datos obtenidos del Ministerio de Turismo, para los meses de abril y julio 2010, llegan a la Provincia un total de 1,084 turistas no residentes en el país.

TURISTAS NO RESIDENTES QUE INGRESAN A LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS EN ABRIL Y JULIO 2010		
Jefaturas de Migración	Meses	
	Abril	Julio
Quito		118
Guayaquil	213	180
Huaquillas		202
Rumichaca	230	141
TOTAL	443	641

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

Para conocer el porcentaje de turistas extranjeros que viajan a Santo Domingo de los Tsáchilas, se realizaron los siguientes cálculos:

- Se dividió el número de extranjeros mayores a 30 años cuya procedencia sea de Estados Unidos, Colombia, Perú, España, Reino Unido y Alemania, para seis, obteniendo así el dato en bimestres al igual que el número de personas que ingresan a la Provincia

$$\frac{471,117}{6} = 78,520 \text{ turistas por bimestre}$$

- Se dividió el número de turistas extranjeros que llegan a la Provincia, en los meses de abril y julio 2010, para el número de turistas por bimestre y se lo multiplicó por 100, obteniendo de esta manera el porcentaje de turistas extranjeros que llegan a Santo Domingo de los Tsáchilas.

$$\frac{1,084}{78,520} \times 100 = 1.38\% \rightarrow 1\%$$

Es así que llegamos al número de nuestro mercado total a nivel internacional, que es el 1% de 471 117, es decir, *4 711 personas anualmente que llegan a Santo Domingo.*

Después de realizado el estudio, podemos concluir que el mercado total de Tierra Tsáchila Eco – Lodge, es la suma del mercado nacional e internacional que da un total de **50,374 personas** que llegan a Santo Domingo de los Tsáchilas anualmente.

MERCADO TOTAL DE TIERRA TSÁCHILA ECO LODGE		
	Nacional	Internacional
	45663	4711
	↓	
TOTAL	50374	

Fuente: Análisis de la Autora

Elaborado por: La Autora

2.3.2. Mercado Potencial:

“El mercado potencial, es la parte de la población que tiene necesidad de un producto o servicio, y que podría estar interesada en adquirirlo”¹⁵.

Este mercado se lo obtiene a partir del porcentaje de aceptación que tiene el proyecto según los encuestados en la prueba piloto. De acuerdo a la pregunta número 5 de la encuesta, al 90% de los encuestados les gustaría hospedarse en un establecimiento de carácter ecológico, así tenemos que el mercado potencial de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, es el 90% de 50374, es decir, **45 337 personas**.

2.3.3. Mercado Meta u Objetivo:

“El mercado meta es un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes, y que están en la posibilidad de adquirir el producto o servicio que la empresa ofrece”.¹⁶

¹⁵ Diccionario – Glosario Administración y Marketing, [en línea], <http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=MERCADO>

¹⁶ Philip Kotler, Gary Armstrong; “Fundamentos de Marketing”, Sexta Edición, Prentice Hall, Págs. 255, 235 y 61.

De acuerdo a la competencia, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE no podría cobrar menos de \$30 por noche en sus habitaciones; en base a la pregunta número 8 de la encuesta piloto, todas las personas están dispuestas a pagar ese valor o más en una estadía dentro de un establecimiento de carácter ecológico. Por lo tanto, el mercado meta es igual al mercado potencial, es decir, de **45 337 personas**.

2.3.4. Mercado Real:

“El mercado real es aquel que está compuesto por un grupo de personas que tiene necesidad de un producto o servicio, que posee los medios financieros necesarios para cubrirla y que está interesada en adquirirlos, pero en el cual interviene también la capacidad que tiene la empresa u organización para cubrir dicha necesidad”.¹⁷

Para definir el mercado real del establecimiento se tomará en cuenta a los establecimientos de la competencia directa que son dos, más nuestro propio establecimiento, lo que sumaría tres en total; a la competencia indirecta no se la toma en cuenta debido a que por sus características y el tipo de servicio que ofrece no es relevante para el presente análisis.

Para llegar a establecer la capacidad instalada del establecimiento, es necesario conocer la cuota de clientes anuales que le corresponde a cada establecimiento de la competencia y al nuestro; dicha cuota se obtiene dividiendo el mercado objetivo (45,337), para el número de establecimientos, de la siguiente manera:

$$45,337 \div 3 = 15,112.3 \rightarrow 15,112 \text{ clientes anuales}$$

¹⁷ Diccionario – Glosario Administración y Marketing, [en línea],
<http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=MERCADO>

Es necesario tomar en consideración el porcentaje promedio de ocupación de la zona, el cuál de acuerdo a investigaciones realizadas por la autora, es del 58,4%, es decir que, el total de clientes anuales del establecimiento aplicado a la cuota anual obtenida anteriormente, es de **8 825 (mercado real anual)**. Considerando que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE abre los 365 días del año, tenemos que a diario atendería a 24 pax.

2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO¹⁸

Segmentación de mercado es el proceso de dividir o agrupar un mercado en subconjuntos distintos de clientes, que se comportan de la misma manera o que tienen necesidades similares, es decir, que tienen características homogéneas, con el objetivo de encaminar los esfuerzos hacia los que requieren un producto específico. El segmento de mercado de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE se divide en dos grupos:

- Segmento de turistas nacionales
- Segmento de turistas internacionales

2.4.1. Variable Geográfica:

Esta variable se basa en que las necesidades de los consumidores varían de acuerdo al área geográfica en dónde se encuentran, ya sea por el estado, región, clima, etc.

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, geográficamente, están todas las personas que viven principalmente en *Quito*; y todos aquellos turistas que llegan de

¹⁸ Compilación y síntesis de la autora: Sitio web de Marketingpower.com, <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php>; Marketinet, http://www.marketinet.com/ebooks/manual_de_marketing/manual_de_marketing.php?pg=10

Estados Unidos, Colombia, Perú, España, Reino Unido y Alemania, por ser, según el Ministerio de Turismo los principales mercados emisores para el Ecuador, con un aporte del 25%, 16.5%, 15.5%, 5.8%, 2.6% y 2.6% respectivamente.

2.4.2. Variable Demográfica:

Aquí se divide al mercado según criterios relacionados con las características propias de las personas como, edad, género, estado civil, etc.

Demográficamente el segmento de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, está dirigido para el género tanto masculino como femenino, que sean mayores de 30 años. En el segmento de mercado Nacional, se buscan personas de un nivel socioeconómico, medio, medio – alto y que tengan unos ingresos mayores a \$600 mensuales. En cuanto al segmento Internacional no se especifica el nivel social ni los ingresos, ya que, al tener la posibilidad de llegar a otro país para hacer turismo, significa que tienen un poder adquisitivo y nivel social aceptable.

2.4.3. Variable Psicográfica:

En esta variable, se divide a los individuos de acuerdo a diferencias en estilos de vida, personalidad y gustos, es decir, se segmenta en base a los factores de interés para una persona, sus opiniones y actividades que conforman su estilo de vida.

Específicamente para el proyecto, se buscan personas que tengan un gusto por la naturaleza.

2.4.4. Variable Conductual:

Esta variable se refiere a la frecuencia con que el mercado hace uso del producto o servicio que se ofrece, ya sea diaria, semanal, mensual, trimestral, anual, etc. Es así que para el proyecto se busca personas que hagan uso del servicio de alojamiento por lo menos *una vez al año*.

2.4.5. Cuadro de la Segmentación de Mercado:

	VARIABLES	CARACTERISTICAS
Mercado Nacional	<i>Geográfica</i>	Quito
	<i>Demográfica</i>	Edad: >30 años
		Nivel socioeconómico: Medio, Medio - Alto
		Ingresos: >\$600
	<i>Psicográfica</i>	Gusto por la Naturaleza
<i>Conductual</i>	Una vez al año	
Mercado Internacional	<i>Geográfica</i>	Estados Unidos, Colombia, Perú, Reino Unido, Alemania
	<i>Demográfica</i>	Edad: >30 años
	<i>Psicográfica</i>	Gusto por la Naturaleza
	<i>Conductual</i>	Una vez al año

Fuente: Investigación de la autora

Elaborado: La Autora

2.5. CONSIDERACIONES ESTADÍSTICAS APLICABLES A LA INVESTIGACIÓN

2.5.1. El universo o población:

En base a la segmentación de mercado realizada anteriormente, se tiene que el universo o población objeto de estudio de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, es de **45 337 personas**, correspondiente tanto al segmento de mercado Nacional como Internacional.

2.5.2. Tamaño de la muestra para la encuesta descriptiva o definitiva

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2N + Z^2pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,9)(0,1)(45,337)}{(0,05)^2(45,337) + (1,96)^2(0,9)(0,1)}$$

$$n = 138 \text{ muestras}$$

Donde:

N=Población

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error (5% → 0.05)

Z= Nivel de Confianza (95% → 1.96)

n= tamaño de la muestra

2.5.3. Recopilación de la información

Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria es extremadamente útil como paso inicial en los procesos de investigación. La misma, se utilizará como una herramienta para obtener información, que ayudará a definir algunos de los datos importantes sobre los gustos y preferencias de los consumidores, así como para definir de una manera numérica los tipos de mercado aplicados a la investigación.

En este tipo de investigación se utilizan ciertas herramientas como lo son la encuesta piloto y el análisis de datos secundarios. En la encuesta piloto se realizarán cinco preguntas a un total de 30 personas, 26 quiteños y cuatro extranjeros, dicha investigación se la realizará en el área urbana de Quito, en los alrededores de los Centros Comerciales El Jardín y Quicentro, y en la Plaza Foch, por ser uno de los sitios donde existe mayor afluencia de extranjeros.

En cuanto al análisis de datos secundarios, aquí se recurrió a fuentes como el Ministerio de Turismo (MINTUR), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y al Municipio de Quito Metropolitano.

Investigación Descriptiva:

“La investigación descriptiva es aquella que busca definir con claridad un objeto, el cual puede ser un mercado, una industria o una competencia”¹⁹.

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se utilizará la recolección de datos primarios como parte de la investigación descriptiva, ya que, se elaborará una encuesta consistente en 10 a 15 preguntas, efectuadas a una parte representativa de la población objeto de estudio, con el objetivo de conocer sus gustos y preferencias con respecto a la creación del establecimiento.

2.5.3.1. Encuesta Piloto o exploratoria:

“El pre-test o prueba piloto es un proceso de ensayo en la aplicación de la técnica seleccionada para la recolección de datos y su administración respectiva, que

¹⁹ Marcela Benassini, Introducción a la Investigación de Mercados, Segunda Edición, Editorial Pearson.

permite evaluar su eficiencia en función al problema, motivo de investigación. Este proceso se lleva a cabo previo a la aplicación definitiva de la técnica y a la realización del trabajo de campo propiamente dicho”²⁰.

Según el análisis de datos obtenidos del Ministerio de Turismo, un mayor número de turistas nacionales ingresa a la Provincia en comparación con los turistas extranjeros. Por investigación directa en Hosterías de la zona que ofrecen servicios similares a los que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE pretende brindar, se conoció que durante el año aproximadamente un 10% de extranjeros llega a la zona y el restante 90%, corresponde al turista nacional.

La encuesta piloto, consiste en un formulario de cinco preguntas, aplicado a 30 personas. De acuerdo a los datos obtenidos, la encuesta debería ser aplicada a 27 turistas nacionales y tres extranjeros, sin embargo, para obtener mejores resultados se aumentó una persona a este último, es decir, se entrevistó a 26 turistas residentes y la cifra restante a turistas no residentes. La encuesta se la realizó en Quito a todas las personas que cumplían con el perfil del consumidor, se optó por realizarla en esta ciudad, debido a que el segmento de mercado principalmente son las personas que viven en Quito.

2.5.3.1.1. Formulario y justificación:

(Formulario de la encuesta piloto en la siguiente página)

²⁰ Dennis Chávez Paz, Conceptos y Técnicas de Recolección de Datos en la Investigación [en línea], http://www.unifr.ch/ddp1/derechopenal/articulos/a_20080521_56.pdf.

ENCUESTA PILOTO

Buenos Días/Tardes, la presente encuesta es de carácter académico y tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias que tienen los consumidores en cuanto a la creación de un Eco-Lodge de primera categoría en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. El mismo que pretende ofrecer a sus clientes, restaurante, piscina, canchas deportivas, caminatas ecológicas, visitas dirigidas a lugares turísticos de la zona, deportes de aventura, etc., todo esto dentro de un establecimiento amigable con la naturaleza. Marque con un visto o con una "x" la o las opciones que escoja en cada pregunta según su criterio.

a) Datos Generales

1. Género

Masculino Femenino

2. Edad _____

3. Ciudad o País de Residencia _____

b) Comportamiento de Consumo

4. ¿Considera usted que Santo Domingo de los Tsáchilas es atractiva para realizar turismo?

Si No

¿Con qué frecuencia viajaría para realizar turismo en la Provincia?

Una vez a la semana
Una vez al mes
Una vez al año
Dos veces al año
Otros _____

5. ¿Le gustaría a usted alojarse en un establecimiento de carácter ecológico?

Si No

6. En un establecimiento de carácter ecológico, ¿Qué tipo de servicios preferiría?

Piscina	<input type="checkbox"/>	Deportes de Aventura	<input type="checkbox"/>
Caminatas en Senderos Ecológicos	<input type="checkbox"/>	Visitas Guiadas a Sitios Turísticos	<input type="checkbox"/>
Visita a comunidades Tsáchilas	<input type="checkbox"/>	Otros _____	

7. ¿Qué tipo de comida prefiere consumir cuando sale de viaje?

Comida Nacional Comida Internacional

8. En un establecimiento de tipo ecológico, con las características anteriormente señaladas, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche (incluye desayuno)?

Menos de \$30
\$31 - \$60
\$61 - \$90
\$91 - \$120
\$120 en adelante

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Justificación de las preguntas:

- **¿Le gustaría a usted ir de viaje a Santo Domingo de los Tsáchilas?**

Esta pregunta está formulada con el objetivo de conocer si a los consumidores les atrae la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas como un nuevo destino turístico y así, corroborar que el lugar es una buena alternativa, donde se puede desarrollar el proyecto. La frecuencia con que visitarían la Provincia nos ayudará a tener una idea más clara de las veces que los consumidores podrían hacer uso del servicio de alojamiento que se ofrecerá en TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

- **¿Le gustaría a usted alojarse en un establecimiento de carácter ecológico?**

Esta pregunta es la que nos ayudará a conocer la aceptación que tiene la idea del proyecto dentro de los consumidores, además de ayudarnos a determinar cuál es nuestro mercado potencial, es decir, todas las personas que tienen el deseo o necesidad del servicio que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE desea ofrecer.

- **En un establecimiento de carácter ecológico, ¿Qué tipo de servicios preferiría?**

Esta pregunta nos ayudará a tener una idea más clara de los servicios que se debería ofrecer dentro del establecimiento en base a los gustos y preferencias que tienen los consumidores, dentro de los límites que el Eco – Lodge puede ofrecer, sin dejar de lado las sugerencias que se presenten por parte de los encuestados, para ser analizadas y tomadas en cuenta posteriormente.

- **En un establecimiento de tipo ecológico, con las características anteriormente señaladas, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?**

Esta pregunta nos ayudará a conocer tentativamente el valor que los consumidores estarían dispuestos a pagar por nuestro servicio y tener una idea del valor mínimo y máximo que se podría cobrar en el establecimiento. Además, nos ayudará a conocer nuestro mercado objetivo o meta, que lo constituyen todas las personas que tienen el poder adquisitivo, es decir que pueden acceder al servicio que se ofrece.

- **¿Qué tipo de comida prefiere consumir cuando sale de viaje?**

Esta pregunta está diseñada para conocer qué tipo de comida se debería ofrecer en el restaurante del establecimiento, en base a los gustos y preferencias que tienen los consumidores.

2.5.3.1.2. Tabulación e interpretación:

(Tabulación e Interpretación en la siguiente página)

A.- DATOS GENERALES

1. GÉNERO

TABLA 1

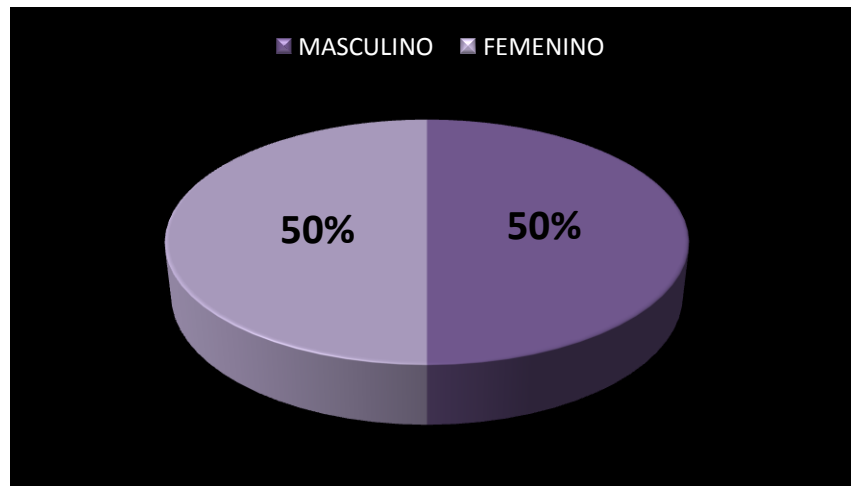
GÉNERO

	Frecuencia	Porcentaje
MASCULINO	15	50.0
FEMENINO	15	50.0
Total	30	100.0

*Fuente: Investigación de la Autora
Elaborado: La Autora*

GRÁFICA 1

GÉNERO



*Fuente: Investigación de la Autora
Elaborado: La Autora*

ANÁLISIS: La Tabla 1 demuestra que se encuestó a un número igual de personas de género masculino como femenino.

2. EDAD

TABLA 2

EDAD

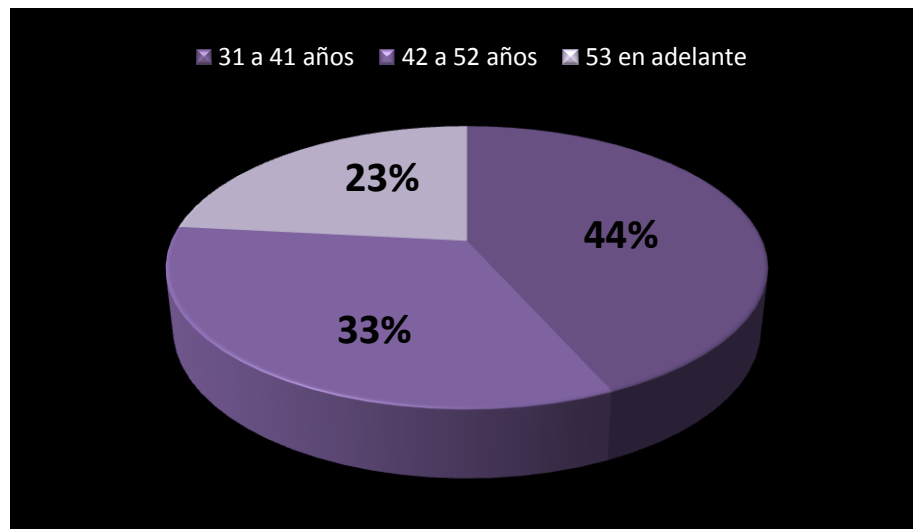
	Frecuencia	Porcentaje
31 a 41 años	13	43,3
42 a 52 años	10	33,3
53 en adelante	7	23,3
Total	30	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 2

EDAD



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayor parte de los encuestados se encuentran en una edad comprendida entre los 31 a 41 años.

3. LUGAR DE RESIDENCIA PAÍS O CIUDAD

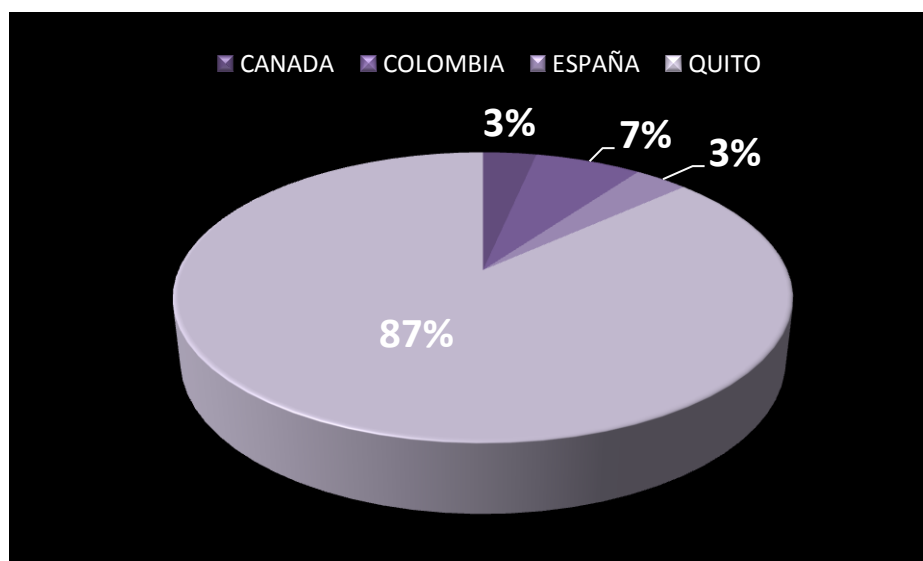
TABLA 3
LUGAR DE RESIDENCIA

	Frecuencia	Porcentaje
CANADA	1	3,3
COLOMBIA	2	6,7
ESPAÑA	1	3,3
QUITO	26	86,7
Total	30	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 3
LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados tienen como lugar de residencia Quito.

B.- COMPORTAMIENTO DE CONSUMO.-

4. ¿CONSIDERA USTED QUE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS ES ATRACTIVA PARA REALIZAR TURISMO?

TABLA 4
ES ATRACTIVA PARA TURISMO/FRECUENCIA

		¿LA CONSIDERA ATRACTIVA PARA TURISMO?		Total
		NO	SI	
FRECUENCIA CON QUE VIAJARÍA	DOS VECES AL AÑO	0	5	5
	UNA VEZ AL AÑO	5	15	20
	UNA VEZ AL MES	0	5	5
Total		5	25	30

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 4
ES ATRACTIVA PARA TURISMO/FRECUENCIA



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados, piensa que la provincia es un lugar donde se puede hacer turismo una vez al año.

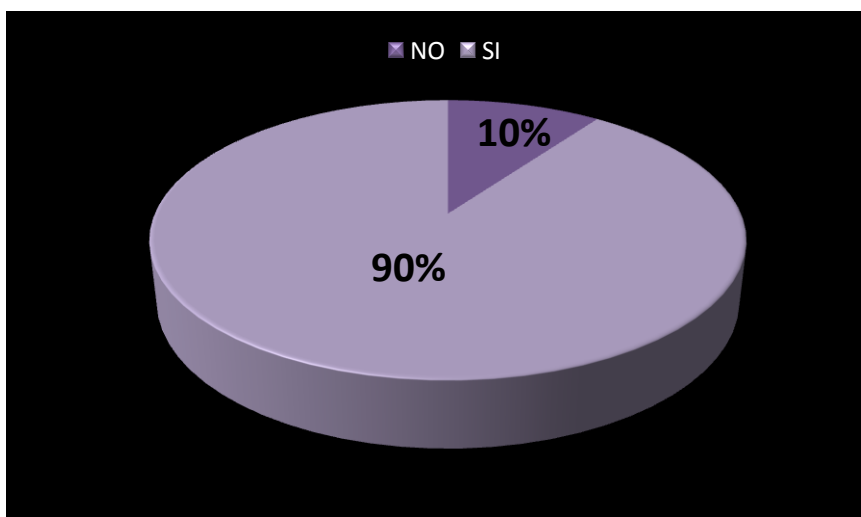
5. ¿LE GUSTARÍA A USTED ALOJARSE EN UN ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO?

TABLA 5
ALOJAMIENTO EN ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO

	Frecuencia	Porcentaje
NO	3	10,0
SI	27	90,0
Total	30	100,0

Fuente: Investigación de la Autora
Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 5
ALOJAMIENTO EN ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO



Fuente: Investigación de la Autora
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: A la mayoría de personas encuestadas le gustaría hospedarse en un establecimiento de carácter ecológico.

6. EN UN ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO, ¿QUÉ TIPO SERVICIOS PREFERIRÍA?

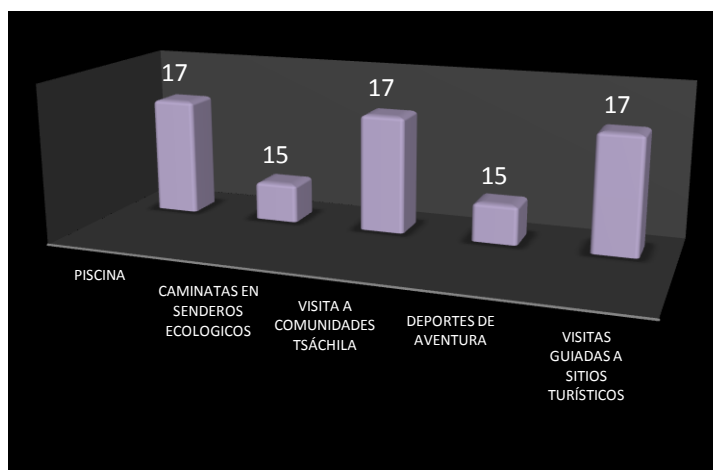
TABLA 6
TIPOS DE SERVICIOS QUE PREFERE

	PISCINA		CAMINATAS EN SENDEROS ECOLÓGICOS		VISITA A COMUNIDADES TSÁCHILA		DEPORTES DE AVENTURA		VISITAS GUIADAS A SITIOS TURÍSTICOS	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
NO (pregunta 4)	3	10	3	10	3	10	3	10	3	10
NO ESCOGIERON	10	33	12	40	10	33	12	40	10	33
LES GUSTARIA	17	57	15	50	17	57	15	50	17	57
Total	30	100	30	100	30	100	30	100	30	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 6
TIPOS DE SERVICIOS QUE PREFERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

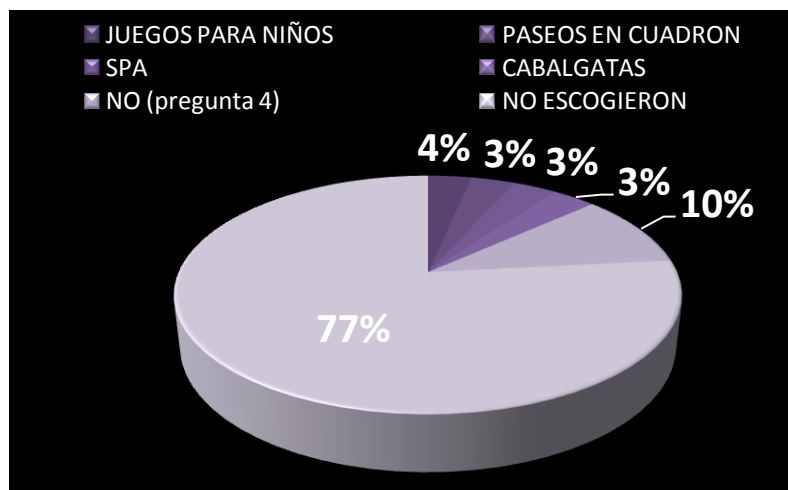
TABLA 6.1
OTRO TIPO DE SERVICIOS QUE PREFIERE

	OTROS	
	Frecuencia	Porcentaje
JUEGOS PARA NIÑOS	1	3
PASEOS EN CUADRON	1	3
SPA	1	3
CABALGATAS	1	3
NO (pregunta 4)	3	10
NO ESCOGIERON	23	77
Total	30	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 6.1
OTRO TIPO DE SERVICIOS QUE PREFIERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: A la mayoría de personas encuestadas le gustaría hospedarse en un establecimiento de carácter ecológico, que ofrezca principalmente piscina, visitas a comunidades Tsáchilas, y visitas guiadas a sitios turísticos.

7. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA PREFIERE CONSUMIR CUANDO SALE DE VIAJE?

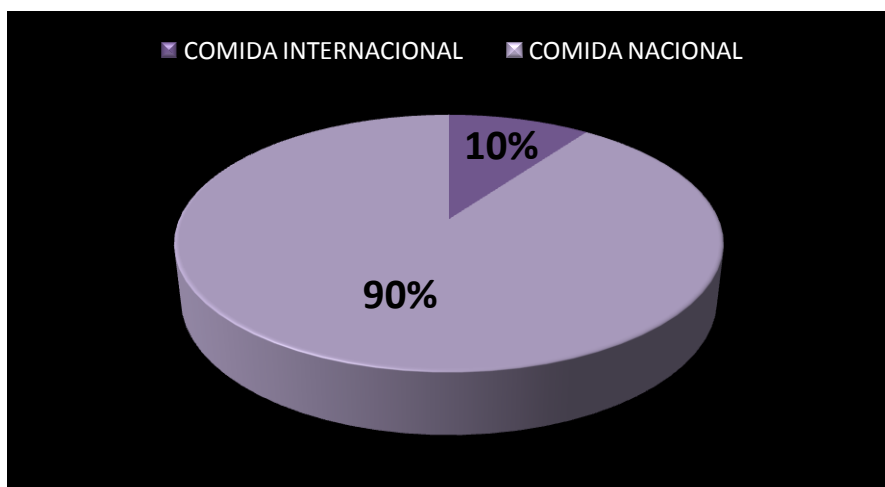
TABLA 7
COMIDA QUE PREFIERE

	Frecuencia	Porcentaje
COMIDA INTERNACIONAL	3	10,0
COMIDA NACIONAL	27	90,0
Total	30	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 7
COMIDA QUE PREFIERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La gran mayoría de encuestados, prefieren Comida Nacional cuando salen de viaje, por lo que el restaurante del establecimiento debería ofrecer principalmente este tipo de comida.

**8. EN UN ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO,
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?**

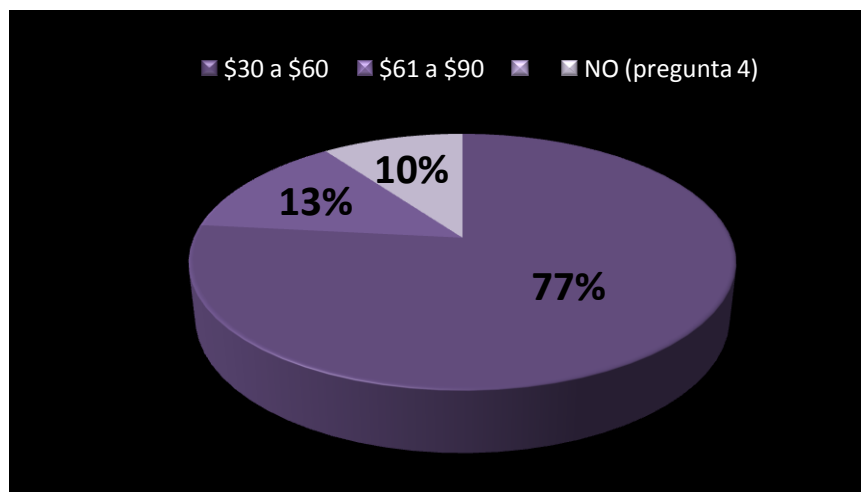
TABLA 8
MONTO QUE PAGARÍA POR NOCHE

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$30	0	0
\$31 a \$60	23	76,7
\$61 a \$90	4	13,3
NO (pregunta 4)	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 8
MONTO QUE PAGARÍA POR NOCHE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados, estaría dispuesto a pagar por noche de 30 a 60 dólares únicamente, por lo que se recomienda que la tarifa del establecimiento se encuentre en ese rango de precios.

2.5.3.2. Encuesta descriptiva o definitiva:

“La encuesta descriptiva es una herramienta utilizada para describir la distribución de una o más variables, los gustos y las preferencias de los consumidores en el total del colectivo objeto de estudio o en una muestra representativa del mismo”²¹.

La encuesta descriptiva o definitiva es la misma encuesta piloto pero elaborada con mayor profundidad, es por eso que consta de generalmente de 10 a 15 preguntas, entre las cuales se incluyen las realizadas en la encuesta exploratoria y algunas que ayuden a conocer sobre el Mix de Marketing del establecimiento.

Como se mencionó anteriormente, en la parte que hace referencia a la encuesta piloto, se considera que aproximadamente el 90% de personas que llegan a la Provincia son turistas nacionales, mientras que el 10% restante equivale a los turistas extranjeros. La encuesta definitiva, se la debe aplicar según el cálculo de la muestra a 138 personas, por lo tanto se decidió distribuirla en 14 encuestas a personas extranjeras y 124 a personas Quiteñas.

2.5.3.2.1. Formulario y justificación:

²¹ Sitio web, <http://aquifue.files.wordpress.com/2007/01/10-encuesta-social.pdf>

ENCUESTA

Buenos Días/Tardes, la presente encuesta es de carácter académico y tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias que tienen los consumidores en cuanto a la creación de un Eco-Lodge en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. El mismo que pretende ofrecer a sus clientes, restaurante, piscina, canchas deportivas, caminatas ecológicas, visitas dirigidas a lugares turísticos de la zona, deportes de aventura, y todos los servicios básicos necesarios para brindar comodidad a sus clientes, todo esto dentro de un establecimiento construido con materiales de la zona.

Marque con un visto o con una "x" la o las opciones que escoja en cada pregunta según su criterio.

a) Datos Generales

1. Género

Masculino Femenino

2. Edad _____

3. Ciudad / País de Residencia _____

b) Comportamiento de Consumo

4. ¿Le gustaría a usted ir de viaje a Santo Domingo de los Tsáchilas?

Si No

(SI SU RESPUESTA ES NO, GRACIAS, TERMINO LA ENCUESTA)

¿Con qué frecuencia?

Una vez a la semana Dos veces al año
Una vez al mes Otros _____
Una vez al año

5. Cuando viaje a Santo Domingo, usted generalmente lo haría con:

Familia Pareja
Amigos Solo

¿Con cuántas personas?

Dos Cuatro
Tres Cinco o más

6. ¿Cuándo salga de viaje a Santo Domingo, lo haría generalmente por?

Placer Trabajo
Conocer nuevos sitios Otros _____

7. ¿Cuántos días en promedio utilizaría para su viaje?

Un día Cuatro días
Dos días Más de cuatro días
Tres días

8. ¿Le gustaría a usted alojarse en un establecimiento de tipo ecológico, que ofrezca comodidad y contacto con la naturaleza a su vez?

Si No

(SI SU RESPUESTA ES NO, GRACIAS, TERMINA LA ENCUESTA)

9. ¿Qué tipo de servicios considera importantes, para ofrecer en un establecimiento de tipo ecológico?

Piscina	<input type="checkbox"/>	Deportes de Aventura	<input type="checkbox"/>
Caminatas en Senderos Ecológicos	<input type="checkbox"/>	Visitas Guiadas a Sitios Turísticos	<input type="checkbox"/>
Visita a comunidades Tsáchilas	<input type="checkbox"/>	Otros _____	
Karaoke al Aire Libre	<input type="checkbox"/>		

10. ¿Le gustaría acceder a un paquete que incluya la visita a todos los sitios turísticos de la provincia, comunidades Tsáchilas y transporte?

Si No

11. ¿Gusta usted del turismo de aventura?

Si No

(SI SU RESPUESTA ES NO, PASE A LA PREGUNTA 11)

¿Qué tipo de actividad de aventura prefiere?

Rafting	<input type="checkbox"/>	Tubing	<input type="checkbox"/>
Canoping	<input type="checkbox"/>	Rappel	<input type="checkbox"/>
Kayaking	<input type="checkbox"/>	Otros _____	

12. ¿Qué tipo de decoración le gustaría que tenga el establecimiento?

Rústica Moderna Otros _____

13. ¿En el Establecimiento, usted consumiría?

Solo Almuerzo Solo Merienda Ambas

14. ¿Qué tipo de comida prefiere consumir cuando sale de viaje?

Comida Nacional Comida Internacional
¿Cuáles platos serían de su preferencia? (3) ¿Cuáles platos serían de su preferencia? (3)

15. En un establecimiento de tipo ecológico, con las características anteriormente señaladas, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche? (incluye desayuno)

\$15 - \$30 \$46 - \$60 \$75 en adelante
\$31 - \$45 \$61 - \$75

16. ¿Por cuáles medios le gustaría a usted enterarse de este establecimiento?

Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales (Facebook, Twitter, Badoo, etc.)	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>	Otros _____	
Internet	<input type="checkbox"/>		

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Justificación de las preguntas:

- **¿Le gustaría a usted ir de viaje a Santo Domingo de los Tsáchilas?**

Esta pregunta está formulada con el objetivo de conocer si a los consumidores les atrae la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas como un nuevo destino turístico y así, corroborar que el lugar es una buena alternativa, donde se puede desarrollar el proyecto. La frecuencia con que visitarían la Provincia nos ayudará a tener una idea más clara de las veces que los consumidores podrían hacer uso del servicio de alojamiento que se ofrecerá en TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

- **Cuando viaja, usted generalmente lo hace con: Familia, Amigos, Pareja, Solo. ¿Con cuántas personas?**

Esta pregunta permitirá analizar el tipo de servicios que se van a prestar, por ejemplo, si las personas van en familia o con amigos se puede ofrecer tours y actividades para realizarlas en grupo, si van con pareja o solos se buscarán actividades o servicios apropiados para ellos, como salas de lectura, paseos en bote, etc. El número de personas con que viajan permitirá analizar el tipo de habitación y ocupación que deberán tener las cabañas, sean familiares, suites, simples, dobles, o triples.

- **¿Cuándo sale usted fuera de la ciudad lo hace generalmente por?**

Se hace esta pregunta con el objetivo de conocer como se deberían adecuar las instalaciones del establecimiento y los servicios que se ofrece, si las personas viajan más por placer o conocer nuevos sitios se deberían ofrecer tours novedosos, mientras que si se trata de motivos de trabajo, se podría adecuar un espacio con computadoras, internet, salas de reuniones, etc.

- **¿Cuántos días en promedio utiliza para su viaje?**

Con esta pregunta se puede conocer el promedio de pernoctación que tendrá el establecimiento y así obtener de manera más específica la ocupación que tendrá el mismo.

- **¿Le gustaría a usted alojarse en un establecimiento de tipo ecológico, que ofrezca comodidad y contacto con la naturaleza a su vez?**

Esta pregunta es la que nos ayudará a conocer la aceptación que tiene la idea de la implementación de un Eco – Lodge en la provincia, dentro de los consumidores, lo cual nos dará una idea más aproximada de la factibilidad que tiene el proyecto.

- **¿Qué tipo de servicios considera importantes, para ofrecer en un establecimiento de tipo ecológico?**

Esta pregunta nos ayudará a tener una idea más clara de los servicios que se debería ofrecer dentro del establecimiento en base a los gustos y preferencias que tienen los consumidores, dentro de los límites que el Eco – Lodge puede ofrecer, sin dejar de lado las sugerencias que se presenten por parte de los encuestados, para ser analizadas y tomadas en cuenta posteriormente.

- **¿Le gustaría acceder a un paquete que incluya la visita a todos los sitios turísticos de la provincia, comunidades tsáchilas y transporte?**

Con esta pregunta se busca saber a cuántas personas les gustaría acceder a un paquete de este tipo y de esta manera facilitar el cálculo de ingresos por este concepto.

- **¿Gusta usted del turismo de aventura?**

En una pregunta anterior se pide información sobre los servicios que le gustaría que tenga el establecimiento ecológico, entre ellos están los deportes

de aventura; esta pregunta nos ayudará a saber con mayor certeza que deportes se debería implementar en el establecimiento.

- **¿En el Establecimiento, usted consumiría?**

Esta pregunta, nos ayudará a definir cuáles de las tres comidas el cliente consumiría dentro del establecimiento, y así crear una carta acorde y prever la compra de materia prima para el restaurante.

- **¿Qué tipo de comida prefiere consumir cuando sale de viaje?**

Esta pregunta está diseñada para conocer qué tipo de comida se debería ofrecer en el restaurante del establecimiento, en base a los gustos y preferencias que tienen los consumidores.

- **En un establecimiento de tipo ecológico, con las características anteriormente señaladas, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?**

Esta pregunta nos ayudará a conocer tentativamente el valor que los consumidores estarían dispuestos a pagar por nuestro servicio y tener una idea del valor mínimo y máximo que se podría cobrar en el establecimiento. Además, nos ayudará a conocer nuestro mercado objetivo o meta, que lo constituyen todas las personas que tienen el poder adquisitivo, es decir que pueden acceder al servicio que se ofrece.

- **¿Por cuáles medios le gustaría a usted informarse del establecimiento?**

Esta pregunta servirá para conocer los medios que más utilizan nuestros futuros clientes para realizar publicidad y promociones del establecimiento, ya sea por radio, televisión, prensa, internet, redes sociales, etc. De esta forma se podrá decidir de manera más efectiva y certera los medios de comunicación más importantes y dirigir las campañas hacia nuestros clientes.

2.5.3.2.2. Tabulación e interpretación:

A.- DATOS GENERALES

1. GÉNERO

TABLA 1

GÉNERO

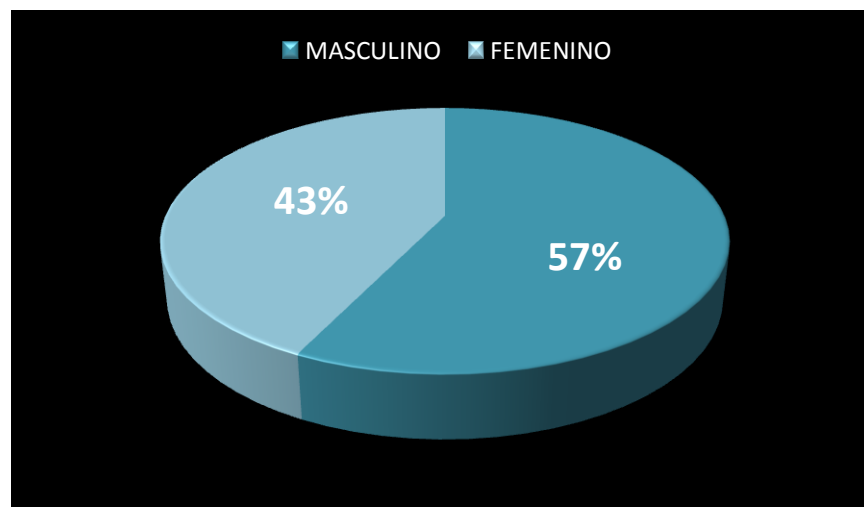
	Frecuencia	Porcentaje
MASCULINO	79	57.0
FEMENINO	59	43.0
Total	138	100.0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 1

GÉNERO



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado: La Autora

ANÁLISIS: La Tabla 1 demuestra que se encuestó a un número mayor de personas de género masculino.

2. EDAD

TABLA 2

EDAD

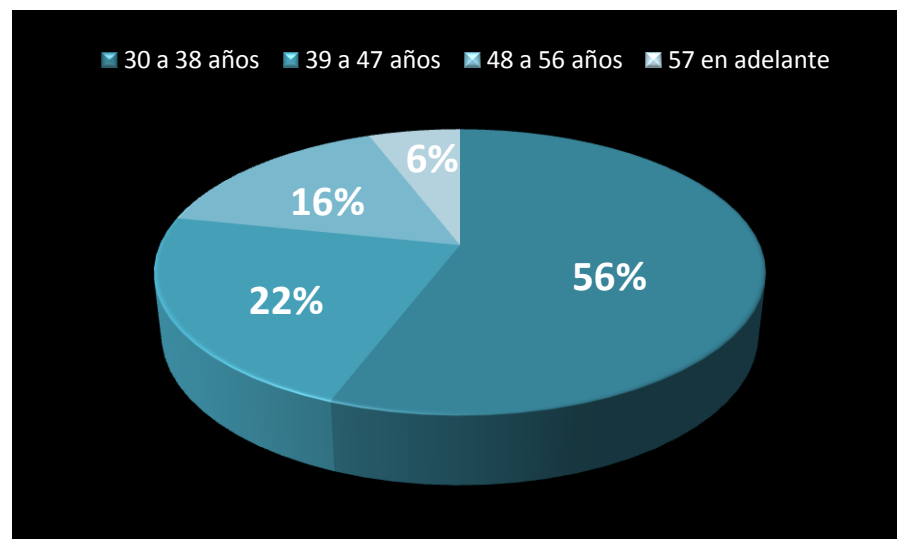
	Frecuencia	Porcentaje
30 a 38 años	77	55,8
39 a 47 años	31	22,5
48 a 56 años	22	15,9
57 en adelante	8	5,8
Total	138	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 2

EDAD



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayor parte de los encuestados se encuentran en una edad comprendida entre los 30 a 38 años.

3. LUGAR DE RESIDENCIA PAÍS/CIUDAD

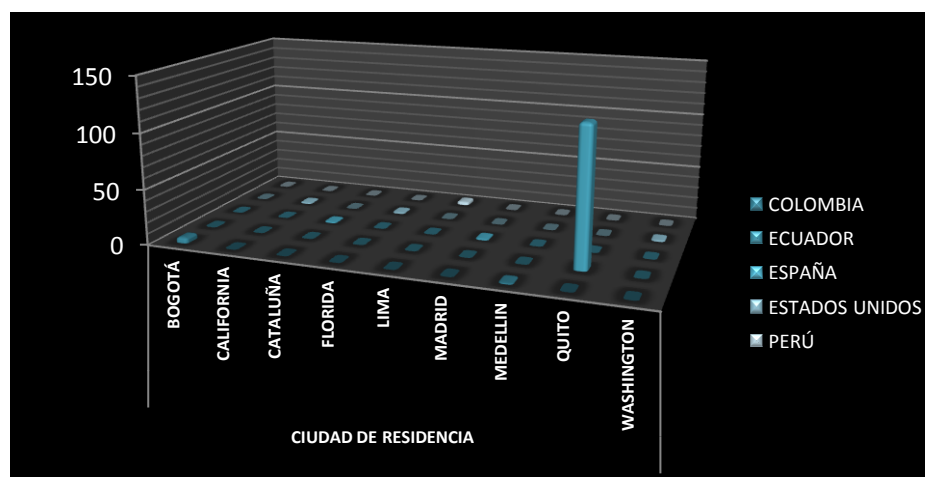
TABLA 3
LUGAR DE RESIDENCIA

		PAÍS DE RESIDENCIA					Total
		COLOMBIA	ECUADOR	ESPAÑA	ESTADOS UNIDOS	PERÚ	
CIUDAD DE RESIDENCIA	BOGOTÁ	5	0	0	0	0	5
	CALIFORNIA	0	0	0	1	0	1
	CATALUÑA	0	0	1	0	0	1
	FLORIDA	0	0	0	1	0	1
	LIMA	0	0	0	0	3	3
	MADRID	0	0	1	0	0	1
	MEDELLIN	1	0	0	0	0	1
	QUITO	0	124	0	0	0	124
	WASHINGTON	0	0	0	1	0	1
	Total	6	124	2	3	3	138

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 3
LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados tienen como lugar de residencia

Quito – Ecuador.

B.- COMPORTAMIENTO DE CONSUMO.-

4. ¿LE GUSTARÍA A USTED IR DE VIAJE A SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS? ¿CON QUE FRECUENCIA?

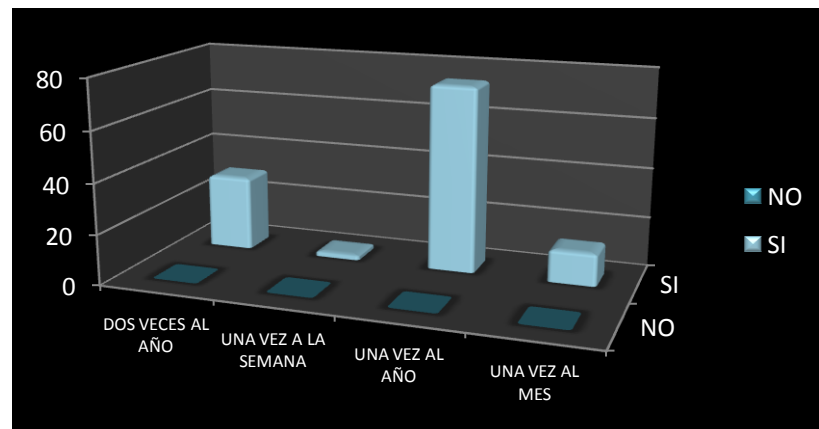
TABLA 4
VIAJARÍA A SANTO DOMINGO/FRECUENCIA

		IR DE VIAJE A SANTO DOMINGO		Total
		NO	SI	
FRECUENCIA	DOS VECES AL AÑO	0	30	30
	UNA VEZ A LA SEMANA	0	2	2
	UNA VEZ AL AÑO	0	74	74
	UNA VEZ AL MES	0	13	13
Total		19	119	138

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 4
VIAJARÍA A SANTO DOMINGO/FRECUENCIA



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

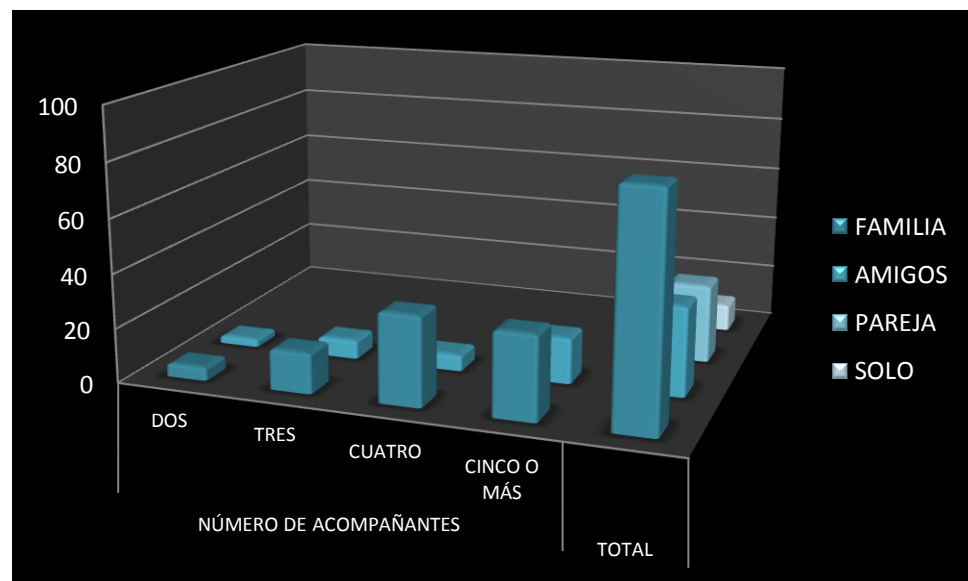
ANÁLISIS: A la mayoría de los encuestados, sí les gustaría ir de viaje a Santo Domingo una vez al año.

**5. ¿CUÁNDO VIAJE A STO. DOMINGO, LO HARÍA CON?
¿CUÁNTAS PERSONAS?**

TABLA 5
CON QUIEN VIAJARÍA/NÚMERO DE ACOMPAÑANTES

		NÚMERO DE ACOMPAÑANTES				TOTAL
		DOS	TRES	CUATRO	CINCO O MÁS	
CON QUIEN VIAJARÍA	FAMILIA	5	15	33	31	84
	AMIGOS	3	7	6	17	33
	PAREJA	----	----	----	----	29
	SOLO	----	----	----	----	10

GRÁFICA 5
CON QUIEN VIAJARÍA/NÚMERO DE ACOMPAÑANTES



Fuente: Investigación de la Autora
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de personas encuestadas irían con su familia, acompañadas de cuatro o más personas.

6. ¿CUÁNDO SALGA DE VIAJE A SANTO DOMINGO, LO HARÍA GENERALMENTE POR?

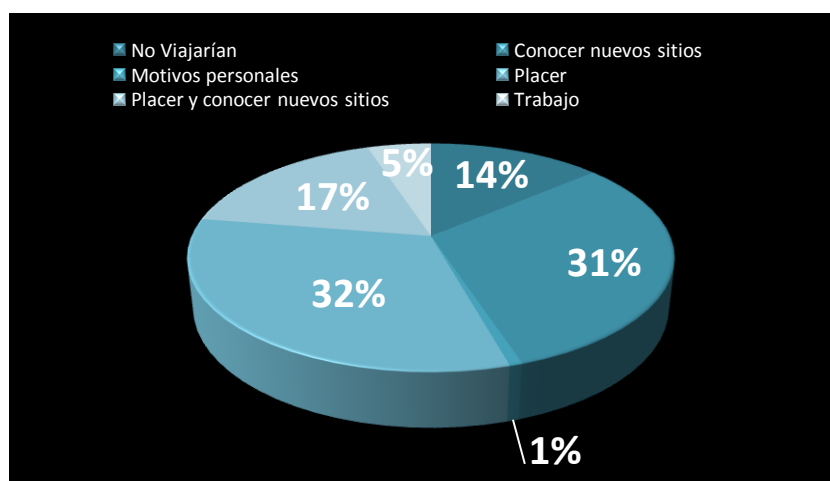
TABLA 6
MOTIVO DE VIAJE

	Frecuencia	Porcentaje
No Viajarían	19	13,8
Conocer nuevos sitios	43	31,2
Motivos personales	1	,7
Placer	44	31,9
Placer y conocer nuevos sitios	24	17,4
Trabajo	7	5,1
Total	138	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 6
TIPOS DE SERVICIOS QUE PREFIERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de encuestados viajarían a Santo Domingo de los Tsáchilas por placer y por conocer nuevos sitios.

7. ¿CUÁNTOS DÍAS EN PROMEDIO UTILIZARÍA PARA SU VIAJE?

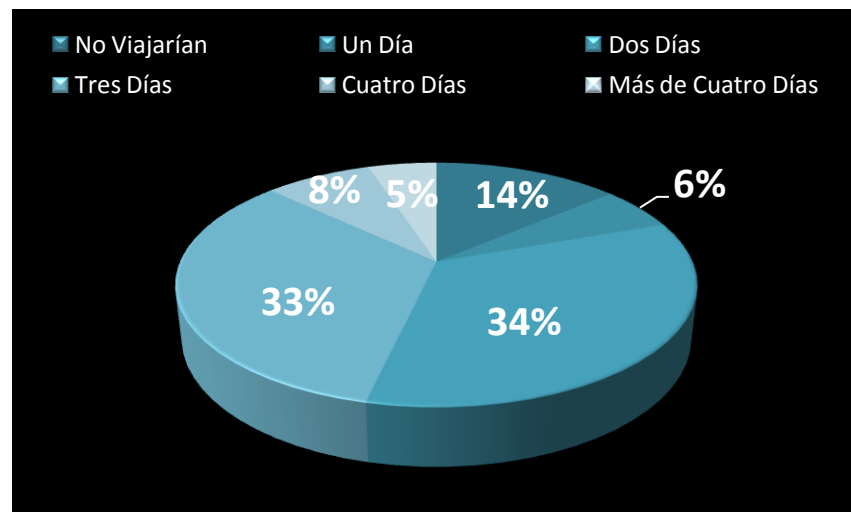
TABLA 7
DÍAS UTILIZADOS PARA EL VIAJE

	Frecuencia	Porcentaje
No Viajarían	19	13,8
Un Día	8	5,8
Dos Días	47	34,1
Tres Días	46	33,3
Cuatro Días	11	8,0
Más de Cuatro Días	7	5,1
Total	138	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 7
DÍAS UTILIZADOS PARA EL VIAJE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de encuestados utilizarían en promedio dos o tres días para su viaje.

8. ¿LE GUSTARÍA A USTED ALOJARSE EN UN ESTABLECIMIENTO DE TIPO ECOLÓGICO, QUE OFREZCA COMODIDAD Y CONTACTO CON LA NATURALEZA A SU VEZ?

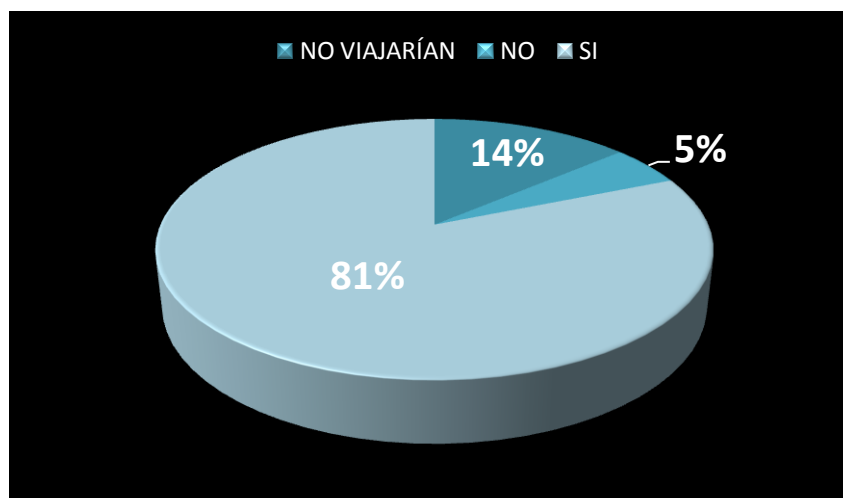
TABLA 8
ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO

	Frecuencia	Porcentaje
NO VIAJARÍAN	19	13,8
NO	7	5,1
SI	112	81,2
Total	138	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 8
ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: De las personas encuestadas a la mayoría le gustaría alojarse en un establecimiento de carácter ecológico.

9. ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS CONSIDERA IMPORTANTES, PARA OFRECER EN UN ESTABLECIMIENTO DE TIPO ECOLÓGICO?

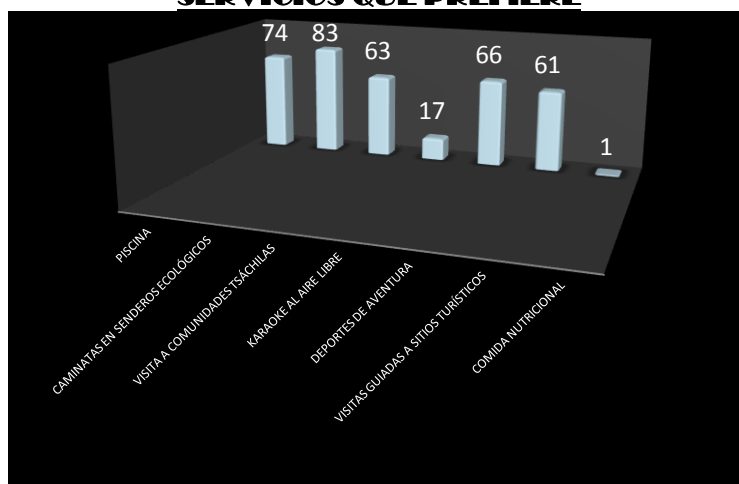
TABLA 9
SERVICIOS QUE PREFIERE

	PISCINA		CAMINATAS EN SENDEROS ECOLÓGICOS		VISITA A COMUNIDADES TSÁCHILA		KARAOKE AL AIRE LIBRE		DEPORTES DE AVENTURA		VISITAS GUIADAS A SITIOS TURÍSTICOS		OTROS (COMIDA NUTRICIONAL)	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
NO VIAJARÍAN	19	13	19	13	19	13	19	13	19	13	19	13	19	13
NO (Pregunta 8)	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5
NO LES GUSTARÍA	38	28	29	22	49	36	95	70	46	34	51	38	111	81
LES GUSTARÍA	74	54	83	60	63	46	17	12	66	48	61	44	1	1
Total	138	100	138	100	138	100	138	100	138	100	138	100	138	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 9
SERVICIOS QUE PREFIERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: A la mayoría de encuestados les gustaría que el Eco Lodge ofrezca, piscina, caminatas en senderos, visita a comunidades Tsáchilas, deportes de aventura y visitas guiadas a sitios turísticos.

10. ¿LE GUSTARÍA ACCEDER A UN PAQUETE QUE INCLUYA LA VISITA A TODOS LOS SITIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA Y TRANSPORTE?

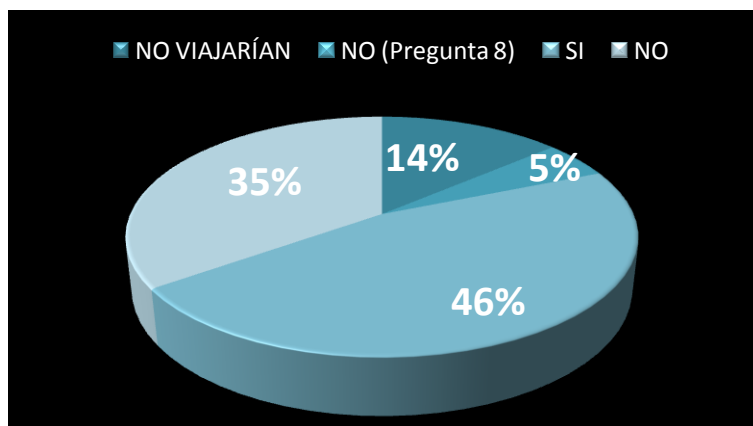
TABLA 10
PAQUETE TURÍSTICO

	Frecuencia	Porcentaje
NO VIAJARÍAN	19	14
NO (Pregunta 8)	7	5
SI	79	57
NO	33	24
Total	138	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 10
PAQUETE TURÍSTICO



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: A la mayoría de encuestados les gustaría acceder a un paquete turístico que incluya la visita a los sitios turísticos más importantes de la provincia y transporte.

11. ¿GUSTA USTED DEL TURISMO DE AVENTURA? ¿QUÉ DEPORTE PREFERE?

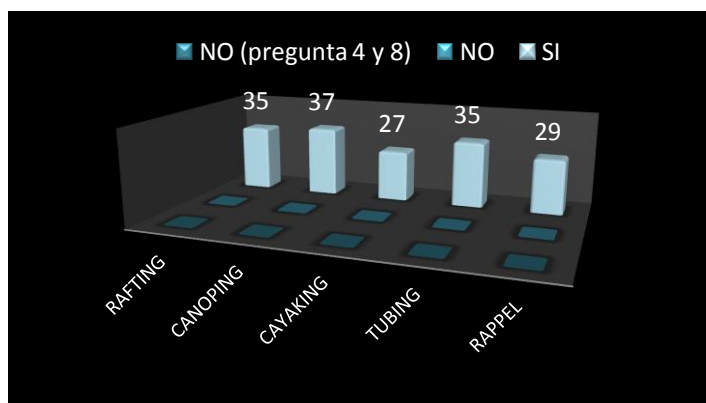
TABLA 11
TURISMO DE AVENTURA/DEPORTE QUE PREFERE

		TURISMO DE AVENTURA		Total
		NO (pregunta 4 y 8)	NO	
¿QUÉ DEPORTE?	RAFTING	0	0	35
	CANOPING	0	0	37
	CAYAKING	0	0	27
	TUBING	0	0	35
	RAPPEL	0	0	29
Total		26	45	67

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 11
TURISMO DE AVENTURA/DEPORTE QUE PREFERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: A la mayoría de encuestados les gusta los deportes de aventura y prefieren rafting, canoping y tubing, sin descartar el resto de deportes.

12. ¿QUÉ TIPO DE DECORACIÓN LE GUSTARÍA QUE TENGA EL ESTABLECIMIENTO?

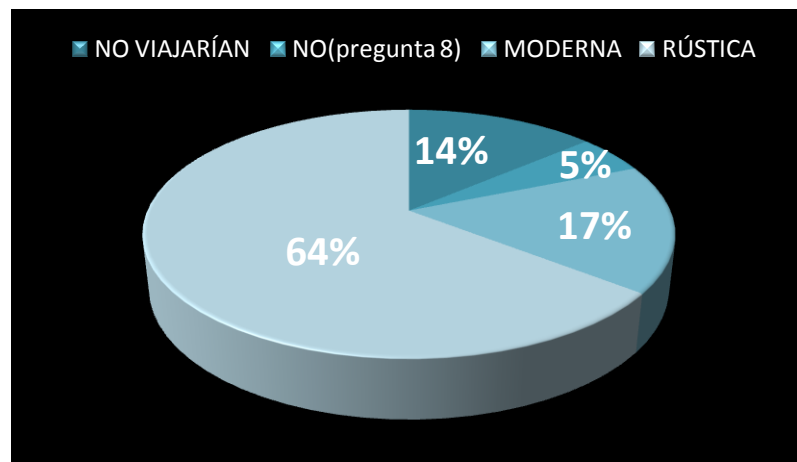
TABLA 12
DECORACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje
NO VIAJARÍAN	19	13,8
NO(pregunta 8)	7	5,0
MODERNA	23	16,7
RÚSTICA	89	64,5
Total	138	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 12
DECORACIÓN



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados preferirían que el establecimiento presente una decoración de tipo rústica.

13. ¿EN EL ESTABLECIMIENTO, USTED CONSUMIRÍA?

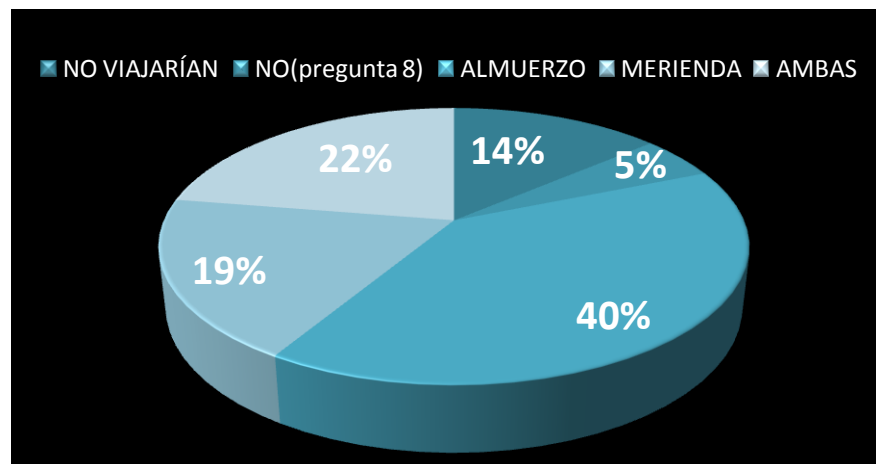
TABLA 13
CONSUME ALMUERZO/MERIENDA

	Frecuencia	Porcentaje
NO VIAJARÍAN	19	13,8
NO(pregunta 8)	7	5,0
ALMUERZO	55	39,9
MERIENDA	26	18,8
AMBAS	31	22,5
Total	138	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 13
DECORACIÓN



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: A la mayoría de los encuestados, les gustaría almorzar en el establecimiento.

14. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA PREFERE CONSUMIR CUANDO SALE DE VIAJE? ¿QUÉ PLATOS?

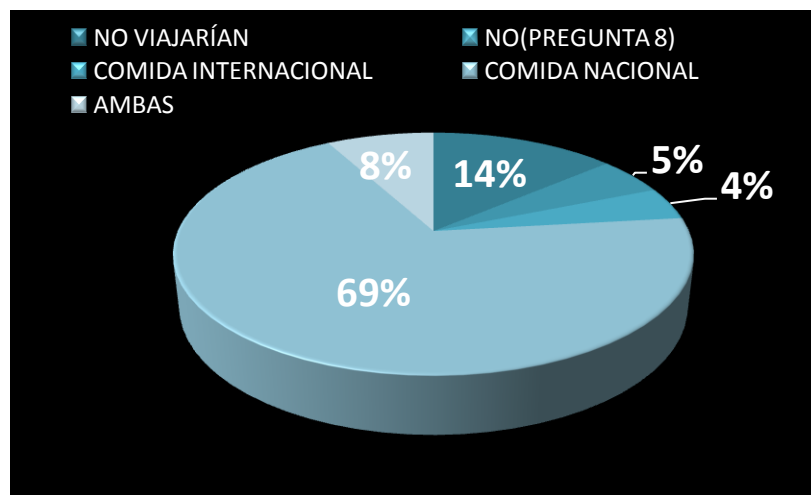
TABLA 14
COMIDA QUE PREFERE

	Frecuencia	Porcentaje
NO VIAJARÍAN	19	13,8
NO(PREGUNTA 8)	7	5
COMIDA INTERNACIONAL	6	4,3
COMIDA NACIONAL	95	68,8
AMBAS	11	8
Total	138	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 14
COMIDA QUE PREFERE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

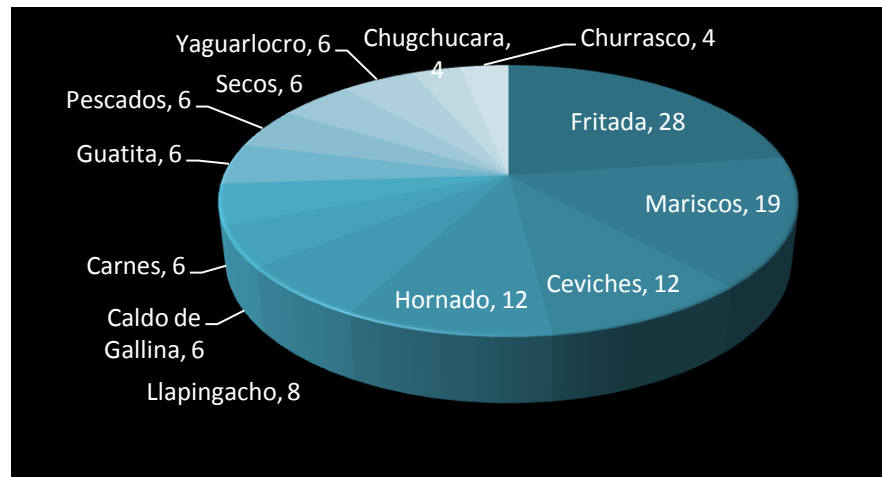
TABLA 14.1
PLATOS DE PREFERENCIA

	Frecuencia
Fritada	28
Mariscos	19
Ceviches	12
Hornado	12
Llapingacho	8
Caldo de Gallina	6
Carnes	6
Guatita	6
Pescados	6
Secos	6
Yaguarlocro	6
Chugchucara	4
Churrasco	4

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 14.1
PLATOS DE PREFERENCIA



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: De los encuestados, la mayoría prefiere que en el establecimiento se sirva comida Nacional, sin embargo, no se puede descartar la posibilidad de ofrecer comida Internacional, ya que el segmento al que va dirigido también es extranjero. De 67 platos sugeridos por los encuestados, se escogió los más mencionados, por lo tanto en el Eco – Lodge, se podría ofrecer comida típica nacional como fritada, mariscos, dentro de los mariscos, ceviches, pescados, además se puede elaborar, hornado, llapingachos, caldo de gallina, etc. En cuanto a comida Internacional, los encuestados no proporcionaron mucha información, sin embargo, se podría ofrecer los platos más conocidos.

**15. EN UN ESTABLECIMIENTO DE CARÁCTER ECOLÓGICO,
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?**

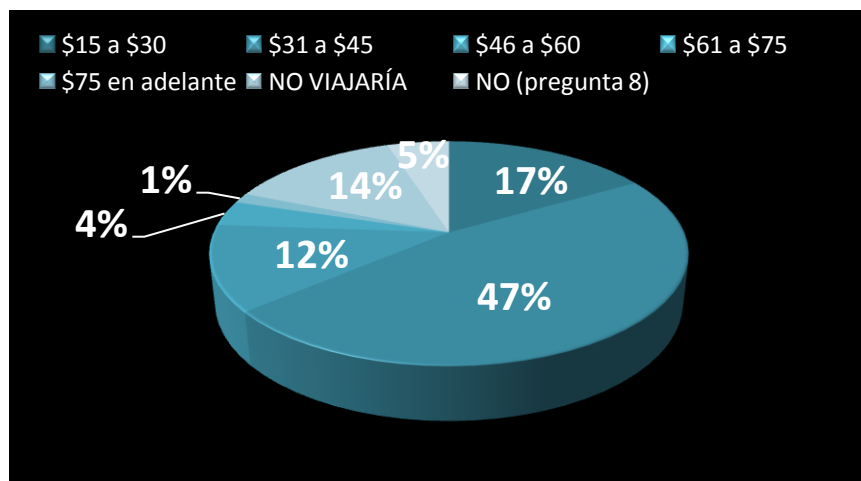
TABLA 15
MONTO QUE PAGARÍA POR NOCHE

	Frecuencia	Porcentaje
\$15 a \$30	23	16,7
\$31 a \$45	65	47,1
\$46 a \$60	17	12,3
\$61 a \$75	5	3,6
\$75 en adelante	2	1,4
NO VIAJARÍA	19	13,8
NO (pregunta 8)	7	5,0
Total	138	100,0

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 15
MONTO QUE PAGARÍA POR NOCHE



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados, estarían dispuestos a pagar por noche de 31 a 45 dólares.

16. ¿POR CUÁLES MEDIOS LE GUSTARÍA A USTED ENTERARSE DE ESTE ESTABLECIMIENTO?

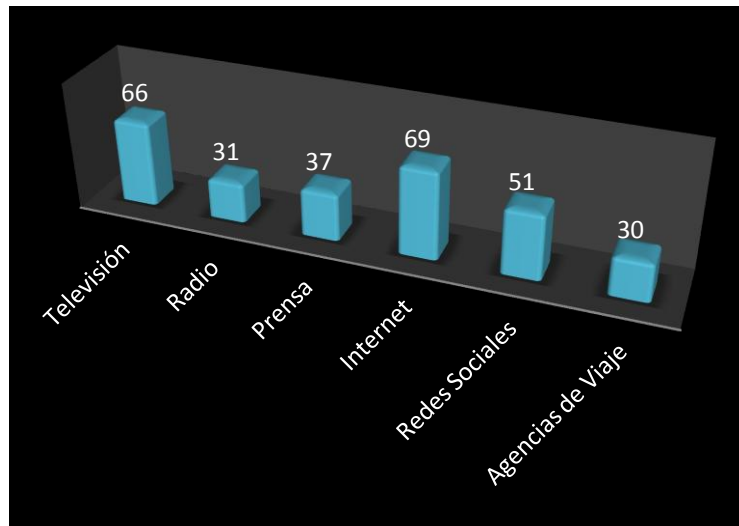
TABLA 16
MEDIOS

	TELEVISIÓN		RADIO		PRENSA		INTERNET		REDES SOCIALES		AGENCIAS DE VIAJE	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
NO VIAJARÍAN	19	13	19	13	19	13	19	13	19	13	19	13
NO (Pregunta 8)	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5
NO ESCOGIERON	46	34	81	59	75	55	43	32	61	45	82	60
ESCOGIERON	66	48	31	23	37	27	69	50	51	37	30	22
Total	138	100	138	100	138	100	138	100	138	100	138	100

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

GRÁFICA 16
MEDIOS



Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados, prefiere que se publicite al establecimiento por televisión, internet y redes sociales.

2.5.3.3. Conclusión final de las Encuestas:

- Mediante la aplicación de la encuesta Piloto y Definitiva, pudimos comprobar en la pregunta número 4, que nuestro segmento de mercado, son personas que irían al lugar en su mayoría una vez al año, lo que nos permite conocer los hábitos de consumo que tienen nuestros clientes potenciales.
- De acuerdo a la pregunta número 5 de la encuesta definitiva, podemos comprobar que la mayoría de encuestados irían con su familia, acompañados de cuatro o más personas; por lo que se deberían implementar la mayor parte de cabañas de tipo familiar con ocupación para más de cuatro personas, sin embargo, no se debe descartar la implementación de cabañas matrimoniales, ya que un menor porcentaje pero no por eso insignificante, asistirían al lugar acompañados de su pareja. En base a los resultados obtenidos, se podrían distribuir, 75% de cabañas familiares para cuatro, y ocho personas y el restante en cabañas matrimoniales.
- Con la pregunta número 6 de la encuesta se pudo conocer el motivo de viaje, a lo cual los encuestados respondieron que la mayoría viajarían a Santo Domingo por placer y conocer nuevos sitios, por lo tanto, las instalaciones del establecimiento deberían tener todas las comodidades para que los clientes tengan una estadía placentera y puedan descansar de sus actividades cotidianas y además, puedan conocer todos los atractivos turísticos que le brinda la provincia.
- La pregunta número 7 de la encuesta definitiva nos permitió conocer el tiempo de estadía que tendrían los clientes potenciales en el establecimiento, permitiéndonos así planificar la ocupación del Eco – Lodge y las actividades que se pueden ofrecer en ese tiempo. Según las respuestas obtenidas, la

mayoría de personas emplearían para su viaje de dos a tres días, por lo que, se deberían ofrecer paquetes y planificar actividades, que incluyan visitas a sitios turísticos más representativos y todo el entretenimiento que ofrece el establecimiento, durante ese tiempo.

- Los servicios que debería ofrecer el establecimiento según la pregunta número 9 de la encuesta, son piscina, caminata a senderos ecológicos, visita a Comunidades Tsáchilas, deportes de aventura, y visitas guiadas a sitios turísticos.
- En cuanto al deporte de aventura, se debería ofrecer principalmente, rafting, canoping y tubing, sin dejar de lado el resto de deportes que también son de preferencia para los encuestados.
- La decoración que deberían tener las habitaciones y en general el establecimiento debe ser de un estilo rústico pero que brinde a todos sus clientes todas las comodidades necesarias que le permitan disfrutar de su estancia.
- En cuanto a la comida que se debe ofrecer en el restaurante, es la comida Nacional la de mayor preferencia, en la cual se pueden ofrecer principalmente comida típica ecuatoriana, mariscos, fritada, llapingachos, hornado, etc. Sin embargo, no se debe descartar la comida Internacional, ya que al dirigirse también a un segmento de mercado extranjero es necesario ofrecerles platos de su preferencia, dentro de los cuales podrían estar pastas, filet mignon y en general los platos más conocidos y más solicitados por los clientes.
- En cuanto a la tarifa que se podría cobrar por noche en las habitaciones, incluido el desayuno, según la pregunta número 13 de la encuesta definitiva,

no podría exceder de 45 dólares, ya que ese es el valor máximo que la mayoría de encuestados estaría dispuesto a pagar por alojamiento en la zona.

- Para publicitar al establecimiento se debería utilizar principalmente la televisión, el internet y las redes sociales, ya que son los medios por los cuales los encuestados buscan más información acerca de lugares turísticos y dónde hospedarse. Por lo que se debería crear publicidad para los principales canales de televisión nacionales y además crear una página web, a través de la cual se pueda promocionar al establecimiento, también se recomendaría crear un perfil en las distintas redes sociales como Facebook, Twitter, Badoo, y contratar un banner publicitario en cada una de estas redes.

2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA²²

Se conoce como demanda a la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades y que tienen la capacidad de compra.

2.6.1. Demanda Histórica y/o Actual:

La demanda histórica hace referencia a datos sobre la demanda de años anteriores al que se realiza el estudio, mientras que la demanda actual, como su nombre lo dice es la demanda que se tiene el día de hoy.

Para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, no existe demanda histórica, sin embargo, si existe demanda actual para el año 2010, la cual equivale a **45 337 personas**, número que se obtuvo anteriormente, en la parte que hace referencia a los mercados aplicables al proyecto y la segmentación de mercado. Este número contiene, tanto a los turistas nacionales residentes en Quito, así como, a los

²² Síntesis de la Autora

turistas extranjeros, mayores de 30 años, que llegan a Santo Domingo, que gustan del servicio que el establecimiento pretende ofrecer y que tienen el poder adquisitivo del producto/servicio.

2.6.2. Demanda Futura o proyectada:

La demanda futura o proyectada es el valor de todas las personas que harían uso del servicio que se ofrece, dentro de años posteriores al año actual. Al no tener demanda histórica, para proyectar la demanda de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se utilizará la fórmula del valor futuro:

$$PF = PA(1 + i)^n$$

Donde:

PF = Población Futura

PA = Población Actual

i = porcentaje de crecimiento

n = periodo

Como se explicó anteriormente por la dificultad de obtener información, se utilizará en el porcentaje de crecimiento en ventas de la competencia, que es del 3.7%. Así tenemos la proyección de la demanda para los años:

- 2011 (n=1)

$$PF_1 = 8,825 (1 + 0.037)^1$$

$$PF_1 = 9,152$$

- 2012 (n=2)

$$PF_2 = 8,825 (1 + 0.037)^2$$

$$PF_2 = 9,490$$

- 2013 (n=3)

$$PF_3 = 8,825 (1 + 0.037)^3$$

$$PF_3 = 9,841$$

- 2014 (n=4)

$$PF_4 = 8,825 (1 + 0.037)^4$$

$$PF_4 = 10,205$$

- 2015 (n=5):

$$PF_5 = 8,825 (1 + 0.037)^5$$

$$PF_5 = 10,583$$

La demanda futura de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE se resume en el siguiente cuadro:

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA 2011 -2015	
AÑO 2011	9152
AÑO 2012	9490
AÑO 2013	9841
AÑO 2014	10205
AÑO 2015	10583

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

2.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA²³

2.7.1. La Competencia:

La competencia son todas aquellas empresas que ofrecen un mismo producto o productos similares al mismo segmento de mercado al que estamos dirigidos.

²³ Síntesis y opiniones de la Autora

Debido a que, el Turismo en la provincia no está totalmente explotado, no hay mayor presencia de establecimientos hoteleros que constituyan la competencia del establecimiento. En el estudio de la competencia es importante considerar dos tipos, la competencia directa que son aquellos lugares que ofrecen el mismo servicio al mismo segmento de mercado y la competencia indirecta que son empresas que ofrecen productos similares o sustitutos al mismo segmento de mercado.

a) Competencia Directa

- *Hostería Kasama Lodge*²⁴:

La Hostería es un lugar perfecto para gozar de la naturaleza en su estado puro, y es un medio más para promover el turismo local, nacional e internacional de la provincia. Kasama Lodge está ubicada en el by pass Quito – Quevedo Km. 3, en un área totalmente nueva e innovadora.

Se la considera una competencia directa ya que la idea de Kasama es muy similar a la de TIERRA TSÁCHILA ECO - LODGE, es decir, ofrece un servicio en contacto con la naturaleza, cabañas ecológicas hechas con material de la zona y diseñadas para acoplarse al entorno de la zona, al igual que los servicios que ofrece, y el segmento de mercado al que va dirigido, son similares a los que se pretende ofrecer y captar en el establecimiento objeto de estudio de este proyecto.

²⁴ Sitio Web de Kasama Lodge: <http://www.kasamalodge.com/web/index.php/instalaciones>

Kasama Lodge tiene una capacidad para 45 personas aproximadamente y ofrece los siguientes servicios:

Cabañas: Al momento cuenta con 13 cabañas ecológicas, construidas con materiales propios de la zona como: madera Bambú, Teca, Moral, Laurel y Pino complementado con ladrillo natural. Todas las cabañas ofrecen a sus clientes las comodidades necesarias para que disfruten de su estadía, es por ello que cuentan con baño privado, agua caliente, aire acondicionado y televisión con cable. Las cabañas tienen una capacidad para cuatro y seis personas.

Camping: Ofrecen a sus clientes la posibilidad de acampar junto a las cabañas o en la playa del Río Chiguilpe, para lo cual entregan carpas individuales o familiares.

Restaurante: en cuanto a la alimentación, el establecimiento cuenta con dos restaurantes en los cuales se ofrece tanto comida nacional como internacional, dulces, postres, bebidas y cócteles propios de la Hostería.

City Tours: La hostería se encuentra rodeada de algunos sitios de gran interés turístico, por lo que ofrece tours a:

- Bosque Protector La Perla
- Grupo Étnico Los Tsáchilas
- Jardín Botánico La Carolina
- Orquidiario y Mariposario

Además de lo mencionado anteriormente, la hostería ofrece también:

- Piscina
- Turco
- Hidromasaje
- Karaoke
- Capilla
- Canchas Deportivas
- Boyas para Tubing
- Área de Internet
- Seminarios y Congresos
- Área para eventos sociales
- Vuelos en ultraligeros
- Cayac y Rafting (en el río Blanco)
- Birdwatching

Sus precios por lo general son de \$22 más impuestos por noche incluido desayuno y el uso de instalaciones.

- *Hostería Mulaute Lodge*²⁵:

Mulaute Lodge, se encuentra en la vía Santo Domingo – Las Mercedes – Los Bancos. Cuenta con 17 hectáreas y cuenta con capacidad de hasta 40 personas en habitación compartida, habitación doble y suites, balnearios naturales en el

²⁵ Sitio Web: <http://www.mulautelodge.com/mulaute/?q=Atractivos>

río, así como cascadas, bosque primario y secundario²⁶ en los cuales se han adecuado senderos de diferente dificultad, un Bar- Restaurante llamado "Los Anturios" que se especializa en platos Nacionales e Internacionales, una espectacular piscina de agua de vertiente natural, el Jardín Botánico Toayán que cuenta con la mayor colección de plantas de la zona, con más de 600 distintas especies y con cultivos experimentales con productos amigables para la naturaleza.

Todas las habitaciones tienen baño privado y agua caliente permanente, además de tener fácil acceso a la piscina y al bar-restaurante.

El establecimiento cuenta con agua permanente de vertiente natural, la cual abastece a las necesidades del Lodge y la Piscina. Para seminarios, charlas y reuniones hay una sala-auditorio con capacidad para 80 personas.

A continuación se detalla de mejor manera los servicios que Mulaute Lodge ofrece:

Camping: Rodeado de naturaleza y en aproximadamente una hectárea de terreno, se encuentra acondicionada un área de acampar, la misma que cuenta con las siguientes comodidades:

- Agua permanente

²⁶ Los bosques primarios son bosques originarios del planeta, que no han sufrido transformación, mientras que los bosques secundarios son aquellos en los que ha intervenido el hombre plantando especies y que sustituyen a los bosques primarios que se encuentran en extinción.

- Duchas
- Lavamanos
- Servicios higiénicos
- Palets, para armar las carpas en temporada de lluvia
- Fácil acceso a las instalaciones del Lodge

Piscina: Rodeada de árboles centenarios y rellena con agua de vertiente natural.

Parque Botánico: Cuenta con más de 360 variedades diferentes de plantas, que el visitante puede apreciar fácilmente, y se les ofrece la posibilidad de sembrar un árbol como proyecto comunitario.

Caminatas: Con senderos ecológicos bien definidos, el visitante puede escoger el nivel de dificultad, desde el parque botánico que es apto para todo público, hasta caminatas de todo un día.

Actividades en el Río Mulaute: El río Mulaute es tranquilo y cristalino, de clase II es perfecto para deportes acuáticos como el rafting, tubing, kayak, pesca deportiva, natación y otros.

Dentro del Lodge, existen 4 posas que sirven como piscinas naturales, donde el visitante de todas las edades puede practicar alguno de los deportes acuáticos.

Bosque: El Lodge cuenta con bosque secundario y muy cerca de él, se puede visitar bosques primarios. En estos bosques se encuentra una gran cantidad de especies maderables y una infinidad de plantas y animales. Entre los árboles de

maderas finas se destacan: el Colorado, Caimitillo, Chiparo Laurel, Sandi, Pambil y otros; entre las plantas se destacan las Orquídeas, Bromelias, Heliconias, Anturios, Helechos y entre los animales, el Oso Hormiguero, Armadillos, Mono Aullador, Ardillas, etc.

Además de todo esto, Mulaute Lodge ofrece también áreas deportivas, entretenimiento en vivo con una familia Tsáchila, quienes demuestran sus costumbres, danza y medicina.

Las tarifas que ofrecen se encuentran en \$45 por persona, no incluyen impuesto pero si incluyen:

- Coctel de bienvenida
- Habitación privada con agua caliente permanente
- Tres comidas completas (bebidas no incluidas)
- Caminata guiada al parque botánico
- Caminata guiada para baños naturales en el río
- Caminata guiada, por ruta ecológica
- Caminatas naturales

Se ha escogido a este establecimiento como parte de la competencia directa, ya que la concepción que tienen del servicio que ofrecen es casi igual a la que se pretende brindar en TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, es decir, ofrecen servicio de alojamiento en contacto con la naturaleza y en un entorno un tanto rústico que permite al cliente experimentar lo que se vive en la zona y ser participes de un mantenimiento sostenible del medio ambiente.

b) Competencia Indirecta

- *Hostería Samawa*²⁷:

La Hostería Samawa se encuentra a pocos minutos de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, ubicada al occidente de Quito la capital del Ecuador, en la Vía Santo Domingo - Quito Km. seis y medio, favorecida con su clima cálido húmedo, y rodeada de ríos de abundante caudal y exuberante vegetación, que permite a los huéspedes disfrutar de un ambiente que conserva puro el contacto con la naturaleza.

Cuenta con una capacidad para 60 personas distribuidas en habitaciones simples, dobles y triples, equipadas con muebles artesanales de estilo rústico, característico de la zona. Cada una de las habitaciones cuenta con todas las comodidades. Cuenta con un restaurante donde se ofrecen desayunos regionales y la mejor cocina ecuatoriana.

Además, ofrece a sus clientes:

- Piscina
- Sauna
- Baño Turco
- Hidromasaje
- Spa
- Sala de internet
- Cabalgatas

²⁷ Sitio web de Hostería Samawa, <http://www.hosteriasamawa.com/html/salon.htm>.

- Canchas Deportivas
- Juegos de Salón
- Gimnasio
- Mini Zoológico
- Salón de Eventos, Bar

Sus tarifas van desde \$30, se lo considera una competencia indirecta para TIERRA TSÁCHILA ECO - LODGE, ya que, ofrece servicios parecidos, sin embargo, su estilo y construcción no son ecológicos como nuestro establecimiento, sino que éste a pesar de ofrecer el contacto con la naturaleza, su estilo es un poco más moderno.

2.7.2. Oferta Histórica y/o Actual:

La oferta es el conjunto de bienes o servicios que una empresa está dispuesta a ofrecer al mercado. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, no existe oferta histórica, sin embargo, si existe oferta actual basada en la competencia del establecimiento la cual se detalla en el siguiente cuadro:

OFERTA ACTUAL (COMPETENCIA)		
Establecimiento	Plazas Diarias	Plazas Anuales
Hostería Kasama Lodge	64	23360
Hostería Mulaute Lodge	40	14600
Hostería Samawa	60	21900
TOTAL	305	59860

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

2.7.3. Oferta futura o proyectada:

Para la proyección de la oferta se utilizará también la fórmula de valor futuro, la cual nos permitirá saber cuál será la oferta para los siguientes cinco años.

$$PF = PA(1 + i)^n$$

Donde:

PF = Población Futura

PA = Población Actual

i = Porcentaje de crecimiento

n = Periodo

Para determinar el porcentaje de crecimiento, se tomará en cuenta el porcentaje de crecimiento de la industria hotelera en Santo Domingo de los Tsáchilas, correspondiente a hoteles, hosterías, hostales, pensiones, etc., para lo cual se recurrió a los catastros del año 2009 y 2010 de la Provincia, obtenidos del Ministerio de Turismo. Según estos documentos, en la provincia se registraron 84 y 96 establecimientos hoteleros en los años 2009 y 2010 respectivamente. A partir de esta información se determinará el porcentaje de crecimiento de la industria para aplicarlo posteriormente a la fórmula de valor futuro.

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN STO. DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	
Año	No. Establecimientos
2009	84
2010	96

Fuente: Catastro Sto. Domingo de los Tsáchilas 2009, 2010/MINTUR

Elaborado por: La Autora

Cálculo del porcentaje de crecimiento:

$$i = \left(\frac{96}{84} \times 100 \right) - 100$$

$$i = 14,29 \%$$

Según el cálculo realizado se puede observar que la industria hotelera presento un incremento del 14,29% entre el año 2009 y 2010.

A continuación aplicaremos estos datos a la fórmula de valor futuro, para los años 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.

- 2011 (n=1)

$$PF_1 = 59860 (1 + 0.1429)^1$$

$$PF_1 = 68,414$$

- 2012 (n=2)

$$PF_2 = 59,860(1 + 0.1429)^2$$

$$PF_2 = 78,190$$

- 2013 (n=3)

$$PF_3 = 59,860 (1 + 0.1429)^3$$

$$PF_3 = 89,364$$

- 2014 (n=4)

$$PF_4 = 59,860 (1 + 0.1429)^4$$

$$PF_4 = 102,134$$

- 2015 (n=5):

$$PF_5 = 59,860(1 + 0.1429)^5$$

$$PF_5 = 116,729$$

La oferta futura de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE se resume en el siguiente cuadro:

PROYECCIÓN DE LA OFERTA 2011 -2015	
AÑO 2011	68414
AÑO 2012	78190
AÑO 2013	89364
AÑO 2014	102134
AÑO 2015	116729

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

2.8. DEMANDA INSATISFECHA/OPORTUNIDAD DE MERCADO²⁸

La demanda insatisfecha se produce cuando en el mercado existe mayor demanda de un producto que oferta, por el contrario la oportunidad de mercado es cuando existe mayor oferta de dicho producto que personas que tengan la intención de consumirlo, en el caso de presentarse esta situación es necesario tener una ventaja competitiva, es decir, tener algo que la competencia no tiene pero que es aceptado por los consumidores. Para determinar si existe demanda insatisfecha u oportunidad de mercado se utiliza el balance oferta – demanda. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, el balance es el siguiente:

BALANCE OFERTA – DEMANDA (2010)		
Demanda	-	Oferta
45337	-	59860
-14523		



<p>Hay sobreoferta lo cual podría traducirse en una posibilidad “práctica” de OPORTUNIDAD DE MERCADO</p>
--

Elaborado por: La Autora

²⁸ Síntesis y opiniones de la Autora

Como se puede apreciar en la tabla anterior, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, tiene una oportunidad de mercado, por lo tanto la estrategia a aplicar para conseguir clientes, se basará en la “ventaja competitiva” que tendrá el establecimiento con:

- El diseño ecológico de las cabañas, ya que las cabañas tendrán grandes vitrales y serán construidas con material de la zona, además de que estarán ubicadas estratégicamente alrededor de la laguna, permitiendo así al huésped estar más en contacto con la naturaleza y brindando un estilo rústico a la decoración de las mismas.
- El restaurante se encontrará en medio de una laguna artificial y sus paredes serán hechas únicamente con vidrio, lo cual proporcionará a los clientes, tranquilidad y una vista única del establecimiento y de la naturaleza.
- El acceso al restaurante será a través de puentes ubicados sobre la laguna y también se da la opción de hacer a través de botes.
- A diferencia de la competencia, que son establecimientos dirigidos empíricamente, el Eco – Lodge contará con personal capacitado y técnicamente formado que podrá brindar un servicio de mejor calidad a los clientes.
- El establecimiento colaborará con el desarrollo turístico de la Provincia, a través de su paquete turístico, cuyo precio es inferior al de la competencia y permite que los clientes conozcan la mayor parte de atractivos turísticos de la zona.

CAPÍTULO III

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING

3.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL²⁹

3.1.1. Análisis Interno:

El análisis interno de una empresa consiste en establecer las características con las que se desenvuelve o desenvolverá dicha empresa en sus distintas áreas, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades que tiene o que tendrá la misma en el desempeño de sus actividades.

Dentro de este análisis, se debe tomar en cuenta las capacidades que tendrá la empresa para manejar las distintas áreas que la componen, así tenemos:

- Capacidad Administrativa
- Capacidad en Recursos Humanos
- Capacidad Financiera
- Capacidad Legal

3.1.1.1. Capacidad Administrativa:

La capacidad administrativa, tiene que ver más con la manera en que el personal dirige el establecimiento, qué tanto aportan para convertirlo en líder en el mercado y cuál es la capacidad que tienen para planificar, dirigir, organizar y controlar, de tal manera que se puedan cumplir los objetivos de la empresa optimizando al máximo

²⁹ Opiniones de la Autora

los recursos empresariales. En este punto se debe analizar lo que son organigramas de la empresa, manuales de procesos y funciones, cada uno con los responsables de cada actividad.

La estructura organizacional de la empresa será la de jerarquías u organización formal, es decir, la organización estará dividida en distintas áreas y cada una en sus respectivos departamentos, de tal manera que las funciones se encuentren bien distribuidas y lograr así el cumplimiento de objetivos. De igual forma se elaborarán manuales de funciones y procesos, con el fin de mejorar el servicio y así permitir que los empleados de la organización tengan una base sobre la cual apoyarse para cumplir sus funciones y realizar los procesos de manera adecuada.

Todo lo relacionado a la capacidad administrativa, se detallará más profundamente en el Capítulo V de Estudio Administrativo y Legal.

En conclusión por todo lo anteriormente expuesto la administración del negocio se constituye en una fortaleza para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

3.1.1.2. Capacidad del Recurso Humano:

El recurso humano dentro de una empresa juega un papel primordial, ya que de él depende el éxito en las actividades, que se traducen en posterior satisfacción del cliente.

Al tratarse de una empresa nueva se la mide en base a las capacidades que tienen los futuros socios de la organización y lo que pueden aportar a ella. Los socios deben ser personas íntegras, con valores éticos y profesionales intachables que

proporcionen a la empresa no solo capital económico sino intelectual. Es por estas características que se ha pensado en integrar como socios a personas de la familia, ya que cuentan con los conocimientos necesarios que pueden permitir que se administre de manera correcta el establecimiento, es así que existe una persona que tiene conocimientos en lo que es Administración de Empresas y Marketing, un Abogado que podrá llevar toda la parte jurídica – legal de la empresa, un Ingeniero Civil que aportará con conocimientos para el desarrollo de la infraestructura, además TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, contará con una persona que sabe todo acerca del manejo financiero de la empresa e incluso existe alguien que posee conocimientos sobre sistemas e informática, finalmente se puede mencionar que en la parte de la administración del alojamiento y alimentación existen vastos conocimientos, proporcionados por la autora de la presente investigación. Todo lo mencionado anteriormente, permite que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, cuente con una ventaja sobre sus competidores, quienes por lo general administran sus establecimientos de una manera empírica pero que sin embargo, cuentan con años de experiencia en el campo.

En cuanto a los perfiles de puestos del recurso humano, se pretende contratar personas nativas de la provincia, con el fin de incentivar el crecimiento económico y brindar nuevas oportunidades a profesionales de la zona; se capacitará continuamente al personal de tal manera que se encuentren en condiciones de dar un servicio de calidad a los clientes de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE. Por todo lo considerado anteriormente, podemos concluir que el recurso humano se constituye en una fortaleza para el establecimiento.

3.1.1.3. Capacidad Financiera:

La capacidad financiera en empresas existentes se refiere a las posibilidades que tienen dichas empresas para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo, para su desarrollo y crecimiento, sin embargo, para una empresa que va a crearse, esta capacidad financiera se la estudia mediante la inversión que se debe realizar y la forma de financiar dicha inversión, en el presente proyecto la inversión es alta, por lo que el financiamiento de la empresa se la realizará la mayor parte con un préstamo. El hecho de tener que recurrir a un préstamo alto, implica una debilidad para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, debido a que se contrae una deuda y muchas de las veces es difícil de pagarla por las tasas de interés altas que cobran los bancos.

Mediante este estudio es posible determinar que tan rentable es un proyecto desde el punto de vista financiero, es así que en el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se dedica un capítulo completo al estudio financiero, toda la información sobre este aspecto se detalla más adelante en el Capítulo VI de Estudio Económico – Financiero.

3.1.1.4. Capacidad Legal:

El aspecto legal en una empresa constituye una parte importante, ya que, el medio en el que se desenvuelve, exige el cumplimiento de una serie de requisitos que permiten a la empresa laborar adecuadamente y dentro del marco legal del país. Es así que, con la formación y experiencia de los socios, y para evitar cualquier inconveniente en la operación de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se cumplirán con

todos los requisitos que exigen la ley, el Ministerio de Turismo, el Municipio, y demás entidades estatales que rigen este tipo de operaciones. De lo expresado anteriormente, podemos concluir que la capacidad legal del establecimiento es una fortaleza. Todo lo referente a este aspecto se detalla a mayor profundidad, en el Capítulo V que hace referencia al Estudio Administrativo y Legal del Proyecto.

3.1.1.5. Capacidad Tecnológica³⁰

La tecnología es un factor importante dentro de la administración de cualquier tipo de empresa para obtener la mayor eficiencia posible. Las empresas deben utilizar alguna tecnología para ejecutar sus operaciones y cumplir sus tareas. Ésta, puede ser rudimentaria (como la limpieza con escoba o cepillo) o sofisticada (como el procesamiento de datos en computador), pero todas las empresas dependen de una clase de tecnología o un conjunto de tecnologías para funcionar y conseguir sus objetivos.

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, la tecnología se convierte en una gran aliada, ya que, para las reservas del área de alojamiento, será necesario implementar un sistema que controle el proceso de reservas, ama de llaves, etc., facilitando de esta manera el funcionamiento del establecimiento y reduciendo los tiempos de espera para el cliente.

Además, al tratarse de un proyecto de tipo ecológico, se debe también mencionar que la tecnología juega un papel importante, en el manejo sostenible de ciertos

³⁰ Chiavenato Idalberto, “Administración-Proceso Administrativo”, Tercera Edición, Bogotá – Colombia, 2001, pag. 22 y pag. 96.

aspectos, como lo son la purificación del agua, el tratamiento de aguas servidas, manejo de desechos, etc.

A pesar de que la tecnología puede representar una fortaleza para el establecimiento, a la vez resulta una debilidad, ya que el costo de este tipo de tecnologías necesarias para el correcto funcionamiento del Eco – Lodge, implica una gran inversión, por lo que, de no ser viable el pago de cantidades excesivas que cubran la capacidad tecnológica, se tendrá que recurrir a sistemas más baratos, que no representan la misma eficiencia en el desarrollo de las operaciones.

3.1.1.6. Otros Aspectos:

En este análisis, podemos mencionar que el proyecto actualmente cuenta con el terreno donde va a realizarse, lo cual es un ingreso a favor para el establecimiento y se disminuye de esta manera la inversión. Además se encuentra bien ubicado, ya que se localiza en un lugar que es paso obligado para los turistas que van desde y hacia la costa. Estos dos aspectos representan una fortaleza para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

3.1.2. Análisis Externo:

El mundo en que vivimos es muy competitivo y se encuentra en constante cambio, es por ello que no se debe únicamente prestar atención al aspecto interno de una empresa, sino también, a los aspectos externos que pueden influir en la operación normal del negocio. Un análisis externo consiste en detectar y evaluar cierto tipo de acontecimientos y tendencias que suceden en el entorno de una empresa y que podrían beneficiarla o perjudicarla significativamente, de tal manera que se puedan

detectar las oportunidades y amenazas, y así desarrollar estrategias adecuadas que permitan aprovechar las oportunidades y disminuir o eliminar las amenazas.

3.1.2.1. Análisis del Macroambiente³¹:

Dentro de este análisis se debe considerar el Aspecto Político del país, el cual, constituye una amenaza y a la vez una oportunidad para el desempeño de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, amenaza, ya que la inestabilidad política, afecta directamente al turismo, así como la falta de actualización de las leyes que rigen el Turismo. Y se considera oportunidad por la creación de ciertos programas que ayudan al turismo como lo son el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2020 o el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014

Otro punto que se debe considerar es el Aspecto Económico, que se considera una oportunidad por la tasa de crecimiento del PIB y del PIB Turístico, Inflación y además la existencia de un nuevo establecimiento como el nuestro, que ofrezca servicios de calidad a un precio asequible a todos, puede tener un efecto positivo a escala local, ya que permite reactivar la economía de la Provincia. Por otro lado la dolarización representa una amenaza, ya que el país ha perdido competitividad no solo en el sector turístico sino en todas las industrias por esta razón, así mismo la tasa de interés activa alta representa una amenaza para el establecimiento.

³¹ Opiniones de la autora y recopilación de varias fuentes: 1. Material Académico utilizado en la carrera. 2. Análisis Externo: Oportunidades y Amenazas, página web: <http://www.crecenegocios.com/analisis-externo-oportunidades-y-amenazas/>, obtenido en fecha: 29/03/11.

El Aspecto Demográfico es otro aspecto a considerarse, el cual en el caso del establecimiento representa una oportunidad gracias a los estilos de vida, Ingreso per Cápita, Tasa de Desempleo, etc., cuyos porcentajes han sido favorables para el proyecto.

Dentro del Aspecto Cultural podemos decir, que la cultura diversa que posee el Ecuador, se constituye en una oportunidad para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

Otro aspecto a considerarse es el Aspecto Natural, la riqueza natural que presenta el Ecuador, se constituye en una oportunidad, ya que esta diversidad atrae a turistas tanto nacionales y extranjeros que buscan nuevos destinos turísticos en contacto con la naturaleza. Sin embargo se debe tomar en cuenta también ciertas fuerzas naturales que inciden en el desarrollo de las operaciones del establecimiento, como lo son tormentas, erupciones deslaves, terremotos, la topografía del terreno en la infraestructura del transporte, los cuales constituyen una amenaza para el Eco – Lodge.

3.1.2.2. Análisis del Microambiente:

a) Competencia

La competencia de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se la analizó en el Capítulo II, sin embargo, se la resume en el siguiente cuadro:

COMPETENCIA DE TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE				
	Servicios que Ofrece	Tarifas (Pax)	Plaza Día	Plaza Año
Competencia Directa				
Hostería Kasama Lodge	<ul style="list-style-type: none"> - Cabañas Ecológicas - Camping - Restaurante - City Tours - Piscina - Turco - Hidromasaje - Karaoke - Capilla - Canchas deportivas - Deportes de Aventura - Internet - Salón de Eventos - Vuelo en ultraligero - Birdwatching 	\$22 + imp.	45	23360
Hostería Mulaute Lodge	<ul style="list-style-type: none"> - Bar - Restaurante - Camping - Piscina - Parque Botánico - Caminatas - Actividades en el Río Mulaute 	\$45 + imp.	40	14600
Competencia Indirecta				
Hostería Samawa	<ul style="list-style-type: none"> - Bar - Restaurante - Piscina - Sauna - Turco - Hidromasaje - Spa - Internet - Cabalgatas - Canchas Deportivas - Juegos de mesa - Gimnasio - Mini Zoológico - Salón de Eventos 	Desde \$30	60	21900
		TOTAL	164	59860

Elaborado por: La Autora

En conclusión podemos decir que la competencia, constituye una amenaza para el establecimiento, ya que su competencia tanto directa como indirecta ya tiene constituida una buena imagen, tienen años de experiencia y clientela fija, lo cual le da una ventaja en comparación con negocios nuevos como lo es TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

b) Clientes

Los clientes del establecimiento son todas las personas que accederán al servicio que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE ofrece, a cambio de un pago. Estas personas deben cumplir ciertas características acordes al segmento de mercado del proyecto. A los clientes se los dividió en clientes nacionales, que son todas las personas que viven en Quito, mayores de 30 años de clase media, media – alta con ingresos superiores a \$600 que disfruten del contacto con la naturaleza, mientras que también se los dividió en clientes extranjeros que son todas las personas que llegan desde Estados Unidos, Colombia, Perú, Reino Unido y Alemania, mayores de 30 años y que tengan un gusto por la naturaleza. El estudio de los clientes se lo realiza a mayor profundidad en el Capítulo II de Estudio de Mercado, en la parte que hace referencia a segmentación de mercado, perfil del consumidor. Cabe recalcar que el número de clientes presenta una tendencia a incrementarse gracias al apoyo de programas gubernamentales como los que se mencionó anteriormente; y por lo tanto, esta situación representa una oportunidad para la empresa.

c) Intermediarios

Se consideran intermediarios a todas las empresas independientes que ayudan a que los bienes o servicios lleguen desde los productores hasta el consumidor final. Se

considera intermediarios a las agencias de viajes, mayoristas, agencias de servicios de marketing, compañías de distribución física e instituciones.

En este análisis se puede mencionar que existen dos tipos de canales de distribución, los directos y los indirectos, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, tendrá ambos. Los canales de distribución directos, son aquellos en los que el servicio llega directamente al consumidor, sin la presencia de ningún tipo de intermediario, este canal se lo utilizará sobretodo con el segmento de turistas nacionales, quienes podrán hacer sus reservas directamente con el hotel, vía teléfono, mail o bien acercándose directamente al establecimiento.

En cuanto al segmento de turistas extranjeros, se utilizará un canal de distribución indirecto, ya que al venir de otro país, se dificulta tener un contacto más directo con ellos y sobretodo porque la provincia no es un lugar turístico renombrado dentro del Ecuador. Un canal indirecto, es cuando el servicio llega al consumidor a través de otra empresa, en el caso del Eco – Lodge, nuestro intermediario serán las agencias de viajes, con las cuáles se manejarán tarifas preferenciales, una tarifa preferencial es aquella que se da a un menor precio que la que comúnmente se tiene en el establecimiento; con esta tarifa preferencial, la agencia tiene la oportunidad de subir un porcentaje de ganancia al ofertar al Eco - Lodge. Hacer uso de este intermediario es beneficioso para el hotel, ya que de esta manera se puede captar mayor número de clientes de este mercado sin realizar grandes esfuerzos. Gracias a los socios, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, ha establecido contactos para crear esfuerzos de cooperación con una Agencia de Viajes en Quito. Por lo tanto, después de todo lo

expuesto, podemos decir que los intermediarios constituyen una oportunidad para el establecimiento.

d) Proveedores

El concepto moderno de empresa abarca a los diferentes individuos, grupos y organizaciones que interactúan para alcanzar objetivos específicos. Uno de estos grupos es el de los proveedores, estos juegan un papel importante, ya que proporcionan al establecimiento ciertos elementos necesarios que la empresa por sí sola no es capaz de abastecer para continuar con el desarrollo normal de las operaciones.³²

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, como proveedores de capital se encuentran los accionistas, que como se mencionó anteriormente serán miembros de la familia. En cuanto a proveedores de recursos financieros se piensa en pedir apoyo a la Corporación Financiera Nacional, que es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar recursos financieros para servir a los sectores productivos del país.

En cuanto a maquinaria y equipos, es necesario contar con un proveedor que asegure el funcionamiento de todos los instrumentos que se utilizaran sobretodo en la cocina, así como proveedores de muebles y enseres. Así tenemos que algunos de los proveedores de Tierra Tsáchila Eco – Lodge, para iniciar la operación y a los cuales probablemente se los utilizará una sola vez son los siguientes:

³² Chiavenato Idalberto, “Administración – Proceso Administrativo”, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá – Colombia 2001, pag. 280.

PROVEEDORES INICIALES	
PROVEEDOR	CONCEPTO
Chaide y Chaide/Cronic	Colchones/Camas
Agroindustrias CIA. LTDA/Serviequipos	Equipos de Cocina
Ecuaprobira	Muebles y Enseres
Home & Cotton	Blancos de baño y camas
Jimenez	Vajilla Hotelera
Ferrisariato	Mobiliario para baños

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Los proveedores de materia prima, serán los que proporcionen al establecimiento de todo lo necesario para la preparación de alimentos y bebidas como lo son, carnes, embutidos, frutas, vegetales, bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Es muy importante la selección de distribuidores adecuados, ya que del manejo de estos proveedores, se pueden abaratar costos, bajo estándares de servicio y calidad. Como proveedores de materia prima dentro del Eco – Lodge, también se cuenta a aquellos que distribuyen los productos de limpieza para el aseo diario de las habitaciones y amenities³³ que van en ellas. Es a estos proveedores, a los que se debe analizar profundamente para determinar si pueden constituirse en una amenaza o una oportunidad para el establecimiento, así tenemos que los proveedores son:

PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA	
PROVEEDOR	CONCEPTO
Pronaca	Carnes, Pollos, Mariscos y Embutidos
Mercado de Santo Domingo	Frutas y Verduras
Ecuador Bottling Company	Bebidas
Cervecería Nacional	
Savon Amenities	Amenities
Unilimpio – Genius Limp	Productos de Limpieza para habitaciones

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

³³ Pequeños artículos de aseo personal que se colocan en los baños de las habitaciones de un hotel.

- *Pronaca:*

Procesadora Nacional de Alimentos, es una empresa con años de experiencia en el mercado, que produce y distribuye principalmente productos cárnicos, bajo estándares de calidad que garantizan a sus compradores y consumidores productos aptos para el consumo.

Pronaca cuenta con un distribuidor zonal en Santo Domingo, para lo cual se ha establecido contacto con el señor Francisco Tapia, quien será el encargado de proveer del producto al establecimiento, sin embargo, el transporte representa una amenaza, ya que no llega hasta el sitio donde se encuentra Tierra TSÁCHILA ECO – LODGE, sino únicamente a la Vía Santo Domingo – Quevedo, representando así una molestia al tener que salir hasta la ciudad para obtener el producto.

El proveedor distribuye para la zona de Santo Domingo – Quevedo únicamente los días martes y miércoles. Pero en el caso de nuestro establecimiento, los pedidos se podrán realizar de un día para el otro, solo se debe llamar el día anterior para hacer el pedido y la empresa tendrá listo el producto para irlo a retirar y únicamente en caso de que se necesite algún producto de emergencia, el proveedor se encargará de irlo a dejar cerca del Eco – Lodge. El pago de las compras se realiza de contado, hasta que el establecimiento demuestre al proveedor que es una empresa seria, que cumple con sus pagos y solo allí podrán establecerse políticas de crédito.

- *Mercado de Santo Domingo:*

Este sitio será el proveedor de todas las frutas y legumbres que se necesiten para el establecimiento, a pesar de que representa una molestia el tener que ir todos los días

para adquirir la materia prima, el comprarla ahí garantiza frescura del producto y costos más bajos.

- *Ecuador Bottling Company y Cervecería Nacional:*

Estas empresas son líderes en el mercado en la elaboración y distribución de bebidas, Ecuador Bottling Company, se encarga de la línea de bebidas no alcohólicas, mientras que Cervecería Nacional, distribuye lo que es cerveza. Ambas compañías tienen un distribuidor zonal en la provincia, sin embargo, no llegan hasta el sitio donde se encuentra el establecimiento. De igual forma que Pronaca, todos los pedidos se los hace con un día de anticipación y se los paga de contado.

- *Savon Amenities:*

Savon es una empresa que tiene experiencia en el mercado, dedicada a la elaboración de amenities de alta calidad, dirigidos al mercado turístico y hospitalario. Esta empresa será la que provea al Eco – Lodge de todos los amenities que se necesitan reponer diariamente en las habitaciones. No cuenta con un distribuidor directo en Santo Domingo, sin embargo, los productos serán enviados a través de Servientrega sin cargo para el establecimiento. El precio que Savon cobra por los artículos incluye las etiquetas con el logo de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE. El pago se hace a contado en un inicio, hasta ganar la confianza del proveedor.

- *Unilimpio- Genius Limp:*

Unilimpio es una empresa ecuatoriana líder en la provisión de soluciones integrales de higiene institucional. Cuenta con 10 años de experiencia, satisfaciendo las necesidades de sus clientes en diversas industrias. No brinda únicamente productos, si no un servicio de asesoramiento completo que permite a sus clientes solucionar problemas, reducir costos, mejorar su imagen como empresa y dotar a sus consumidores y colaboradores de áreas seguras y agradables.

Esta empresa cuenta con un distribuidor en la provincia de Santo Domingo, Genius Limp, con quienes se han establecido contactos y se ha llegado a conseguir que lleven todos los productos que se requieren para la limpieza diaria de las habitaciones y áreas comunes, hasta el lugar donde se encuentra TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE; El tiempo de entrega de los pedidos es de 48 horas y la forma de pago depende del monto, sin embargo, los primeros pedidos se los cancela de contado, posteriormente se podrán establecer políticas de crédito.

Después de todo lo anteriormente expuesto, podemos concluir que los proveedores, constituyen una amenaza para el establecimiento, debido principalmente a la dificultad que se tiene para que los productos lleguen al lugar donde se va a encontrar el Eco – Lodge.

3.1.3. Análisis FODA:

El análisis FODA es una herramienta esencial en el proceso de diagnóstico situacional y planeación estratégica de un establecimiento, ya que provee de la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la

generación de estrategias de mejora. Se denomina FODA, debido a que se analizan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa.

Las oportunidades y amenazas constituyen el ambiente externo de la compañía, es decir, el control de estas variables esta fuera de sus manos. La previsión de ellas posibilita la construcción de escenarios anticipados que permitan orientar de mejor manera el rumbo de la empresa; mientras que, las fortalezas y debilidades corresponden al ámbito interno, es decir, que depende de la empresa la cantidad de fortalezas o debilidades con las que cuenta. El análisis se lo realiza a fin de conocer cuáles son esas fortalezas y cuáles las debilidades que obstaculizan el cumplimiento de los objetivos y así desarrollar estrategias para mantener las primeras y disminuir o eliminar las segundas.

Después de realizado el diagnóstico situacional de la empresa, podemos identificar que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, cuenta con el siguiente FODA:

Fortalezas:

- La manera en que se administrará el negocio, permite contar con una óptima y adecuada capacidad administrativa
- Cuenta con los conocimientos técnicos necesarios, es decir, la capacidad del Recurso Humano es buena.
- Gracias a la formación técnica y experiencia de los socios cuenta con una buena capacidad legal.
- Cuenta con un terreno bien ubicado para el desarrollo del proyecto.

Oportunidades:

- Las medidas gubernamentales nuevas, de apoyo al turismo sostenible, abren una puerta al establecimiento, ya que se incrementa el número de clientes.
- El PIB turístico, la inflación, y el desarrollo económico de la provincia se encuentran estables ofreciendo así un escenario propicio para el establecimiento.
- Las características demográficas del país permiten que el establecimiento tenga un escenario propicio para el desarrollo de sus actividades.
- La diversidad cultural y natural del Ecuador puede ser explotada de manera adecuada por el establecimiento, lo cual le brinda un aspecto cultural positivo.
- Contar con Intermediarios que facilitan la labor de llegar a los clientes.

Debilidades:

- Su capacidad financiera no es óptima, ya que no se cuenta con capital propio, sino que es necesario recurrir a un préstamo.
- El costo alto de la tecnología implica que el establecimiento tenga una capacidad tecnológica mala.

Amenazas:

- La situación política y legal del país no permite que el medio donde se desenvuelve el establecimiento sea apropiado.
- La tasa de interés activa alta, no permite que el financiamiento del establecimiento sea adecuado.

- Tiene una topografía del terreno en la infraestructura del transporte, de mala calidad, ya que el acceso a la provincia así como al sitio donde se desarrollará el proyecto no es adecuada.
- La competencia cuenta con una imagen establecida, años de experiencia y clientela fija.
- Dificultad para que los proveedores lleguen al establecimiento.

3.1.4. Matrices:

3.1.4.1. Matriz de Impacto:

Esta es una matriz en la que se sintetiza el análisis FODA, obtenido anteriormente, y que nos ayuda a priorizar cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que mayor impacto tienen en un establecimiento. El criterio de ponderación es el siguiente:

Alto (A) = 5

Medio (M) = 3

Bajo (B) = 1

A continuación tenemos la matriz:

MATRIZ DE IMPACTO			
FODA	ALTO (A)	MEDIO (M)	BAJO (B)
FORTALEZAS			
Cuenta con una óptima y adecuada capacidad administrativa	X		
Cuenta con los conocimientos técnicos necesarios, es decir, la capacidad del Recurso Humano es buena.	X		
Gracias a la formación técnica y experiencia de los socios cuenta con una buena capacidad legal.	X		
Cuenta con un terreno bien ubicado para el desarrollo del proyecto.		X	
OPORTUNIDADES			
Nuevas medidas gubernamentales de apoyo al turismo sostenible	X		
El PIB turístico, la inflación, y el desarrollo económico de la provincia se encuentran estables	X		
Adecuadas características demográficas del país para el desarrollo de las actividades del establecimiento.		X	
La diversidad cultural y natural del Ecuador puede ser explotada de manera adecuada por el establecimiento	X		
Contar con Intermediarios que facilitan la labor de llegar a los clientes.		X	
DEBILIDADES			
No se cuenta con capital propio, sino que es necesario recurrir a un préstamo.	X		
El costo alto de la tecnología implica que el establecimiento tenga una mediana capacidad tecnológica.		X	
AMENAZAS			
Mala situación política y legal del país.	X		
La tasa de interés activa alta, no permite que el financiamiento del establecimiento sea adecuado.	X		
El acceso a la provincia así como al sitio donde se desarrollará el proyecto no es adecuado.		X	
La competencia cuenta con una imagen establecida, años de experiencia.		X	

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, calificadas con un impacto alto en esta matriz, se toman en cuenta tanto para la matriz de vulnerabilidad, así como la de aprovechabilidad.

3.1.4.2. Matriz de Vulnerabilidad:

La matriz de vulnerabilidad, es una herramienta que ayuda en el diagnóstico situacional para encontrar estrategias que permitan disminuir las amenazas, mediante el fortalecimiento de las debilidades que tiene la empresa.

El criterio bajo el cual se va a calificar esta matriz, es en qué proporción afectan las amenazas a las debilidades que tiene el establecimiento. Así tenemos:

Bastante = 5

Medianamente = 3

Poco = 1

A continuación se encuentra la matriz de vulnerabilidad de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

MATRIZ DE VULNERABILIDAD			
AMENAZAS DEBILIDADES	Mala situación política y legal del país.	La tasa de interés activa alta, no permite que el financiamiento del establecimiento sea adecuado.	TOTAL
No se cuenta con capital propio, sino que es necesario recurrir a un préstamo.	3	5	8
TOTAL	3	5	8

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

De esta matriz podemos concluir que la principal debilidad del establecimiento es la falta de capital propio para financiar el proyecto. Por otro lado se tiene que la amenaza más importante es la presencia de una tasa de interés activa alta que dificulta el financiamiento para la implementación del Eco – Lodge. De este análisis se obtiene una estrategia defensiva, la cual consistiría en buscar un mayor número de socios, de tal manera que el capital inicial se aumente y por lo tanto el préstamo para la inversión disminuya.

3.1.4.3. Matriz de Aprovechabilidad:

La Matriz de Aprovechabilidad al igual que la matriz de vulnerabilidad, es una herramienta que ayuda en el diagnóstico situacional para encontrar estrategias que pueden ayudar a convertir las fortalezas más grandes que tiene la empresa en oportunidades dentro del ambiente externo.

El criterio bajo el cual se va a calificar esta matriz, es en qué proporción ayuda la fortaleza para aprovechar la oportunidad. Así tenemos:

Bastante = 5

Medianamente = 3

Poco = 1

A continuación se encuentra la matriz de aprovechabilidad de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

MATRIZ DE APROVECHABILIDAD				
OPORTUNIDADES FORTALEZAS	Nuevas medidas gubernamentales de apoyo al turismo sostenible	El PIB turístico, la inflación, y el desarrollo económico de la provincia se encuentran estables	La diversidad cultural y natural del Ecuador puede ser explotada de manera adecuada por el establecimiento	TOTAL
Cuenta con una óptima y adecuada capacidad administrativa	3	1	3	7
Cuenta con los conocimientos técnicos necesarios, es decir, la capacidad del Recurso Humano es buena.	3	1	1	5
Gracias a la formación técnica y experiencia de los socios cuenta con una buena capacidad legal.	3	1	1	5
TOTAL	9	3	5	17

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Del análisis de la matriz de aprovechabilidad, podemos determinar que la fortaleza más importante que tiene la empresa es la de contar con una óptima y adecuada capacidad administrativa. Mientras que su mayor oportunidad son las nuevas medidas que tiene el Gobierno para apoyar el turismo sostenible. De este análisis, se obtiene una estrategia de ataque, la cual debería consistir en llevar una administración que se comprometa con el manejo sostenible del medio ambiente.

3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO:

Esta área comprende la filosofía del negocio, es decir, la identidad organizativa de la empresa, lo que es el establecimiento y lo que quiere llegar a ser. Para conocer la dirección en la que irá, es necesario establecer la misión, visión, objetivos, políticas, y valores corporativos de la empresa.

a) Valores y Principios Corporativos:

Los valores y principios corporativos son parámetros que orientan en el actuar diario de las labores de una empresa, un valor puede ser cualquier acción o recomendación favorable de las personas para la toma de decisiones dentro de una empresa facilitando así el procedimiento operativo, mientras que los principios se adjudican a la organización³⁴.

La cultura organizacional de la empresa estará orientada con valores y principios corporativos que enmarquen el direccionamiento del negocio. Todos los miembros del establecimiento deberán interiorizar estos valores y principios, y practicarlos, porque éstos forman parte del diario vivir e interactúan en los contextos en que nos desenvolvemos.

Entre los valores que consideramos que nuestra empresa debe tener, son:

- *Perseverancia y Constancia*: Estos valores son importantes para que los miembros del equipo logren alcanzar las metas y objetivos de la empresa.
- *Creatividad*: Para solucionar todos los problemas que se presenten y mantener en constante innovación los servicios y actividades que ofrece el establecimiento.
- *Responsabilidad*: En sus labores tanto con la empresa y los clientes, cumpliendo con eficacia y eficiencia la tareas que se les encomiende.

³⁴ Del artículo: "Conceptos básicos de Administración de empresas", de Borys Efraín Burgos Herrera, publicado en la página web: <http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/conceptos-basicos-de-administracion-de-empresas.htm>, obtenido en fecha: 04/04/2011.

- *Respeto*: Con el objetivo de ofrecer un ambiente agradable y de confianza, al desarrollar respeto consigo mismo, con las personas que trabajan en la empresa, con la empresa y con los clientes.
- *Compañerismo*: Para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa mediante el desarrollo de una relación basada en confianza, respeto e integridad entre todos los miembros del equipo.
- *Honestidad y Honradez*: Decir a cada momento la verdad, para encontrar soluciones transparentes a cualquier problema que se presente.
- *Lealtad*: ser leales con nuestro lugar de trabajo, respetando su forma de llevar a cabo las labores, sus políticas y normas, y no divulgarlas a personas ajenas a la empresa.
- *Confianza*: En los demás y en uno mismo para así motivar a un mejor desempeño del trabajo.
- *Puntualidad*: Se debe evitar retrasos que puedan perjudicar la economía y la imagen del establecimiento. Todos los empleados deberán respetar los horarios establecidos por la empresa.

Entre los principios que consideramos importantes están:

- *Equidad*: Brindar las mismas oportunidades a todos sin importar su color, raza, género, costumbres, creencias y religión.
- *Trabajo en Equipo*: Promover que todos y cada uno de los individuos de la organización trabajen en conjunto para alcanzar los objetivos de la empresa.
- *Calidad*: La empresa brindará siempre a sus clientes un producto y servicio de calidad.

b) Visión

Mientras la misión se refiere a la filosofía básica de organización, la visión sirve para mirar el futuro que se desea alcanzar. La visión es la imagen que la organización define respecto a su futuro, es decir, de lo que pretende ser dentro de cierto periodo. De esta manera, la visión indica cuáles son los objetivos que deben alcanzarse en los próximos años, para orientar así a sus miembros en las labores adecuadas para alcanzar dichos objetivos³⁵.

Basados en la definición anterior, podemos concluir que la visión de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, es la de:

“Ser reconocido en un plazo de cinco años como uno de los mejores Eco – Lodge a nivel nacional”.

c) Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de una empresa u organización, que define lo que la empresa pretende cumplir en el entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas³⁶.

³⁵ Chiavenato Idalberto, “Administración – Proceso Administrativo”, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá – Colombia 2001, pag. 50.

³⁶ Del Artículo: “Definición de Misión”, de Ivan Thompson, Publicado en la Página Web: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>, Obtenido en Fecha: 29/03/11

Basados en la definición anterior, podemos decir que la misión de TIERRA TSÁCHILA ECO - LODGE, es la de:

“Brindar a turistas nacionales y extranjeros, la posibilidad de disfrutar de un nuevo destino turístico, en contacto con la naturaleza, que proporcione servicio de alojamiento y alimentación bajo estándares de excelencia, y que optimice la conservación del medio ambiente, mediante prácticas de turismo sostenible³⁷”.

d) Políticas

Las políticas, son lineamientos de acción dentro de la empresa, que limitan el actuar dentro de las actividades normales, constituyen igualmente una estructura básica que orienta a los administradores y empleados en la toma de decisiones. Las políticas deben ser claras y sobre todo específicas en su accionar no dando cabida a ambigüedad o contradicción entre las mismas³⁷.

Las políticas generales de la empresa van de acuerdo a los objetivos que se establecieron, es decir, que éstas ayudan a facilitar la consecución de los objetivos planteados. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, sus políticas son las siguientes:

- El área de alojamiento procurará que todos los servicios e instalaciones que aquí se ofrezcan, brinden al cliente la mayor comodidad y permitan que éste, disfrute su estancia en el establecimiento.

³⁷ Del artículo: “Conceptos básicos de Administración de empresas”, de Borys Efraín Burgos Herrera, publicado en la página web: <http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/conceptos-basicos-de-administracion-de-empresas.htm>, obtenido en fecha: 04/04/2011.

- El área de alimentos y bebidas, deberá ofrecer alimentación y servicio bajo estándares de calidad, que permitan al cliente quedar satisfecho a cada momento con la comida y servicio que aquí se ofrece.
- El área administrativa-financiera, llevará una excelente administración tanto de recursos materiales como humanos, siguiendo todos los conocimientos técnicos, y los procesos establecidos gracias a la experiencia que brinden los socios.
- El área encargada de todas las actividades turísticas y de entretenimiento de la empresa, deberá lograr que el huésped conozca la mayor parte de sitios turísticos de la provincia a un costo que represente ganancia para el establecimiento y satisfacción del cliente.

e) Objetivos

Las empresas son ciertas clases de organizaciones o unidades sociales que buscan alcanzar objetivos, y su razón de ser es cumplirlos. Un objetivo es una situación deseada que la empresa pretende alcanzar, indicándole una orientación del camino que se debe seguir, y el cual justifica las actividades que realiza la empresa, además de que permite evaluar el éxito y sirve de unidad de medida para verificar y comparar la productividad de la empresa³⁸.

Bajo este concepto, el objetivo general de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, es:

³⁸ Recopilación de varias fuentes: Chiavenato Idalberto, “Administración – Proceso Administrativo”, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá – Colombia 2001, pag. 50/ Amitai Etzioni, Organizaciones modernas, Sao Paulo, Pioneira, pag. 13-35.

- Llegar a un buen manejo administrativo y económico de las distintas áreas del establecimiento, de tal modo que el establecimiento llegue a ser reconocido como uno de los mejores Eco – Lodges, a nivel nacional.

Los objetivos específicos que persigue la empresa son:

- Alcanzar en el área de alojamiento un porcentaje de ocupación, igual al 50% o mayor durante el primer año.
- El área de alimentos y bebidas, desea lograr que el cliente consuma los productos del establecimiento y utilice íntegramente sus servicios para lograr así un ingreso significativo en ventas por este concepto.
- El área administrativa - financiera, desea mejorar la rentabilidad a través del buen manejo de los recursos materiales, humanos y financieros.
- El área de actividades turísticas, pretende sobretodo fortalecer a la provincia como un nuevo destino turístico, que tiene para ofrecer a sus huéspedes diversidad de actividades y brindar un alto entretenimiento.

f) Estrategias

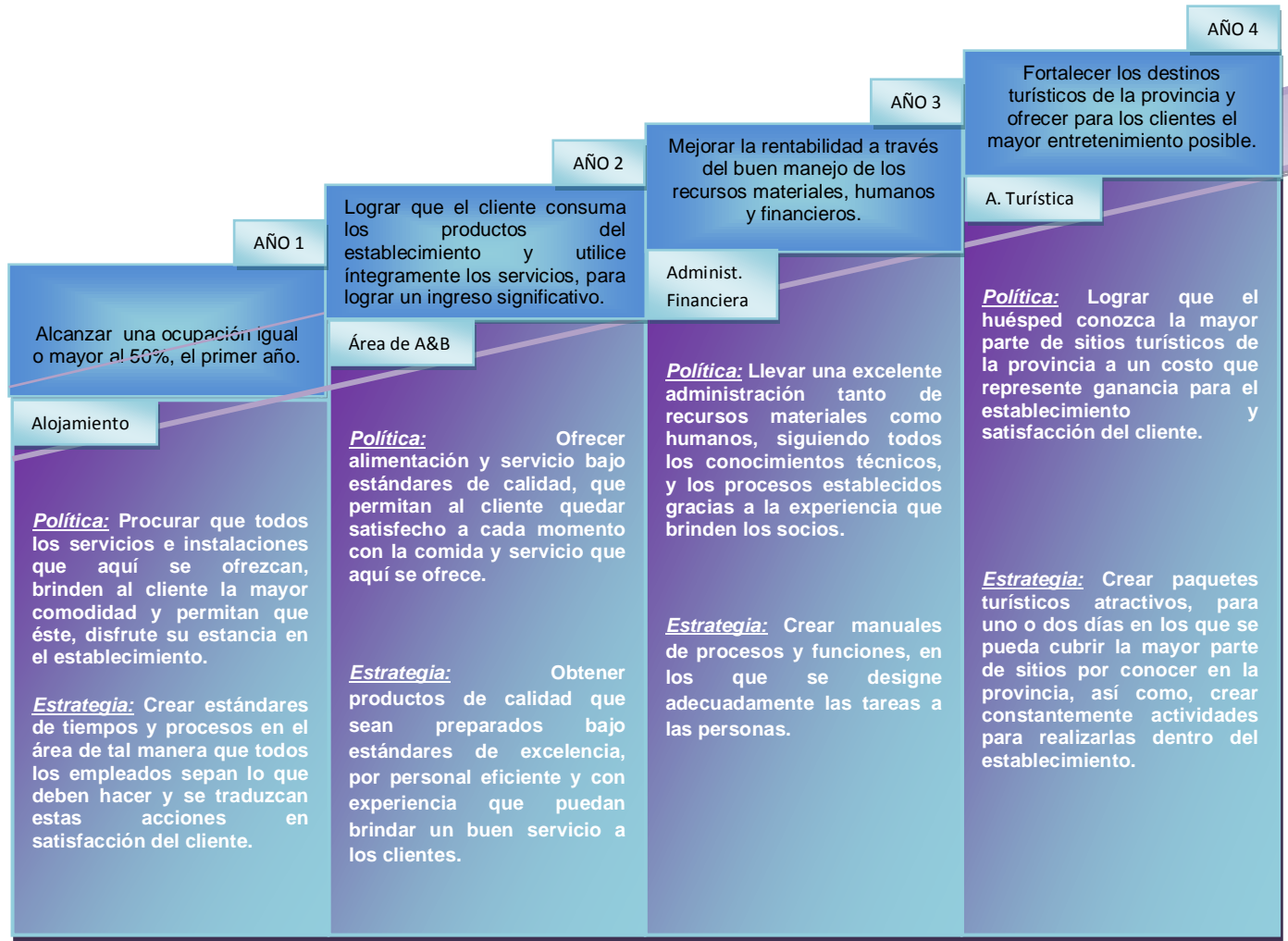
Las estrategias son un conjunto de objetivos y políticas principales capaces de guiar y orientar el comportamiento de la empresa a largo plazo³⁹.

- Crear estándares de tiempos y procesos en el área de tal manera que todos los empleados sepan lo que deben hacer y se traduzcan estas acciones en satisfacción del cliente.

³⁹ Chiavenato Idalberto, "Administración – Proceso Administrativo", Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá – Colombia 2001, pag. 115.

- Obtener productos de calidad que sean preparados bajo estándares de excelencia, por personal eficiente y con experiencia que puedan brindar un buen servicio a los clientes.
- Crear manuales de procesos y funciones, en los que se designe adecuadamente las tareas a las personas.
- Crear paquetes turísticos atractivos, para uno o dos días en los que se pueda cubrir la mayor parte de sitios por conocer en la provincia, así como, crear constantemente actividades para realizarlas dentro del establecimiento.

3.2.1. Mapa Estratégico:



VISIÓN

Ser reconocido en un plazo de cinco años como uno de los mejores Eco - Lodge a nivel nacional.

OBJETIVO GENERAL

Llegar al buen manejo administrativo y económico de las distintas áreas, de tal modo que el establecimiento sea reconocido como uno de los mejores Eco - Lodges, a nivel nacional.

- PRINCIPIOS**
- Equidad
 - Trabajo en Equipo
 - Calidad
- VALORES**
- Perseverancia y Constancia
 - Creatividad
 - Responsabilidad
 - Respeto
 - Compañerismo
 - Honestidad y Honradez
 - Lealtad
 - Confianza
 - Puntualidad

MISIÓN

Brindar a turistas nacionales y extranjeros, la posibilidad de disfrutar de un nuevo destino turístico en contacto con la naturaleza, que proporcione servicio de alojamiento y alimentación bajo estándares de excelencia, y que optimice la conservación del medio ambiente, mediante prácticas de turismo sostenible.

3.3. PLAN DE MARKETING:

3.3.1. Objetivos de Marketing:

- Posicionar en el mercado a TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE como uno de los mejores lugares de alojamiento en la Provincia.
- Definir las estrategias necesarias para comercializar adecuadamente todos los servicios que ofrece el establecimiento.
- Captar clientes, de tal forma que se consiga por lo menos un 50% de ocupación en el primer año.
- Superar a la competencia en cuanto a imagen, números de clientes y aceptación en el mercado.

3.3.2. Marketing Mix⁴⁰

El Marketing Mix, es un conjunto de herramientas tácticas controlables que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado. El Mix de Marketing, abarca cuatro variables conocidas como las 4 P's, estas son: Producto, Precio, Plaza y Promoción

3.3.2.1. Producto/Servicio:

Producto es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que una empresa ofrece al mercado meta.

⁴⁰ Opiniones de la Autora y Recopilación del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 63; Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing, "Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones", Ediciones Díaz Santos, S.A., Madrid – España, pags. 8 - 18. Kotler Philip, Bowen John, Makens James; "Marketing para Turismo"; Tercera Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, España. Sitio Web: Crece Negocios.com, dirección web: <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>, obtenido a fecha: 25/04/2011

Objetivo: Satisfacer de manera adecuada las necesidades específicas de los consumidores o usuarios y generar preferencia frente a la competencia.

A continuación se describe el producto:

Como se dijo anteriormente, el nombre del establecimiento será “TIERRA TSÁCHILA ECO - LODGE”, en honor a las comunidades propias de la provincia.

Toda la infraestructura del establecimiento estará hecha básicamente con materiales de la zona, y acordes al medio ambiente. El objetivo del establecimiento es permitir que sus clientes disfruten de un rato de descanso en contacto con la naturaleza y que brinde un cuidado permanente al medio ambiente. Los productos y sobre todo el servicio que se ofrece, llevarán una estricta política de calidad para crear así lazos de fidelización con los clientes.

La decoración de todo el establecimiento será del tipo rústico, sin quitar las comodidades que los clientes exigen del mundo moderno. El logo del establecimiento será el siguiente:



Los servicios que el establecimiento ofrecerá son:

- Alojamiento en cabañas ecológicas
- Bar- Restaurante/Roomservice
- Piscina

- Paseos por Senderos Ecológicos
- Cancha Poli deportiva
- Áreas Comunes
- Paseos en Caballo
- Visitas Guiadas a Sitios Turísticos
- Deportes de Aventura
- Visita a las Comunidades Tsáchilas.
- Labor Ambiental
- Servicio de Internet
- Servicio de Lavandería
- Servicio Médico

A continuación se describe cada uno de los servicios que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE ofrecerá:

Alojamiento:

En el área de alojamiento se ofrecerá la estadía en cómodas cabañas ecológicas que contarán con los siguientes servicios:

- Televisión con cable
- Baño Privado
- Agua Caliente las 24 horas
- Closet
- Caja de Seguridad
- Llamadas Nacionales e Internacionales

Existirán tres tipos de cabañas con diferente ocupación, cada cabaña tomará los nombres propios de partes o implementos de la vivienda Tsáchila. La distribución de las cabañas según su ocupación es la siguiente:

TIPO DE HABITACION	OCUPACIÓN
Cabaña Lowá	2 Pax
Cabaña Ka'tsonún	4 Pax
Cabaña Ka'tsonún Familiar	8 Pax

- *Cabaña Lowá:*

Su nombre viene del dialecto Tsáfiqui, y significa “Cama”. Ésta es la más pequeña de las cabañas, con una capacidad para dos personas.

- *Cabaña Ka'tsonún*

Ka'tsonún es una palabra en lengua Tsáfiqui utilizada para definir a la parte de la vivienda Tsáchila destinada para el dormitorio, tiene este nombre por ser un espacio más amplio para el descanso de los huéspedes. Es una cabaña de tamaño intermedio destinado para familias pequeñas o grupos pequeños de hasta cuatro personas.

- *Cabaña Ka'tsonún Familiar:*

Se la denomina Ka'tsonún Familiar, debido a que es más grande que la cabaña descrita anteriormente, ésta es para grupos grandes sea de familia o amigos, su capacidad es para ocho personas.

Bar-Restaurante:

TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, ofrecerá también a sus clientes servicio de Bar – Restaurante, donde podrán disfrutar de Comida Típica Ecuatoriana y algunos platos de Comida Internacional. El nombre que se le dará, será el de “Anó Finún Bar - Restaurante”, éste es un vocablo Tsáchila utilizado para designar a la parte de la vivienda utilizada para la comida en familia.

El restaurante se encargará de brindar un servicio personalizado y de excelencia a sus clientes. El restaurante representa la ventaja competitiva del establecimiento, ya que es muy diferente a cualquier restaurante de la competencia. Éste, se encontrará a forma de puerto sobre la laguna, y la parte que pertenece al área de mesas y bar será hecha enteramente de cristal, permitiendo así que los clientes disfruten de una gran vista de la laguna, del establecimiento y de la naturaleza en sí. Además, la manera en que los clientes accederán al lugar es a través de botes o puentes.

Anó Finún Bar – Restaurante, además de permitir a sus clientes disfrutar de la variedad y los excelentes sabores de la comida típica ecuatoriana e internacional, ofrecerá bebidas alcohólicas y no alcohólicas, frías o calientes, todo esto para complacer al exigente paladar de turistas tanto nacionales como extranjeros. En el Anexo No. 1 se encuentra la carta con los productos que ofrece el establecimiento. Adicionalmente a este servicio, el cliente tiene la posibilidad de hacer uso del servicio de roomservice de 9:00 a 21:00.

Piscina:

El establecimiento contará con una piscina, temperada a 29°C, tanto para adultos como para niños. Será diseñada también en un estilo rústico, con caída de agua que vaya acorde con la naturaleza, rodeada de vegetación propia de la zona, para que sus clientes puedan disfrutar de un momento de relajación y tranquilidad en las límpidas y transparentes aguas.

Paseos por Senderos Ecológicos:

Una manera adecuada de disfrutar la naturaleza son los senderos ecológicos, ya que permiten a los huéspedes realizar un poco de actividad física, disfrutando de la naturaleza. Existirán tres senderos:

- Sendero Leyenda Tsáchila: denominado así debido a que en todo su trayecto se podrá conocer la historia de la comunidad Tsáchila. Este será el sendero largo.
- Sendero Abacá: denominado así por una planta típica de la zona, será el sendero medio.
- Sendero de la Guatusa: Este será el sendero más corto, y se lo ha denominado así debido a uno de los animales que se encuentran en la zona, si los turistas tienen suerte y ponen mucha atención pueden encontrar uno de estos curiosos animales.

Estos senderos se encontrarán alrededor de todo el terreno y dos de ellos permitirán llegar a una pequeña gruta donde se encontrará una figura de la virgen, donde podrán compartir un momento de reflexión y oración.

Cancha Polideportiva:

Se instalará una cancha de cemento polideportiva, para permitir que los huéspedes puedan practicar el deporte de su preferencia, sea este básquet, vóley, o fútbol.

Áreas Comunes:

En áreas comunes, podemos mencionar el área de recepción y el lobby, al igual que todos los espacios verdes con que contará el Eco – Lodge, donde el cliente podrá descansar en unas bancas hechas de caña guadua y disfrutar de los diferentes tipos de plantas que se dan en



el sector como la Flor de Cera, el Abacá, la Flor de Croto, Camacho, etc. Aquí se ubicarán también dos baños comunes diferenciados para hombres y mujeres. También existirá un área de juegos infantiles, dónde los más pequeños de la familia podrán disfrutar de un momento de distracción.

Paseos a Caballo:

El establecimiento ofrecerá a sus huéspedes la posibilidad de dar paseos en caballo por los alrededores de la propiedad, e incluso a los huéspedes que lo deseen se les puede enseñar cómo se maneja el cuidado de estos animales, proporcionándoles así una experiencia vivencial.

Visitas Guiadas a Sitios Turísticos:

Con el objetivo de impulsar el turismo de la provincia, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, brindará a sus huéspedes todas las facilidades para que ellos muestren el

interés por conocer los distintos sitios turísticos que Santo Domingo de los Tsáchilas tiene para ofrecer, el establecimiento se encargará de llevarlos hasta dichos sitios. Todas estas visitas se las programará en paquetes turísticos con costos accesibles. Los lugares a los que se llevará a los huéspedes son los siguientes:

- Bosque Protector La Perla.
- Reserva Ecológica del Cerro Bombolí.
- La Isla de Pascua Miniatura.
- Cascada de Valle Hermoso
- Parque Joaquín Zaracay
- Jardín Botánico La Carolina
- Playa de Pedernales (Manabí)

La descripción detallada de todos estos sitios se encuentra en el Capítulo I.

Deportes de Aventura:

En la actualidad, ha surgido una nueva preferencia por parte de los turistas sobre la práctica de deportes de aventura, es por ello que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, ofrecerá la posibilidad de practicar rafting, canoping y tubing en los ríos Baba y Blanco.

Ninguna de estas actividades son cobradas por el establecimiento, ya que éste funciona únicamente como nexo entre las personas expertas en estas actividades y les facilita a los huéspedes el transporte para ir a los lugares donde se practican los deportes. Estos sitios se encuentran aproximadamente de 10 a 20 minutos del Eco – Lodge.

Visita a las Comunidades Tsáchilas:

La visita a estas comunidades es una de las experiencias más importantes que los huéspedes pueden tener, ya que les permitirá conocer e interactuar con personas propias de esta etnia, quienes les dejarán entrar en su hogar para que observen su forma de vivir, vestimentas, costumbres, tradiciones, alimentación e incluso les preparan un baile típico de su comunidad, todo esto para que los clientes puedan disfrutar de un momento vivencial totalmente diferente en compañía de personas de una vida distinta a la de ellos.

Labor Ambiental:

Al tratarse de un Eco – Lodge, su responsabilidad es la de proteger el medio ambiente. Paradójicamente, algunos de los requisitos alrededor del mundo para considerarse un Eco – Lodge, es que éste se encuentre construido con materiales de la zona, lo que significa talar árboles y a su vez destruir el medio ambiente. TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, consciente del daño que causa en el medio ambiente al talar los árboles para construir el establecimiento, ha pensado en elaborar un plan de cuidado ambiental en el cual los huéspedes participarán activamente. Se motivará para que los huéspedes al llegar al establecimiento y sobre todo los niños, dediquen pocos minutos de su tiempo para plantar un árbol; las semillas y todos los instrumentos necesarios para esta labor serán proporcionados por la empresa y podrán dejar un cartel con su nombre para que si algún día retornan al establecimiento puedan percatarse de cómo ha ido creciendo un árbol plantado por ellos.

Además de esto, en todas las áreas comunes se pondrán letreros con consejos de cómo proteger el medio ambiente, creando así una consciencia dentro de los huéspedes y aportando con un granito de arena al cuidado necesario de la naturaleza.

Otros Servicios:

Dentro de otros servicios, podemos mencionar:

- Servicio de internet, disponible únicamente en áreas comunes, para que los huéspedes que lleven su propia máquina puedan acceder a este servicio sin ningún costo, y a parte existirá una sola máquina para aquellos huéspedes que deseen hacer el uso del servicio y que no poseen una propia.
- Servicio de Lavandería, disponible para los huéspedes cuando lo deseen.
- Servicio Médico, se realizará un convenio con un médico de la ciudad de Santo Domingo, el cual acudirá al llamado del establecimiento cuando se lo requiera.
- Para la tranquilidad y comodidad de los huéspedes que lleven carro propio, se contará con un estacionamiento.

3.3.2.1.1. Estrategias de Producto:

- Se incluirán atributos llamativos al servicio. Es decir, se le dará un diseño atractivo a las cabañas, con su decoración y materiales de construcción, además la vista desde el restaurante será atractiva ya que, éste se encontrará a manera de puerto sobre una laguna. En el caso del establecimiento los colores característicos del establecimiento, son la gama de verdes, que lo identifican

fácilmente con la naturaleza, además se ha diseñado un logo llamativo y moderno que atraiga fácilmente a los consumidores.

- Elevar su calidad sobre la competencia, para esto se brindará frecuentemente capacitación a todos los empleados sobre las nuevas tendencias de turismo, servicio al cliente y todas las materias necesarias para que puedan brindar un servicio profesional y de calidad a los clientes. Esta estrategia tendrá un valor de \$500 anuales, y se realizará una vez al año.
- Introducir en el mercado nuevos servicios que satisfagan necesidades provocadas por cambios en el estilo de vida o por nuevas tecnologías. La innovación hotelera es algo que va de la mano con las tendencias turísticas, por lo que se debe tener constantemente en cuenta la manera en la que el turismo se mueve. Actualmente la tendencia ecológica y de aventura es la más solicitada por los consumidores y el establecimiento justamente se enfocará en estas dos tendencias para ofrecer sus servicios.
- Se diseñará una carta llamativa para el restaurante, lo cual ayuda a que los clientes se interesen más por el consumo de A&B dentro del establecimiento para lo cual se destinarán \$600 para el diseño e impresión de 30 cartas.
- Ampliar la línea de servicio, con el tiempo y de acuerdo a los gustos y preferencias de los huéspedes, se buscará aumentar platos al menú del restaurante o aumentar servicios como por ejemplo implementando un Spa.
- Hacerlo más seguro, uno de los factores que influyen en la aceptación de un producto o servicio, es la seguridad que se le brinda al cliente. Para esto se buscará que los servicios con que cuenta el establecimiento, sean seguros tanto en calidad como físicamente, para lo cual se seguirán políticas rigurosas de

producción y prestación del servicio; además se contará con planes de contingencia en caso de cualquier emergencia y con personal de seguridad las 24 horas.

- Finalmente, se utilizarán unas técnicas denominadas, políticas de atención al cliente, las cuales son un grupo de normas utilizadas para garantizar que el servicio brindado al cliente sea de calidad, entre ellas tenemos:
 - El cliente estará por encima de todo.
 - Cuando se trata de complacer al cliente, todo se puede.
 - Cumplir todo lo que se ofrece al cliente.
 - Superar las expectativas del cliente
 - El servicio respetuoso y amable marca la diferencia, ya que de ello depende que el cliente vuelva o no.
 - No permitir fallas en los estándares de servicio y tiempos.
 - Mejoramiento continuo del servicio.
 - Trabajo en equipo con el fin de satisfacer al cliente.

3.3.2.2. Precio:

Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio. El precio representa la única variable del Mix de Marketing que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos.

Objetivo: Establecer un precio que sea accesible a los consumidores, pero que a la vez marque diferencia y estatus sobre el resto de la competencia.

Una manera de fijar los precios es basándose fundamentalmente en los precios de la competencia, prestando menor atención relativa a los costos o a la demanda. La empresa puede cobrar lo mismo, más o menos que sus principales competidores. Algunas empresas pueden cobrar algo más, o menos, pero mantienen la diferencia constante⁴¹. Por lo tanto, la mayoría de los precios del establecimiento, se los va a fijar en base a la competencia. A esta variable, al igual que el producto se la va a dividir en los distintos servicios que ofrece el establecimiento. Así tenemos:

Alojamiento:

Aquí además de tomar en cuenta los precios que ofrece la competencia, se tomará en cuenta el límite de \$46 que los clientes estarían dispuestos a pagar, según el estudio de mercado realizado anteriormente en el Capítulo II.

Así tenemos, que Kasama Lodge cobra \$22 más impuestos incluido desayuno y uso de instalaciones, mientras que, Mulaute Lodge cobra \$45 más impuestos, incluidas las tres comidas y el uso de sus instalaciones. Por lo que sus precios aproximadamente son los mismos. Por lo tanto se ha tomado la decisión de cobrar en el establecimiento por noche y por persona un valor de \$32 más impuestos incluido desayuno americano y el uso de las instalaciones.

⁴¹ Kotler Philip, Bowen John, Makens James; "Marketing para Turismo"; Tercera Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, España; pag. 291.

Cabe recalcar, que para el acuerdo con las agencias de viaje, la tarifa no es la misma, por lo que se ha considerado establecer el valor de \$21 para este canal.

Bar - Restaurante:

De acuerdo a los conocimientos adquiridos durante la carrera, para obtener el precio sugerido de un plato dentro del restaurante, se debe tomar en cuenta varios aspectos:

- Costo de la materia prima
- Costo de la mano de obra
- Costos Indirectos de Producción
- Gastos
- Utilidad (una utilidad razonable es del 30%)

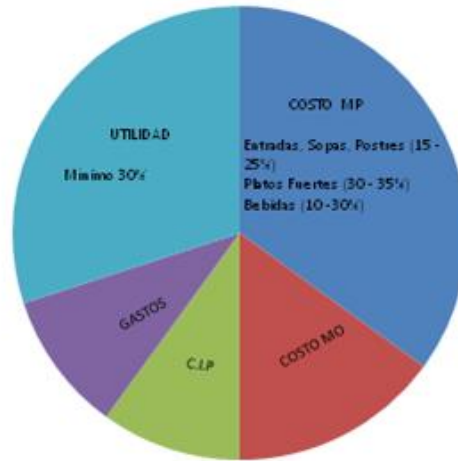
Sin embargo, una manera de calcular dichos precios en un proyecto nuevo, como es el presente estudio, es de acuerdo al análisis de los costos de la materia prima. Dentro de los restaurantes existen ciertos estándares que deben cumplir estos costos, para que, a partir de ellos se puedan calcular los precios. Así tenemos:

PORCENTAJE DEL PRECIO DESTINADO AL PAGO DE LA MATERIA PRIMA	
Tipo de Plato	Porcentaje
Entradas	15 - 25
Sopas	15 - 25
Platos Fuertes	30 - 35
Postres	15 - 25
Bebidas	15 - 30

Fuente: Material Académico utilizado en la carrera

Elaborado por: La Autora

Gráficamente, tendríamos que el precio de un plato se compone de la siguiente manera:



Fuente: Material Académico utilizado durante la carrera.

Elaborado por: La Autora

Con el siguiente ejemplo se explicará la manera en la que se obtiene el precio sugerido, digamos que existe un plato fuerte cuyo costo de materia prima es de \$1,20, y de acuerdo a los estándares de costo de materia prima, este costo debería representar entre 30 – 35% del precio total del plato, para el caso utilizaremos un porcentaje del 32%, entonces aplicamos una regla de tres sencilla, donde el 100% es el precio del plato, así:

$$\begin{array}{rcl}
 \$1,20 & \longrightarrow & 32\% \\
 x & \longleftarrow & 100\% = \$3,75
 \end{array}$$

Por lo tanto, el precio sugerido para el plato será de \$3,75. De esta manera es como se calcularán los precios de los platos de Anó Finún Restaurante, sin embargo, es importante destacar que los precios obtenidos de esta manera, deben ser analizados según el mercado, y de ser muy bajos o elevados adecuarlos de acuerdo al criterio más conveniente. Los costos de materia prima, se los obtendrá a través de la

elaboración de recetas estándar⁴², mientras que los estándares definidos para el costo de materia prima en el establecimiento, serán los siguientes:

PORCENTAJE DEL PRECIO DESTINADO AL PAGO DE LA MATERIA PRIMA EN EL ESTABLECIMIENTO	
Tipo de Plato	Porcentaje
Entradas	25
Sopas	25
Platos Fuertes	35
Postres	25
Bebidas	30

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Las recetas estándar y cálculo de los precios por plato, se encuentran en el Anexo No.2. Para ver los precios finales de la carta ver Anexo No. 1.

Paseos a Caballo:

Este servicio, no será prestado directamente por el establecimiento, sino que se lo concesionará a uno de los trabajadores que actualmente se encuentran en la propiedad, por este servicio, se percibirá un arriendo mensual establecido en \$300.

Visitas Guiadas a Sitios Turísticos:

Los precios para la visita a los sitios turísticos se los obtuvo mediante el valor que tiene la entrada a cada uno de estos sitios, y un porcentaje más de rentabilidad y

⁴² lista detallada de los ingredientes necesarios en la preparación de un plato, y que debe incluir unidades, gramaje, costo unitario y costo total.

para cubrir costos de transporte. Estos precios son más económicos que los de la competencia ya que ellos cobran entre \$10 a \$15 por cada sitio.

PAQUETE TURÍSTICO	
Concepto	Precio
Bosque Protector La Perla y Cascada Valle Hermoso	\$ 2,00
Reserva Ecológica del Cerro Bombolí.	\$ 1,75
La Isla de Pascua Miniatura.	\$ 2,00
Jardín Botánico La Carolina	\$ 1,00
Parque Joaquín Zaracay	\$ 1,00
Visita Comunidad Tsáchila	\$ 5,00
COSTO TOTAL DEL PAQUETE	\$ 12,75

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Deportes de Aventura:

En cuanto a los deportes de aventura, no representan ingresos reales para el establecimiento, ya que, lo único que hace el Eco – Lodge, es poner en contacto a los clientes con los proveedores de este servicio, y son ellos los que se encargan de transportarlos y de cobrar los valores respectivos.

Visita a las Comunidades Tsáchilas:

Kasama Lodge, un establecimiento de la competencia, ofrece este servicio a sus clientes, para los cuales brinda un precio de \$5.00, por lo tanto, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, cobrará la misma tarifa.

Servicio de Lavandería

El servicio de Lavandería tendrá un precio de \$2,50 por cada prenda.

3.3.2.2.1. Estrategias de Precio:

- Se lanzará al mercado el servicio con un precio más bajo en relación a la competencia, para que, de este modo, podamos lograr una rápida penetración, rápida acogida, y así lograr ganar a la competencia en el mercado.
- Los precios se establecerán bajo dos criterios básicamente, el uno en base a la competencia y el otro en base al costo de la materia prima.
- Se utilizará un descuento estacional, que es una reducción de precio a los clientes que compran servicios fuera de temporada, cuando la demanda es baja. En temporadas bajas se ofrecerán descuentos del 10% sobre la tarifa normal.
- Descuentos por volumen, la mayoría de hoteles tienen tarifas especiales para atraer a los clientes que parecen estar dispuestos a comprar una gran cantidad de habitaciones. Por lo que el establecimiento ofrecerá un descuento del 3% en la tarifa para los grupos mayores a diez personas, se aplicará el mismo descuento en el caso de los deportes de aventura.
- Programar ofertas a los clientes, basadas en los precios, se pueden disminuir los precios de algunas actividades como las visitas a los lugares turísticos o deportes de aventura durante ciertas épocas del año donde la demanda es baja.

3.3.2.3. Plaza⁴³

También conocida como Posición o Canal de Distribución. Los canales de distribución son un conjunto de organizaciones independientes comprometidas en el

⁴³ Kotler Philip, Bowen John, Makens James; "Marketing para Turismo"; Tercera Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, España; pags. 312, 316.

proceso de hacer que un producto o servicio esté disponible para el consumidor o para una empresa o cliente. Las redes de distribución en el sector turístico consisten en una serie de acuerdos contractuales y alianzas esporádicas entre organizaciones independientes.

Objetivo: Buscar los medios adecuados de canales de distribución para facilitar al consumidor la adquisición del servicio y de esta manera lograr que existan mayores oportunidades de adquirirlo.

En el sector turístico, los canales de distribución se utilizan para llevar al consumidor al servicio, sea este el hotel, restaurante, crucero, etc. Los canales de distribución pueden ser de dos tipos:

- Canales de distribución Directos
- Canales de Distribución Indirectos

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se contará con ambos canales. Los canales directos, son aquellos en que el producto o servicio llega directamente al cliente; el Eco – Lodge se encontrará situado en el Km. 37 de la vía Santo Domingo – Quevedo en la parroquia Luz de América, este es el canal directo, ya que los clientes pueden acceder al servicio acudiendo a este lugar, además de poder realizar sus reservas a través del teléfono. Los canales indirectos son aquellos en que el producto o servicio llega al cliente a través de un intermediario, en el caso del establecimiento los canales indirectos con los que contará son las agencias de viajes,

ya que es a través de ellas como se logrará establecer contacto principalmente con los turistas extranjeros. Se ha realizado un convenio con la Agencia de Viaje Kaypacha Tours, gracias al contacto de uno de los socios del establecimiento.

3.3.2.3.1. Estrategias de Plaza:

- Ofrecer servicios vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se podrán realizar las reservas a través de llamadas telefónicas o mediante un correo electrónico enviado por medio de la página web del establecimiento.
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros productos, o aumentar nuestros puntos de ventas. En nuestro establecimiento se utilizará un solo intermediario que es una agencia de viajes como se explicó anteriormente.
- Con el tiempo se buscarán alianzas estratégicas con otras agencias de viaje, para lo cual se realizaran FAM TRIPS, se asignará un presupuesto de \$60 por cada Fam Trip que se realiza, se estima que durante el año se realizarán un total de 10 Fam Trips, lo que nos da un costo anual de \$600.
- Con el tiempo y dependiendo de la aceptación que tenga nuestro establecimiento, se recurrirá a una estrategia de distribución exclusiva, es decir, se implantará un punto de venta en la ciudad de Quito, exclusivo para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.
- Se creará una página web, a través de la cual los clientes podrán obtener información acerca del establecimiento. Esta estrategia tendrá un costo de \$700.

3.3.2.4. Promoción:

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto, es decir, la promoción son las actividades que realizan las empresas mediante la emisión de mensajes que tienen como objetivo dar a conocer sus productos y servicios y sus ventajas competitivas con el fin de provocar la inducción de compra entre los consumidores o usuarios⁴⁴.

Objetivo: Establecer los mejores medios o técnicas a través de los cuales se va a dar a conocer la existencia del establecimiento y así motivar a la compra del servicio y crear imagen del mismo.

Al tratarse de un Eco – Lodge nuevo con conceptos ecológicos, es necesario que la promoción sea bien aplicada, ya que de ello depende que el establecimiento pueda captar a sus clientes potenciales, y la imagen que ellos tengan de la empresa.

3.3.2.4.1. Estrategias de Promoción:

- Crear ofertas, tales como ofrecer una noche gratis cada 5 noches seguidas de alojamiento en el establecimiento o 2x1 en cocteles dentro del bar.
- Se pondrán anuncios en diarios, revistas o Internet durante los primeros meses de funcionamiento del establecimiento, y posteriormente en las temporadas altas.

⁴⁴ Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing, "Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones", Ediciones Diaz Santos, S.A., Madrid – España, pag. 13.

- Se ofrecerán paquetes de temporada alta en los que se incluirá las noches de alojamiento, visita a todos los sitios de interés y todas las actividades que ofrece el establecimiento a un costo menor del que generalmente se cobra.
- Con el tiempo y según el posicionamiento de la marca se buscará auspiciar a algún equipo deportivo o alguna empresa.
- Se colocarán anuncios publicitarios en vehículos del establecimiento, o en vehículos de transporte público, que circulen en Quito
- Se pondrán vallas publicitarias en la vía Santo Domingo – Quevedo y Aloag – Santo Domingo, las cuales tienen un costo de \$4380 el año.
- Se establecerán programas de publicidad cooperativa con los intermediarios, es decir, que ellos patrocinarán la publicidad del establecimiento a cambio de que sus productos sean resaltados dentro del Eco - Lodge.
- Establecer un programa de premios e incentivos a los compradores. Por ejemplo se podría ofrecer una tarifa del 50% menos de la tarifa normal a los huéspedes que llenen un total de 10 noches de alojamiento durante el año.
- Se hará uso del marketing interactivo, que es el uso y empleo de diferentes técnicas de comunicación basadas en soportes y medios tecnológicos, como por ejemplo internet o la telefonía móvil. En el caso del establecimiento, se creará una página web a través de la cual se darán a conocer todos los servicios que ofrece TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE.

3.3.3. Presupuesto de Marketing:

Para el presupuesto de marketing, se tomará en cuenta las estrategias prioritarias a aplicarse en el establecimiento, el presupuesto se compone de dos elementos, el uno

el presupuesto de medios y el otro las distintas estrategias de producto, precio, plaza y promoción.

PRESUPUESTO DE MEDIOS		
	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MEDIO PRINCIPAL		
<u>Televisión</u>		
<i>Ecuavisa</i>		
Spot Publicitario	\$1.200,00	\$1.200,00
Mes de Publicidad (8 cuñas) por 6 meses	\$1.730,00	\$10.380,00
<u>TOTAL MEDIO PRINCIPAL</u>	-	<u>\$11.580,00</u>
MEDIO SECUNDARIO		
<u>Radio</u>		
<i>Radio Quito</i>		
Spot Publicitario (1 minuto)	\$30,00	\$30,00
Mes de Publicidad (5 cuñas diarias) por 6 meses	\$1.400,00	\$8.400,00
<u>Prensa Escrita</u>		
<i>El Comercio</i>		
Anuncio B/N	\$2.520,00	\$2.520,00
<u>Internet</u>		
Diseño y Creación de Pagina Web	\$500,00	\$500,00
Banner en Facebook (semestre)	\$300,00	\$1.800,00
<u>Material Pop</u>		
Flyers Publicitarios A5 (500) por 6 meses	\$96,30	\$577,80
<u>TOTAL MEDIO SECUNDARIO</u>	-	<u>\$13.827,80</u>
MEDIO AUXILIAR		
Vallas Publicitarias (semestre)	\$4.380,00	\$4.380,00
Stickers Publicitarios	\$ -	\$780,00
Publicidad en buses (semana) por tres meses	\$529,30	\$1.587,90
<u>TOTAL MEDIO AUXILIAR</u>	-	<u>\$ 6.747,90</u>
<u>TOTAL PRESUPUESTO DE MEDIOS</u>		<u>\$32.155,70</u>

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE MARKETING	
<i>Presupuesto de Medios</i>	\$ 32.155,70
<i>Presupuesto Otras Estrategias</i>	
Elaboración de la carta	\$ 600,00
Fam Trips	\$ 500,00
<i>Total</i>	\$ 1.100,00
TOTAL PRESUPUESTO MK	\$ 33.255,70

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO⁴⁵

4.1.1. Macro Localización:

La macro localización, se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, el proyecto se localizará en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en la parroquia Luz de América, se eligió este sitio mediante el método de evaluación por puntos, explicado más adelante. Se ha escogido este sitio como la macro zona del proyecto, debido en primer lugar a que el turismo en la Provincia no se encuentra explotado en su totalidad, y lo que se busca es dar a conocer a este lugar como un nuevo sitio de interés turístico dentro del Ecuador; y en segundo lugar, se eligió a la Parroquia Luz de América, debido a que se encuentra en un sitio privilegiado y es la puerta de entrada a la provincia para los turistas que van desde y hacia la Costa. Además, no existen establecimientos hoteleros de gran importancia en el sector.

Santo Domingo de los Tsáchilas, es una nueva provincia de las 24 que ya tiene el Ecuador, está ubicada en las estribaciones de la Cordillera Occidental a 133 Km. de Quito, delimitada al norte por la Provincia de Esmeraldas y los cantones Puerto Quito y San Miguel de los Bancos, al sur por las Provincias de los Ríos y Cotopaxi, al este por los Cantones Quito y Mejía y finalmente al oeste por la provincia de

⁴⁵ Opiniones de la Autora y recopilación de la fuente: Capítulo III: Localización, Tamaño e Ingeniería del proyecto, página web: <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap3.html>, obtenido en fecha: 06/05/11.

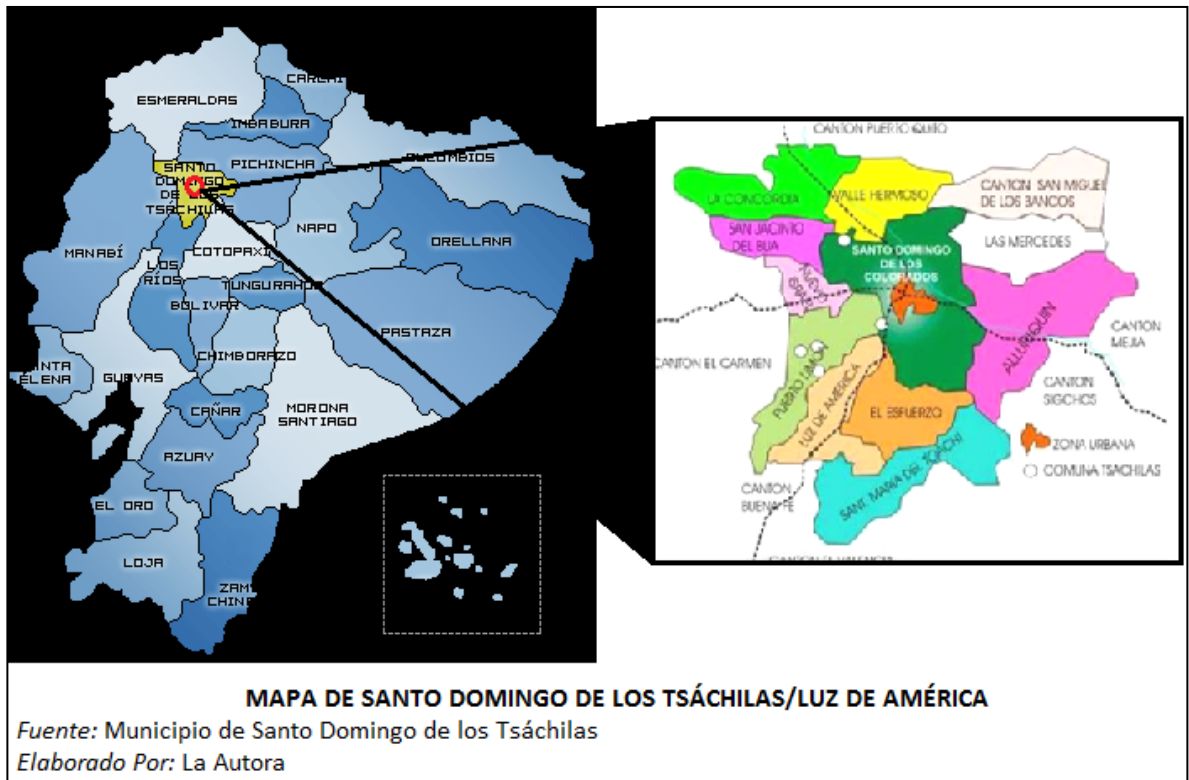
Manabí. Cuenta con una población de 322.080 habitantes según proyecciones del INEC.

La parroquia donde se planea crear el Eco-Lodge, está ubicada en la parte suroccidental de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en el km. 23 de la vía Santo Domingo – Quevedo, y cuenta con una población de 14.000 habitantes. Luz de América es una parroquia que desempeña tanto actividades económicas como industriales. Dentro de sus actividades económicas tenemos que es exportadora de papaya, así también, es una zona industrial que cuenta con 15 empresas y varias microempresas mas.

Tanto Santo Domingo como Luz de América, se encuentra en una zona climática lluviosa subtropical, a una altura de 655 msnm, teniendo una temperatura promedio de 22, 9°C y un volumen de precipitaciones de 3000 a 4000 mm anuales. Las playas más cercanas son las de Pedernales que esta a una hora con el nuevo camino.

Por su ubicación geográfica, tienen un comercio muy activo, ya que, la provincia en general, se ha convertido en un puerto terrestre de intercambio entre sierra y costa. La actividad más importante es la Ganadera, pues es aquí en donde se desarrolla el mayor mercado ganadero del país.

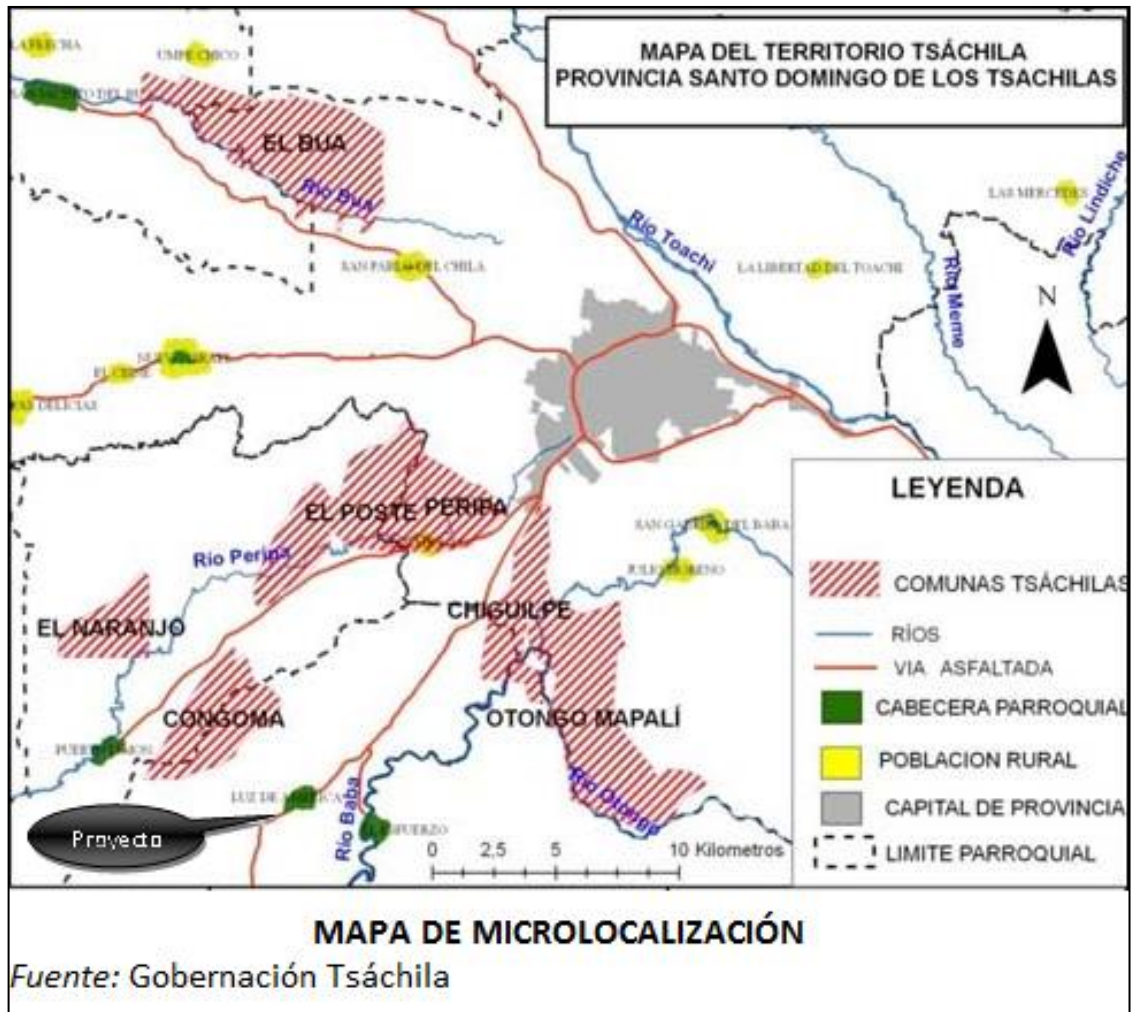
Por encontrarse en una zona tropical y estar limitados por una rama de la cordillera de los andes existe una alta biodiversidad y pisos ecológicos que crean una variedad infinita de ecosistemas. Las características de la Provincia, así como de la parroquia Luz de América, se encuentran estudiadas más a profundidad en el primer capítulo.



4.1.2. Micro Localización:

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida, es una dirección más exacta del lugar donde se localiza el proyecto.

El estudio se realizará en el km. 37 (a 2 km. de la entrada al Recinto San Vicente del Nila) de la vía Santo Domingo - Quevedo, en la parroquia Luz de América de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.



4.1.3. Métodos de Evaluación para la Localización:

Como se dijo anteriormente, es importante evaluar cual es el mejor sitio para la construcción del proyecto, para esto existen distintos métodos de evaluación, sin embargo, el que utilizaremos es el método cualitativo por puntos.

4.1.3.1. Método Cualitativo por Puntos:

Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia

para el investigador al momento de tomar la decisión. Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo a una escala predeterminada, como por ejemplo, de cero a diez.

La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje⁴⁶.

Para la determinación del lugar óptimo para la ubicación del proyecto, se comparó entre varias parroquias de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, así tenemos:

- Luz de América
- Valle Hermoso
- Puerto Limón

Cada parroquia posee sus atractivos y aspectos positivos, así como negativos, sin embargo, con la matriz se demostró que la parroquia Luz de América, es el lugar óptimo para la localización del proyecto.

4.1.3.2. Factores que influyen en la localización:

La localización de un proyecto podría determinar el éxito o fracaso de una empresa, ya que ésta no depende solo del aspecto económico, sino que obedece también a criterios estratégicos, que permitan maximizar la rentabilidad del Proyecto. Existen

⁴⁶ Del sitio web: Universidad de Boyacá, Facultad de Ciencias e Ingeniería, Métodos para la Evaluación de opciones de localización de un proyecto, página web: <http://www.slideshare.net/danizambra/mtodos-de-localizacion-de-proyectos-deza-2-presentation-811160>, obtenido a fecha: 06/05/11

algunos factores que pueden influir en la localización del proyecto, entre los cuales se pueden mencionar:

- *Transporte y Vías de Acceso*, este aspecto es importante para la selección de la localización, ya que debe siempre facilitarse el acceso que tengan los futuros clientes al establecimiento. Muchas veces la dificultad de transporte, o las malas vías de acceso provoca que la demanda disminuya; si en relación a la competencia, este aspecto es malo, los clientes van a preferir el establecimiento donde tengan mayor facilidad para acceder al lugar.

Los tres lugares, cuentan con vías de acceso favorables y pavimentadas, de igual forma, el acceso por medios de transporte es bueno, ya que existen varias cooperativas de buses que llegan a estos lugares.

- *Cercanía a las fuentes de abastecimiento*, influyen en la localización de un proyecto de este estilo, ya que se necesita de alguna manera obtener la materia prima que se utiliza en el establecimiento, y muchas veces el transporte de la misma, implica costos o esfuerzos adicionales. Luz de América es la parroquia que más cerca se encuentra de las fuentes de abastecimiento, ya que esta a aproximadamente media hora de la capital de la provincia, mientras que el resto de lugares se encuentran más alejados.
- *Disponibilidad y costo de mano de obra*, para la operación de cualquier empresa, el recurso humano es indispensable, es necesario, que el lugar donde se encuentra el proyecto brinde facilidad de acceso a la mano de obra y sobretodo que cuente con personal capacitado y de experiencia. Ningún lugar cuenta con mano de obra capacitada y experimentada en el campo hotelero, sin

embargo, este aspecto no representa un gran problema, ya que al personal se lo capacitará constantemente.

- *Cercanía al mercado*, con esto se refiere a los tiempos que el mercado, es decir, los consumidores pueden hacer hasta llegar al lugar donde se localiza el proyecto, tomando en cuenta el tráfico, lugares por donde debe atravesar, y las maniobras necesarias que debe realizar para llegar al destino. En este caso el lugar más cercano al mercado es Luz América, ya que se llega más rápido, debido a que se accede directamente por la vía Santo Domingo – Quevedo, mientras que para el resto de lugares se debe acceder por otras vías.
- *Costo y Disponibilidad de Terrenos*, la inversión en un proyecto, constituye el factor clave, ya que muchas veces por el alto costo el proyecto no puede ser desarrollado tal como se esperaba o queda detenido. Es por ello, que se debe considerar el costo que implica adquirir un terreno y la disponibilidad de este en las dimensiones requeridas para servir las necesidades actuales y las expectativas de crecimiento futuro de la Empresa. Únicamente en la parroquia Luz de América, se cuenta con un terreno amplio, mientras que en el resto de lugares no.
- *Disponibilidad y confiabilidad de sistemas de apoyo*, dentro de esto se encuentran los sistemas de agua potable, electricidad y comunicaciones. Para cualquier operación es indispensable contar con estos servicios. En todos lugares se cuenta con sistemas óptimos de apoyo, sin embargo, por la ubicación Valle Hermoso cuenta con mejores sistemas.
- *Condiciones sociales y culturales*, aquí se toma en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores, así como la aceptación que tienen los

pobladores y clientes potenciales frente al proyecto, lo cual puede influir mucho en la elección del sitio óptimo para la construcción del establecimiento. En todos los lugares existen condiciones sociales y culturales favorables, ya que este tipo de negocios es aceptado dentro de la comunidad por el impulso económico que le da a la provincia; además, por las nuevas tendencias turísticas el giro del negocio, es bastante aceptado por los consumidores.

- *Edificaciones Aprovechables*, es un factor a considerarse, ya que de existir una construcción en el sitio, se pueden abaratar costos utilizando dicha edificación y sobre ella construir algo que sirva para el establecimiento. En Luz de América, se cuenta con este tipo de edificaciones, lo cual representa un aspecto favorable para el negocio, sin embargo, se tratará en lo posible de conseguir en el resto de lugares, terrenos con edificaciones aprovechables.
- *Competencia*, este es un factor importante a considerar, debido a que la competencia generalmente tiene un mercado ya ganado y no es tan recomendable que se creen nuevos proyectos donde el mercado está totalmente ganado por la competencia. En Luz de América y Puerto Limón, no existen establecimientos hoteleros de gran importancia, sin embargo, en Valle Hermoso se cuenta con competencia indirecta importante, como lo es Kashama Lodge.
- *Disponibilidad de Recursos Naturales*, al tratarse de un proyecto de tipo ecológico, este es un factor importante, ya que, es necesario que al cliente se le brinde muchas actividades que tengan relación con la naturaleza y para ello es necesario que el lugar en sí disponga de atractivos naturales. Aunque Valle Hermoso cuenta con atractivos naturales en mayor cantidad, el resto de

parroquias no se queda atrás, ya que disponen de hermosos lugares donde el cliente puede disfrutar de un contacto íntimo con la naturaleza.

A continuación se encuentra la matriz de localización de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE:

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN							
Factor Relevante	Peso Relativo	PUERTO LIMÓN		LUZ DE AMÉRICA		VALLE HERMOSO	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Transporte y Vías de Acceso	0,15	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento	0,05	8	0,4	8	0,4	5	0,25
Disponibilidad y costo de Mano de Obra	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35
Cercanía al Mercado	0,15	7	1,05	8	1,2	7	1,05
Costo y disponibilidad de Terrenos	0,07	5	0,35	9	0,63	5	0,35
Disponibilidad y confiabilidad de Sistemas de Apoyo	0,15	7	1,05	7	1,05	8	1,2
Condiciones Sociales y Culturales	0,05	8	0,4	8	0,4	8	0,4
Edificaciones Aprovechables	0,03	5	0,15	8	0,24	5	0,15
Competencia	0,15	9	1,35	8	1,2	6	0,9
Disponibilidad de Recursos Naturales	0,15	8	1,2	8	1,2	9	1,35
TOTALES	1		7,5		<u>7,87</u>		7,2

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en la matriz de localización, la parroquia Luz de América aparece como la más adecuada para la localización del proyecto frente al resto de parroquias, debido a que el transporte y vías de acceso facilitan que los clientes provenientes de Quito, lleguen al lugar fácilmente; además que se encuentra a una distancia adecuada del mercado al que se dirigen, y sobre todo, se pueden abaratar

costos al contar con un terreno amplio y edificaciones aprovechables para el proyecto en dicho sector. Además el lugar cuenta con una gran riqueza natural, en menor proporción que el resto de lugares, pero lo suficiente para atraer a los clientes potenciales. Finalmente la competencia en el sector no es mucha, ya que, la mayoría de lugares de alojamiento de la provincia, del nivel que el proyecto pretende realizar, se encuentran en lugares relativamente lejanos de la parroquia Luz de América.

4.2. CATEGORIZACIÓN DEL PROYECTO:

Como ya se mencionó anteriormente, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se constituirá en un establecimiento de primera categoría. Debido a la falta de actualización del reglamento que rige la actividad turística, para los requisitos de categorización del establecimiento, se tomarán como base dicho reglamento y además un documento expedido después de realizarse unas jornadas de socialización con representantes del sector turístico y el Ministerio de Turismo, en las cuales se establecieron los requisitos mínimos que deben tener los diferentes establecimientos, y los cuales servirán de fundamento para la expedición de las futuras normas técnicas de las actividades turísticas. Para poder conocer el tamaño, distribución y equipamiento del establecimiento es necesario conocer los requisitos que debe tener un Eco – Lodge de esta categoría, dichos requisitos se encuentran detallados en el Anexo No. 3.

4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO⁴⁷

La Importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. En el caso de proyectos hoteleros, se mide por el número de habitaciones construidas o instaladas o por el número de huéspedes que el establecimiento está en capacidad de recibir. De acuerdo a los factores que se señalarán a continuación, sumado, a las expectativas de crecimiento futuro, los distintos esfuerzos de marketing por captar mercado, a la experiencia de la competencia y el apoyo que se le está dando a la provincia para impulsarla como nuevo destino turístico, se espera cubrir un total de 30 plazas diarias.

4.3.1. Factores que determinan el tamaño:

Existen una serie de factores que se deben tomar en cuenta para determinar el tamaño de un proyecto, así tenemos:

⁴⁷ Opiniones de la Autora y recopilación de la fuente: Capítulo III: Localización, Tamaño e Ingeniería del proyecto, página web: <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap3.html>, obtenido en fecha: 10/05/11.

4.3.1.1. Demanda/Capacidad instalada:

Este factor está condicionado al tamaño del mercado consumidor, y la capacidad instalada que tiene el proyecto. Este estudio se lo realizó anteriormente en el Capítulo II del presente documento, en la parte que hace referencia al Mercado Real, dónde se determinó que la capacidad instalada del establecimiento debería ser de 24 pax diarios.

4.3.1.2. Financiamiento:

La capacidad financiera de la empresa influye en gran medida en el tamaño del proyecto, ya que, si los recursos financieros son insuficientes para cubrir la inversión de un proyecto, éste se detiene. Por lo tanto, el tamaño del proyecto, debe ser aquel que pueda financiarse fácilmente y que en lo posible presente menores costos financieros.

4.3.1.3. Tecnología:

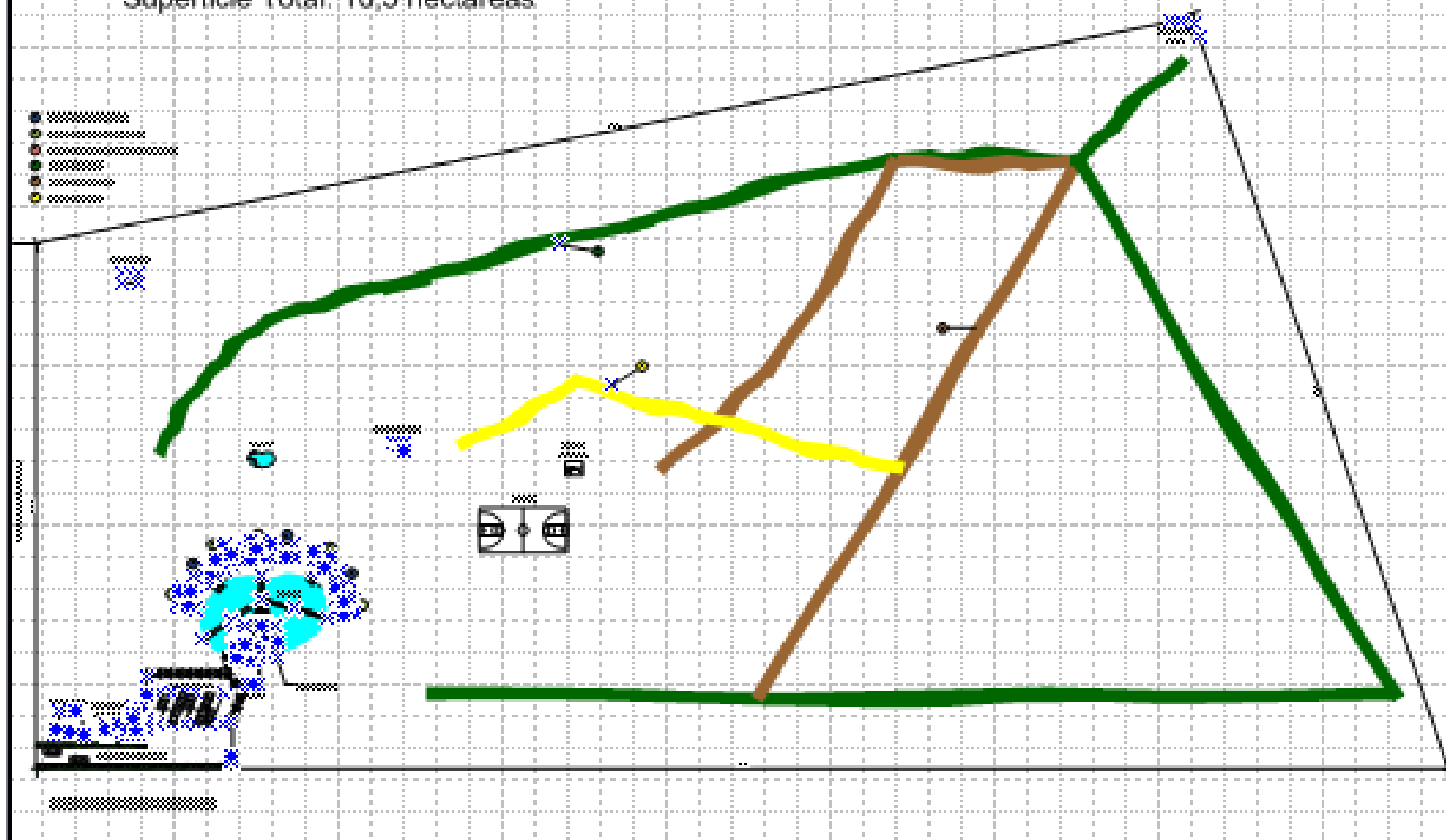
Para la determinación del tamaño, también se toma en cuenta a la tecnología, específicamente maquinarias y equipos, ya que, existen ciertos procesos o técnicas de producción en la que son necesarios este tipo de activos, y de acuerdo al tamaño requerido para la implementación de este tipo de tecnología, se debería también determinar el tamaño de ciertas áreas que forman parte del proyecto.

4.3.2. Planos:

A continuación se encuentran los planos del establecimiento por área y plano periférico o general.

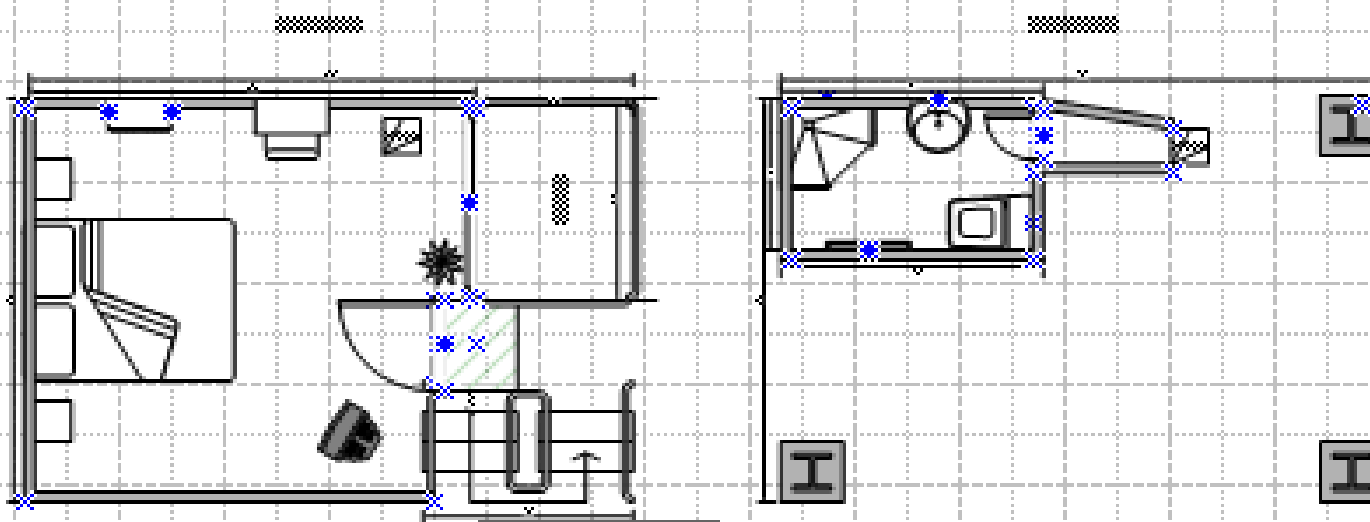
PLANO GENERAL

Superficie Total: 10,5 hectáreas



PLANO CABAÑA LOWA

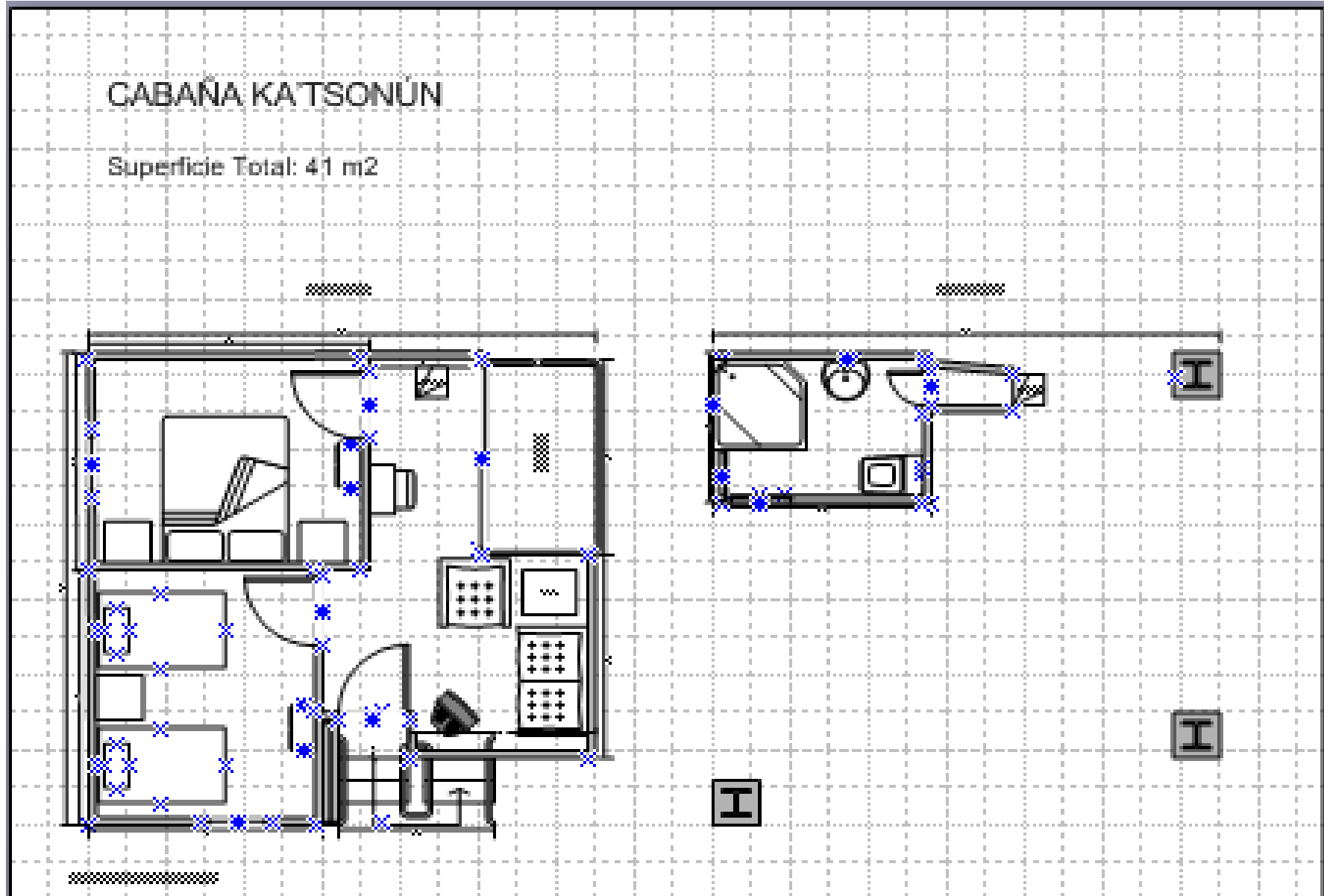
Superficie Total: 24 m²



Escalera de dos tramos

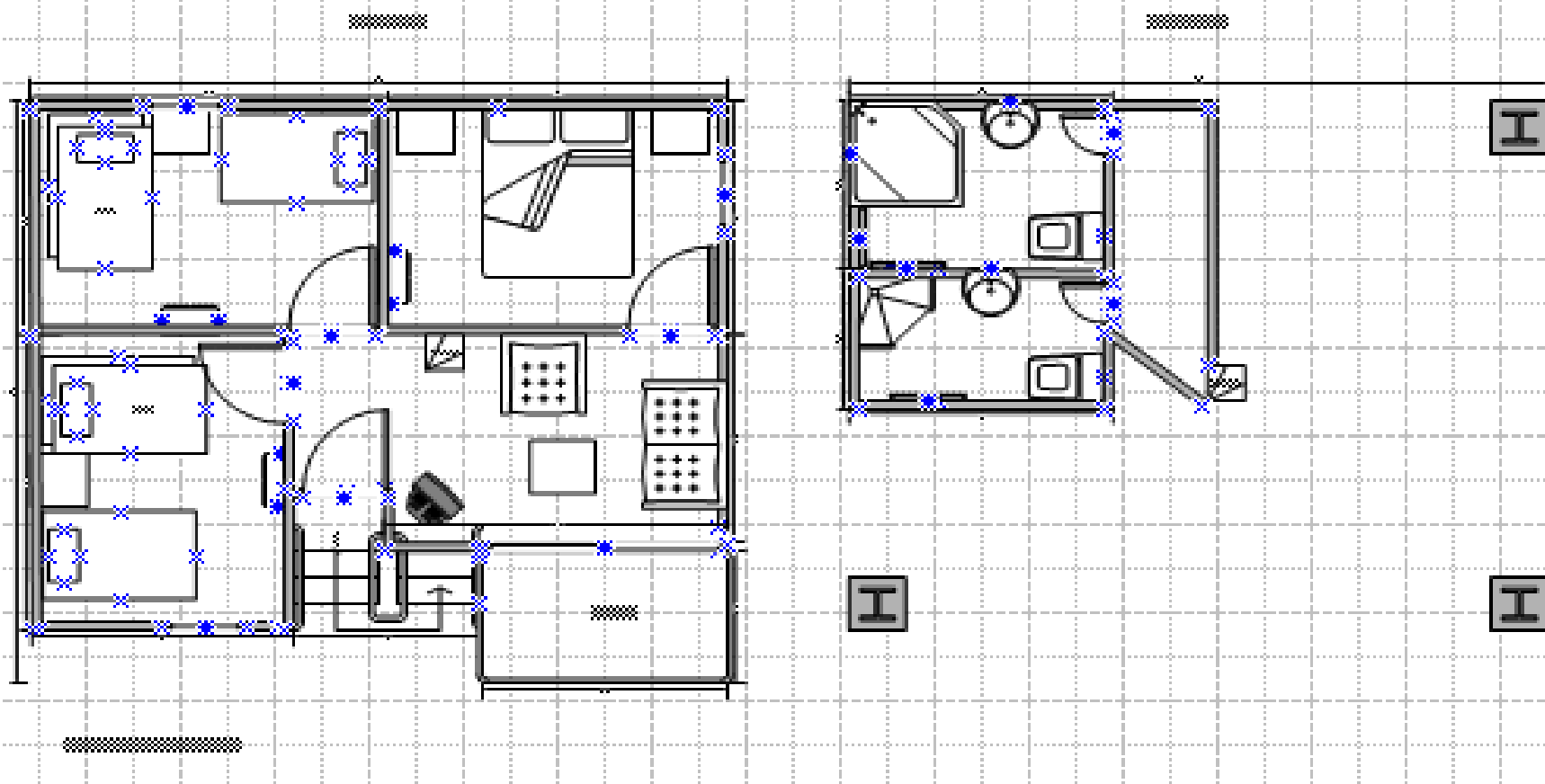
CABAÑA KATSONUN

Superficie Total: 41 m2



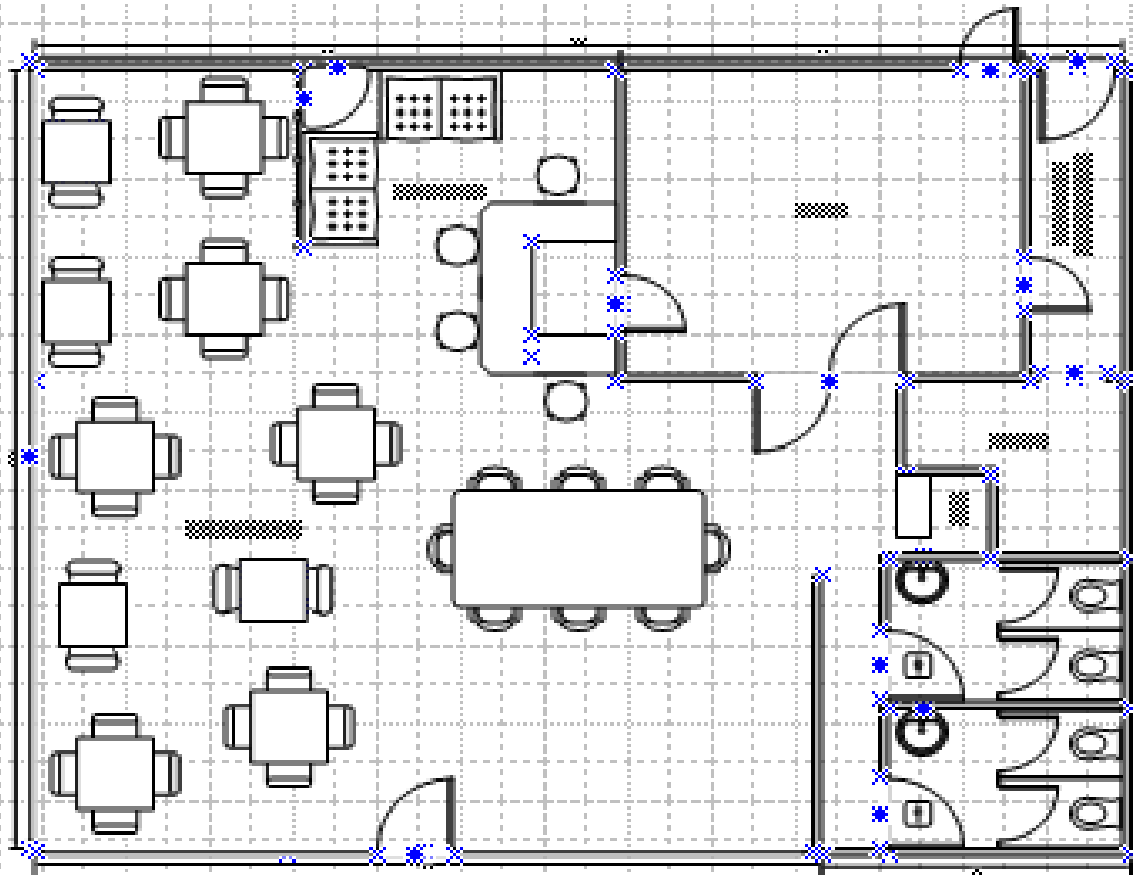
CABAÑA KA'TSONÚN FAMILIAR

Superficie Total: 48,84 m²



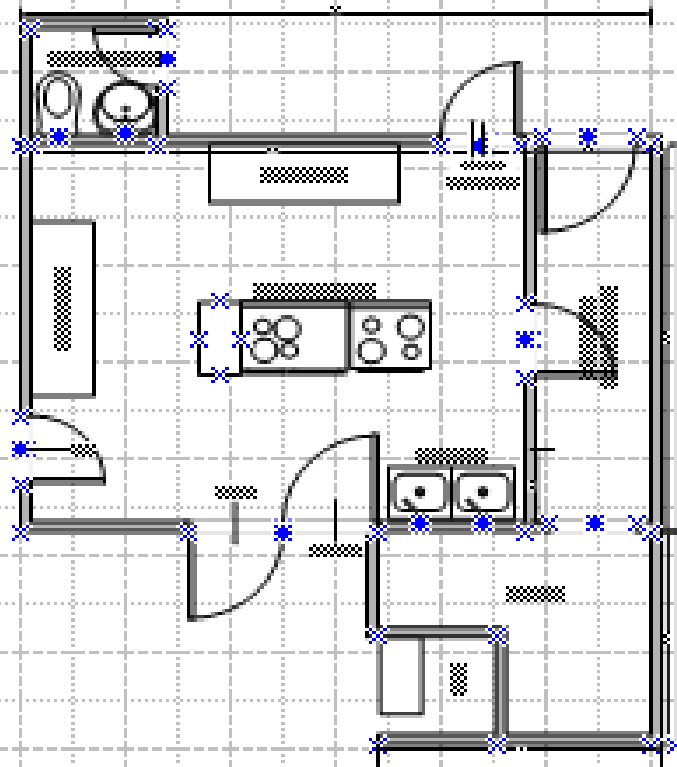
PLANO RESTAURANTE

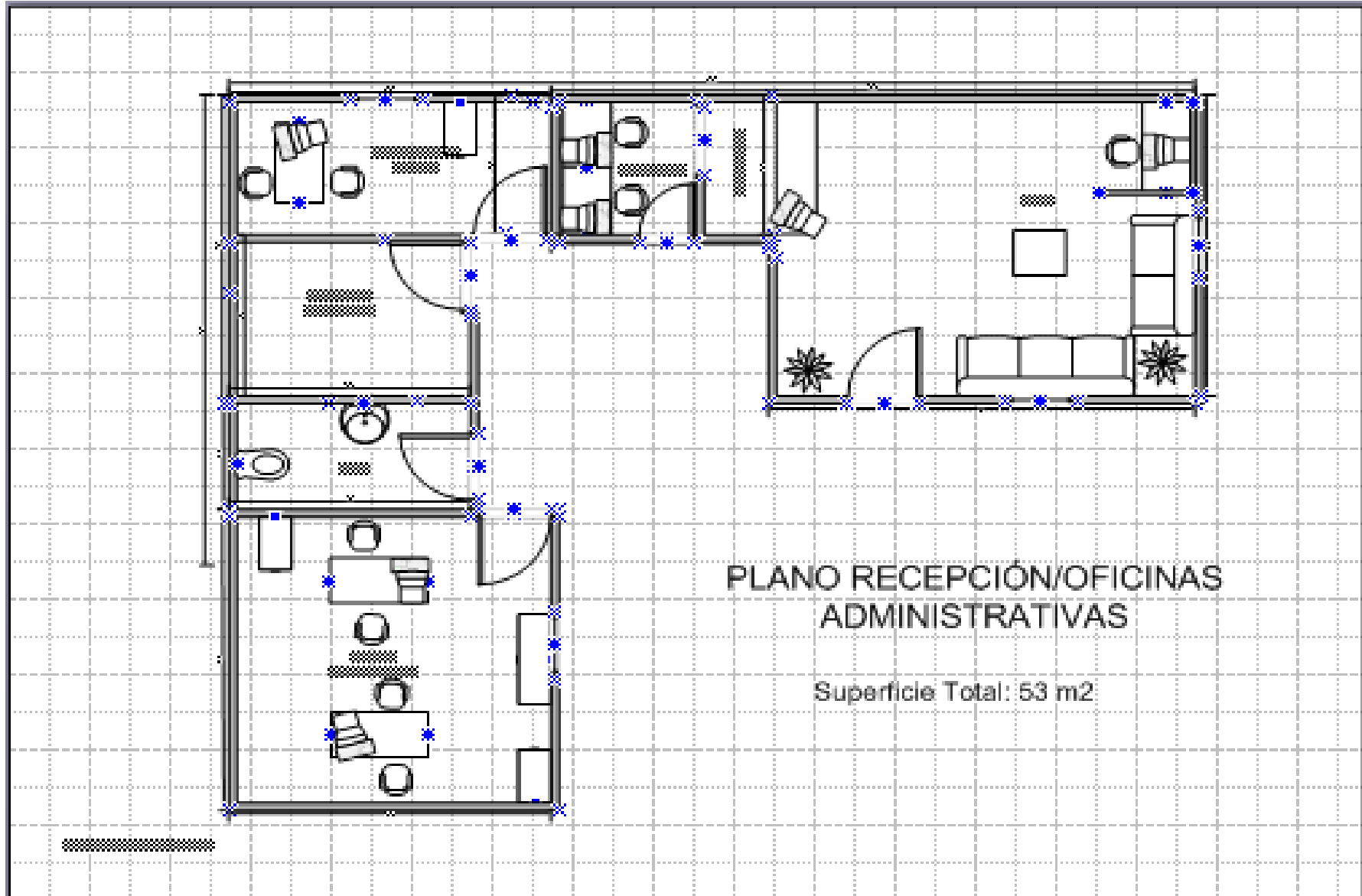
Superfície Total: 130.m2



PLANO COCINA

Superficie Total: 30,50 m²

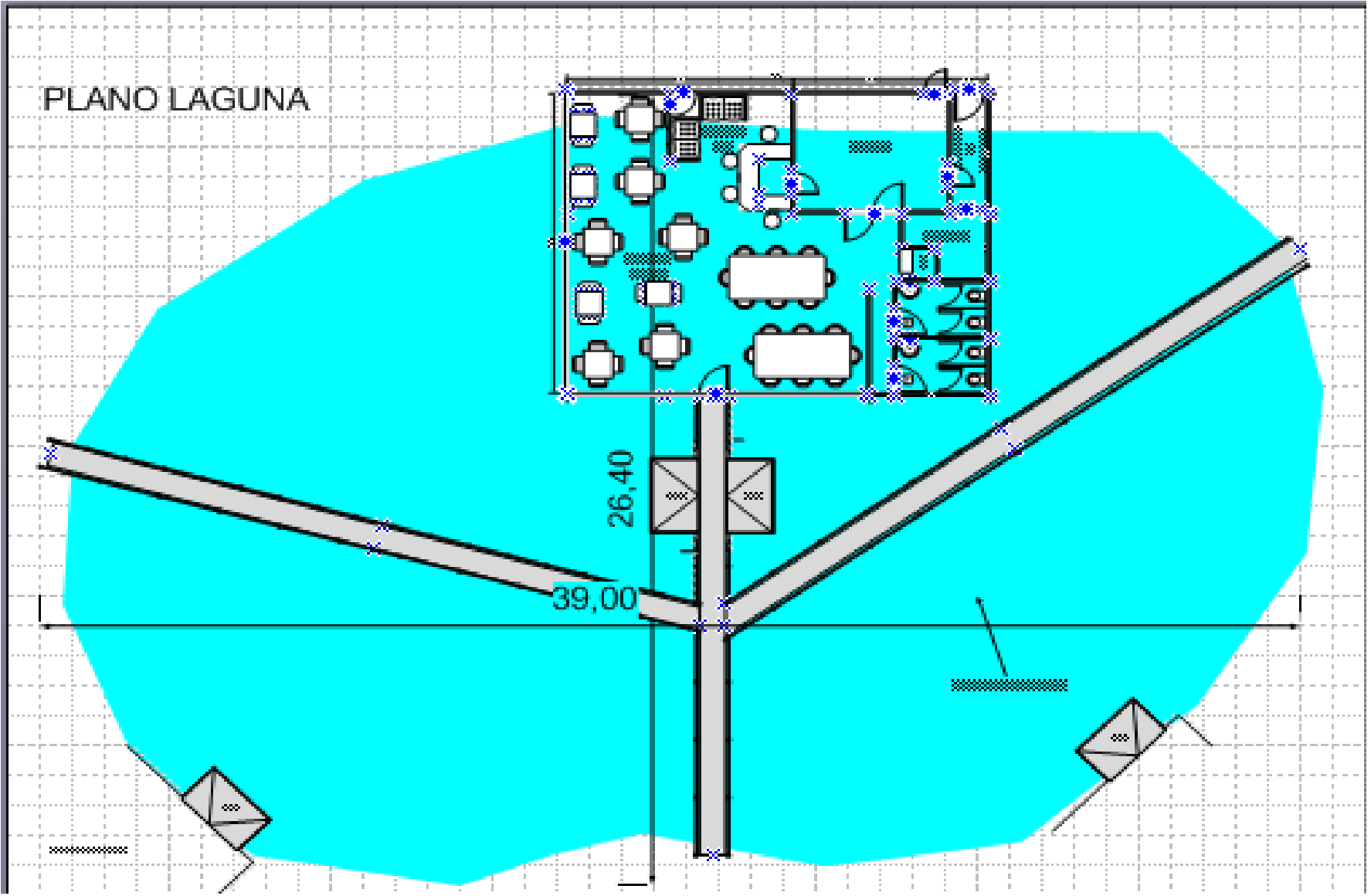




**PLANO RECEPCIÓN/OFICINAS
ADMINISTRATIVAS**

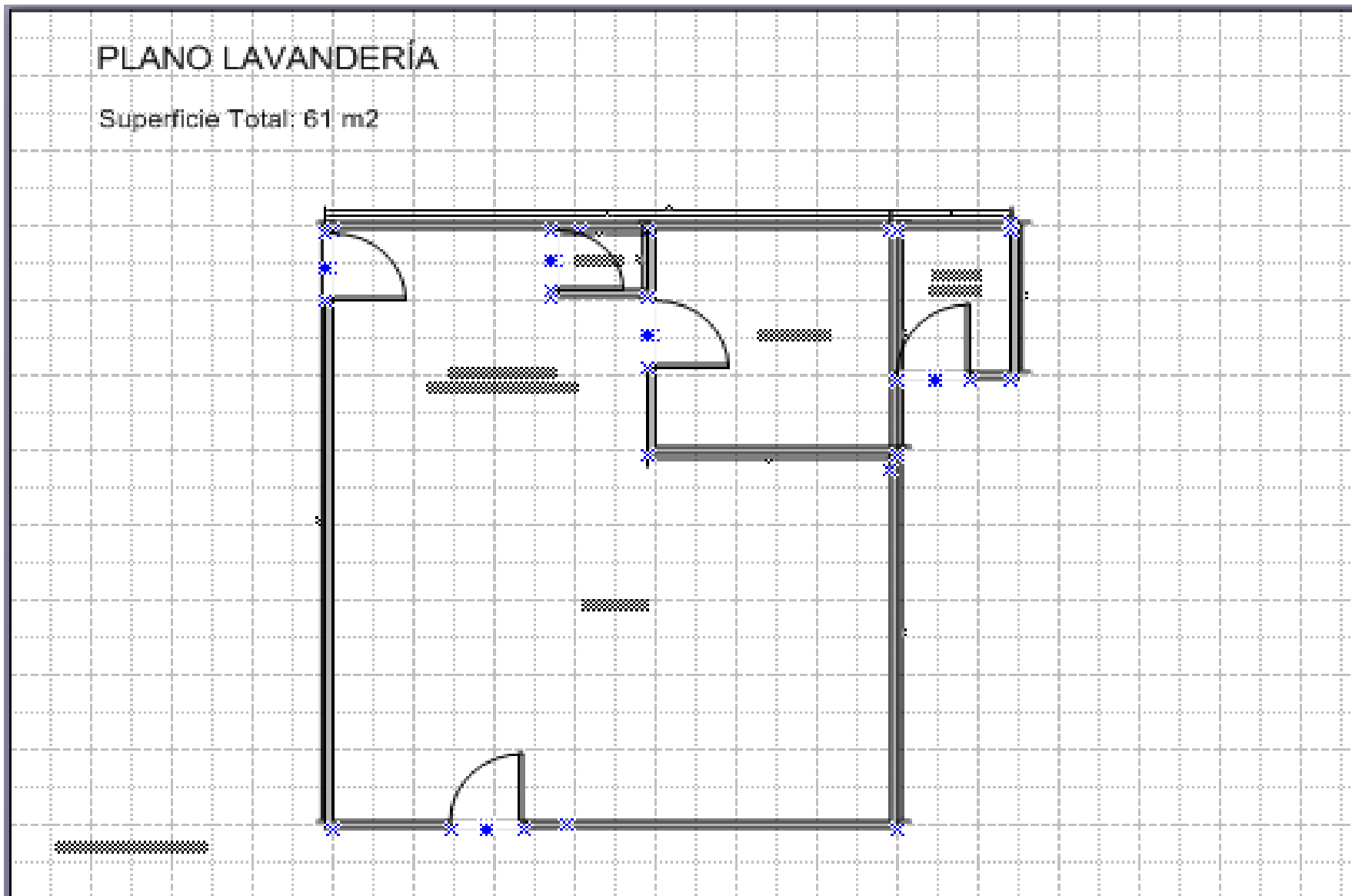
Superficie Total: 53 m²

PLANO LAGUNA



PLANO LAVANDERÍA

Superficie Total: 61 m²



4.3.3. Descripción y Dimensionamiento de áreas:

Todo el establecimiento estará construido en base a ladrillo, cemento y caña guadua, sobre todo para abaratar costos, ya que la caña guadua es un material de construcción barato y que además le da una decoración rústica al establecimiento. El lugar donde va a desarrollarse el proyecto tiene un terreno amplio de 10 hectáreas y media, para distribuirlos entre las distintas áreas del establecimiento. A continuación se describen cada una de las áreas:

4.3.3.1. Alojamiento:

En el área de alojamiento, se proporcionará a los huéspedes estancia en cómodas cabañas ecológicas. En total, se contará con 8 cabañas, para un total de 30 huéspedes, distribuidas de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN DE CABAÑAS POR TIPO DE OCUPACIÓN			
CANTIDAD	TIPO DE HABITACION	OCUPACIÓN	CAPACIDAD
3	Cabaña Lowá	2 Pax	6
4	Cabaña Ka'tsonún	4 Pax	16
1	Cabaña Ka'tsonún Familiar	8 Pax	8
CAPACIDAD TOTAL			30 Pax

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Características Generales de las Cabañas:

- Todas las cabañas serán construidas con materiales propios de la zona. La base con ladrillo, paredes con caña guadua, y el techo con paja, éste último, será impermeabilizado con una capa de tejas de barro cocido, lo cual aumentará su

resistencia a lluvias, insectos e incendios, además, los pisos serán de baldosa para disminuir el calor.

- Todas las cabañas estarán ubicadas en forma de semicírculo, alrededor de la laguna, separadas la una de la otra de tal forma que brinden un ambiente de intimidad a los huéspedes.



- Ninguna cabaña es construida al piso, sino a 2,50 metros de altura, semejando a las viviendas propias de las comunidades de la localidad.
- Todas tienen una puerta corrediza de vidrio, lo cual les brinda una vista excelente hacia la laguna y les permite el acceso hacia una pequeña estancia donde se colocará una hamaca para que los clientes puedan disfrutar de una vista tranquila y un momento de relajamiento con la naturaleza.
- Todas las cabañas tendrán un armario por habitación.
- Los baños de todas las cabañas se encuentran en la parte baja, conectados mediante una escalera interna.

A continuación se describe cada una de las cabañas:

- *Cabaña Lowá:*

Existirán tres cabañas, con capacidad para dos personas. Tendrán una extensión total de 24 m². La cabaña tendrá un solo ambiente, y sus medidas serán las siguientes:

- o Dormitorio: 17 m²
- o Balcón: 3 m²

- Baño: 3,75 m²

En el área de dormitorio entrará una cama Queen Size⁴⁸. Una de estas cabañas tendrá acceso por rampas para facilitar el alojamiento de personas con discapacidades.

- *Cabaña Ka'tsonún:*

Serán en total cuatro cabañas de este tipo, con capacidad para cuatro personas y una extensión de 41 m². Presenta dos ambientes, uno donde se ubica la sala de estar pequeña, y el otro que lo constituyen las dos habitaciones; en la una habitación se ubicará una cama Queen Size y en la otra, dos camas Twin⁴⁹; las medidas son las siguientes:

- Dormitorio 1 → 10,45 m²
- Dormitorio 2 → 10,20 m²
- Balcón: 3,90 m²
- Sala de Estar: 6,48 m²
- Baño: 5,60 m²

- *Cabaña Ka'tsonún Familiar:*

Existirá una cabaña de este tipo, con capacidad para ocho personas y una extensión total de 49 m². Presenta dos ambientes al igual que la cabaña anterior, el de la sala de estar y el área de dormitorios que incluye tres habitaciones independientes, una con una cama Queen Size para dos personas, y las otras dos

⁴⁸ Cama de dos plazas o matrimonial que mide 1,50mts. a 1,80mts. de ancho por 1,90 mts. a 2 mts. de largo.

⁴⁹ Cama de una plaza

habitaciones con capacidad para tres personas cada una, distribuidas en una cama litera y una cama Twin. Las medidas de esta cabaña son:

- Dormitorio 1 → 9,35 m²
- Dormitorio 2 → 10 m²
- Dormitorio 3 → 9,20 m²
- Balcón → 3,90 m²
- Sala de Estar → 8,57 m²
- Baño 1 → 5,30 m²
- Baño 2 → 4,48 m²

4.3.3.2. Bar – Restaurante:

El Restaurante, tendrá una superficie total de 130,5 m², como se dijo anteriormente, será de vidrio la parte del frente, que corresponde a mesas y bar, y el resto hecho de cemento y caña guadua, los pisos serán de baldosa. Se encontrará en medio de una laguna artificial. Su capacidad total será para 38 personas. La decoración de este lugar será más moderna y contará principalmente con cuatro áreas:

- Área de mesas
- Área de bar
- Caja
- Cocina
- Baños

El área de mesas tendrá un área de 69 m², con una capacidad para 30 personas distribuidas de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN DE MESAS		
No. Mesas	No. Pax	Capacidad
3	2	6
4	4	16
1	8	8
TOTAL		30

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Todas las mesas y sillas serán de madera, y la decoración será únicamente a base de plantas que le brinden un ambiente tranquilo y sobrio al lugar.

El área del bar será pequeña, con una superficie de 17 m². Aquí se contará con un total de ocho puestos, distribuidos cuatro en la barra y cuatro en una pequeña sala. La caja tendrá una extensión de 1 m².

El área de baños, será diferenciada entre hombres y mujeres, y cada baño tendrá dos cubículos, y un lavamanos común. El área de baños, tendrá una superficie total de 14 m².

El área de cocina, tendrá una superficie de 30 m² y contará principalmente con los siguientes espacios:

- Cocina : Cocina fría, Cocina Caliente, Producción, Posillería → 19 m²
- Bodega → 5 m²
- Recepción de mercadería → 5 m²
- Baño de Personal → 1,50 m²

Todas las puertas de la cocina tendrán brazos hidráulicos para permitir el fácil ingreso de meseros, además el piso tendrá baldosa antideslizante opaca y con

rejillas. Las paredes tendrán baldosa a 1,20 metros, para evitar que las paredes se ensucien, la luz será artificial y en el área de cocina caliente se contará con extractores de olores.

4.3.3.3. Recepción/Lobby/Oficinas Administrativas:

Para estas áreas se adecuará una edificación de cemento que se tiene actualmente en el terreno.

- Recepción y Lobby

Estas áreas tendrán una superficie total de 26 m², a la edificación ya existente se le dará acabados con caña guadua y guardarán un estilo rústico, aquí toda la decoración irá acorde a la cultura Tsáchila, es decir, estarán parte de las vestimentas, música, baile, instrumentos utilizados en la labor diaria, y todo acerca de las costumbres de esta etnia, de tal manera que los turistas tanto nacionales como extranjeros aprendan lo que es una parte de la cultura ancestral de nuestro país.

El lobby contará con una superficie de 21 m², donde se ubicará una pequeña sala y un área con una computadora para los clientes que deseen hacer el uso de internet. La recepción tendrá principalmente dos áreas, el front office y el back office, con una superficie total de 5 m².

- Oficinas Administrativas

Esta área contará con dos oficinas, una con un área de 16 m², donde se distribuirán las distintas oficinas de los administrativos que se requieran según

se establecerá más adelante en el Capítulo V, de Estudio Administrativo y Legal; y otra de 7,40 m² para la Administración General. Además se contará con un baño de personal, de 4,50 m². y una bodega de suministros de oficina de 6,45 m².

4.3.3.4. Laguna:

Como se dijo anteriormente, el restaurante se encontrará a manera de puerto sobre una laguna artificial, ésta tendrá una longitud de 39,00 m., mientras que su ancho será de 26,35 m. y su profundidad de 3 m. Además contará con un puente de acceso de 15,35 m. y cuatro muelles de 5,50 m. por 1,40 m., para transportar a las personas que deseen hacerlo en bote.

4.3.3.5. Piscina:



La piscina será en forma de riñón, donde existirán dos secciones, la una para adultos y otra más pequeña para niños y tendrá una caída de agua, además estará rodeada de vegetación propia de la zona. El área para niños, tendrá aproximadamente 2 m. de largo por 1,95 m. de

ancho con una profundidad de 0,50 m.; mientras que el área de adultos será de 8 m. de largo por 4,90 m. de ancho, con una profundidad de 1,40 m.

4.3.3.6. Senderos Ecológicos:

Se adecuarán tres tipos de senderos, con tierra natural: largo, corto y mediano que irán alrededor de toda la propiedad, y permitirán llegar a una pequeña gruta donde se encontrará una virgen de piedra, esta gruta tendrá una superficie de aproximadamente 9 m². Las medidas aproximadas de los senderos son las siguientes:

- Sendero Largo → 800 m.
- Sendero Medio → 467 m.
- Sendero Corto → 323 m.

4.3.3.7. Cancha Polideportiva:

Será una cancha polideportiva de cemento, para practicar, fútbol, básquet o vóley, tendrá una dimensión de 26 m de largo por 14 m de ancho, es decir, una superficie de 364 m².

4.3.3.8. Juegos Infantiles:

Para la recreación de los más pequeños existirá un área de juegos infantiles, hechos básicamente de madera. Esta área tendrá una superficie de 24 m².

4.3.3.9. Baños Públicos:

Los baños públicos tendrán una superficie de 11 m², y se dividirán en baños para hombres y mujeres, cada uno contará con dos cubículos y un lavamanos. Cada cubículo tendrá una longitud de 1,60 m. de largo por 0,85 m. de ancho.

4.3.3.10. Caballeriza:

La caballeriza contará con una superficie de 15 m², con capacidad para dos caballos y será hecha de madera.

4.3.3.11. Lavandería:

Para esta área se adaptará una casa que ya existe en el lugar, la cual es de dos pisos el primero hecho de cemento y el segundo de madera, sin embargo, para el proyecto se utilizará únicamente la parte de cemento. Aquí se encontrará la lavandería, la bodega de blancos y el sitio donde se pone los coches de limpieza, además de un baño para personal. La superficie total será de 61 m², dividida de la siguiente forma:

- Bodega de Blancos → 9 m²
- Lavandería → 35 m²
- Sitio para coches e implementos de limpieza → 10,80 m²
- Vestidor → 1,20 m²
- Baño de personal → 3 m²

4.3.3.12. Parqueaderos:

Para la comodidad de los huéspedes existirá una zona de parqueo, cuyo piso será de gravilla y contará con las siguientes características:

- Superficie Total → 190 m²
- No. De Plazas → 14
- Ancho de Plaza → 2,5 m.
- Largo de Plaza → 5,00 m.

- Angulo de Plaza → 70°

4.4. EQUIPAMIENTO⁵⁰

4.4.1. Maquinaria y Equipo:

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Nombre	Cantidad
Alojamiento	
Aire Acondicionado	22
Televisor 21"	8
Restaurante	
Cocina Industrial (6 quemadores) con horno, Freidora y Plancha	1
Licuada Industrial de mesón	1
Batidora Semi Industrial 10 velocidades	1
Refrigerador Comercial 17"	1
Congeladora 15,2 pies	1
Máquina Cafetera	1
Extractor de jugos	1
Campana Extractora de Humo y Olores	1
Balanza Mecánica	3
Microondas	1
Mesa Refrigerada	1
Vitrina 12"	1
Ventilador	2
Recepción/Oficinas Administrativas	
Ventilador	4
Central Telefónica	1
Generador Eléctrico	1
Lavandería	
Lavadora Industrial	1
Secadora Industrial	1
Plancha con planchador	2
Ama de Llaves	
Aspiradora Industrial (2 Motores)	1
Aspiradora Industrial (1 Motor)	1
Piscina	
Bomba de 1 1/2 HP	1

⁵⁰ Opiniones de la autora y recopilación de la fuente: Sutherland Douglas, "Servicio de Restaurantería", editorial Trillas.

Filtro de 22.5"	1
Skimer o rebosadero	1
Toma de aspiración	1
Drenajes de fondo de 2"	1
Tubos de 1 ½" contorno de la piscina y cuarto de máquinas	8
Válvulas de 1 ½"	3
Boquillas de retorno o inyectores	4
Aspiradora de 8 ruedas	1
Sacos de arena para el filtro	4
Mango telescópico	1
Test Kit para comprobar cloro y pH.	1
Manguera de succión de 30 pies	1
Cepillo de Nylon	1
Calefones a gas	3
Materiales para interconexión en cobre	
Materiales adicionales	

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.2. Muebles y Enseres:

MUEBLES Y ENSERES	
Nombre	Cantidad
Alojamiento	
Cama 2 plazas	8
Cama plaza y media	10
Literas	2
Colchón 2 plazas	12
Colchón plaza y media	10
Colchón 1 plaza para litera	4
Closet madera (0,80x0,30)	14
Velador de Noche	22
Lampara Velador	22
Cuadro Decorativo	14
Mesa Pequeña (0,80x0,40)	7
Silla de escritorio	7
Mesa Televisor	8
Juego de Sala: Sofa Largo, pequeño y mesa	5

Basurero	14
Hamaca	8
Planta Ornamental	8
Caja de Seguridad	8
<i>Mobiliario Baños</i>	
Ducha	10
Lavabo Pedestal	10
Inodoro de Pared	10
Toallero	10
Jabonera	10
Porta Papel	10
Espejo de baño	10
Pedestal Amenities	10
Basurero	10
Restaurante/Bar	
Mesa para 2 personas (0,80x0,80)/silla	3
Mesa para 4 personas (0,90x0,90)/silla	4
Mesa para 8 personas(3,00x1,50)/silla	1
Juego de Sala (4 personas) con mesa esquinera	1
Mostrador Caja	1
Caja de Seguridad	1
Silla	1
Mueble Barra	1
Taburetes	4
Planta Ornamental	4
<i>Mobiliario Baños</i>	
Inodoro de Pared	4
Lavabo Pedestal	2
Dispensador de Jabón Líquido	2
Dispensador Papel	2
Dispensador Papel Toalla	2
Espejo de baño	2
Basurero	6
Cocina/Bodega/Recepción Merc.	
Meson Corredizo (1,80x0,60)	1
Fregadero Industrial con dos Pozos	2
Dispensador Limpión de Pared	1
Estantería (2,00x1,10x0,40)	2
Contenedor con Ruedas	1
Inodoro	1
Lavabo Pedestal	1
Jabonera	1

Porta Papel	1
Basurero	1
Recepción/Oficinas	
Counter Recepción (1,75x0,50)	1
Escritorio	5
Silla de escritorio	8
Archivador	4
Juego de Sala (5 personas) con mesa	1
Caja de Seguridad	1
Artesanías Tsáchilas	
Planta Ornamental	2
Basurero Normal	5
Basurero Estético	1
<i>Mobiliario Baños</i>	
Inodoro de Pared	1
Lavabo Pedestal	1
Jabonera	1
Porta Papel	1
Basurero	1
Lavandería/Ama de Llaves	
Escritorio	1
Silla	1
Estantería (2,00x1,10x0,40)	3
<i>Mobiliario Baño</i>	
Inodoro de Pared	1
Lavabo Pedestal	1
Jabonera	1
Porta Papel	1
Basurero	1
Piscina	
Perezosa	5
Baño Publico	
Inodoro de Pared	4
Lavabo Pedestal	2
Dispensador Jabón Líquido	2
Dispensador Papel	2
Dispensador Papel Toalla	2
Espejo de baño	2
Basurero	6

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.3. Blancos de Habitaciones:

BLANCOS DE HABITACIONES	
Nombre	Cantidad
Blancos de Cama	
Juego de Sábanas (Bajera, Encimera, Funda Almohada) 2 plazas	24
Juego de Sábanas (Bajera, Encimera, Funda Almohada) plaza y media	30
Juego de Sábanas (Bajera, Encimera, Funda Almohada) 1 plaza	12
Cobija 2 plazas	16
Cobija plaza y media	20
Cobija 1 plaza	8
Cobertor de Colchón 2 plazas	16
Cobertor de Colchón plaza y media	20
Cobertor de Colchón 1 plaza	8
Blancos de Baño	
Sábana de Baño	60
Toalla de Manos	60
Toalla de Piso	16

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.4. Utensilios de Cocina/Bar:

MENAJE			
Nombre	Cantidad	Nombre	Cantidad
Menaje de Cocina		Menaje de Bar	
Olla grande	3	Coctelera	1
Olla mediana	2	Destapador	1
Sartén Grande	1	Sacacorchos	1
Sarten Mediano	2	Tabla para picar	1
Sarten Pequeño	2	Medidor de Onzas	1
Bowl Grande	2		
Bowl Mediano	4		
Bowl Pequeño	2		
Colador Bowl	2		
Prensador	2		
Pelador Papas	3		
Ablandador de Carne	1		
Tablas para picar grandes	2		
Rallador	1		
Batidor de Globo	2		

Cuchillo Cocinero	2
Espátula Acero	2
Chaira	1
Cuchillo Pelador	2
Cucharón Metálico	3
Espumadera	2
Pinzas	2
Olla de Presión	1
Cuchara Helado	1
Paila Grande	1
Cernidor	3
Abre Latas	1

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.5. Menaje Bar/Restaurante:

MENAJE RESTAURANTE					
Nombre	Cantidad	Nombre	Cantidad	Nombre	Cantidad
Vajilla		Cristalería		Cubertería	
Plato Sopero	45	Vaso Largo	45	Cuchara Sopera	45
Plato Trincherero	45	Copa para Postre	30	Cuchara Postre/Café	45
Plato para Entrada	30	Copa para Huevo	15	Tenedor	45
Fuente Ovalada	30	Jarras	8	Cuchillo Sierra	45
Cevichero	30	Vaso Cervecerero	15		
Fuente para Lasagna	15	Azucarero	8		
Salsera	8				
Taza para Café	45				
Plato para Café	45				
Plato Mediano	30				
Plato Mantequilla	60				
Salero	8				
Pimentero	8				
Porta Café	8				
Tetera Café	2				

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

MENAJE BAR	
Nombre	Cantidad
Vaso Old Fashioned	12
Copa Vino Tinto	12
Copa Vino Blanco	12
Vaso Largo	12

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.6. Equipos de Cómputo:

EQUIPOS DE CÓMPUTO	
Nombre	Cantidad
Computador	8
Impresora Matricial (Factura)	2
Impresora Normal	1
Impresora Multifunción	1

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.7. Suministros de Oficina:

SUMINISTROS DE OFICINA	
Nombre	Cantidad
Caja Esferos (24)	1
Resma Papel Bond	6
Caja Borradores	1
Tinta Correctora	6
Carpetas Archivadoras	12
Comandas	10
Goma	1
Grapadora	6
Perforadora	6
Cinta Adhesiva (8)	6
Cartuchos	6
Tijeras	6

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.8. Suministros de Limpieza:

SUMINISTROS LIMPIEZA	
Nombre	Cantidad
Coche de Limpieza	1
Trapeador	4
Escoba	4
Pala de Basura	4
Limpiavidrios	3
Fundas de Basura (Paquete)	5
Esponjas	5
Guantes	5
Desinfectante de Manos (galón)	1
Insecticida (galón)	5
Jabón Lavavajilla (galón)	2
Papel Higiénico Habitaciones (paca 48 rollos)	2
Papel toalla (24 fajos de 150)	1
Papel Jumbo Baño Público (4 rollos)	2
Limpión de Cocina	2
Basurero Ecológico	6

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

4.4.9. Uniformes:



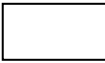
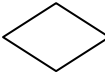



UNIFORMES	
Nombre	Cantidad
Camisetas de Algodón	22
Delantal	11
Chaqueta de Chef	2
Pantalón Chef	2
Toca	5
Delantal Ama de Llaves	2
Uniforme Seguridad	6

Fuente: Investigación de la Autora

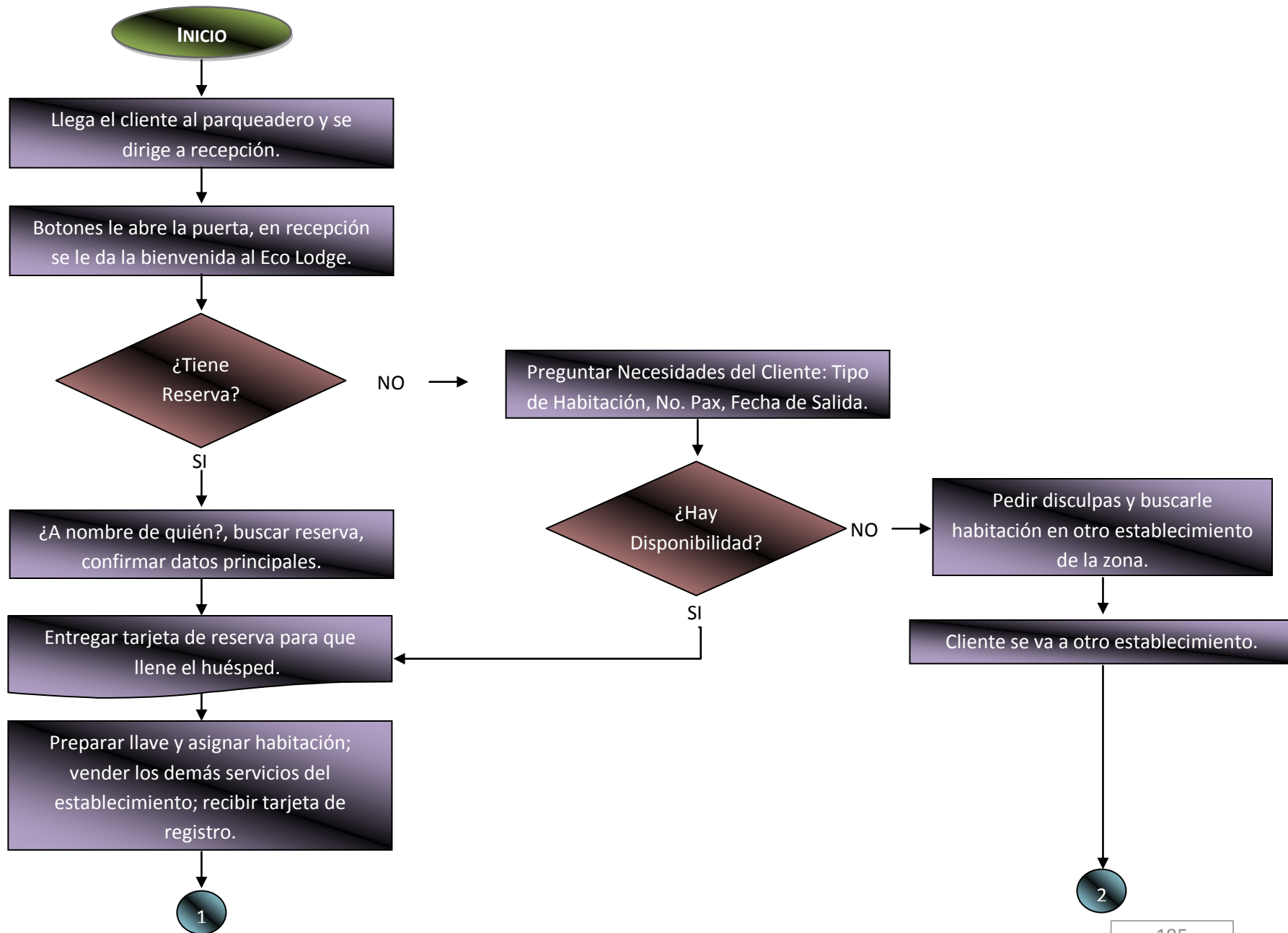
Elaborado por: La Autora

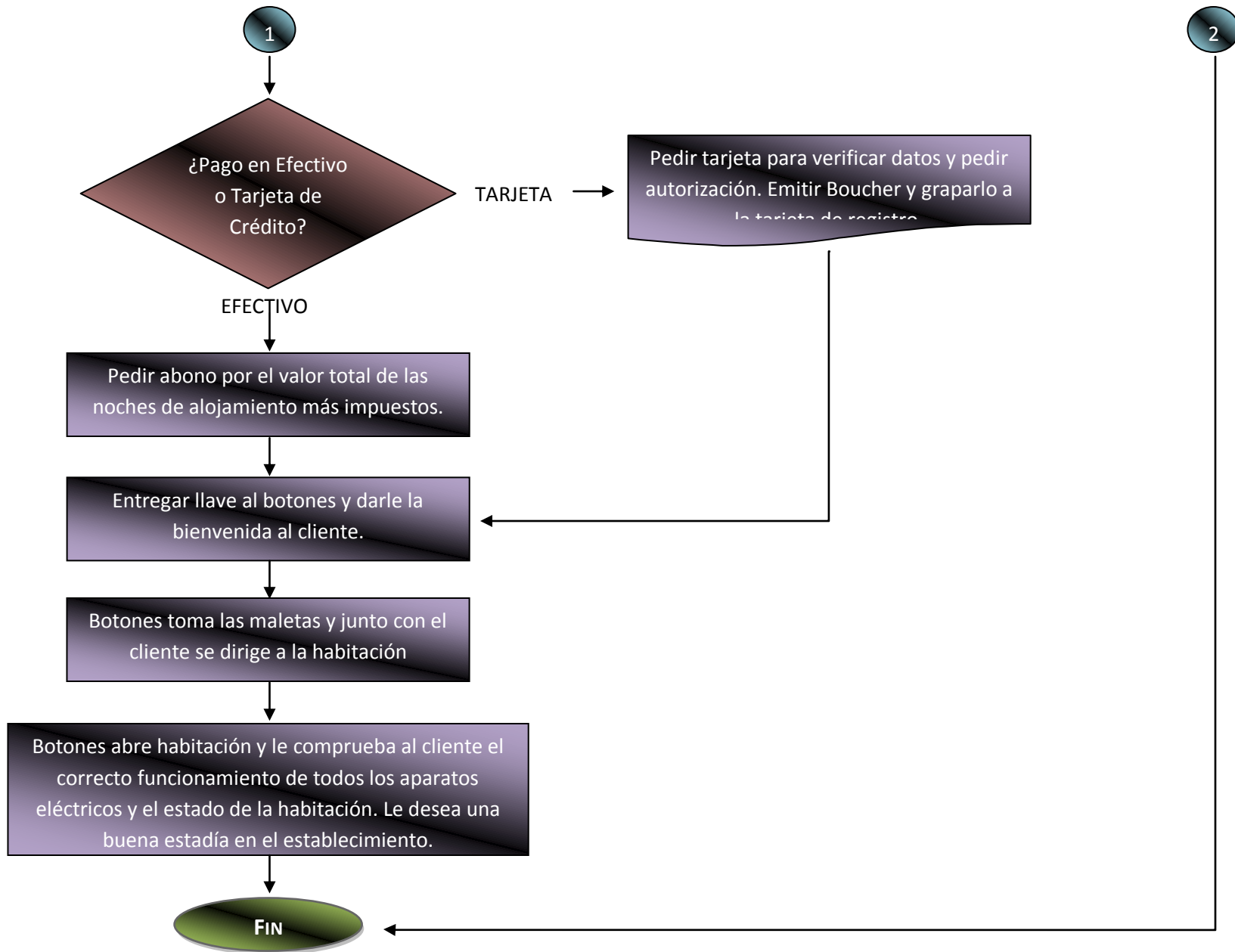
4.5. PROCESOS PRODUCTIVOS:

Para la descripción de los procesos productivos más importantes del establecimiento, se utilizarán flujogramas, los cuales son una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. La simbología utilizada en esta gráfica es la siguiente:

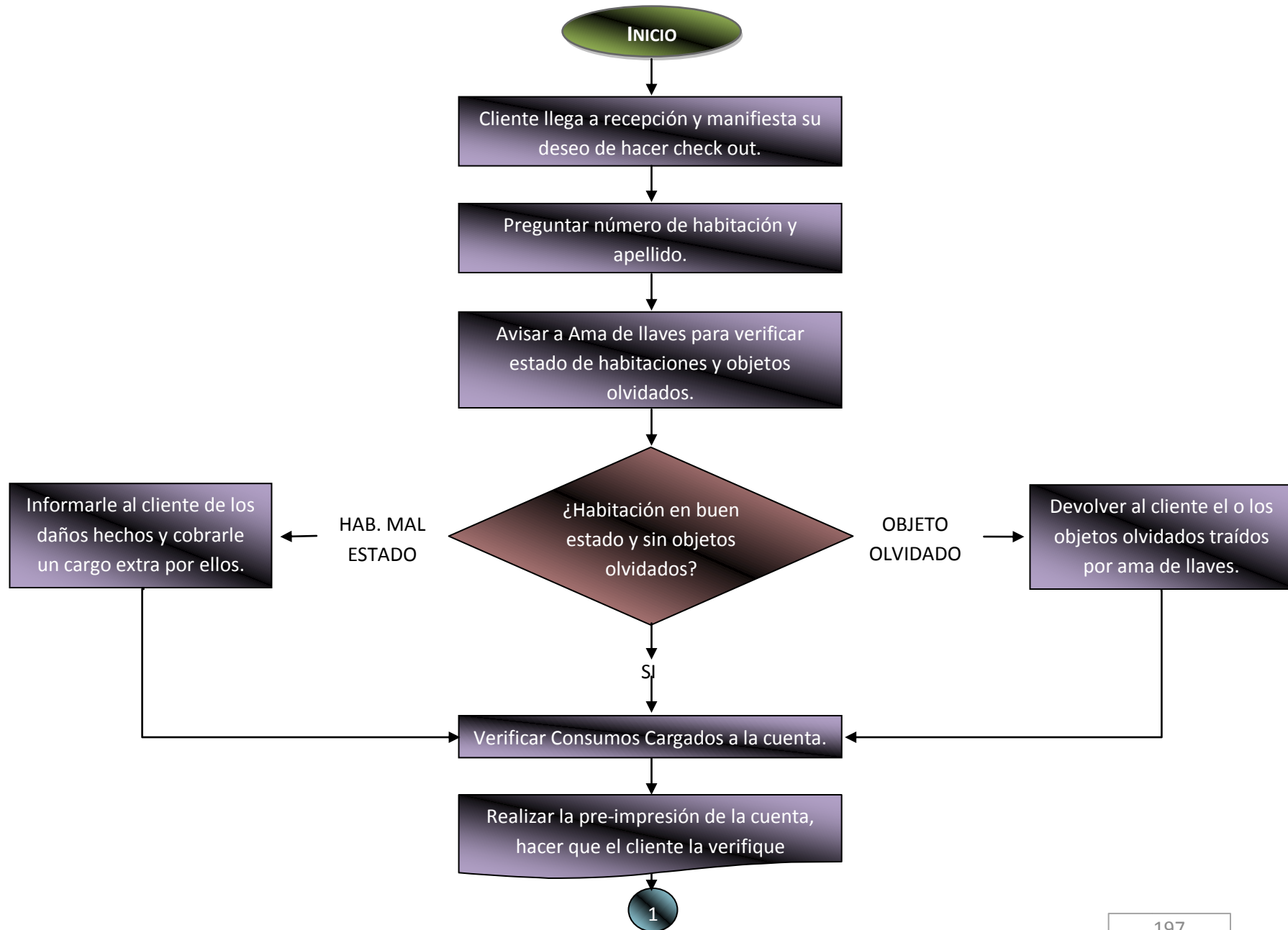
SIMBOLOGÍA PARA FLUJOGRAMAS		
SÍMBOLO	NOMBRE	FUNCIÓN
	Terminal	Representa el inicio y fin de un programa. También puede representar una parada o interrupción programada.
	Entrada / salida	Cualquier tipo de introducción de datos en la memoria desde los periféricos o registro de información procesada en un periférico.
	Proceso	Cualquier tipo de operación que pueda originar cambio de valor, formato o posición de la información almacenada en memoria, operaciones aritméticas, de transformaciones, etc.
	Decisión	Indica operaciones lógicas o de comparación entre datos (normalmente dos) y en función del resultado de la misma determina (normalmente si y no) cual de los distintos caminos alternativos del programa se debe seguir
	Conector Misma Página	Sirve para enlazar dos partes cualesquiera de un diagrama a través de un conector en la salida y otro conector en la entrada. Se refiere a la conexión en la misma página del diagrama
	Indicador de dirección o línea de flujo	Indica el sentido de la ejecución de las operaciones
	Salida	Se utiliza en ocasiones en lugar del símbolo de salida. El dibujo representa un pedazo de hoja. Es usado para mostrar datos o resultados

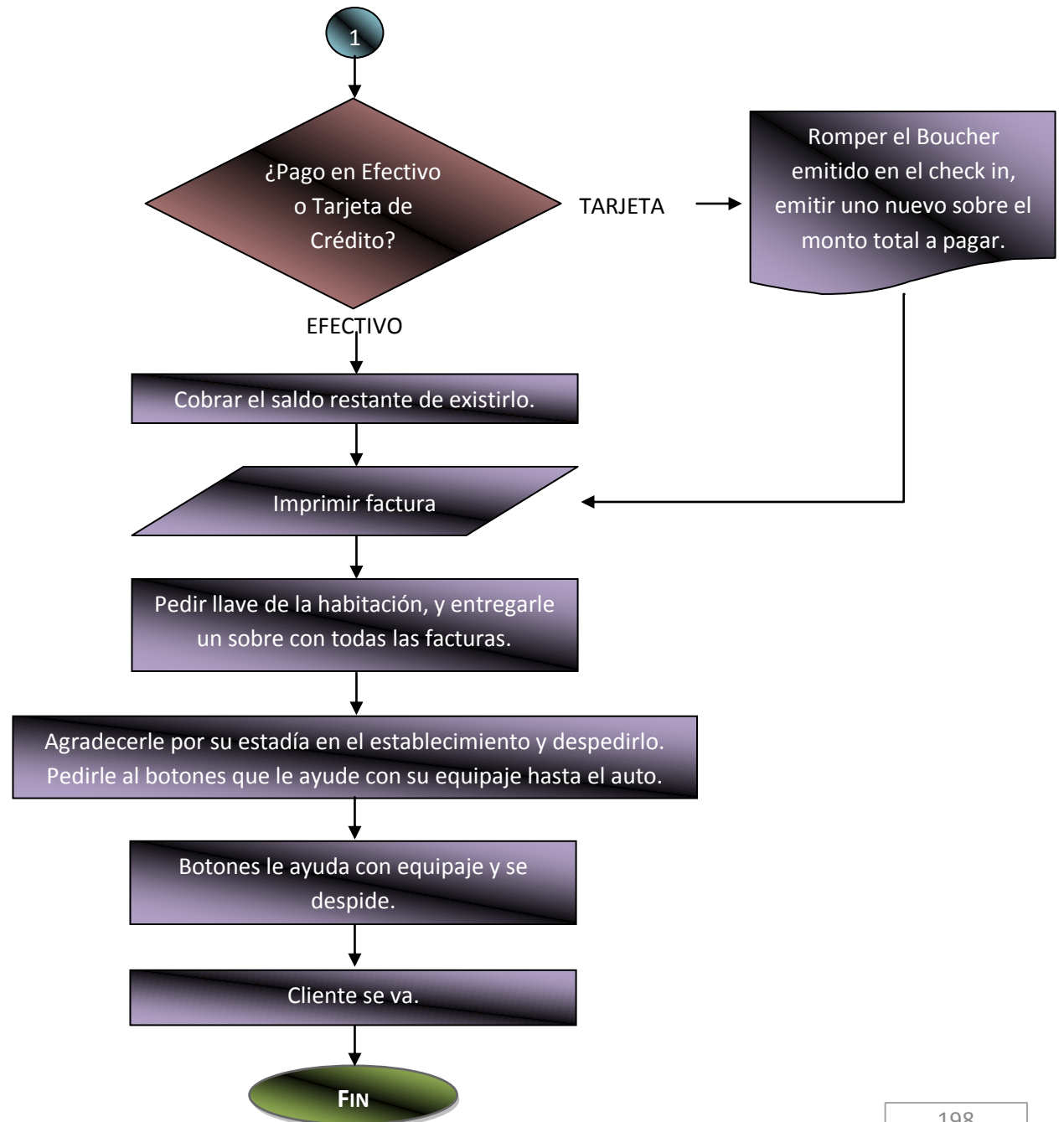
4.5.1. Proceso Productivo de Check In:





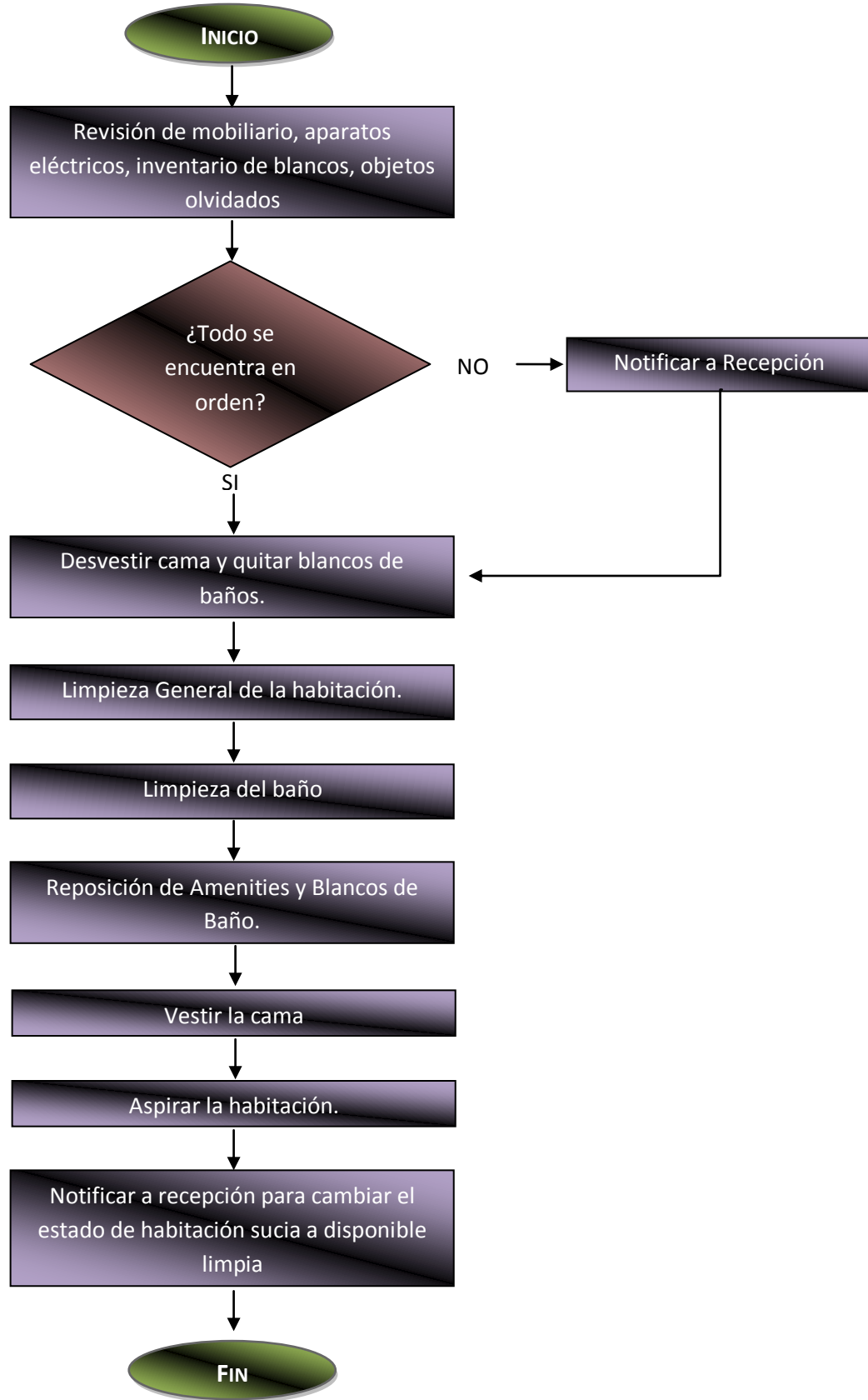
4.5.2. Proceso Productivo de Check Out:



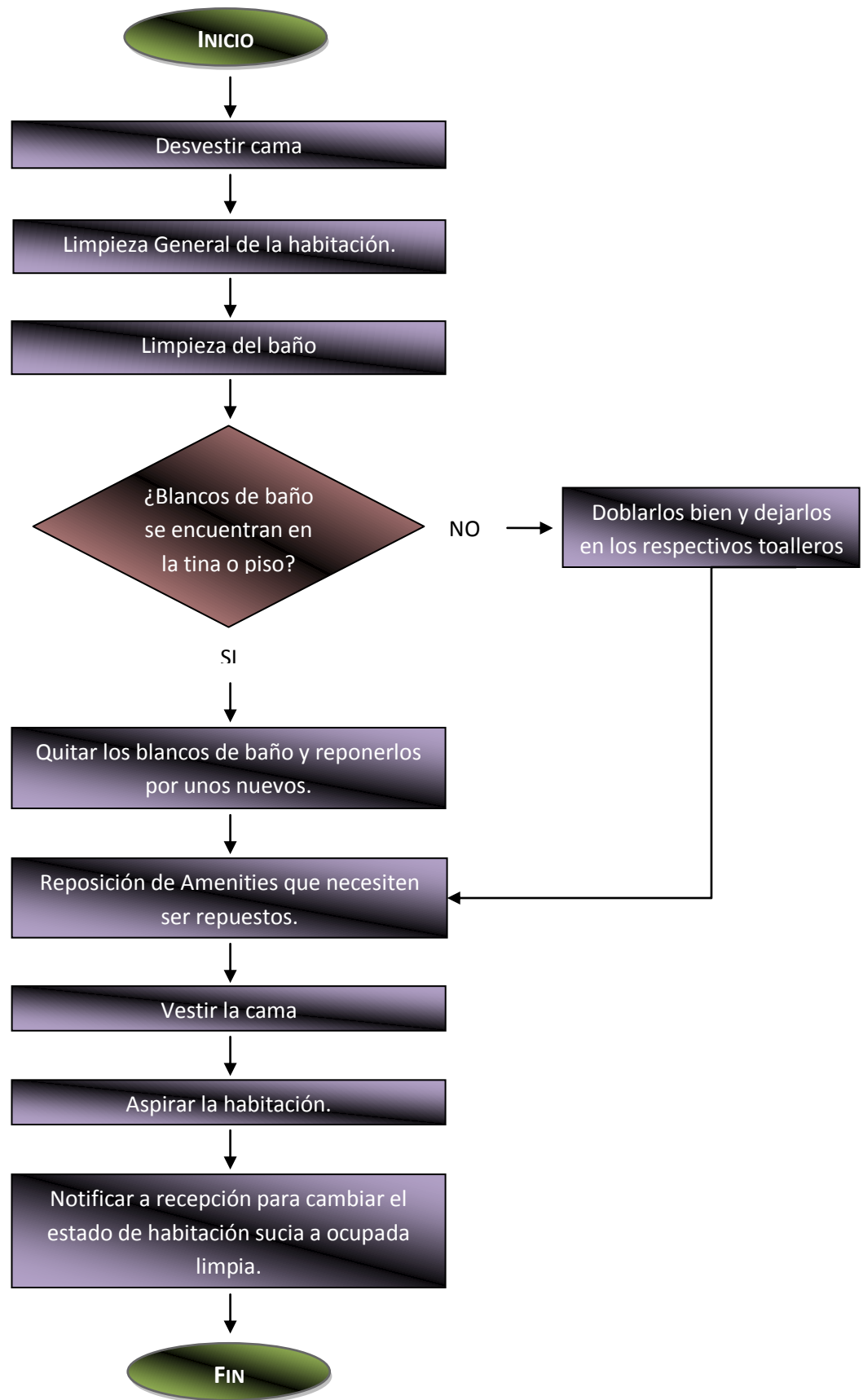


4.5.3. Proceso Productivo de Ama de Llaves:

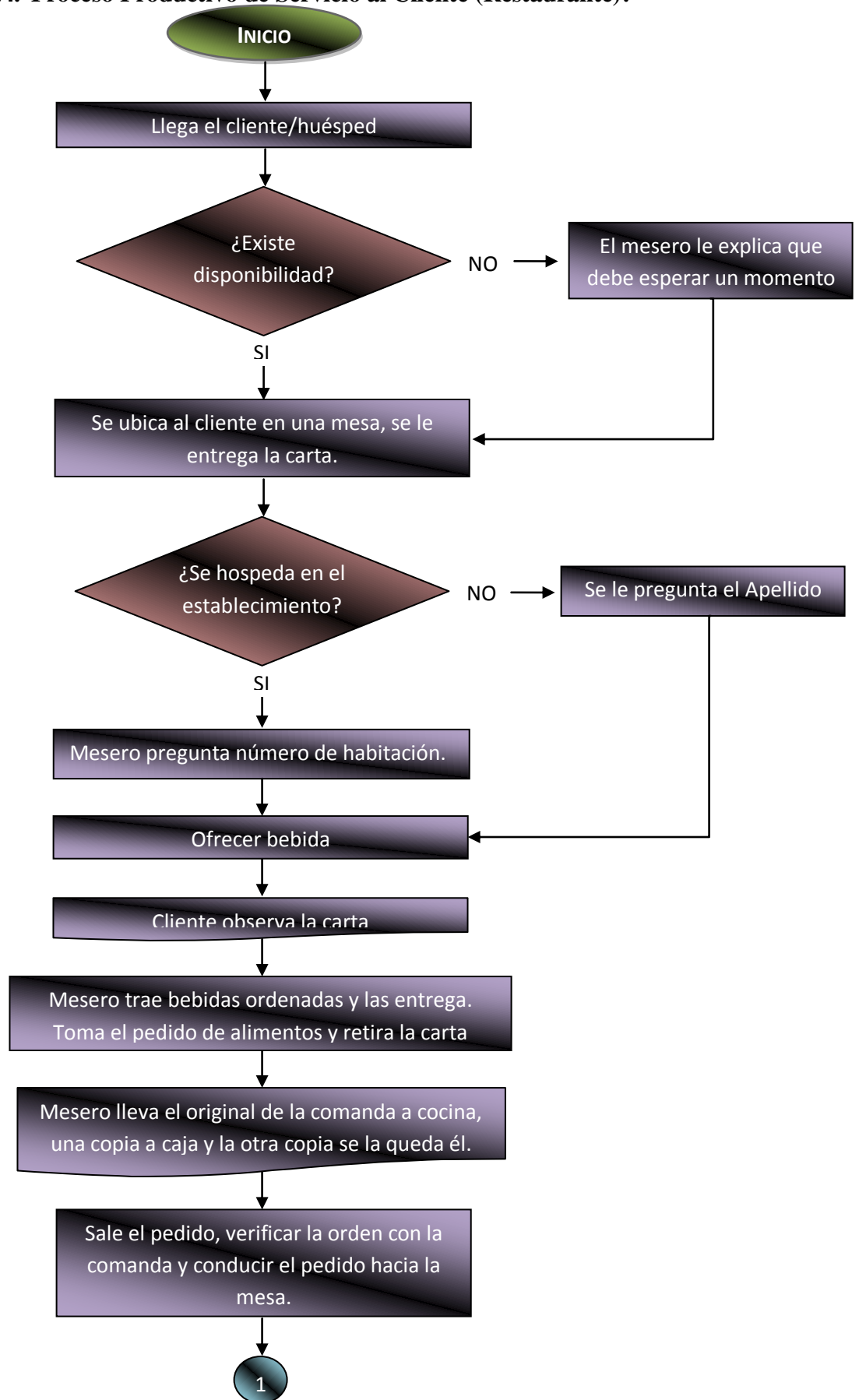
4.5.3.1. Habitación en Check Out

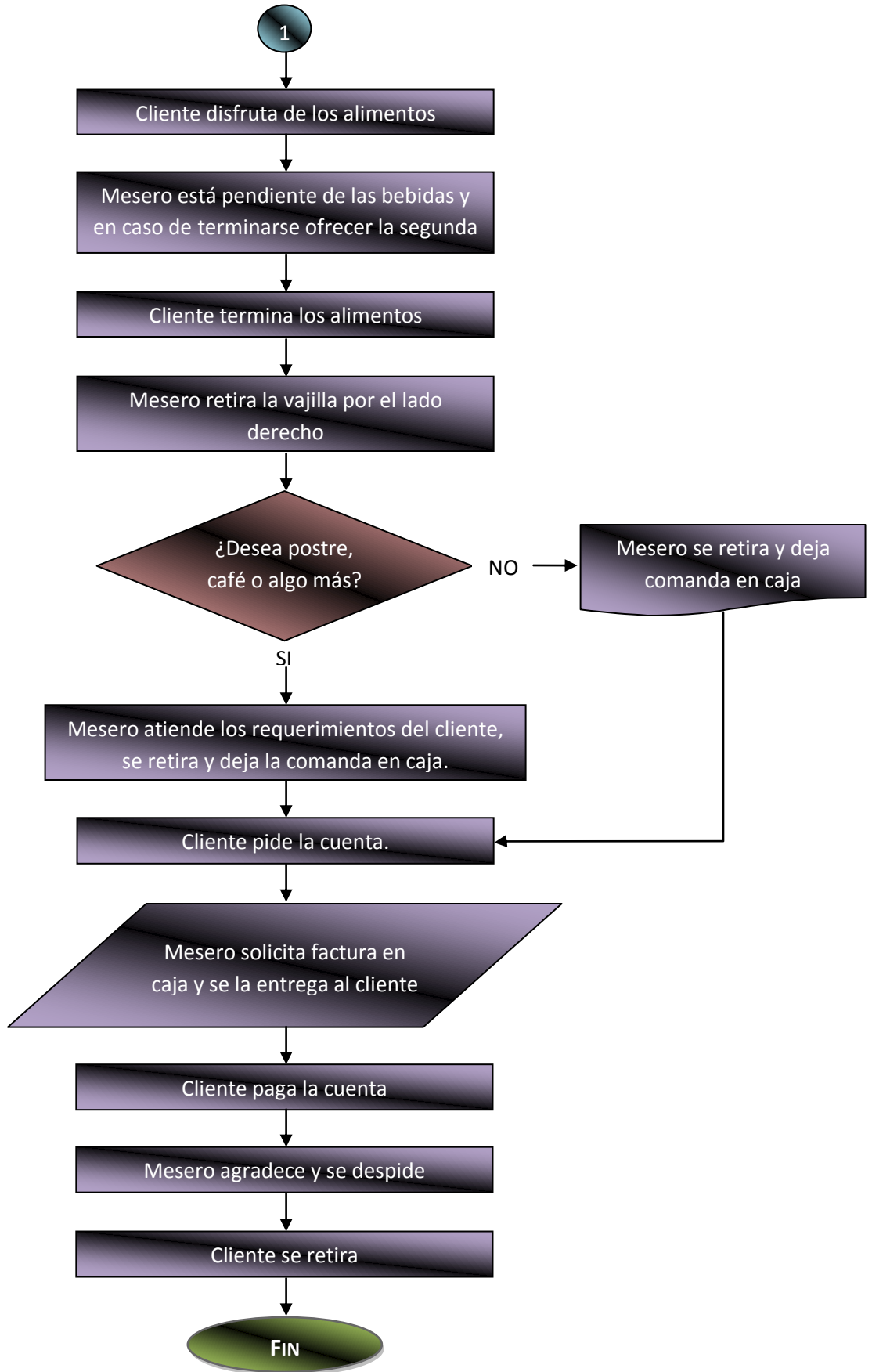


4.5.3.2. Habitación Ocupada

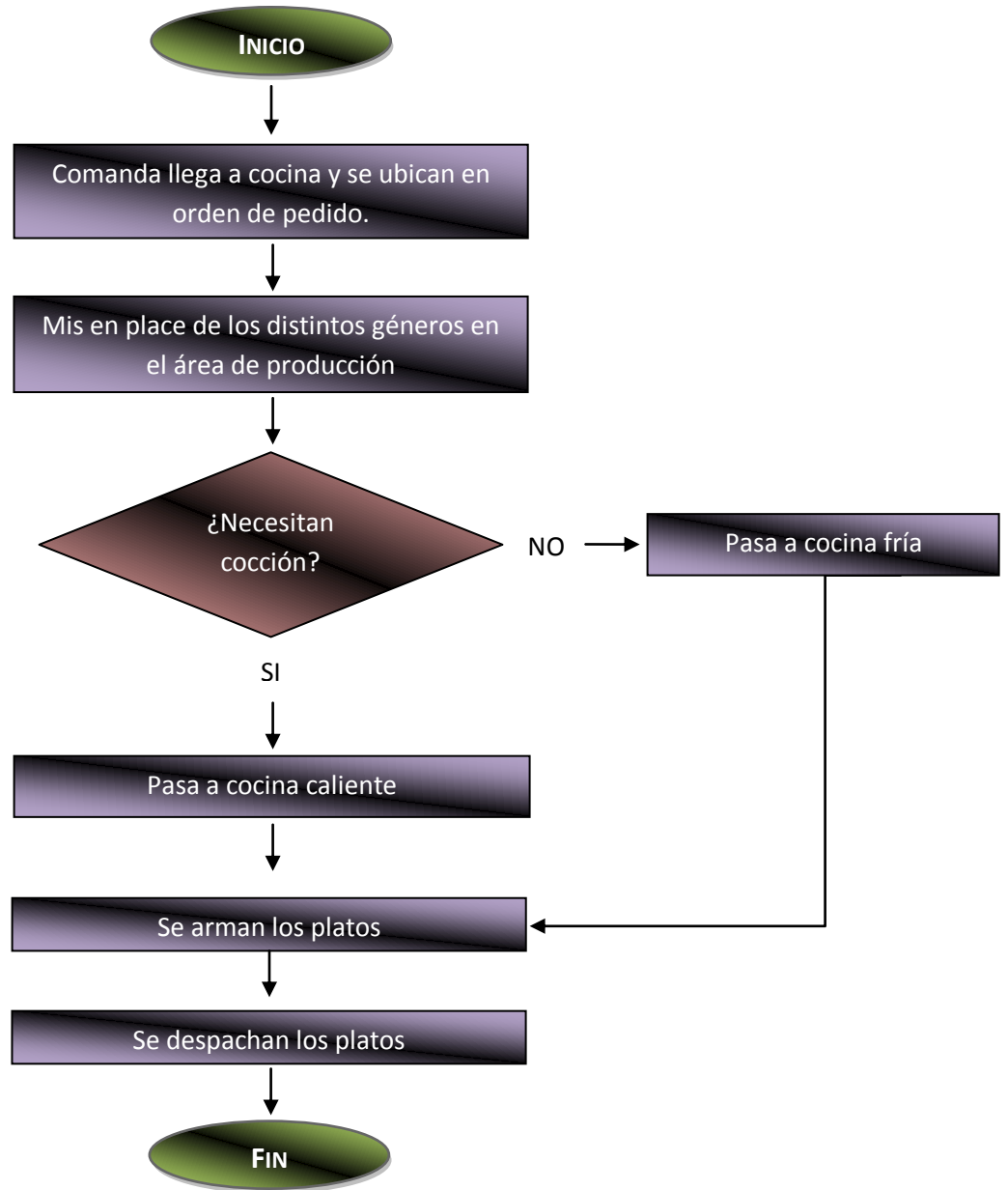


4.5.4. Proceso Productivo de Servicio al Cliente (Restaurante):





4.5.5. Proceso Productivo de Elaboración de un plato:



4.6. PLAN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

Un Plan de Seguridad Industrial, busca eliminar o disminuir los riesgos evitables provenientes de las actividades del establecimiento que pudieran resultar en accidentes personales, enfermedades ocupacionales, daños a la propiedad y al medio ambiente, asegurando las condiciones básicas necesarias que permitan a los clientes y trabajadores estar en un ambiente seguro, dotándoles de equipos de protección personal indispensables y capacitándolos en procedimientos y hábitos de seguridad.

4.6.1. Identificación de posibles riesgos:

Dentro del campo laboral en el que se desenvolverá el establecimiento, tanto trabajadores como clientes son susceptibles de sufrir accidentes debido a los distintos riesgos que existen y los cuales pueden ser de distintos tipos. El establecimiento tendrá un programa de investigación y reporte de accidentes e incidentes para así tomar medidas y analizar el impacto que ellas tienen en la disminución de riesgos laborales. Existen varios riesgos que se pueden producir durante las normales actividades del establecimiento como: Incendios, explosión, roturas de cañerías, accidentes de trabajo, movimiento de vehículos, riesgos de caídas por escaleras, pérdida de frío en alimentos, robo, hurto, vandalismo, terrorismo, riesgos de la naturaleza: rayos, tormentas, etc.

Los motivos principales por los que se producen dichos riesgos son:

- Riesgos asociados a las condiciones de seguridad de los equipos, herramientas e instalaciones, como los pasillos, espacios de trabajo, escaleras, maquinaria, etc., si no son los adecuados podrían causar accidentes laborales, por lo que en el

caso del establecimiento se adecuarán correctamente las instalaciones así como la maquinaria, y se capacitará al personal para su correcto uso.

- Riesgos asociados a las condiciones del medioambiente de trabajo, como la exposición a contaminantes químicos, biológicos, ventilación industrial, iluminación, condiciones naturales, etc., que pueden causar problemas en la salud de los clientes y los empleados, por lo que en el establecimiento se procurara el uso de sustancias químicas que no dañen el medio ambiente ni sean contaminantes para el ser humano, de igual manera se tratará de mantener todas las áreas limpias evitando así la reproducción de hongos y bacterias.
- Riesgos asociados a la carga de trabajo, la cual puede ser física o mental, es decir, se pueden producir accidentes debido a la carga que tiene sobre todo los empleados como por ejemplo la carga de mercadería en bodega o recepción de mercadería, o de maquinaria y equipos. La carga mental se refiere a la parte psicológica del empleado, cuando tienen demasiado trabajo, preocupaciones, estrés, etc., no realizan adecuadamente sus funciones lo que puede resultar en un accidente. Para esto el establecimiento buscará todos los implementos necesarios que salvaguarden la integridad física de las personas, así como la mental mediante la asignación adecuada de tareas.

4.6.2. Medidas Preventivas y Correctivas:

Dentro del establecimiento se deben tomar ciertas medidas que contrarresten los riesgos mencionados anteriormente, dichas medidas serán las siguientes:

- **Medidas de Tipo Técnico:**

- Empleo de un diseño adecuado de infraestructura, con salidas de emergencia.
- Compra de equipos y herramientas seguros para las distintas áreas y mantenimiento constante de los mismos.
- Implementación de medidas técnicas de almacenamiento de materiales y herramientas.
- Descripción detallada de tareas y sus técnicas de ejecución.
- Se implementarán extintores en cada una de las áreas administrativas y en lugares estratégicos en el área de alojamiento.
- Se brindará capacitación a los empleados de tal manera que sepan lo que se debe hacer en casos de emergencia.
- En cuanto al manejo de alimentos, se recurrirá al uso de las BPM (Buenas Prácticas Manufactureras), que son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación de los alimentos.

- **Medidas de Tipo Legislativo:**

- Se deberá crear un reglamento sobre las disposiciones de seguridad.
- Se establecerán responsabilidades a quienes no cumplan con las medidas de seguridad estipuladas.
- Será obligatorio que los trabajadores practiquen los reglamentos de seguridad.
- Se dictarán disposiciones sobre obligatoriedad de la protección necesaria en equipos y herramientas.
- Se velará por el cumplimiento de las disposiciones legales del estado en lo que se refiere a seguridad industrial.

- **Medidas de Tipo Médico:**

- Se dispondrán ciertos ambientes y equipos de tal manera que se evite la contaminación del medio.
- Mejorar las condiciones ambientales, iluminación, ventilación, disminución de ruidos, etc.
- Se dispondrán medidas de higiene personal.
- Se equipara a los trabajadores con medios personales de protección, como guantes, lentes, mascarillas, uniformes, etc., según sea el caso.
- Dirigir investigaciones sobre las causas de enfermedades en el medio laboral.
- Se realizarán exámenes previos al ingreso al establecimiento.

- **Medidas de Tipo Administrativas:**

- Inspección periódica de los lugares de trabajo a fin de determinar deficiencias.
- Instalación de elementos de seguridad permanente y de primeros auxilios, como extintores de incendios, botiquines médicos, señales de advertencia y peligro, etc.
- Disponer de un eficaz sistema de información.
- Educación y entrenamiento del personal sobre seguridad contra accidentes.
- Delimitación de tareas y responsabilidades
- Se deberá realizar un estudio de seguridad del establecimiento, el cual debe ser revisado y actualizado cada vez que surjan cambios importantes en la estructura del mismo.
- Elaboración de un plan de emergencia.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

5.1. ORGANIZACIÓN LEGAL DEL NEGOCIO:

5.1.1. Constitución Jurídica de la Empresa⁵¹

Tenemos que mencionar que existen dos tipos de personas: naturales y jurídicas, las personas naturales son aquellas que pueden constituir una empresa unipersonal, el propietario carece de derechos y obligaciones de carácter mercantil, comercial o societario; compromete su patrimonio personal en forma ilimitada, es decir, las deudas de la empresa son asumidas por el patrimonio propio de la empresa y además por el patrimonio personal del propietario.

Por otro lado las personas jurídicas son aquellas organizaciones de personas naturales o jurídicas y son representadas por una o más personas naturales. La responsabilidad de la persona jurídica recae sobre el patrimonio de la misma, no está en riesgo el patrimonio personal del o los propietarios.

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, la empresa se constituirá como persona jurídica debido a que cuenta con varios socios.

⁵¹ Agencia Municipal de Desarrollo Económico: Propiedad y Constitución legal de una Empresa, página web: http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&view=article&id=33:propiedad-y-constitucion-legal-de-una-empresa&catid=22:formas-de-empresa&Itemid=126, obtenido a fecha:06/07/2011.

5.1.1.1. Tipo de Compañía a Constituirse⁵²

Existen distintos tipos de compañía para la constitución de una empresa, en el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE se ha decidido que se constituya como una “COMPAÑÍA ANÓNIMA”, debido a que este tipo de empresa permite más libertad de manejo y se acopla más a las características y necesidades del negocio, sobre todo en cuanto a la distribución de capital se refiere.

Las principales características de este tipo de compañía son las siguientes:

- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.
- El nombre de esta compañía, deberá contener las palabras "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas.
- La compañía se constituirá mediante escritura pública, inscrita previamente en el Registro Mercantil por mandato de la Superintendencia de Compañías.
- No podrá constituirse definitivamente, a menos que se haya suscrito totalmente su capital y pagado una cuarta parte de él. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva, se debe depositar la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.
- El capital mínimo de la compañía deberá ser de \$800,00 de los Estados Unidos de América.

⁵² Ley de Compañías

- Las aportaciones de capital, pueden ser dinero o consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.
- Los aportes de capital se harán en una cuenta especial, a nombre de la compañía, bajo la designación "Cuenta de Integración de Capital", la que será abierta en los bancos u otras instituciones de crédito fijadas por los responsables de la formación de la compañía.
- El número de accionistas mínimo para constituir una compañía anónima es de dos.
- En una Compañía Anónima, las partes en las que se divide el capital, toman el nombre de acciones.
- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado.
- El contrato de formación de la compañía determinará la forma de emisión y suscripción de las acciones.
- Existirán dos tipos de acciones: Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas. Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía.
- La transferencia y venta de acciones es libre, se la hace mediante nota de cesión firmada por quien la transfiere o la persona o casa de valores que lo represente. La cesión deberá hacerse constar en el título correspondiente o en una hoja adherida al mismo.

- La compañía deberá contar con un órgano supremo al cual se le denominará Junta General, dicha junta será formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.
- La Junta General tendrá poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

5.1.2. Requisitos Legales⁵³

Antes de poner en marcha el negocio, existen una serie de requisitos legales que la empresa debe cumplir para su funcionamiento, a continuación se detallan los requisitos que Tierra Tsáchila Eco – Lodge debe cumplir.

- **Registro de la Actividad Turística:**

Este requisito, es el que indica el inicio de una actividad de tipo turístico dentro de la provincia y el país en general, se lo obtiene en el Ministerio de Turismo o en la Cámara Provincial de Turismo de Santo Domingo; el plazo máximo para el registro es de 30 días después de empezar las operaciones. Para registrar la actividad se necesita:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal
- Copia del R.U.C., cédula de identidad, papeleta de votación

⁵³ Recopilación de varias fuentes: Cámara de Turismo; Reglamento de Aplicación de la Ley de Turismo

- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.
 - **Afiliación a la Cámara de Turismo⁵⁴:**

Es necesaria la afiliación a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y a su vez el pago de cuotas sociales.

- **Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)**

Permiso que le acredita a todo establecimiento o persona la capacidad para ejercer cualquier actividad comercial. Esta licencia se la saca cada año a partir del mes de enero hasta el 31 de marzo; el representante del establecimiento turístico debe acudir por una sola vez a los centros de recaudación que tiene el Municipio y cancelar:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR
- Permiso de Bomberos.

Con el comprobante de este pago, el representante del establecimiento debe acercarse a la Cámara de Turismo respectiva con los siguientes papeles:

- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal

⁵⁴ Ley de Cámaras de Turismo, página web: http://www.captur.com/Docs/ley_camaras.pdf, obtenido a fecha: 06/07/2011.

- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal
- Permiso de Uso de Suelo
- Copia del RUC actualizado
 - **Permiso Sanitario:**

El permiso sanitario es un documento que faculta el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento lo expide la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud o Dirección Provincial de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas. Este permiso se debe renovar todos los años durante los primeros 180 días. Para obtenerlo se debe presentar:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
 - **Patente Municipal:**

Una patente es el permiso que requiere un local para iniciar cualquier actividad y lo otorga la municipalidad del lugar donde se instalará el negocio. La patente se la saca anualmente hasta el 31 de enero de cada año. Los requisitos necesarios son:

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.

- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de la Cédula de ciudadanía de cada uno de los socios
- Copia de la última Papeleta de Votación.
- Categorización otorgada por la Unidad de Salud correspondiente.
- **Permiso de Uso de Suelo:**

El uso de suelo es un documento, que utiliza el estado para evitar la proliferación de determinadas actividades en ciertas zonas de la ciudad, por ser contaminantes o inadecuadas. Este documento lo otorga el respectivo Municipio y tiene una duración de un año. Los requisitos necesarios para obtenerlo son:

- Informe de Regulación Metropolitana
- RUC
- Copia de Cédula de Identidad.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Carta de representación (para Empresas).
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- **Rótulos y Publicidad Exterior**

Este permiso sirve para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada. Se debe pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad al Municipio correspondiente. Este permiso tiene una validez de un año.

Para obtener la autorización para la publicidad exterior fija en espacios privados y/o de servicio general se requerirá:

- Solicitud dirigida al Administrador Zonal respectivo, señalando que la publicidad cumple con la normativa.
- Croquis del lugar en el que se instalará el medio publicitario y fotografía actual del sitio.
- Copia de la carta de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud del inmueble en el cual se va a instalar el medio publicitario.
- Patente actualizada del solicitante.
- En el caso de vallas con altura igual o superior a 6 m., se requiere el informe técnico suscrito por un ingeniero que garantice la estabilidad de la estructura.
- Pago de la regalía por instalación de la publicidad exterior fija, compromiso y garantía por cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, una vez fenecido el término de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma.

- **Permiso de Bomberos:**

El permiso de bomberos, tiene como función vigilar que todos los establecimientos cuenten con las medidas e implementos necesarios para salvaguardar la vida tanto de sus clientes como empleados y que cumpla con la normativa contra incendios. Este permiso se lo saca anualmente hasta el 31 de marzo de cada año. Los requisitos que se deben cumplir para obtener este documento son:

- Informe favorable de inspección, realizada por el inspector del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Santo Domingo.
- Copia de la Patente Municipal vigente.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario

- Copia del RUC.
- **Licencia Ambiental⁵⁵:**

La Licencia Ambiental es un documento otorgado por la autoridad competente, certificando que desde el punto de vista de protección ambiental, la actividad se puede ejecutar bajo el cumplimiento de las medidas establecidas por la ley. Una vez que se ha aprobado la Auditoría Ambiental, y después de pagar el certificado, el Municipio respectivo emite el permiso el cual tendrá una duración de dos años. Los requisitos a cumplir son los siguientes:

- Presentar Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas, Bosques Protectores, y Patrimonio Forestal del Estado, emitido por el Subsecretario de Calidad Ambiental.
- Solicitud de Términos de Referencia para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental.
- Solicitud al Ministro del Ambiente para la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA).
- Posterior a la aprobación del EIA y el PMA, se debe solicitar la emisión de la Licencia Ambiental.
- Pago de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA.

⁵⁵ Subsecretaría de Calidad Ambiental, Dirección de Prevención y Control de la Contaminación, Unidad de Impacto Ambiental.

- **Registro de Actividad Turística en el SRI (RUC)⁵⁶:**

El registro único de contribuyentes es un número de identificación a través del cual se registra e identifica a personas naturales y sociedades que realizan una actividad económica por la cual deben pagar impuestos. Los requisitos que deben cumplir para obtener el RUC son:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- Original y copia, del nombramiento del representante legal.
- Original y copia de la cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, telefónico, o de agua potable (de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción).
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del anterior.

- **Permiso de Construcción:**

El permiso de construcción es un documento que permite obtener los permisos y autorizaciones correspondientes, para la normal construcción de la obra, evitando así multas, demandas y reclamaciones por el incumplimiento de leyes municipales.

Este permiso se lo saca una sola vez. Los requisitos que se deben cumplir son los siguientes:

⁵⁶ Servicio de Rentas Internas: Ruc, página web: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>, obtenido a fecha: 06/07/2011.

- Solicitud en formulario F-C
- Informe de aprobación de planos.
- Comprobante de depósito de garantía.
- Comprobante de pago a la Empresa Municipal de Agua Potable, por contribución e instalación de servicio.
- Comprobante de pago a la Empresa Municipal de Alcantarillado, por contribución e instalación de servicio.
- Comprobante de pago de la contribución por construcción, al Colegio de Arquitectos.
- Cédula de inscripción patronal para el ramo de la construcción, del constructor.
- El comprobante y número de registro en el archivo del microfilm de la Dirección de Planificación de planos aprobados.
- Dos copias de los planos estructurales.
- Cuando el diseño contemple una excavación mayor a 2.50 metros, se requerirá además la presentación del estudio de suelos y del sistema de excavación, el mismo que incluirá los planos y la descripción del proceso a seguirse.
- Una copia de los planos de instalaciones eléctricas, firmadas por un ingeniero eléctrico.
- Una copia de los planos de instalaciones hidro sanitarias firmados por un ingeniero sanitario.
- **Permiso de Derechos de Autores y Compositores (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos/SAYCE):**

La Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos “S.A.Y.C.E.”, es una entidad cuya función es la de preservar y administrar los derechos morales y económicos

resultantes de la utilización pública de las obras de autores nacionales y/o extranjeros a los que representa.

Este permiso se lo obtiene en las oficinas de la Sayce, y el único requisito necesario, es el pago del valor del permiso y presentar el RUC.

- **Contribución Uno por Mil:**

Este es un aporte que se debe pagar anualmente para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador. Este es un valor que lo pagan anualmente todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y Licencia Única Anual de Funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos. El pago se lo realiza al Ministerio de Turismo, mediante depósito en las cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador FMPTE.

Para el cálculo del monto a pagar se toma el total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente y se calcula el uno por mil.

Cuadro Resumen de Requisitos Legales:

A continuación se presenta un cuadro resumen de los requisitos legales que deben cumplir.

REQUISITOS LEGALES		
PERMISO	¿DÓNDE SACARLO?	FRECUENCIA
Registro de Actividad Turística	Cámara Provincial de Turismo	Única
Licencia Única de Funcionamiento	Ministerio de Turismo/Municipio	Anual
Permiso Sanitario	Dirección Provincial de Salud	Anual
Patente Municipal	Municipio	Anual
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual
Permiso Ambiental	Municipio	Anual
Registro de Actividad en SRI	SRI	Anual
Permiso de Construcción		Anual
Permiso de Uso de Suelo	Municipio	Anual
Permiso SAYCE	SAYCE	Anual
Contribución Uno por Mil	Ministerio de Turismo	Anual

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

5.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA⁵⁷

La organización administrativa es un conjunto de herramientas o instrumentos que nos ayudarán a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y de esta forma dirigir y controlar sus actividades. Para cumplir con estas funciones, se utilizan unos instrumentos denominados organigramas, los organigramas son una representación gráfica de la estructura de la empresa que reflejan, de manera esquemática, las áreas que la integran y niveles jerárquicos.

⁵⁷ Opiniones de la Autora y Recopilación de Varias Fuentes: Chiavenato Idalberto, "Administración, Proceso Administrativo", Tercera Edición, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá – Colombia, 2001; Fleitman Jack, "Negocios Exitosos", Editorial Mc. Graw Hill, 2000. Franklin Enrique, "Organización de Empresas", Segunda Edición, Edit. Mc. Graw Hill, 2004.

5.2.1. Organigrama Estructural

Es aquel en el que se reflejan todas las unidades administrativas de una organización y su relación de jerarquía o dependencia.

5.2.2. Organigrama Funcional

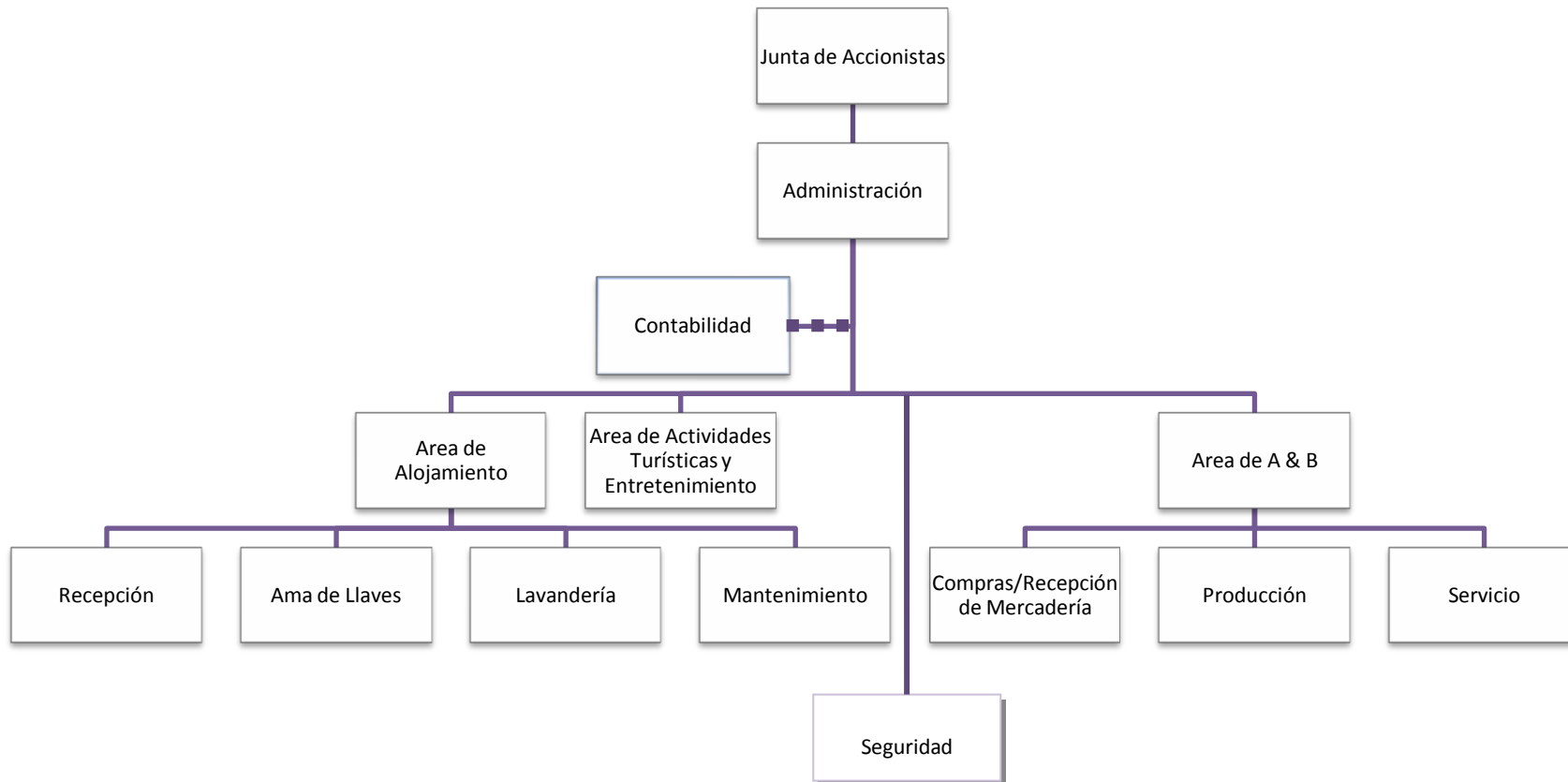
Es aquel en el que se incluyen las principales funciones que tienen asignadas cada unidad administrativa.

5.2.3. Organigrama Posicional

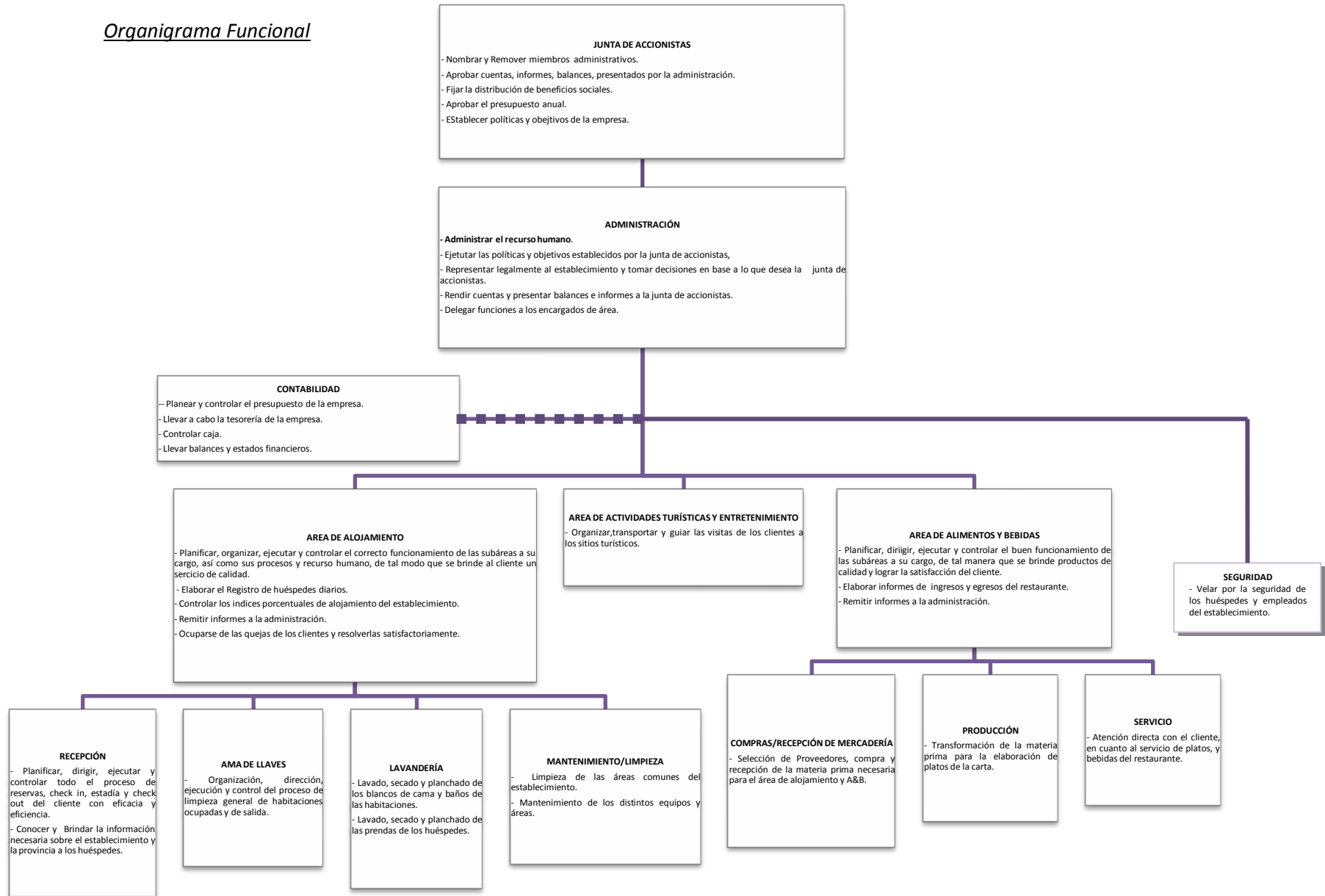
Es aquel que señala las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o requeridas para cada unidad administrativa.

Los organigramas estructural, funcional y posicional, propuestos para TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se encuentren en las siguientes páginas:

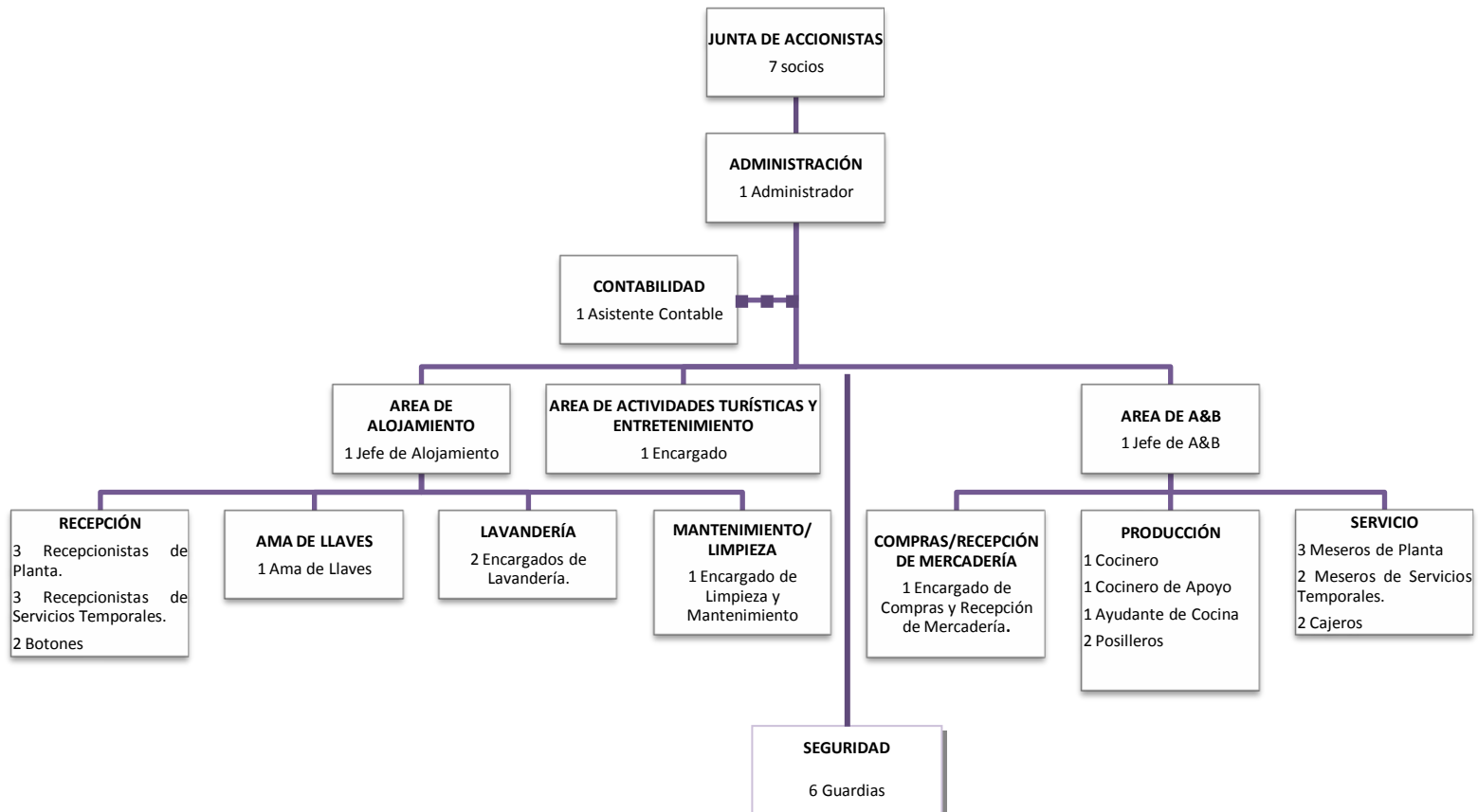
Organigrama Estructural



Organigrama Funcional



Organigrama Posicional



5.2.4. Manual de Funciones por Puestos:

Puede definirse como Manual de Funciones a un documento que indica las funciones y actividades que deben ser cumplidas por los miembros de la Organización, la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea, conjunta o separadamente y los requisitos que se requieren para desempeñar los distintos cargos.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 1
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Administrador Jefe Inmediato: Reporta a Junta de Accionistas Personal a su Cargo: Contador, Jefe de Alojamiento, Encargado de Actividades Turísticas, Jefe de A & B, Guardas.	
NATURALEZA DEL CARGO	
El Administrador, se encargará de velar que todas las actividades del establecimiento sean cumplidas de manera correcta, de tal forma que se brinde un servicio de calidad y excelencia a los huéspedes.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none">- Rendir cuentas y presentar informes, balances y otros estados financieros a los miembros de la Junta de Accionistas.- Representar legalmente a la empresa.- Toma de Decisiones importantes en base a lo que la junta de accionistas desea.- Ejecución de Políticas y objetivos generales de la empresa- Planeamiento Estratégico de actividades para todas las áreas.- Selección y Contratación del personal.- Aprobación de Presupuestos e Inversiones.	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo demanda del conocimiento y experiencia en la administración de este tipo de empresas.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">- Formación Superior en Hotelería o Administración de Empresas- Experiencia laboral no menor a 5 años- Buena presencia- Edad superior a 30 años- Disponibilidad completa de tiempo- Persona emprendedora y proactiva- Capacidad para resolver problemas de manera objetiva- Capacidad para la toma de decisiones- Actitud de liderazgo y tener don de mando	

- Espíritu Crítico
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Conocimiento de idiomas.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 2
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Asistente Contable Jefe Inmediato: Administrador Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El contador deberá presentarse una vez a la semana en el establecimiento, para dirigir las actividades de carácter financiero y contable de la empresa; definiendo los diferentes procesos, planificando las alternativas financieras y supervisando la contabilidad de la empresa.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración, seguimiento y control de todos los libros y estados financieros del establecimiento - Controlará los costos que se producen en el área de alojamiento y de A&B de la empresa. - Controlará el cierre de las cajas de alojamiento y restaurante cada semana. - Controlar todos los ingresos y egresos del hotel. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo demanda de un amplio conocimiento y experiencia en el manejo contable de una empresa.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Excelente conocimiento de contabilidad y materias afines - Experiencia mínima de 3 años en el área - Edad: mayor a 30 años - Capacidad para la interpretación integral de cifras, datos e información de variables relevantes. - Capacidad para la toma de decisiones. - Habilidad comercial. - Responsabilidad en el manejo de dinero. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 3
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Jefe de Alojamiento Jefe Inmediato: Administrador Personal a su Cargo: Recepcionista, Botones, Ama de Llaves, Encargada de Lavandería, Encargado de Mantenimiento y Limpieza.	
NATURALEZA DEL CARGO	
El Jefe de Alojamiento, deberá organizar, dirigir, ejecutar y controlar que todos los procesos que implican la estadía del huésped sean llevados bajo los estándares y tiempos de calidad que se han establecido previamente.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las estadísticas de ocupación y remitir informes a la administración. - Interviene en el proceso de reclutamiento de personal de su área. - En conjunto con el administrador establece estándares de calidad y tiempo en los procesos del área. - Coordina, supervisa y elabora los horarios de trabajo del personal del área. - Revisa la facturación de las cuentas de los huéspedes y se asegura que las tarifas aplicadas sean las correctas. - Mantiene informado al personal de las actividades y disposiciones de la administración. - Revisa los reportes de alojamiento y ama de llaves para asegurar que sean correctos. - Atender y Resolver satisfactoriamente las quejas de los clientes. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo requiere de experiencia en Atención al cliente, además de conocimiento en el área.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación Superior en Hotelería o Administración de Empresas. - Experiencia laboral no menor a 3 años en el área. - Buena presencia. - Edad: mayor a 30 años. - Experiencia en atención al cliente. - Disponibilidad completa de tiempo. - Capacidad para resolver problemas de manera objetiva. - Capacidad para la toma de decisiones. - Actitud de liderazgo y tener don de mando. - Espíritu Crítico. - Capacidad de análisis y síntesis. - Conocimiento de Inglés al 100%. - Capacidad para trabajar bajo presión. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 4
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Encargado de Actividades Turísticas	
Jefe Inmediato: Administrador	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El encargado de Actividades Turísticas, deberá encargarse de todo lo que se refiere al Paquete Turístico ofrecido por el establecimiento, y a las actividades de recreación que el huésped pueda realizar en el establecimiento.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Receptar las reservaciones por concepto de Paquete Turístico. - Elaborar y reportar a administración informes de ingresos por Paquete Turístico. - Hacer diariamente el cronograma de visitas a los sitios Turísticos. - Transportar a los huéspedes, y desempeñar la función de guía turístico. - Reservar con anterioridad las entradas a los destinos de ser necesario. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Es un cargo que requiere alta preparación en Guianza Turística, además de un alto nivel de conocimiento de idiomas y atención al cliente.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Estudios profesionales superiores en Turismo o carreras afines - Experiencia en atención al cliente - Experiencia mínima de 3 años - Edad: mayor a 30 años - Excelente dominio del idioma Inglés y Francés. - Amplio conocimiento sobre los atractivos turísticos, flora y fauna de la zona. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 5
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Jefe de A & B Jefe Inmediato: Administrador Personal a su Cargo: Encargado de Compras/Recepción de Mercadería, Cocinero, Cocinero de Apoyo, Ayudante de Cocina, Posilleros, Meseros, Cajeros.	
NATURALEZA DEL CARGO	
Esta persona será la encargada de toda el área de alimentos y bebidas, de controlar que los estándares de calidad en la preparación de los platos y en el servicio sean los adecuados. Además de evaluar el aspecto de ingresos y egresos del área.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Control y análisis continuo de los estándares de calidad del producto y servicio que se ofrecerá en el restaurante. - Control de costos e ingresos del área - Supervisa las operaciones diarias del Departamento de Alimentos y Bebidas. - Coordina y supervisa la preparación, presentación y servicio de productos alimenticios para asegurar siempre la más alta calidad. - Elabora el menú junto con el cocinero. - Elabora el presupuesto del área. - Elabora informes y los remite a administración. - Establece estándares de calidad y tiempo. - Participa en el proceso de contratación de personal para su área. - Selección de Proveedores. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo requiere conocimiento y experiencia sobre todo en el manejo de costos del área.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores en Administración Hotelera o Manejo de Costos de A& B. - Conocimientos sobre el área de Alimentos & Bebidas. - Experiencia en atención al cliente. - Experiencia mínima de 3 años en el área. - Edad mayor a 30 años - Dominio de idiomas. - Capacidad para la toma de decisiones. - Alto sentido de responsabilidad. - Disponibilidad completa de tiempo. - Capacidad para resolver problemas de manera objetiva. - Actitud de liderazgo y tener don de mando. - Espíritu Crítico. - Capacidad de análisis y síntesis. - Capacidad para trabajar bajo presión. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 6
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Recepcionista Jefe Inmediato: Jefe de Alojamiento Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
La recepción es uno de los cargos más importantes dentro del proceso de estadía del huésped, ya que es la persona que más contacto directo tiene con él y se encarga de tomar sus reservas y realizar el proceso de check in y check out.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Recibe a los huéspedes. - Vende y asigna habitaciones. - Da información general del hotel y de la zona al cliente. - Hace el registro de entrada y salida del huésped (check in, check out). - Revisa el reporte de habitaciones hecho por ama de llaves. - Reporta a ama de llaves las habitaciones check out para que se proceda a la limpieza de la misma. - Lleva el control de las llaves de la habitación. - Controla y coordina todas las reservaciones. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
En este cargo, sobretodo se necesita de una persona que tenga una excelente atención al cliente, además de que domine idiomas y cultura general.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación superior de preferencia en carreras afines a la hotelería. - Dominio del Idioma Inglés - Experiencia mínima de un año en atención al cliente y de preferencia en el área. - Capacidad para expresarse correcta y abiertamente - Buena presencia. - Edad mayor a 23 años - Buen conocimiento de cultura general y de la zona. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 7
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Botones	
Jefe Inmediato: Jefe de Alojamiento	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El botones es la persona encargada de llevar el equipaje del huésped y guiarlo a su respectiva habitación.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Guiar al huésped a su habitación. - Transportar el equipaje del huésped hacia la habitación. - Comprobarle al huésped el buen manejo de todos los aparatos electrónicos de la habitación, de tal manera que se eviten posteriores malos entendidos. - Brindarle al huésped toda la información que requiera acerca del establecimiento o de la zona. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Para este cargo, se requiere en general una cultura de buena atención al cliente y vocación para el servicio.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación media. - Buen manejo del idioma Español y conocimiento básico de Inglés. - Experiencia en atención al cliente. - Buena presencia. - Edad entre 18 a 30 años. - Buen conocimiento de cultura general y de la zona. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 8
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Ama de Llaves	
Jefe Inmediato: Jefe de Alojamiento	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El ama de llaves es la persona encargada de la limpieza de las habitaciones que se encuentran en el establecimiento, ya sea que estén ocupadas o en proceso de check out.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Limpieza de habitaciones del hotel. - Recoge objetos olvidados en las habitaciones y se lo notifica a recepción. - Limpieza de cristales. - Limpieza, mobiliario. - Encargada de aspirar la habitación - Encargada de tender las camas. - Se encarga de aspirar el baño, limpiar los sanitarios, reponer la ropa de baño y amenities que ofrece el hotel. - Se encargará de cambiar los estados de las habitaciones de sucias a limpias. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Es un cargo que exige de resistencia física y buena disposición para la limpieza de todo tipo de áreas.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación media. - Conocimiento básico de Inglés. - Actitud para el trabajo en equipo - Edad mayor a 25 años - Experiencia mínima en el área de una año. - Adaptabilidad y manejo de presión. - Discreción. - Nivel cultural adecuado. - Ser observador. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 9
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Encargado de Lavandería	
Jefe Inmediato: Jefe de Alojamiento	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
Esta persona es la encargada de lavar, secar y planchar los blancos de baño y cama del hotel, así como la ropa de los huéspedes cuando sea el caso.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Se encarga básicamente del lavado, y almacenamiento de la ropa de cama y blancos que tiene el hotel. - Tendrá a su cargo el inventario general de toda la ropa de cama y blancos del hotel - Hará periódicamente revisiones y reparaciones necesarias de los blancos y la ropa de cama. - Planificará y organizará el proceso de lavado, centrifugado y planchado, de ropa - Controlar toda la ropa que entra en el departamento durante el día. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Es un cargo que exige de resistencia física, y manejo del tipo de tecnología que se utiliza en el área como lo son máquinas de secado y lavado.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación media. - Dominio del idioma Español. - Actitud para el trabajo en equipo - Experiencia mínima de un año - Edad mayor a 25 años - Adaptabilidad y manejo de presión. - Nivel cultural adecuado. - Ser observador. - Ser ordenado. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 10
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Encargado de Mantenimiento/Limpieza	
Jefe Inmediato: Jefe de Alojamiento	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
En este cargo, se deberán ocupar de la limpieza de áreas públicas del establecimiento, así como el mantenimiento de todo tipo de maquinaria utilizada en el lugar.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Limpieza diaria del lobby, recepción, oficinas administrativas, áreas verdes y senderos. - Limpieza y Mantenimiento diario de la piscina. - Mantenimiento mensual de las maquinarias y equipos de habitaciones, cocina, y lavandería. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo exige que el ocupante tenga conocimientos de mantenimiento y reparación de equipos eléctricos.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación media. - Conocimiento en cuanto al manejo y reparación de aparatos eléctricos. - Predisposición al cumplimiento de las funciones asignadas. - Experiencia mínima de un año. - Dominio del idioma Español. - Edad mayor a 25 años - Adaptabilidad y manejo de presión. - Ser observador. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 11
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Encargado de Compras/Recepción de Mercadería	
Jefe Inmediato: Jefe de A & B	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
Esta persona será la encargada de verificar las existencias de materia prima de alojamiento y restaurante, necesarias para la operación normal del establecimiento, de tal manera que realice los pedidos a los proveedores y posteriormente reciba la mercadería controlando los estándares de producto exigidos por el establecimiento.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Verificar diaria y semanalmente las existencias en bodega. - Realizar las órdenes de compra a proveedores, debidamente autorizadas por el jefe de A & B. - Dirigirse a comprar la materia prima que no es dejada directamente en el establecimiento. - Recibir sólo la mercadería autorizada por la orden de compra. - Controlar que la cantidad entregada no supere la solicitada. - Revisar que los productos cumplan con los estándares de calidad necesarios y que estos productos no se encuentran dañados o tengan algún defecto - Enviar la mercadería al departamento correspondiente o almacenarlo en la respectiva bodega cuidando temperaturas, y demás normas de almacenamiento. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo exige buen criterio común para comparar cuáles son los productos que son requeridos y las cantidades necesarias de tal manera que no se desperdicie la materia prima.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación media. - Actitud para el trabajo en equipo. - Género: Hombre - Experiencia mínima de un año. - Edad mayor a 25 años. - Adaptabilidad y manejo de presión. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 12
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Cocinero	
Jefe Inmediato: Jefe de A & B	
Personal a su Cargo: Cocinero de Apoyo, Ayudante de Cocina, Posilleros	
NATURALEZA DEL CARGO	
El cocinero será el encargado de elaborar los distintos platos que se ofrecen a los clientes dentro del menú.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Elabora todos y cada uno de los platos que solicitan los clientes. - Controla la calidad de la materia prima y el producto final. - Elabora recetas estándar. - Elabora y hace cambios al menú junto con el Jefe de A&B. - Define los estándares que debe tener un producto al momento de la compra. - Es el único autorizado para hacer las requisiciones de materia prima. - Delega funciones al cocinero de apoyo, ayudante de cocina y posillero. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo exige buenos conocimientos de cultura gastronómica acorde al tipo de platos que se sirven en el restaurante.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título superior en Administración gastronómica - Amplio conocimiento en cultura y tecnología gastronómica - Edad superior a los 30 años - Experiencia mínima de 3 años en el área - Capacidad para planificar, seleccionar y manipular insumos alimenticios. - Capacidad para elaborar todo tipo de comida. - Adaptabilidad y manejo de presión. - Capacidad para delegar funciones correctamente. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 13
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Cocinero de Apoyo	
Jefe Inmediato: Cocinero	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El cocinero de apoyo será el encargado de elaborar junto con el cocinero los distintos platos que se ofrecen a los clientes dentro del menú, además de suplirlo en sus funciones cuando este no se encuentre.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Se encarga de hacer el mis en place y preparar el desayuno de los huéspedes. - Apoya en la preparación de los platos durante el almuerzo y cena. - Suple al cocinero en sus funciones cuando este no se encuentra. - Se encarga de la preparación de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo exige conocimientos medios de cultura gastronómica acorde al tipo de platos que se sirven en el restaurante.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Amplio conocimiento en cultura gastronómica - Conocimiento básico en preparación de bebidas alcohólicas. - Edad superior a los 25 años - Experiencia mínima de 2 años en el área - Capacidad para planificar, seleccionar y manipular insumos alimenticios. - Capacidad para elaborar todo tipo de comida. - Adaptabilidad y manejo de presión. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 14
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Ayudante de Cocina Jefe Inmediato: Cocinero Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El ayudante de cocina es la persona que sirve de apoyo para los cocineros, no interviene directamente en la cocción o montaje de un plato sino que únicamente se encarga de realizar el mis en place para la preparación de dichos platos.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Se encarga de ayudar a los cocineros en la elaboración de los distintos platos. - Realiza el mis en place de las recetas. - Apoya a los cocineros en cualquier otra labor que se le solicite. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo exige conocimientos medios de cultura gastronómica acorde al tipo de platos que se sirven en el restaurante.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación media. - Conocimiento básico sobre gastronomía. - Actitud para el trabajo en equipo. - Experiencia mínima de un año en el área. - Edad mayor a 20 años. - Adaptabilidad y manejo de presión. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 15
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Posilleros	
Jefe Inmediato: Cocinero	
Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
Los posilleros básicamente son los encargados de la limpieza de toda la vajilla, cristalería y cubertería del restaurante.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Lava la vajilla, cubertería, cristalería, y demás implementos utilizados durante la operación del restaurante. - Mantiene limpia el área en donde lava. - Seca y almacena las cosas que se han lavado. - Al final del día deja limpia la cocina. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Este cargo exige únicamente disposición para el trabajo.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Educación básica - Actitud para el trabajo - Edad mayor a 18 años 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 16
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Meseros Jefe Inmediato: Jefe de A & B Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
Los meseros son los encargados de la atención al cliente, es decir del servicio de los distintos platos que se sirven en el restaurante.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Al inicio de la jornada supervisa que todas las mesas estén bien ubicadas, limpias y que todos los implementos necesarios se encuentren sobre ella. - Recibe al cliente y lo dirige a la mesa respectiva. - Toma el pedido de alimentos y bebidas. - Deja las copias de las comandas en sus respectivos lugares, la una en cocina y la otra en caja. - Lleva el pedido a la mesa del cliente y todo lo que se le solicite. - Recoge los platos de la mesa y los lleva donde el posillero. - Lleva la cuenta al cliente. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Es un cargo que requiere de disposición al servicio y atención al cliente.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título medio de educación - Edad mayor a 23 años - Buena presencia - Experiencia mínima de 1 año en el área - Experiencia en atención al cliente - Dominio del idioma inglés en un 50% - Actitud de servicio, cooperación y trato amable. 	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	No. 17
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del Puesto: Cajero Jefe Inmediato: Jefe de A & B Personal a su Cargo: Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO	
El cajero es el encargado de llevar la facturación por el servicio de Alimentos & Bebidas que ofrece el establecimiento.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Emite la factura al cliente. - Realiza el cobro de los consumos hechos por los clientes. - Realiza el cuadro y cierre de caja. - Emite reportes de ventas al Jefe de A&B. 	
CONDICIONES PARTICULARES DEL TRABAJO	
Es un cargo que requiere de disposición al servicio y atención al cliente, además de conocimiento en cuanto a facturación y manejo de números.	
REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de educación superior - Edad mayor a 23 años - Experiencia mínima de 2 años - Experiencia en atención al cliente - Buena presencia - Actitud pro activa - Capacidad para el trabajo bajo presión - Conocimiento sobre manejo de corte de cajas 	

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1. ANÁLISIS ECONÓMICO:

6.1.1. Inversión Inicial⁵⁸

La inversión inicial de un proyecto, consiste en la adquisición de todos los activos fijos, diferidos y la previsión del capital de trabajo, para poner en marcha las operaciones de la empresa.

6.1.1.1. Inversión en Activos Fijos⁵⁹

Los activos fijos son todas las facilidades físicas utilizadas para la operación normal de la empresa. La inversión total de la empresa en activos fijos es la siguiente:

INVERSIÓN TOTAL ACTIVO FIJO	
Concepto	Costo Total
Terreno	\$ 42.000,00
Edificio	\$ 121.917,65
Maquinaria y Equipos	\$ 42.971,61
Muebles y Enseres	\$ 39.722,87
Vehículos	\$ 37.000,00
Equipos de Cómputo	\$ 4.107,62
Otros Activos	\$ 1.737,84
TOTAL	\$ 289.458

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

⁵⁸ Urbina Baca Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Editorial Mc. Graw Hill, Pag. 173 - 179

⁵⁹ Opiniones de la Autora y Síntesis de Material Académico utilizado durante la Carrera

- **Terreno:**

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, el terreno no constituye una inversión, ya que actualmente se cuenta con un terreno avaluado en \$42,000.

- **Edificios:**

Se considera como edificios en el caso del establecimiento el valor que se gastará en la construcción o adecuación para las distintas áreas del Eco – Lodge, en el Anexo No. 4, se encuentran detalladas a profundidad la inversión realizada en cada una de las áreas. Sin embargo, la inversión total en construcción es la siguiente:

INVERSIÓN TOTAL EN CONSTRUCCIÓN	
Concepto	Costo Total
Alojamiento	\$ 50.128,20
Restaurante	\$ 19.186,50
Recepción/Oficinas Administrativas	\$ 1.408,75
Piscina	\$ 7.200,00
Laguna	\$ 29.245,50
Senderos Ecológicos	\$ 508,80
Gruta de la Virgen	\$ 46,80
Cancha Polideportiva	\$ 9.464,00
Baños Públicos	\$ 778,80
Caballeriza	\$ 525,30
Lavandería	\$ 1.525,00
Parqueaderos	\$ 1.900,00
TOTAL	\$ 121.918

Fuente: Tablas 1-8 de Inversión en Construcción por áreas

Elaborado por: La Autora

- **Vehículos:**

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se necesitará invertir en una furgoneta para el transporte de pasajeros desde el Eco – Lodge hacia los distintos

destinos turísticos de la Provincia, adicionalmente se cuenta con un auto, valorado en \$12000, el cuál servirá para el transporte de materia prima.

INVERSIÓN VEHÍCULO		
Cantidad	Concepto	Costo
1	Kia Pregio (17 personas)	\$ 25.000,00
1	Kia Sportage Wagon	\$ 12.000,00
TOTAL		\$ 37.000,00

Fuente: Concesionarios KIA MOTORS

Elaborado por: La Autora

- **Maquinaria y Equipos:**

La información detallada acerca de la inversión en Maquinarias y Equipos, se encuentra en el Anexo No. 5, sin embargo, a continuación se resumen los costos de inversión en el siguiente cuadro:

INVERSIÓN TOTAL EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS	
Concepto	Costo Total
Alojamiento	\$ 3.676,58
Restaurante	\$ 12.454,21
Recepción/Oficinas Administrativas	\$ 8.974,52
Piscina	\$ 2.300,00
Lavandería	\$ 14.001,30
Ama de Llaves	\$ 1.565,00
TOTAL	\$ 42.971,61

Fuente: Tablas 1-7 de Inversión Total en Maquinarias y Equipos

Elaborado por: La Autora

- **Mobiliario:**

A continuación se presenta un cuadro de resumen de la inversión que se realiza en mobiliario del establecimiento, sin embargo, la información detallada se encuentra en el Anexo No. 6.

INVERSIÓN TOTAL EN MOBILIARIO	
Concepto	Costo Total
Alojamiento	\$ 19.538,38
Bar/Restaurante	\$ 9.614,32
Cocina/Bodega/Recepción Mercadería	\$ 3.572,47
Recepción/Oficinas Administrativas	\$ 4.620,92
Lavandería/Ama de Llaves	\$ 818,39
Piscina	\$ 350,00
Baño Público	\$ 969,20
Otros	\$ 239,19
TOTAL	\$ 39.722,87

Fuente: Tablas 1 -8 de Inversión Total en Mobiliario por áreas

Elaborado por: La Autora

- **Equipos de Cómputo:**

A continuación se detallan la cantidad de Equipos de Cómputo que se requieren para la operación normal del establecimiento:

EQUIPOS DE CÓMPUTO			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computador	8	\$ 423,58	\$ 3.388,64
Impresora Matricial (Factura)	2	\$ 214,00	\$ 428,00
Impresora Normal	1	\$ 94,99	\$ 94,99
Impresora Multifunción	1	\$ 195,99	\$ 195,99
TOTAL			\$ 4.107,62

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

- **Otros Activos:**

Dentro de este grupo se enlistan todos aquellos activos que no pueden considerarse en ninguno de los grupos anteriores, pero que sin embargo, son necesarios para la operación del negocio, así tenemos:

INVERSIÓN OTROS ACTIVOS			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Botes	2	\$ 395,00	\$ 790,00
Extintores Tipo ABC (20lb)	7	\$ 47,00	\$ 329,00
Extintores Tipo BC (5lb)	2	\$ 54,00	\$ 108,00
Uniformes			\$ 510,84
TOTAL			\$ 1.737,84

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.1.2. Inversión en Activos de Operación⁶⁰

Son aquellos activos que se adquieren para ser utilizados como soporte de las operaciones normales de Alojamiento y Alimentos & Bebidas, tanto así que se identifican como parte integral del servicio. La inversión en activos de operación se resume en el siguiente cuadro:

INVERSIÓN TOTAL ACTIVOS DE OPERACIÓN	
Concepto	Costo Total
<i>Blancos de Hotel</i>	\$ 3.800,20
Blancos de Cama	\$ 2.346,20
Blancos de Baño	\$ 1.454,00
<i>Utensilios de Cocina</i>	\$ 564,02
<i>Menaje de Restaurante y Bar</i>	\$ 1.510,13
Vajilla	\$ 1.145,39
Cristalería	\$ 129,39
Cuartería	\$ 235,35
TOTAL	\$ 5.874

Fuente: Tablas 1 - 8 de Inversión Total en Activos de Operación

Elaborado por: La Autora

⁶⁰ Hoteles: Gestión y Costos: Tratamiento de los Activos de Operación, página web: <http://www.mailxmail.com/curso-hoteles-gestion-costes-1/tratamiento-activos-operacion>, obtenido en fecha: 04/07/2011

En el Anexo No. 7, se detalla a profundidad la inversión por área en activos de operación.

6.1.1.3. Inversión en Activos Diferidos⁶¹

La inversión de este tipo de activos constituye los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, este tipo de inversión debe ser amortizada. Los principales componentes de los activos diferidos, son los gastos de organización, las licencias, gastos de adquisición de patentes, bases de datos y sistemas de información pre - operativos, inclusive los gastos de capacitación antes de la puesta en marcha del proyecto.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Concepto	Valor
Estudios de Ingeniería	
Estudio de Pre factibilidad	\$ 1.500,00
Constitución Legal	\$ 700,00
TOTAL	\$ 2.200,00
Gastos de Constitución	
Registro de Actividad Turística	\$ 85,20
Permiso Sanitario	\$ 261,61
Afiliación CAPTUR	\$ 30,00
Otros Permisos	\$ 800,00
TOTAL	\$ 1.176,81
Gastos Pre operativos	
Capacitación de Personal	\$ 500,00
Publicidad Inicial	\$ 2.916,32
TOTAL	\$ 3.416,32
TOTAL	\$ 6.793

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

A continuación se presenta el detalle de la publicidad inicial del establecimiento.

⁶¹ Ec. Luis Barreno, "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos", Primera Edición, Quito, 2004, Pag. 87 – 90.

PUBLICIDAD INICIAL	
Concepto	Valor
Anuncio B/N (Domingo) El Comercio	\$ 2.520,00
Flyers Publicitarios A5 (500)	\$ 96,32
Banner en Facebook	\$ 300,00
TOTAL	\$ 2.916,32

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.1.4. Inversión en Capital de Trabajo:

Es el capital adicional a la inversión en activos fijos y diferidos, con que necesita contar la empresa para empezar sus funciones, es decir, se necesita financiar la primera producción antes de recibir ingresos, por lo que se debe comprar materia prima, pagar mano de obra directa, otorgar crédito de ventas, etc. Para el cálculo del Capital de Trabajo, se utiliza la siguiente fórmula:

$$CT = \frac{CyG \text{ Totales} - Dep. - Amort.}{360} \times \text{Periodo Desfase}$$

Donde:

CT = Capital de Trabajo

C y G Totales = Costos y Gastos Totales (sin incluir amortización de la deuda).

Dep. = Depreciación de Activos Fijos y de Operación

Amort. = Amortización del Activo Diferido

Periodo Desfase = Periodo para el cual se va a calcular el capital de trabajo (en días).

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, el período desfase con el que se trabaja para el cálculo del capital de trabajo es de 60 días, puesto que después de la

puesta en funcionamiento del negocio, se espera tener un flujo normal de ingresos en este periodo de tiempo. Los costos y gastos en los que incurre el establecimiento, sin contar con la amortización de la deuda son los siguientes:

COSTOS Y GASTOS ANUALES	
Costos Directos	
Materia Prima Directa	\$ 72.013,63
Mano de Obra Directa	\$ 85.687,69
TOTAL	\$ 157.701,32
Costos Indirectos de Fabricación	
Materiales Indirectos	\$ 1.930,64
Mano de Obra Indirecta	\$ 35.162,30
Servicios Básicos	\$ 15.072,00
Seguros Equipos	\$ 2.999,04
Mantenimiento y Reparación	\$ 360,00
Depreciación	\$ 18.391,36
TOTAL	\$ 73.915,34
Gastos Administrativos y de Ventas	
Sueldos	\$ 55.377,50
Honorarios Profesionales	\$ 1.612,80
Servicios Básicos	\$ 3.768,00
Suministros de Oficina	\$ 566,15
Depreciación Activos Admin.	\$ 2.944,85
Seguros Equipos	\$ 572,00
Mantenimiento y Reparación	\$ 24,00
Capacitación del Personal	\$ 500,00
Publicidad y Promoción	\$ 33.255,71
TOTAL	\$ 98.621,01
Gastos Financieros	
Amortización Activo Diferido	\$ 1.358,63
TOTAL	\$ 1.358,63
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 331.596,29

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Es así que el capital de trabajo es el siguiente:

$$CT = \frac{\$ 331.596,29 - \$ 21.336,22 - \$ 1.358,63}{360} \times 60$$

$$CT = \$ 51.484,00$$

6.1.1.5. Inversión Total:

La inversión total de un establecimiento hotelero, la constituyen cuatro rubros: Activos Fijos, Activos de Operación, Activos Diferidos y el Capital de Trabajo; La Inversión que requiere TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se la resume en el siguiente cuadro:

INVERSIÓN TOTAL DEL ESTABLECIMIENTO	
Activos Fijos	\$ 289.457,59
Activos Diferidos	\$ 6.793,13
Activos de Operación	\$ 5.874,35
Capital de Trabajo	\$ 51.483,57
TOTAL	\$ 353.609

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.2. Financiamiento⁶²

Cuando ya se ha decidido el tipo de inversiones que requerirá un proyecto, es necesario, determinar las fuentes de financiamiento con que podría contar el inversionista. Es así que, se pueden distinguir dos tipos de fuentes, las internas, que corresponden al aporte ya sea en efectivo o especies que pueden aportar los inversionistas y las externas cuyo origen se encuentra fuera de la organización y lo constituyen los préstamos bancarios.

⁶² Ec. Luis Barreno, "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos", Primera Edición, Quito, 2004, Pag. 92.

En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se recurrirá a las dos fuentes, por una parte los socios aportarán el terreno, un vehículo y dinero en efectivo y por otro lado se recurrirá a un préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional, cuyas condiciones se encuentran detalladas en el Anexo No. 8 del presente capítulo.

- *Estructura del Financiamiento:*

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
	Valor	% Particip.
FUENTE INTERNA		
Terreno	\$ 42.000,00	12%
Vehículo	\$ 12.000,00	3%
Capital	\$ 52.083	15%
TOTAL FUENTE INTERNA	\$ 106.083	30%
FUENTE EXTERNA		
<i>Préstamo CFN</i>	\$ 247.526	70%
VALOR DE LA INVERSIÓN	\$ 353.609	100%

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.2.1. Amortización de la Deuda:

CUADRO INFORMATIVO	
Total Préstamo	247,526
Interés Anual	9%
Plazo	5
Pagos	anuales

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la amortización de la deuda, se utilizó la siguiente fórmula:

$$a = \frac{r * VA}{[1 - (1 + r)^{-t}]}$$

Donde:

a = amortización

r = interés

VA = valor del préstamo

t = tiempo

$$a = \frac{0,09 * 247.526}{[1 - (1 + 0,09)^{-5}]}$$

$$a = 63.637,08$$

A continuación se presenta la tabla de amortización de la deuda:

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
PERÍODOS (AÑOS)	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA FIJA	SALDO DE CAPITAL
1	\$ 247.526,05	\$ 22.277,34	\$ 41.359,74	\$ 63.637,08	\$ 206.166,31
2	\$ 206.166,31	\$ 18.554,97	\$ 45.082,11	\$ 63.637,08	\$ 161.084,20
3	\$ 161.084,20	\$ 14.497,58	\$ 49.139,50	\$ 63.637,08	\$ 111.944,70
4	\$ 111.944,70	\$ 10.075,02	\$ 53.562,06	\$ 63.637,08	\$ 58.382,64
5	\$ 58.382,64	\$ 5.254,44	\$ 58.382,64	\$ 63.637,08	\$ 0,00
TOTAL		\$ 70.659,35	\$ 247.526,05	\$ 318.185,40	

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.3. Presupuestos:

6.1.3.1. Presupuesto de Ingresos:

Para elaborar el presupuesto de ingresos del proyecto, se partió de la demanda actual del Año 1, la cual se obtiene a través de la proyección de la demanda actual

determinada en el Estudio de Mercado. En el caso del establecimiento existen ingresos por cuatro conceptos distintos:

- Alojamiento
- Alimentos & Bebidas
- Paquete Turístico
- Concesión Caballerizas

A continuación se resumen el presupuesto de ingresos para los 5 primeros años.

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento	\$ 282.782,12	\$ 293.245,06	\$ 304.095,13	\$ 315.346,65	\$ 327.014,47
Restaurante	\$ 62.642,19	\$ 64.959,95	\$ 67.363,47	\$ 69.855,92	\$ 72.440,58
Paquete Turístico	\$ 66.672,06	\$ 69.138,93	\$ 71.697,07	\$ 74.349,86	\$ 77.100,81
Con. Caballerizas	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
TOTAL	\$ 415.696	\$ 430.944	\$ 446.756	\$ 463.152	\$ 480.156

Fuente: Tablas Anexo 6

Elaborado por: La Autora

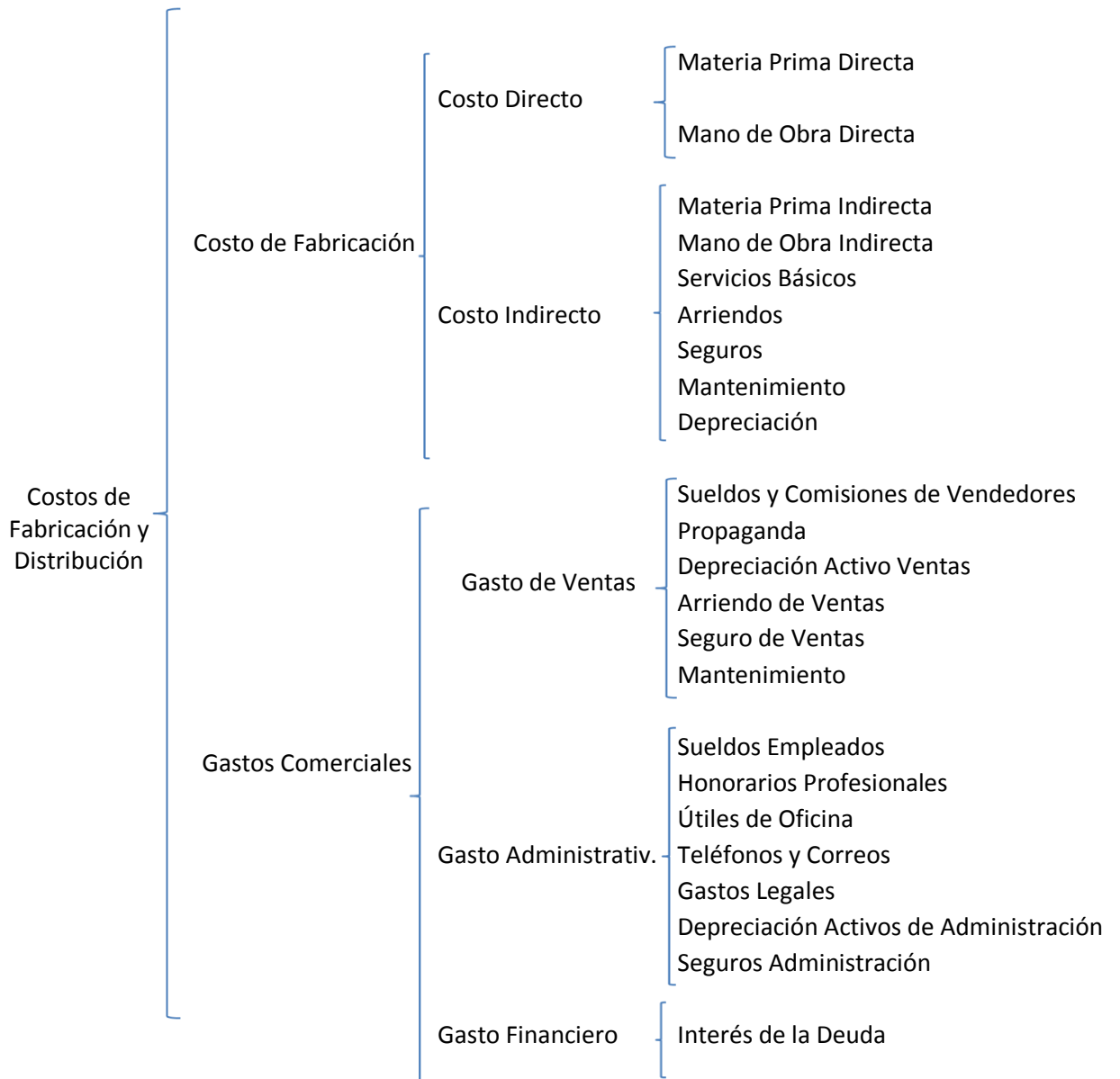
El cálculo de los ingresos se encuentra detallado más profundamente en el Anexo No. 9.

6.1.3.2. Presupuesto de Costos y Gastos⁶³

Un costo es un conjunto de valores que están directamente relacionados con la elaboración de un producto o prestación de un servicio. Mientras que, un gasto, es un conjunto de valores que se aplican en ventas y administración, es decir, que no

⁶³ Recopilación de varias fuentes: Ec. Luis Barreno, "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos", Primera Edición, Quito, 2004, Pag. 94- 102; Molina Antonio, "Contabilidad de Costos", Tercera Edición, Quito – Ecuador, 2002, Pag. 10.

está directamente relacionado con la elaboración de dicho producto o dicha prestación del servicio. El presupuesto de costos y gastos, se basa fundamentalmente en el programa de producción y ventas fijado por el establecimiento, de los cuales se desprenderán los requerimientos de materia prima, materiales directos, materiales indirectos, insumos, mano de obra directa e indirecta, y gastos de administración, ventas y financiero. Los costos se clasifican de la siguiente manera:



En base al cuadro anterior se fijaron los costos y gastos de TIERRA TSÁCHILA ECO –

LODGE, así tenemos:

COSTOS Y GASTOS ANUALES	
Costos Directos	
Materia Prima Directa	\$ 72.013,63
Mano de Obra Directa	\$ 85.687,69
TOTAL	\$ 157.701,32
Costos Indirectos de Fabricación	
Materiales Indirectos	\$ 1.930,64
Mano de Obra Indirecta	\$ 35.162,30
Servicios Básicos	\$ 15.072,00
Seguros Equipos	\$ 2.999,04
Mantenimiento y Reparación	\$ 360,00
Depreciación	\$ 15.736,20
TOTAL	\$ 71.260,17
Gastos Administrativos y de Ventas	
Sueldos	\$ 55.377,50
Honorarios Profesionales	\$ 1.612,80
Servicios Básicos	\$ 3.768,00
Suministros de Oficina	\$ 269,97
Depreciación Activos Admin.	\$ 2.944,85
Seguros Equipos	\$ 936,00
Mantenimiento y Reparación	\$ 24,00
Capacitación del Personal	\$ 500,00
Publicidad y Promoción	\$ 33.255,71
Amortización Activo Diferido	\$ 1.358,63
TOTAL	\$ 100.047,46
Gastos Financieros	
Interés de la Deuda	\$ 22.277,34
TOTAL	\$ 22.277,34
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 351.286,29

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.3.2.1. Costos Directos de Producción:

- **Cálculo de Materia Prima**

La materia prima, es un conjunto de bienes que sufren una transformación durante el proceso productivo y que además constituyen parte fundamental del producto o servicio final. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se consideran tres tipos de materia prima: de Alojamiento, Alimentos & Bebidas y Paquete Turístico. En el Anexo No. 10, se detalla el cálculo de la materia prima del establecimiento, sin embargo, a continuación se encuentra un cuadro resumen de la materia prima necesaria para el funcionamiento normal de la empresa:

COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	
Alimentos & Bebidas	\$ 33.494,58
Alojamiento	\$ 6.725,62
Paquete Turísticos	\$ 31.793,42
TOTAL	\$ 72.014

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

- **Cálculo de Mano de Obra Directa**

Es aquella que manipula directamente la materia prima y el producto o servicio. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, la mano de obra directa se contratará en dos formas, de forma fija y de forma temporal; aquellos que son temporales son contratados únicamente para fin de semana, pagándoseles un salario proporcional a las horas de trabajo y sin considerar obligaciones de ley por no ser contratados de planta. Al resto de empleados

se les paga de acuerdo al salario mínimo sectorial aumentado un porcentaje.

El total del Costo de Mano de Obra Directa es de \$85.687,69.

En los siguientes cuadros se detalla la nómina de Mano de Obra Directa del establecimiento tanto temporal como fija.

MANO DE OBRA DIRECTA TEMPORAL				
No.	Empleado	Un fin semana	Mes	Año
Recepcionistas de Fin de Semana				
1	Recepcionista Fin de Semana	\$ 28,29	\$ 113,14	\$ 5.430,72
2	Recepcionista Fin de Semana	\$ 28,29	\$ 113,14	\$ 5.430,72
3	Recepcionista Fin de Semana (noche)	\$ 35,36	\$ 141,43	\$ 6.788,40
Meseros de Fin de Semana				
4	Mesero	\$ 28,29	\$ 113,14	\$ 5.430,72
5	Mesero	\$ 28,29	\$ 113,14	\$ 5.430,72
TOTAL		\$ 28.511,28		

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales/Salarios Mínimos Sectoriales

Elaborado por: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA FIJA DEL ESTABLECIMIENTO							
No.	Empleado	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Vacaciones	Total
1	Recepcionista	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 395,95
2	Recepcionista	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 395,95
3	Recepcionista (turno nocturno)	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 22,00	\$ 45,56	\$ 15,63	\$ 489,44
4	Ama de Llaves	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
5	Encargado Lavandería	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 395,95
6	Cocinero	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 22,00	\$ 66,83	\$ 22,92	\$ 707,58
7	Cocinero de Apoyo	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 48,60	\$ 16,67	\$ 520,60
8	Ayudante de Cocina	\$ 271,92	\$ 22,66	\$ 22,00	\$ 33,04	\$ 11,33	\$ 360,95
9	Mesero	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
10	Mesero	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
11	Mesero	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
	Gasto Total en Nómina Mensual:						\$ 4.764,70
	GASTO TOTAL EN NÓMINA ANUAL:						\$ 57.176,41

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales/Salarios Mínimos Sectoriales

Elaborado por: La Autora

6.1.3.2.2. Costos Indirectos de Producción:

- **Cálculo de Mano de Obra Indirecta:**

Es aquella cuya función es vigilar, supervisar o complementar los procesos productivos o de prestación del servicio, pero no interviene directamente en la transformación de las materias primas. El valor de mano de obra indirecta es de \$35.162,30.

En la página siguiente se detalla la nómina de Mano de Obra Indirecta del establecimiento:

CÁLCULO MANO DE OBRA INDIRECTA DEL ESTABLECIMIENTO							
No.	Empleado	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Vacaciones	Total
1	Encargado Limpieza/Mantenimiento	\$285,60	\$23,80	\$22,00	\$34,70	\$11,90	\$378,00
2	Receptor de Mercadería/Compras	\$285,60	\$23,80	\$22,00	\$34,70	\$11,90	\$378,00
3	Posillero	\$271,92	\$22,66	\$22,00	\$33,04	\$11,33	\$360,95
4	Posillero	\$271,92	\$22,66	\$22,00	\$33,04	\$11,33	\$360,95
5	Botones	\$264,00	\$22,00	\$22,00	\$32,08	\$11,00	\$351,08
6	Botones	\$264,00	\$22,00	\$22,00	\$32,08	\$11,00	\$351,08
8	Cajero	\$283,25	\$23,60	\$22,00	\$34,41	\$11,80	\$375,07
9	Cajero	\$283,25	\$23,60	\$22,00	\$34,41	\$11,80	\$375,07
Gasto Total en Nómina Mensual:							\$2.930,19
GASTO TOTAL EN NÓMINA ANUAL:							\$ 35.162,30

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales/Salarios Mínimos Sectoriales

Elaborado por: La Autora

- **Cálculo de Materiales Indirectos:**

Estos no forman parte del producto en sí, pero son utilizados para la presentación formal del producto terminado, como los son sorbetes, servilletas, etc.

COSTO MATERIALES INDIRECTOS			
	Semanal	Mensual	Anual
Servilletas	\$ 0,76	\$ 3,04	\$ 36,48
Sorbetes	\$ 1,25	\$ 5,00	\$ 60,00
Palillos	\$ 0,26	\$ 1,04	\$ 12,48
Hielo	\$ 1,44	\$ 5,76	\$ 69,12
Suministros de Limpieza			
Coche de Limpieza			\$ 199,00
Trapeador			\$ 30,00
Escoba			\$ 12,00
Pala de Basura			\$ 4,00
Limpiavidrios			\$ 54,00
Basurero Ecológico			\$ 64,08
Desinfectante de Manos (galón)		\$ 8,01	\$ 96,12
Insecticida (galón)		\$ 6,93	\$ 83,16
Jabón Lavavajilla (galón)		\$ 6,37	\$ 76,44
Fundas de Basura (Paquete)		\$ 2,30	\$ 27,60
Esponjas		\$ 2,80	\$ 33,60
Guantes		\$ 4,35	\$ 52,20
Papel toalla (24 fajos de 150)		\$ 60,00	\$ 720,00
Papel Jumbo Baño Público (4 rollos)		\$ 10,68	\$ 128,16
Limpión de Cocina		\$ 14,35	\$ 172,20
TOTAL			\$ 1.931

Fuente: Investigación en Varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

- **Cálculo de Servicios Básicos:**

Debido a que se trata de un establecimiento nuevo, no se puede calcular exactamente cuál es el valor que tiene este tipo de costo. Sin embargo, para estimar un valor se recurrió a un establecimiento de la competencia (Kasama

Lodge) y se indago sobre cuánto es lo que pagan al mes por concepto de servicios básicos, y en base a la información obtenida, se cálculo el costo anual en que se incurrirá bajo este concepto, el cuál asciende a \$18.840,00. Este costo total no se puede cargar totalmente al costo indirecto ya que un porcentaje equivale al área administrativa, por lo que se ha estimado destinar el 80% al costo operativo y el 20% al área administrativa; por lo tanto, el total de servicios básicos destinado al costo indirecto será de \$15.072,00.

SERVICIOS BÁSICOS		
	Mensual	Anual
Luz	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Agua	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Teléfono	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Internet	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Gas Doméstico	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL		\$ 18.840,00

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

SERVICIOS BÁSICOS POR ÁREA		
Área	%	Valor
Área Operativa	80%	\$ 15.072,00
Área Administrativa	20%	\$ 3.768,00

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

- **Cálculo de Seguros de Equipos**

Ante cualquier eventualidad, siempre es necesario asegurar una parte, si no es la totalidad de los activos fijos. En el caso del establecimiento se asegurarán los principales bienes contra robo e incendios. Los seguros operan de la siguiente forma:

- La prima mínima de seguros es de \$52,00
- Los vehículos se los asegura con un 3,50% sobre el valor del activo.
- Equipos Electrónicos, 1,20% sobre el valor del activo.
- Para el resto de activos se cobra: 0,20% por incendio, 1% por robo o asalto.

A continuación se presenta un cuadro resumen del costo en seguros de equipos, sin embargo el detalle de los seguros por tipo de activo se especifica en el Anexo No. 12.

TOTAL SEGUROS	
Maquinaria y Equipos	
Área Operativa	\$ 1.699,04
Muebles y Enseres	
Área Operativa	\$ 1.300,00
Área Administrativa	\$ 364,00
Equipos de Cómputo	
	\$ 572,00
TOTAL	\$ 3.935

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

TOTAL SEGUROS POR ÁREA	
Área	Valor
Área Operativa	\$ 2.999
Área Administrativa	\$ 936
TOTAL	\$ 3.935

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Por lo tanto, el valor de seguros que se carga a costos indirectos es de \$2.999,00.

- **Mantenimiento de Equipos:**

Para el mantenimiento de equipos del área operativa se ha decidido destinar \$30,00 mensuales, es decir, \$360,00 anuales, debido a que es en esta área donde se encuentran la mayor parte de equipos que necesitan mantenimiento constante para su buen funcionamiento.

- **Depreciación:**

En este concepto se carga el valor de la depreciación de los activos fijos del área operativa para el Año 1, el cual es de \$15.736,20; este valor se lo detallará más adelante en la parte que corresponde a depreciaciones.

6.1.3.2.3. Gastos Administrativos y de Ventas:

- **Sueldos:**

Se considera sueldos a todo gasto que se hace en personal del área administrativa o de ventas, es decir, que no está directamente relacionada con el proceso productivo o de servicio. En el caso del establecimiento, se cuenta como sueldos al personal del área administrativa. Dicho gasto tiene un valor de \$55.377,50.

En la siguiente página se detalla la nómina del área administrativa.

CÁLCULO PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Empleado	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Vacaciones	Total	
1	Administrador	\$800,00	\$66,67	\$22,00	\$97,20	\$33,33	\$1.019,20	
2	Jefe de Alojamiento	\$550,00	\$45,83	\$22,00	\$66,83	\$22,92	\$ 707,58	
	Jefe de A & B	\$550,00	\$45,83	\$22,00	\$66,83	\$22,92	\$ 707,58	
3	Encargado de Actividades Turísticas y Entretenimiento	\$400,00	\$33,33	\$22,00	\$48,60	\$16,67	\$ 520,60	
4	Guardia	\$264,00	\$22,00	\$22,00	\$32,08	\$11,00	\$ 351,08	
5	Guardia	\$264,00	\$22,00	\$22,00	\$32,08	\$11,00	\$ 351,08	
6	Guardia (nocturno)	\$330,00	\$27,50	\$22,00	\$40,10	\$13,75	\$ 433,35	
7	Guardia Fin de Semana	\$113,14	\$ 9,43	\$22,00	\$13,75	\$ 4,71	\$ 163,03	
8	Guardia Fin de Semana	\$113,14	\$ 9,43	\$22,00	\$13,75	\$ 4,71	\$ 163,03	
9	Guardia Fin de Semana (noche)	\$141,43	\$11,79	\$22,00	\$17,18	\$ 5,89	\$ 198,29	
Gasto Total en Nómina Mensual:								\$4.614,79
Gasto Total en Nómina Anual:								\$55.377,50

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales/Salarios Mínimos Sectoriales

Elaborado por: La Autora

- **Honorarios Profesionales:**

Como honorarios profesionales se los considera al pago a una persona que no tiene dependencia directa del negocio, sino que se lo contrata como un asesor externo. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se pagará honorarios profesionales al contador, el cual cobrará honorarios de \$134,40 mensuales por ir un día a la semana. Lo que significa un gasto anual de \$1.612,80.

- **Servicios Básicos:**

Como se indicó anteriormente en el cálculo de servicios básicos para el área operativa, el gasto en área administrativa, equivale al 20% del total de estos servicios, es decir, \$3.768,00.

- **Suministros de Oficina:**

Los suministros de oficina son todos aquellos objetos, que se utilizan en la oficina, como lápices, esferográficos, tijeras, etc. Para este cálculo se estimo la cantidad de suministros que se podrían necesitar durante el año.

INVERSIÓN SUMINISTROS DE OFICINA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Caja Esferográficos (24)	1	\$ 5,64	\$ 5,64
Resma Papel Bond	6	\$ 3,72	\$ 22,32
Caja Borradores	1	\$ 3,35	\$ 3,35
Tinta Correctora	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Carpetas Archivadoras	12	\$ 2,65	\$ 31,80
Comandas	10	\$ 2,88	\$ 28,80
Goma	1	\$ 0,90	\$ 0,90
Grapadora	6	\$ 2,92	\$ 17,52
Perforadora	6	\$ 2,84	\$ 17,04
Cinta Adhesiva (8)	6	\$ 1,68	\$ 10,08
Cartuchos	6		\$ 122,32
Tijeras	6	\$ 0,70	\$ 4,20
TOTAL			\$ 269,97

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

- **Depreciación:**

Aquí se carga el gasto por depreciación de activos de administración únicamente, el cual tiene un valor de \$2.944,85. El detalle de la depreciación se la estudiará más adelante en la parte que corresponde a este concepto.

- **Seguros Equipos:**

El cálculo de los seguros de equipos se lo realizó anteriormente, de dicho cálculo se desprendió que el gasto en seguros de equipos administrativos es de \$936,00.

- **Mantenimiento y Reparación:**

Para el mantenimiento de equipos del área administrativa se ha decidido destinar \$24,00 anuales, debido a que en esta área no se requiere de mucho mantenimiento.

- **Capacitación del Personal:**

Como parte de las políticas de servicio y calidad del establecimiento, se debe brindar capacitación al personal cada año, de tal manera que el servicio que se brinde satisfaga las necesidades y expectativas del cliente. Las capacitaciones las brindarán los socios en cada una de sus ramas de experiencia y se ha acordado pagar un valor de \$500,00.

- **Publicidad y Promoción:**

La publicidad y promoción es un rubro importante dentro de los gastos, ya que de este depende la difusión que tenga el establecimiento dentro del mercado y la posterior captación de clientes, por lo general se destina un 15% de las ventas a este rubro, sin embargo, al tratarse de un negocio nuevo y considerando que al inicio el flujo de ventas no es normal, se ha decidido destinar únicamente el 8% de las ventas para este rubro, el cual equivale a \$33.255,71.

- **Amortización del Activo Diferido:**

Así como los activos fijos, los activos diferidos pierden valor con el tiempo; la pérdida del valor contable de los activos diferidos se denomina amortización. La amortización del activo diferido se la hace para el tiempo de vida del proyecto, es decir, a 5 años. Por lo tanto, tenemos:

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO		
Valor	Tiempo	Amortización
\$ 6.793,13	5	\$ 1.358,63

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.1.3.2.4. Gastos Financieros:

- **Interés de la Deuda:**

El interés es todo aquel beneficio, ganancia, renta, utilidad, o provecho que se paga por utilizar dinero prestado por terceros. En el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, el primer pago del interés es de \$22.277,34. El cuadro de amortización de la deuda del cual se desprende el pago del interés, se encuentra detallado anteriormente en la forma de financiamiento.

6.1.4. Depreciación⁶⁴

Tanto la depreciación como la amortización, tienen el mismo concepto, con la diferencia que la primera se la aplica únicamente al activo fijo, ya que con el uso de dichos bienes, éstos van perdiendo valor.

⁶⁴ Urbina Baca Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Editorial Mc. Graw Hill, Pag. 174 - 176

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS			
	Valor Activo	Tiempo	Depreciación
Área Operativa			
Vehículo	\$ 37.000,00	20	\$ 1.850,00
Edificio	\$ 120.508,90	20	\$ 6.025,44
Maquinaria y Equipos	\$ 33.997,09	10	\$ 3.399,71
Mobiliario	\$ 35.101,95	10	\$ 3.510,20
Activos de Operación	\$ 5.874,35	2	\$ 2.937,18
Otros Activos			
Botes	\$ 790,00	5	\$ 158,00
Uniformes	\$ 510,84	1	\$ 510,84
DEPRECIACIÓN OPERATIVOS			\$ 18.391,36
Área Administrativa			
Edificio	\$ 1.408,75	20	\$ 70,44
Maquinaria y Equipos	\$ 8.974,52	10	\$ 897,45
Mobiliario	\$ 4.620,92	10	\$ 462,09
Equipos de Cómputo	\$ 4.107,62	3	\$ 1.369,21
Otros Activos			
Extintores Tipo ABC (20lb)	\$ 329,00	3	\$ 109,67
Extintores Tipo BC (5lb)	\$ 108,00	3	\$ 36,00
DEPRECIACIÓN ADMINISTRATIVOS			\$ 2.944,85
TOTAL DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			\$ 21.336,22

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.2. EVALUACIÓN FINANCIERA⁶⁵

6.2.1. Estados Financieros Proyectados:

6.2.1.1. Balance General Inicial:

Es el estado de situación inicial que tiene una empresa, es un estado financiero, que permite conocer cuál es la condición financiera inicial de una empresa, en el cual se reflejan los activos, pasivos y el patrimonio que tiene. Los activos son todo lo que posee, los pasivos la deuda que tiene el establecimiento y el patrimonio son los

⁶⁵ Recopilación de varias fuentes: Urbina Baca Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Editorial Mc. Graw Hill; Ec. Luis Barreno, "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos", Primera Edición, Quito, 2004.

recursos que los accionistas aportan a la empresa. Un balance bien elaborado, cumple con la siguiente regla:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$$

El estado de situación inicial de la empresa se encuentra en la siguiente página:

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo a Largo Plazo	
Caja/Bancos	\$ 51.483,57	Préstamo CFN	\$ 247.526
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 51.483,57	<u>PASIVO TOTAL</u>	<u>\$ 247.526</u>
Activo Fijo		PATRIMONIO	
Terreno	\$ 42.000,00	Capital	\$ 106.083
Edificio	\$ 121.917,65	<u>TOTAL PATRIMONIO</u>	<u>\$ 106.083</u>
Maquinaria y Equipos	\$ 42.971,61		
Muebles y Enseres	\$ 39.722,87		
Vehículos	\$ 37.000,00		
Equipos de Cómputo	\$ 4.107,62		
Otros Activos	\$ 1.737,84		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 289.458		
Activos Diferidos			
Estudios de Ingeniería	\$ 2.200,00		
Gastos de Constitución	\$ 1.176,81		
Gastos Pre operativos	\$ 3.416,32		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.793		
Activos de Operación			
Blancos de Hotel	\$ 3.800,20		
Utensilios de Cocina	\$ 564,02		
Menaje de Restaurante y Bar	\$ 1.510,13		
TOTAL ACTIVO DE OPERACIÓN	\$ 5.874		
<u>ACTIVO TOTAL</u>	<u>\$ 353.609</u>	<u>PASIVO+PATRIMONIO</u>	<u>\$ 353.609</u>

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.2.1.2. Estado de Resultados:

El estado de resultados es un instrumento de evaluación, que refleja el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al final de un período determinado que por lo general es de un año. Para la proyección de los distintos rubros, se tomó en cuenta el incremento en ventas (3,70%), un porcentaje de inflación más el crecimiento de ventas (5%) o un porcentaje de la inflación (1,30%), dichos porcentajes se los aplicó según sea el caso.

El estado de resultados proyectado de la empresa es el siguiente:

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	\$ 415.696,37	\$ 430.943,94	\$ 446.755,67	\$ 463.152,42	\$ 480.155,86
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 228.961,49	\$ 237.803,15	\$ 241.176,87	\$ 244.979,46	\$ 248.934,94
Costos Directos					
Materia Prima Directa	\$ 72.013,63	\$ 74.678,13	\$ 77.441,22	\$ 80.306,55	\$ 83.277,89
Mano de Obra Directa	\$ 85.687,69	\$ 89.316,01	\$ 89.316,01	\$ 89.316,01	\$ 89.316,01
TOTAL	\$ 157.701,32	\$ 163.994,14	\$ 166.757,23	\$ 169.622,56	\$ 172.593,90
Costos Indirectos de Fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 1.930,64	\$ 2.027,17	\$ 2.128,53	\$ 2.234,96	\$ 2.346,70
Mano de Obra Indirecta	\$ 35.162,30	\$ 37.371,84	\$ 37.371,84	\$ 37.371,84	\$ 37.371,84
Servicios Básicos	\$ 15.072,00	\$ 15.825,60	\$ 16.616,88	\$ 17.447,72	\$ 18.320,11
Seguros Equipos	\$ 2.999,04	\$ 2.999,04	\$ 2.999,04	\$ 2.999,04	\$ 2.999,04
Mantenimiento y Reparación	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Depreciación	\$ 15.736,20	\$ 15.225,36	\$ 14.943,35	\$ 14.943,35	\$ 14.943,35
TOTAL	\$ 71.260,17	\$ 73.809,01	\$ 74.419,63	\$ 75.356,90	\$ 76.341,04
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 186.734,88	\$ 193.140,79	\$ 205.578,80	\$ 218.172,96	\$ 231.220,93
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos y de Ventas					
Sueldos	\$ 55.377,50	\$ 65.673,78	\$ 65.673,78	\$ 65.673,78	\$ 65.673,78
Honorarios Profesionales	\$ 1.612,80	\$ 1.612,80	\$ 1.612,80	\$ 1.612,80	\$ 1.612,80
Servicios Básicos	\$ 3.768,00	\$ 3.816,98	\$ 3.866,60	\$ 3.916,87	\$ 3.967,79
Suministros de Oficina	\$ 269,97	\$ 269,97	\$ 269,97	\$ 269,97	\$ 269,97
Depreciación Activos Admin.	\$ 2.944,85	\$ 2.944,85	\$ 2.944,85	\$ 1.429,98	\$ 1.429,98
Seguros Equipos	\$ 936,00	\$ 936,00	\$ 936,00	\$ 936,00	\$ 936,00
Mantenimiento y Reparación	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Capacitación del Personal	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Publicidad y Promoción	\$ 33.255,71	\$ 34.475,52	\$ 33.255,71	\$ 33.255,71	\$ 33.255,71
Amortización Activo Diferido	\$ 1.358,63	\$ 1.358,63	\$ 1.358,63	\$ 1.358,63	\$ 1.358,63
TOTAL	\$ 100.047,46	\$ 111.612,53	\$ 110.442,35	\$ 108.977,74	\$ 109.028,66
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 86.687,43	\$ 81.528,26	\$ 95.136,45	\$ 109.195,22	\$ 122.192,27
(-)GASTOS FINANCIEROS					
Interés de la Deuda	\$ 22.277,34	\$ 18.554,97	\$ 14.497,58	\$ 10.075,02	\$ 5.254,44
TOTAL	\$ 22.277,34	\$ 18.554,97	\$ 14.497,58	\$ 10.075,02	\$ 5.254,44
UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIP. E IMPUESTOS	\$ 64.410,08	\$ 62.973,29	\$ 80.638,87	\$ 99.120,20	\$ 116.937,83
(-) 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 9.661,51	\$ 9.445,99	\$ 12.095,83	\$ 14.868,03	\$ 17.540,67
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 54.748,57	\$ 53.527,30	\$ 68.543,04	\$ 84.252,17	\$ 99.397,16
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 13.687,14	\$ 13.381,82	\$ 17.135,76	\$ 21.063,04	\$ 24.849,29
UTILIDAD NETA DISPONIBLE	\$ 41.061,43	\$ 40.145,47	\$ 51.407,28	\$ 63.189,13	\$ 74.547,87

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.2.2. Flujo de Fondos:

Los flujos de caja o de fondos, son uno de los instrumentos más importantes a considerarse en la evaluación de un proyecto, puesto que ayudan a tener una administración óptima de la liquidez de la empresa. Estos flujos no son más que un pronóstico de entradas y salidas de efectivo en un periodo dado, que diagnostican los sobrantes y faltantes futuros, y en consecuencia obliga a planear la inversión de los sobrantes o la recuperación de los faltantes.

Para armar un flujo de caja se deben considerar tres tipos de flujo:

- Flujo de Beneficios, que incluye las ventas o ingresos del establecimiento.
- Flujo de Costos, que incluye todos los costos y gastos en los que incurre la empresa.
- Flujo Económico, que son los ingresos menos los costos y gastos.
- Flujo Financiero, que incluye el valor del préstamo.

Los flujos de caja netos para el establecimiento, son los siguientes:

FLUJOS DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE BENEFICIOS						
Ventas Netas		\$ 415.696,37	\$ 430.943,94	\$ 446.755,67	\$ 463.152,42	\$ 480.155,86
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS (A)		\$ 415.696,37	\$ 430.943,94	\$ 446.755,67	\$ 463.152,42	\$ 480.155,86
FLUJO DE COSTOS						
Inversión en Activos Fijos*	\$ 235.457,59					
Inversión en Activos Diferidos	\$ 6.793,13					
Inversión en Activos de Operación	\$ 5.874,35					
Capital de Trabajo	\$ 51.483,57	\$ 53.388,47	\$ 55.363,84	\$ 57.412,30	\$ 59.536,56	
Diferencia de Capital de Trabajo		\$ 1.904,89	\$ 1.975,37	\$ 2.048,46	\$ 2.124,26	
Costos de Producción*		\$ 213.225,29	\$ 222.577,79	\$ 226.233,52	\$ 230.036,11	\$ 233.991,59
Gastos Administrativos y Ventas*		\$ 95.743,98	\$ 107.309,05	\$ 106.138,87	\$ 106.189,13	\$ 106.240,05
Gastos Financieros		\$ 22.277,34	\$ 18.554,97	\$ 14.497,58	\$ 10.075,02	\$ 5.254,44
TOTAL FLUJO DE COSTO (B)	\$ 299.608,64	\$ 333.151,50	\$ 350.417,18	\$ 348.918,42	\$ 348.424,52	\$ 345.486,08
FLUJO ECONOMICO (A-B)	\$ (299.608,64)	\$ 82.544,87	\$ 80.526,76	\$ 97.837,24	\$ 114.727,90	\$ 134.669,79
FLUJO FINANCIERO						
(+) Préstamo	\$ 247.526					
(-) Amortización de la Deuda		\$ 41.359,74	\$ 45.082,11	\$ 49.139,50	\$ 53.562,06	\$ 58.382,64
(-) 15% Participación Trabajadores		\$ 9.661,51	\$ 9.445,99	\$ 12.095,83	\$ 14.868,03	\$ 17.540,67
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 13.687,14	\$ 13.381,82	\$ 17.135,76	\$ 21.063,04	\$ 24.849,29
TOTAL FLUJO FINANCIERO	\$ (52.082,59)	\$ 17.836,48	\$ 12.616,83	\$ 19.466,15	\$ 25.234,77	\$ 33.897,18
*Inversión en Activo Fijo no incluye terreno y vehículo/*No incluyen depreciación, ni amortización						

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.2.3. Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR):

Es la tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja del proyecto. Dicha tasa indica la valoración que el inversionista le da a sus recursos y la tasa mínima que espera recuperar sobre el valor de los recursos que se pusieron a disposición en el proyecto.

Para obtener la TMAR, se debe considerar la tasa fijada por los socios para el capital propio y la tasa dada por el banco para el préstamo. La tasa dada por los socios debe considerar tres aspectos:

- Un porcentaje dado por los socios que debe estar entre la tasa activa y pasiva, la cual en el caso del establecimiento será una media entre ambas del 7%.
- El Riesgo País, no se lo considera en su totalidad sino un porcentaje de éste, dependiendo del tipo de negocio; para el estudio se considera un valor del 4%.
- La Inflación, la cual se encuentra en un valor de 4,23%.

COMPONENTES DE LA TASA DE DESCUENTO PARA SOCIOS	
Tasa convenida Socios	7,00%
Riesgo País	4,00%
Inflación	4,23%
TOTAL	15,23%

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Por lo tanto, la tasa que se utilizará para el cálculo de la TMAR en el aporte de socios será del 15,23%.

A continuación se detalla el cálculo de la TMAR:

TASA PERTINENTE DE DESCUENTO				
CONCEPTO	VALORES	%	Tasa	Costo Ponderado
Deuda CFN	\$ 247.526	83%	9,00%	7,44%
Aporte Socios	\$ 52.083	17%	15,23%	2,65%
TOTAL	\$ 299.609	100,00%	Kp o Tmar	10,08%

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Por lo tanto, de acuerdo al cuadro anterior, podemos decir que la tasa mínima que el inversionista aceptaría para invertir en el proyecto, sería de 10,08%.

6.2.4. Valor Actual Neto (VAN):

Cuando se va a invertir en un proyecto, es necesario traer a valores de hoy los flujos futuros, descontándolos a una tasa de interés (TMAR) y compararlos con el monto de la inversión inicial. Es decir, el VAN es la diferencia que existe entre los flujos futuros de ingresos y la inversión inicial. Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FNC1}{(1+i)^1} + \frac{FNC2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+i)^n} - F0$$

Dónde:

FNC = Flujo Neto de Caja

i = Tasa de Descuento

$F0$ = Flujo de Caja del Año 0

$$VAN = \frac{17.836,48}{(1 + 0,1008)^1} + \frac{12.616,83}{(1 + 0,1008)^2} + \frac{19.466,15}{(1 + 0,1008)^3} + \frac{25.234,77}{(1 + 0,1008)^4} + \frac{33.897,18}{(1 + 0,1008)^5} - 52.089,59$$

$$VAN = \$ 27.275,76$$

A continuación se presenta un cuadro que refleja el cálculo del VAN:

CÁLCULO DEL VAN						
	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA	\$(52.082,59)	\$17.836,48	\$12.616,83	\$19.466,15	\$25.234,77	\$33.897,18
TASA DE DESCUENTO	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%	10,08%
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	\$(52.082,59)	\$16.202,76	\$10.411,41	\$14.592,15	\$17.183,77	\$20.968,26
F.N.C. ACTUALIZADO Y ACUMULADO	\$(52.082,59)	\$(35.879,84)	\$(25.468,42)	\$(10.876,27)	\$6.307,50	\$27.275,76
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 27.275,76					

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

La regla básica de evaluación financiera, nos indica que:

- Si $VAN > 0 \rightarrow$ Proyecto viable
- Si $VAN < 0 \rightarrow$ Proyecto no viable
- Si $VAN = 0 \rightarrow$ Proyecto Indiferente

De acuerdo a estos parámetros, podemos considerar que nuestro proyecto es viable, ya que el VAN tiene un valor mayor que cero.

6.2.5. Tasa Interna de Retorno (TIR):

La Tasa Interna de Retorno, es un indicador que nos enseña el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista en retribución a la decisión de invertir en el proyecto. La TIR, debe siempre ser mayor o igual a la TMAR, para considerar que el proyecto es rentable para el inversionista.

La TIR se calcula con la siguiente fórmula:

$$TIR = \frac{FNC1}{(1 + R)^1} + \frac{FNC2}{(1 + R)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1 + R)^n} - Flujo 0 = 0$$

Dónde:

R = valor que iguala a 0 la ecuación.

Para el cálculo de la TIR se utiliza un sistema de interpolación, en el cual se parte de una tasa de descuento inicial, que se asume de una manera subjetiva, ésta se la va ajustando hasta obtener dos tasas que den como resultado un VAN positivo y otro negativo y a partir de estas tasas se encuentra el valor que hace 0 a la inversión.

- *Tasa de Descuento que hace al VAN positivo*

$$VAN = \frac{17.836,48}{(1 + 0,25)^1} + \frac{12.616,83}{(1 + 0,25)^2} + \frac{19.466,15}{(1 + 0,25)^3} + \frac{25.234,77}{(1 + 0,25)^4} + \frac{33.897,18}{(1 + 0,25)^5} - 52.089,59$$

$$VAN = \$ 1.671,62$$

- *Tasa de Descuento que hace al VAN negativo*

$$VAN = \frac{17.836,48}{(1 + 0,30)^1} + \frac{12.616,83}{(1 + 0,30)^2} + \frac{19.466,15}{(1 + 0,30)^3} + \frac{25.234,77}{(1 + 0,30)^4} + \frac{33.897,18}{(1 + 0,30)^5} - 52.089,59$$

$$VAN = \$ - 4.071,42$$

Con estos valores, se realiza una regla de tres:

25%	1.671,62
X	0
30%	-4.071,42

$$\frac{25\% - 30\%}{X - 30\%} = \frac{1.671,62 - (-4.071,42)}{0 - (-4.071,42)}$$

$$\frac{-5\%}{X - 30\%} = \frac{5.743,04}{4.071,42}$$

$$-203,57 = 5.743,04X - 1.722,91$$

$$1.519,34 = 5.743,04X$$

$$X = \frac{1.519,34}{5.743,04}$$

$$X = 0,264$$

$$TIR = 26\%$$

Después del cálculo realizado, podemos concluir que el proyecto es viable, ya que la TIR es mayor que la TMAR.

6.2.6. Relación Beneficio / Costo (B/C):

La relación beneficio – costo, es un índice financiero que toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, con el objeto de determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. Para el cálculo de este índice se utiliza la siguiente fórmula:

$$B / C = \frac{\sum VAc}{F0}$$

Dónde:

$B/C = \text{Beneficio} - \text{Costo}$

$VAc = \text{Valor de Actualización}$

$F0 = \text{Flujo 0}$

El análisis de este índice, puede tomar valores mayores, menores o iguales a uno.

- $B/C > 1 \rightarrow$ ingresos mayores a los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1 \rightarrow$ ingresos iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ ingresos menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

$$B / C = \frac{79.358,35}{52.082,59}$$

$$B / C = 1,52$$

Este índice nos indica que por cada dólar que se invierte en el negocio, se gana \$0,52. Lo cual también nos señala que el proyecto es rentable.

6.2.7. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI):

Este método es importante para determinar el número de períodos necesarios para que el inversionista recupere el dinero invertido inicialmente.

La fórmula para el cálculo del período de recuperación de la inversión es la siguiente:

$$PRI = \frac{F0 + VAA_{n-1}}{VA_n}$$

Dónde:

$F0$ = Flujo 0

VAA_{n-1} = Último año en que el flujo de caja actualizado y acumulado es negativo

VA_n = Primer año en que el flujo de caja actualizado es positivo.

$$PRI = \frac{(52.082,59 + 10.876,27)}{17.183,77}$$

$$PRI = 3,66$$

1 año	12 meses	
0,66	x	= 7,92

1 mes	30 Días	
0,92	x	= 27,6

Es decir que el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años, 7 meses, 27 días.

6.2.8. Análisis del Punto de Equilibrio:

El Punto de Equilibrio, es el nivel en que la organización ni pierde ni gana, es decir, el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales.

De este manera se permite conocer a partir de que punto de ventas (en dinero o cantidad) la empresa empieza a tener utilidades o perdidas. Para este análisis, es importante considerar que existen dos tipos de punto de equilibrio el operacional (cantidades) y el financiero (dólares). Para el cálculo de ambos puntos de equilibrio se consideran los costos fijos y variables del establecimiento, así tenemos:

COSTOS Y GASTOS ANUALES (Año 1)			
		C. FIJO	C.VARIABLE
Costos Directos			
Materia Prima Directa	\$ 72.013,63		\$ 72.013,63
Mano de Obra Directa	\$ 85.687,69	\$ 85.687,69	
TOTAL	\$ 157.701,32	\$ 85.687,69	\$ 72.013,63
Costos Indirectos de Fabricación			
Materiales Indirectos	\$ 1.930,64		\$ 1.930,64
Mano de Obra Indirecta	\$ 35.162,30	\$ 35.162,30	
Servicios Básicos	\$ 15.072,00		\$ 15.072,00
Seguros Equipos	\$ 2.999,04	\$ 2.999,04	
Mantenimiento y Reparación	\$ 360,00	\$ 360,00	
Depreciación	\$ 15.736,20	\$ 15.736,20	
TOTAL	\$ 71.260,17	\$ 54.257,53	\$ 17.002,64
Gastos Administrativos y de Ventas			
Sueldos	\$ 55.377,50	\$ 55.377,50	
Honorarios Profesionales	\$ 1.612,80	\$ 1.612,80	
Servicios Básicos	\$ 3.768,00	\$ 3.768,00	
Suministros de Oficina	\$ 269,97	\$ 269,97	
Depreciación Activos Admin.	\$ 2.944,85	\$ 2.944,85	
Seguros Equipos	\$ 936,00	\$ 936,00	
Mantenimiento y Reparación	\$ 24,00	\$ 24,00	
Capacitación del Personal	\$ 500,00	\$ 500,00	
Publicidad y Promoción	\$ 33.255,71	\$ 33.255,71	
Amortización Activo Diferido	\$ 1.358,63	\$ 1.358,63	
TOTAL	\$ 100.047,46	\$ 100.047,46	\$ -
Gastos Financieros			
Interés de la Deuda	\$ 22.277,34	\$ 22.277,34	
TOTAL	\$ 22.277,34	\$ 22.277,34	\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 351.286,29	\$ 262.270,02	\$ 89.016,27

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

6.2.8.1. Punto de Equilibrio Operacional:

Es la cantidad que producida y vendida, permite recuperar exactamente los costos variables y fijos asociados a la operación. La fórmula utilizada para calcular el punto de equilibrio operacional es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Ingresos en PE}}{\text{Precio}}$$

Los ingresos en Punto de Equilibrio se obtienen en la siguiente forma:

$$\text{Ingresos en PE} = \frac{CF}{MC}$$

El Margen de Contribución (MC), se obtiene:

$$MC = \frac{V - CV}{V}$$

Dónde:

V = Ventas

CV = Costo Variable

Para el cálculo del punto de equilibrio operacional, se tomará en cuenta únicamente las ventas por alojamiento, por ser el producto estrella del proyecto. Por lo tanto, los costos fijos y variables totales, se deben considerar únicamente para el área de alojamiento, para lo cual se obtendrá un porcentaje de participación sobre las ventas, así:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN		
Restaurante	\$ 62.642	15%
Alojamiento	\$ 282.782	68%
Paquete Turístico	\$ 66.672	16%
Concesión Caballerizas	\$ 3.600	1%
TOTAL	\$ 415.696	100%

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Por lo tanto, para el cálculo del PE, se multiplicarán los costos fijos y variables por el porcentaje de participación de alojamiento en ventas que es del 68%.

CUADRO INFORMATIVO	
Ventas en Alojamiento	\$ 282.782,12
Costos Fijos en Alojamiento	\$ 178.412,13
Costos Variables en Alojamiento	\$ 16.978,52

A continuación, se procede al cálculo del punto de equilibrio:

$$MC = \frac{282.782,12 - 16.978,52}{282.782,12}$$

$$MC = 0,94$$

$$\text{Ingresos en PE} = \frac{178.412,13}{0,94}$$

$$\text{Ingresos en PE} = 189.808,41$$

$$PE = \frac{189.808,41}{31}$$

$$PE = 6123 \text{ anuales}^{66}$$

Por lo tanto, podemos concluir que el establecimiento, para no ganar ni perder necesita tener 6123 clientes anuales en el área de alojamiento. Lo cual es favorable, ya que, un punto de equilibrio bueno debe encontrarse generalmente por la mitad de la capacidad instalada.

6.2.8.2. Punto de Equilibrio Financiero:

Es la cantidad monetaria que se debe producir y vender para recuperar los costos en los que incurre la operación. La fórmula para el cálculo del punto de equilibrio financiero, es la siguiente:

$$PE(\text{Financiero}) = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VENTAS}\right)}$$

Dónde:

PE = Punto de Equilibrio Financiero

CFT = Costos Fijos Totales

CVT = Costos Variables Totales

Para el cálculo del Punto de Equilibrio Financiero, si se tomará en cuenta la totalidad de los ingresos, costos y gastos del establecimiento, ya que se sacará un PE en general y no por áreas como en el caso del PE operacional, así tenemos:

CUADRO INFORMATIVO	
Costos Fijos Totales	\$ 262.270,02
Costos Variables Totales	\$ 89.016,27
Ingresos Totales	\$ 415.696,37

⁶⁶ Nota: El precio utilizado en la fórmula de PE es un precio ponderado entre los dos canales por los que llegan los clientes.

$$PE(\text{Financiero}) = \frac{262.270,02}{1 - \left(\frac{89.016,27}{415.696,37}\right)}$$

$$PE(\text{Financiero}) = \$ 333.735,35$$

De acuerdo al cálculo realizado, se concluye que el establecimiento debería tener unos ingresos de \$ 333.735,35 para que no gane ni pierda.

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

7.1. IMPACTO AMBIENTAL:

7.1.1. Conceptos Básicos⁶⁷

Impacto Ambiental

Se conoce como impacto ambiental al efecto que producen las distintas actividades humanas sobre el medio ambiente, ya sea en el aspecto positivo como el negativo. En la actualidad la mayoría de acciones que el ser humano realiza llevan a un desenlace negativo para el medio ambiente, tanto así que en los últimos años se han presentado una serie de desastres naturales catastróficos, consecuencia de la deuda de la humanidad con la naturaleza. En base a esto es que hoy en día a la mayoría de empresas por crearse y creadas, se les exige hacer un estudio de los impactos ambientales que se producen como consecuencia de sus operaciones.

Medio Ambiente

Se puede definir al medio ambiente como el conjunto de valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras. Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida sino que también abarca seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como la cultura. TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, busca proteger este

⁶⁷ Recopilación de varias fuentes: dirección web: <http://www.canarina.com/impacto-ambiental.htm>, obtenida a fecha: 11/07/11; dirección web: <http://definicion.de/ecoturismo/>, obtenida a fecha: 11/07/11.

medio ambiente mediante la concientización de los turistas sobre la importancia de cuidarlo y la aplicación de ciertas acciones que colaboren con esta causa.

Ecoturismo

El ecoturismo o turismo ecológico, es una actividad turística que se desarrolla tratando de evitar dentro de la medida de lo posible daños al medio ambiente. Ésta es una nueva tendencia que busca relacionar la industria con la ecología. El ecoturismo, es una actividad que además de buscar el disfrute del turista, busca promover el bienestar de las comunidades receptoras del turismo y la preservación del medio natural.

7.1.2. Clasificación de Impactos Ambientales⁶⁸

Los efectos que las acciones humanas provocan sobre el medio ambiente, pueden clasificarse en distintos tipos, sin embargo, para el presente estudio se tomarán en cuenta únicamente dos grandes grupos:

7.1.2.1. Según su Efecto

Este tipo de impactos se clasifica en positivos y negativos.

- **Impactos positivos:** Estos impactos, implican un mejoramiento en las condiciones de sustentabilidad y subsistencia de un ecosistema o de sus componentes. Se pueden citar algunos ejemplos de este tipo de impactos:

⁶⁸ Estructplan: Clasificación de los Impactos, del sitio web: <http://www.estrucplan.com.ar/Producciones/entrega.asp?IdEntrega=1766>, obtenido a fecha: 12/07/11.

- Mejoramiento de la calidad de vida por la construcción de estructuras relacionadas con servicio a la comunidad (escuelas, hospitales, ancianatos, etc.).
 - Mejoramiento de la calidad de aire a causa de algún proceso de reforestación.
 - Mejoramiento del Turismo y de servicios asociados por la restauración de edificios históricos o construcción de nuevos establecimientos turísticos.
 - Mejoramiento de la calidad del agua por el saneamiento de cursos hídricos contaminados.
 - Mejoramiento de la calidad de vida por la instalación de obras de infraestructura, como por ejemplo red de agua.
- **Impactos negativos:** Al contrario de los positivos, estos son impactos que provocan un empeoramiento en las condiciones de sustentabilidad y subsistencia de un ecosistema o de sus componentes. Algunos ejemplos de impactos negativos son:
- Empeoramiento de la calidad de la atmósfera por la emisión de contaminantes de chimeneas de establecimientos industriales.
 - Empeoramiento de la calidad del agua por el desecho de aguas servidas.
 - Empeoramiento de la calidad del suelo por la sobreexplotación agrícola.
 - Empeoramiento de las condiciones de vida de especies nativas por ruidos extremos provocados por las actividades de alguna empresa.

Para la elaboración de la matriz de impactos, los efectos de éste tipo se calificarán de la siguiente manera:

CALIFICACIÓN DEL IMPACTO SEGÚN SU EFECTO			
SIGNO	INTENSIDAD		
Positivo	1	2	3
Neutro/Nulo	0	0	0
Negativo	-1	-2	-3
*Donde 1 es el impacto más leve y 3 el más grave			

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

7.1.2.2. Impactos Según su Capacidad de Recuperación

- **Impacto Irrecuperable:** Es aquel en que la alteración del medio o pérdida es imposible de reparar, tanto por la acción natural como por la humana. Por ejemplo, la extinción de una especie.

- **Impacto recuperable:** Es aquel efecto en que la alteración puede eliminarse por acción humana, estableciendo las oportunas medidas correctoras, y, asimismo, aquel en el que la alteración puede ser reemplazable. Por ejemplo: Instalación de campanas de humo en restaurantes para evitar la contaminación del aire.

- **Impacto Irreversible:** Es aquel cuyos efectos han sido tan grandes que es imposible revertirlo a la línea de base original bajo ningún medio. Como por ejemplo: Zonas que se van degradando por erosión.

- **Impacto Reversible:** Es aquel en que el efecto, puede ser asimilado por el entorno de forma medible, a corto, mediano o largo plazo, debido al funcionamiento de los procesos naturales y de los mecanismos de autodepuración del medio. Por ejemplo: Contaminación de un lago.

- **Impacto Mitigable:** efecto en que la alteración puede atenuarse o mitigarse de una manera notable, mediante el establecimiento de medidas correctivas. Como por ejemplo el control de derrames.

- **Impacto Fugaz:** Es aquel cuya recuperación es inmediata tras el cese de la actividad y no precisa prácticas correctoras o protectoras. Es decir, cuando cesa la actividad, cesa el impacto. Como por ejemplo la repoblación de una especie determinada luego del cierre de una planta.

Todos estos tipos de impactos ambientales, nos ayudarán posteriormente a determinar y evaluar los efectos que TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE causa en el medio ambiente. Para la matriz de impactos ambientales, este tipo de efectos se evaluará de la siguiente manera:

SIMBOLOGÍA DEL IMPACTO SEGÚN SU CAPACIDAD DE RECUPERACIÓN	
IMPACTO	SIGNO
Irrecuperable	IRR.
Recuperable	REC.
Irreversible	IR.
Reversible	REV.
Mitigable	MIT.
Fugaz	F.

Elaborado por: La Autora

7.1.3. Actividades del Proyecto⁶⁹

Es necesario señalar cuáles son las actividades del proyecto, ya que de estas se derivan los impactos que se pueden causar en el medio ambiente. Para el proyecto se ha considerado dos fases:

- Fase de Construcción
- Fase de Operación

- **Fase de Construcción:**

En la fase de construcción, se encuentran la mayor parte de factores que podrían provocar impactos ambientales en la zona, ya que se debe proceder a la limpieza de la zona, excavaciones, relleno, compactación del suelo, transporte de materiales para la construcción, etc. Para este estudio es importante considerar además que para las cabañas, se utilizará un material de la zona como lo es la Caña Guadua.

Todas estas actividades pueden desencadenar una serie de impactos ambientales ya sean positivos o negativos que se deben analizar posteriormente.

- **Fase de Operación:**

La fase de operación implica todas las actividades que pueden causar un impacto ambiental sea positivo como negativo, así tenemos, por ejemplo el funcionamiento

⁶⁹ Medina Juan Ignacio (2010). Estudio de Factibilidad para la Creación de Cabañas Ecológicas en la Parroquia de Tababela junto al nuevo aeropuerto de Quito. (Tesis de Ingeniería en Turismo y Preservación Ambiental – Universidad Tecnológica Equinoccial), [En línea]. [Disponible en: http://app.ute.edu.ec/sict/biblioteca/visor/abrir_pedido_digital.aspx?mat_bib_reg=41806&mat_bib_dig_cod=1&lectura=1&imprimir=0&copiar=0&guardar=0]. Obtenido a fecha: 12/07/11; Instituto de Cartografía, Investigación y Formación para el Ordenamiento Territorial, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuy, [En línea]. [Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=497826>]. Obtenido a Fecha: 13/07/11

en general de las cabañas para alojamiento, el restaurante, las oficinas administrativas, piscina, etc. Todas las actividades que se desarrollan en estas áreas de alguna manera pueden provocar un impacto ambiental sobre la zona, para lo cual se debe analizar y buscar medidas mitigantes para dichos impactos.

7.1.4. Descripción de los Residuos, Vertidos, Emisiones o Cualquier Otro Derivado del Proyecto.

7.1.4.1. Ruidos y Vibraciones

Durante la ejecución de los trabajos se producirán ruidos originados por el movimiento de maquinaria (camiones, retroexcavadora, topadoras, etc.).

La principal actividad que originará un gran movimiento de maquinarias será la ejecución de la Laguna Artificial y el Restaurante que se encuentra en ella, debido al gran volumen de suelo a mover.

Durante la etapa de operación, también se deberán tener en cuenta los ruidos producidos por el funcionamiento de las distintas maquinarias y equipos utilizados en el establecimiento como lo son bombas de agua para la piscina, calefactores, maquinaria en general de cocina, etc.

7.1.4.2. Emisiones de Partículas

Se producirá un aumento de los niveles de partículas en suspensión debido a los movimientos de tierra y extracción de materiales. Lo cual, originará un impacto sobre la calidad del aire.

7.1.4.3. Vertidos

Durante la Etapa de Construcción, se pueden producir vertidos originados por el lavado de hormigoneras o por derrames de líquidos de origen asfáltico por parte de camiones o maquinarias. Asimismo debido al aumento de partículas en suspensión, éstas se podrán depositar sobre los cursos de agua, produciendo una baja en la calidad del agua. Durante la Etapa de Operación del establecimiento, se deberán eliminar adecuadamente vertidos como lo son las aguas servidas de las cabañas, del restaurante, oficinas administrativas, etc.

7.1.4.4. Residuos Sólidos

Habrán dos tipos de residuos sólidos que se incorporarán al medio ambiente con la ejecución del proyecto.

El primero será el causado, durante la ejecución de las obras, por el personal obrero a lo largo del proyecto como son residuos de materiales, clavos, maderas, tornillos, etc., los cuales deberán ser depositados en contenedores cerrados, para luego ser transportados por personal de la Municipalidad de Santo Domingo a los lugares de depósito de basura que posee la misma, tres veces a la semana.

Los segundos, se producen durante la etapa de operación del Proyecto, son los originados por la actividad en cabañas, restaurante, oficinas administrativas, como por ejemplo basura de las habitaciones, desechos orgánicos producidos por la preparación de alimentos, papelería utilizada en oficinas, etc. Los mismos deberán ser eliminados en fundas selladas y depositados adecuadamente en contenedores de basura debidamente sellados y posteriormente transportados por el Operador del

Sistema de Recolección, de la Municipalidad de Santo Domingo, una vez a la semana.

7.1.4.5. Olores

Durante la etapa de construcción no se producirán olores de gran importancia. Sin embargo, durante la etapa de operación los olores que se pueden producir son por los desechos de aguas servidas, lo cual se contrarresta con un buen sistema de emisión de olores. Otros olores pueden ser los provenientes de la cocción de alimentos en el restaurante para lo cual se adaptarán campanas extractoras de olores para evitar la contaminación del aire.

7.1.5. Identificación y Evaluación de Impactos Ambientales⁷⁰

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

Es importante realizar la evaluación para este proyecto, ya que, la zona donde se localiza es una zona con flora y fauna abundante y la construcción del establecimiento podría generar grandes impactos en el medio ambiente. Dicha evaluación nos permitirá conocer si el proyecto es rentable o no desde el punto de vista ecológico.

⁷⁰ Ecuador Ambiental: Estudio de Impactos Ambientales; del sitio web: <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>; obtenido a fecha: 11/07/11

7.1.5.1. Impactos Positivos

- La reforestación que se pretende realizar en el establecimiento, permitirá que la calidad del aire mejore.
- De una manera positiva se explotarán los recursos naturales de la zona (flora y fauna), de tal manera que estos puedan ser objeto de estudios y posteriormente de reconocimiento a nivel nacional e internacional.

7.1.5.2. Impactos Negativos

Si bien es un proyecto del tipo ecológico, existen muchos aspectos negativos a considerarse, pero para los cuales deben establecerse las medidas respectivas para contrarrestarlos.

- Al ser construido con materiales de la zona, implica la deforestación de los cultivos de caña guadua del lugar.
- Con la construcción se dañará la morfología original del suelo y se podría alterar su calidad.
- La limpieza del lugar para iniciar la obra implica también deforestación de plantas y árboles propios de la zona, además que el ruido provocado por la maquinaria y todos los trabajos a realizar podrían provocar migración de la fauna propia de la región.
- La excavación sobre todo para la laguna, puede provocar erosión en el suelo.
- Si el desecho de aguas servidas tanto del área de alojamiento como del área de A & B y demás, no se hace adecuadamente, puede provocar una grave contaminación ambiental en la zona y en ríos aledaños a ella.

- El mal manejo de desechos sobre todo del restaurante, podría llevar a una contaminación ambiental grave.
- De igual manera si no se emplean los productos químicos adecuados para el mantenimiento de las distintas áreas del establecimiento, estos pueden desencadenar no solo impactos al medio ambiente sino también a los clientes y empleados de la organización.

7.1.6. Matrices de Impactos Ambientales:

7.1.6.1. Matriz de Evaluación e Identificación de Impactos Ambientales

Esta matriz contiene, todas las posibles acciones tanto en fase de construcción como en fase de operación del establecimiento, que pueden provocar impactos ambientales.

7.1.6.2. Matriz de Medidas de Mitigación para ciertos Factores

Contaminantes:

Esta matriz nos ayudará a determinar ciertos factores ambientales de pequeña magnitud, que pueden contaminar el medio ambiente y a la larga provocar impactos ambientales más grandes, los cuales se pueden controlar mediante la aplicación de ciertas medidas.

Estas dos matrices se encuentran en las siguientes páginas respectivamente:

ACTIVIDADES QUE PODRÍAN CAUSAR ALGÚN TIPO DE IMPACTO AMBIENTAL	MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES																								
	MEDIO FÍSICO									MEDIO BIOLÓGICO			MEDIO PERCEPTIVO	ECONOMÍA Y POBLACIÓN			INFRAESTRUCTURA								
	AGUA	AIRE			SUELOS			FLORA	FAUNA																
		Calidad del Aire	Olores	Nivel Sonoro	Características Físicas/Químicas	Erosión	Vegetación Existente	Fauna Existente	Hábitat	Paisaje	Turismo y Comercio	Economía Local	Generación de Empleo	Redes de Servicios	Vial										
FASE DE CONSTRUCCIÓN																									
1. Limpieza y preparación de terreno	0	-1	REC/REV/F	0	-2	REC/R EV/F	-2	IRR/IR/ MIT	-2	IRR/IR/ MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-1	IRR/REV/MI T	0	1	1	-1	REC/R EV/F	0	
2. Transporte de Materiales al lugar	0	0	0	0	-1	REC/R EV/F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	-1	REC/R EV/F	
3. Excavaciones para Laguna artificial	-1	REC/RE V/F	-2	REC/REV /F	0	-2	REC/R EV/F	-2	IRR/IR/ MIT	-2	IRR/REV /MIT	-2	IRR/REV /MIT	-2	IRR/REV /MIT	-1	IRR/REV/MI T	0	1	1	-1	REC/R EV/F	0		
4. Relleno y Compactación del suelo	-1	REC/RE V/F	-1	REC/REV /F	0	-1	REC/R EV/F	-2	IRR/IR/ MIT	-2	IRR/IR/ MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-1	IRR/REV/MI T	0	1	1	-1	REC/R EV/F	0
5. Obtención de Materiales propios de la zona	0	-2	REC/REV /MIT	0	-1	REC/R EV/F	-1	IRR/IR/ MIT	-2	IRR/IR/ MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-1	IRR/REV/MI T	0	1	1	-1	REC/R EV/F	0	
7. Construcción Total de la Obra	-1	REC/RE V/F	-2	REC/REV /F	0	-2	REC/R EV/F	-2	IRR/IR/ MIT	-2	IRR/IR/ MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-2	REC/RE V/MIT	-1	IRR/REV/MI T	0	1	1	-1	REC/R EV/F	0
FASE DE OPERACIÓN																									
1. Manejo del desecho de aguas servidas	-2	REC/RE V/MIT	-1	REC/REV /F	-2	REC/R EV/F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2. Manejo del desecho de la basura	-1	REC/RE V/F	-1	REC/REV /F	-2	REC/R EV/F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3. Manejo de Productos Químicos	-1	REC/RE V/F	-1	REC/REV /F	-1	REC/R EV/F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
4. Manejo de Malos Olores	0	-2	REC/REV /F	-2	REC/R EV/F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
5. Operación General de la Empresa	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	REC/RE V/MIT	-1	REC/RE V/MIT	-1	REC/RE V/MIT	0	2	2	2	-2	REC/R EV/F	-1	REC/R EV/F	0		

MATRIZ DE FACTORES AMBIENTALES				
	MEDIDAS DE PREVENCIÓN	MEDIDAS DE ATENUACIÓN	MEDIDAS DE COMPENSACIÓN	MEDIDAS DE SEGUIMIENTO
<u>FACTORES BIOLÓGICOS</u>				
INSECTOS	Limpieza Continua de todas las áreas del establecimiento.	Fumigaciones mensuales de todas las áreas	*****	Llevar un control diario y mensual de la limpieza y fumigación de áreas
HONGOS	Llevar un adecuado control de temperatura, sobre todo en áreas donde se manipule alimentos y cuidar la caducidad de los mismos.	Realizar limpieza constante de todas las áreas.	*****	Llevar un control semanal de la caducidad y buen estado de los alimentos.
BACTERIAS	Tener temperaturas adecuadas y llevar una buena limpieza de las áreas.	Desinfectar las áreas con cloro por lo menos dos veces a la semana.	*****	Llevar una hoja de control de la limpieza de áreas.
ROEDORES	Limpieza diaria sobre todo de la cocina, evitar dejar alimentos a la intemperie y a nivel del piso.	Zonas de almacenamiento debidamente ubicadas / eliminación de desechos en fundas completamente cerradas	Fumigación trimestral contra roedores.	Controlar todos los días que los alimentos y demás productos queden debidamente almacenados/Controlar que la basura sea debidamente depositada en contenedores cerrados
<u>FACTORES FÍSICOS</u>				
POLVO	Plantar árboles de tal manera que estos actúen a manera de cortina vegetal evitando que el polvo penetre directamente a las instalaciones.	Limpieza constante de áreas con trapos húmedos.	*****	Elaborar un programa de limpieza diaria del establecimiento.
RUIDO	Al igual que para el polvo, las cortinas vegetales actúan también a manera de barrera contra el ruido.	Adecuado revestimiento de paredes/ utilizar maquinaria que emita bajo nivel de ruidos.	*****	Realizar mantenimiento mensual a la maquinaria que pueda ocasionar algún tipo de ruido fuerte.
AGUAS SERVIDAS	Construcción de un sistema de eliminación de aguas residuales adecuado.	Contar con equipos adecuados para la eliminación de aguas servidas.	*****	Mantenimiento constante de tuberías y demás instrumentos utilizados en este proceso.
HUMEDAD	Control de temperatura	Uso de deshumidificadores	*****	Llevar un control de temperatura.

OLORES DESAGRADABLES	Adecuado sistema de eliminación de desechos e implantación de campanas extractoras de olores	Eliminación de desechos en recipientes o fundas cerradas	Limpieza constante de todo el establecimiento.	Tener un programa adecuado de recolección de desechos.
HUMO	Instalar un sistema de ventilación adecuado.	Contar con maquinaria que evite la propagación de humo.	*****	Contar con un programa de mantenimiento.
LLUVIA	Utilizar materiales adecuados y resistentes para la construcción/Contar con desagües eficientes	Mantenimiento mensual de tejados.	*****	Llevar un programa de actividades mensuales para el mantenimiento sobre todo de cabañas.
<u>FACTORES QUÍMICOS</u>				
PINTURA	Para el acabado de las paredes, utilizar pinturas que no contengan químicos que contaminen el medio ambiente y sean inflamables	*****	*****	*****
DESODORANTE AMBIENTAL	De preferencia para evitar olores se deben usar productos naturales.	Controlar la emanación de olores.	*****	Control de todos los procesos y estándares que implican emanación de olor.
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Evitar el uso de productos de limpieza que contengan Amoníaco, propano, butano, etc., ya que son productos tóxicos para el medio.	Utilizar en la medida de lo posible productos naturales para la limpieza de áreas.	No comprar productos tóxicos.	Tener una lista con todos los productos no tóxicos y comprar únicamente de esa lista.
PLAGUICIDAS E INSECTICIDAS	Cuidar con productos naturales a los árboles y plantas del establecimiento.	Evitar el uso de este tipo de producto en presentaciones en aerosol.	*****	Contar con un programa de fumigación que estipule los productos que deben y no deben usarse.

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

7.1.7. Plan de Cuidado Ambiental:

Una vez evaluados los factores que podrían causar impactos ambientales negativos, se deben establecer medidas que tienden a prevenir, reducir, mitigar o compensar los efectos adversos del proyecto, tanto en su Etapa de Construcción como en su Etapa de Operación.

7.1.7.1. Medidas Mitigantes en Fase de Construcción:

- Se evitará el acopio innecesario, o por prolongados períodos de tiempo, de áridos o suelo que produzca modificaciones en la normal circulación de aguas superficiales.
- Se deberán instalar baños químicos para uso el uso de trabajadores durante la construcción.
- Se deberá mantener un control del sistema de carburación de equipos y vehículos de carga, con la finalidad de que la combustión sea la óptima, y por consiguiente reducir las emisiones de gas a la atmósfera.
- Se deberán mantener las vías de circulación de tierra constantemente húmedas, para evitar así la propagación de polvo.
- Se deberá disponer de contenedores cerrados para el almacenaje de residuos sólidos, y asegurarse que dichos residuos sean trasladados por la empresa Municipal de Aseo para su depósito en el lugar respectivo.
- En zonas críticas, de ser posible, se deberán restablecer las especies que han debido ser erradicadas para la ejecución de la obra.

- En lo posible, se tratará de evitar el corte de árboles. Caso contrario, deberá preverse un factor de reposición de dos por uno. Dicha reforestación deberá contemplar especies autóctonas y de probada existencia y aceptación en la zona.
- Se deberán minimizar los trabajos que efectúen ruidos y vibraciones que impacten a la fauna local.

7.1.7.2. Medidas Mitigantes en Fase de Operación:

- El ruido y contaminación sonora son un problema de impacto ambiental, por lo que, durante la operación del establecimiento, se deberá llevar un mantenimiento continuo de toda la maquinaria y equipo que de un modo u otro provoca ruidos.
- Para el manejo de aguas residuales de todas las áreas, se instalará un buen sistema que utiliza pozos sépticos, unido con un sistema de filtración añadido. La fosa séptica quita los sólidos sedimentarios y flotantes del agua negra y el sistema de absorción filtra y trata el efluente clarificado de la fosa séptica.
- Se deberá mantener un adecuado manejo de desechos sólidos en las distintas áreas, estos deberán estar debidamente sellados en fundas y depositados en contenedores que posteriormente serán vaciados por la empresa Municipal de Aseo de la Provincia.
- En el medio existen muchos productos utilizados para la limpieza de habitaciones, cocina, habitaciones, etc., que contienen químicos perjudiciales para el medio ambiente. Por lo que antes de comprar un producto, se deberá analizar que sus compuestos, sean amigables con la naturaleza.

- La construcción de la Laguna Artificial, implica un gran daño en la morfología del suelo, por lo que en recompensa a esto, se criarán peces en ella, utilizados posteriormente para realizar labor comunitaria.

Durante la operación del establecimiento, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, desea contribuir con la cultura ecologista, e integrar a sus huéspedes en ello, por lo que se han creado algunos planes ecológicos que el establecimiento llevará a cabo en conjunto con sus clientes:

- *Programa de Reforestación de la Zona:*

Debido a que el proyecto se construirá con material de la zona (caña guadua), se procederá a la tala de árboles lo cual provoca un gran impacto en la zona. Por lo que, se ha pensado que como retribución a la naturaleza se volverá a reforestar el sitio, haciendo partícipes de esta labor a los huéspedes los cuales deberán plantar un árbol al momento en que llegan al lugar. De esta manera se contribuye con el medio ambiente y el cliente tiene una experiencia vivencial de lo que es el cuidado por la naturaleza.

Se ha pensado también que una manera de motivar al cliente en esta labor y para que vuelvan al establecimiento, es la de permitirles poner un nombre a su árbol, de tal modo que cuando algún día regresen al Eco – Lodge, puedan ver cómo ha crecido su árbol.

En la medida de lo posible, se plantarán árboles frutales, los cuales ayudarán posteriormente en labores con la comunidad.

- *Utilización de Productos Ecológicos:*

Tierra Tsáchila, ha decidido colaborar con la naturaleza utilizando productos ecológicos para las habitaciones y baños del establecimiento. Es así que se comprará papel higiénico y toallas de manos, naturales, es decir, son aquellos que no han pasado por el proceso de blanqueado. De este modo el establecimiento abarata costos y crea una cultura ecológica a partir del uso de productos amigables con la naturaleza y que a la vez brindan un estilo rústico y elegante, acorde con el concepto que maneja la empresa.

- *Programa de Manejo de Basura:*

Como es conocido, en la actualidad uno de los grandes problemas de contaminación ambiental, es la falta de recolección de basura de una manera adecuada. Es por ello que en el establecimiento se colocarán en áreas comunes tarros de basura que distingan entre plásticos, vidrios, basura común, etc., de tal modo que se colabore con el reciclaje.

Además a los empleados de cocina, sobre todo, se les establecerá como política el buen manejo de desechos, será totalmente prohibido eliminar aceites por los desagües y botar líquidos junto con las fundas de basura.

Todo desecho sólido deberá estar depositado en fundas de basura debidamente selladas.

- *Creación de una Cultura Ecológica:*

Todas las áreas del establecimiento, incluidas las cabañas contendrán carteles informativos, con tips para el cuidado ambiental. Además a la llegada de los huéspedes se le dará una pequeña charla acerca de los efectos que causan en el mundo entero las acciones humanas sobre el medio ambiente y las medidas de mitigación para controlarlos.

7.1.7.3. Selección de Alternativas para el Manejo de Basura, Malos

Olores y Químicos:

Dentro de los siguientes cuadros de actividades, se considerará diversas opciones para operaciones de atención inmediatas, que el establecimiento necesita desempeñar para su correcto funcionamiento y la selección de la actividad más adecuada.

- *Manejo de la Basura:*

MANEJO DE LA BASURA							
CONDICIONES	fi	A L T E R N A T I V A S					
		Municipio		Reciclaje		Incineración	
		P	P x fi	P	P x fi	P	P x fi
Bajo Costo	0,9	9	8,1	10	9,0	6	5,4
Higiene	1	7	7,0	10	10,0	6	6,0
No interfiere	0,9	8	7,2	10	9,0	7	6,3
Durable	0,7	8	5,6	9	6,3	8	5,6
No consume energía	0,8	10	8,0	10	8,0	5	4,0
Fácil manejo	0,9	9	8,1	9	8,1	5	4,5
Totales		51,0	44,0	58,0	50,4	37,0	31,8

Dentro de ésta actividad, se obtuvo que la mejor opción es hacerlo mediante el reciclaje, y es así como se desarrollará esta actividad dividiéndola en reciclaje de papel, plástico, vidrio y desechos orgánicos.

Aunque el costo es un poco más alto que las otras opciones como entregar la basura al municipio, es la opción adecuada para no contribuir a la contaminación del ambiente y de igual forma evitar la contaminación con malos olores.

- *Manejo de Malos Olores:*

MANEJO DE MALOS OLORES							
CONDICIONES	fi	ALTERNATIVAS					
		Ambiente		Estractores		Ventiladores	
		P	P x fi	P	P x fi	P	P x fi
Costo	0,8	10	8,0	10	8,0	8	6,4
Gasto energía	0,6	10	6,0	7	4,2	7	4,2
Contaminación	0,9	6	5,4	10	9,0	9	8,1
Durable	0,7	10	7,0	9	6,3	8	5,6
Forma de manejo	0,8	7	5,6	10	8,0	8	6,4
Ruido	1	10	10,0	8	8,0	6	6,0
Totales		53,0	42,0	54,0	43,5	46,0	36,7

De ésta actividad se obtiene que la mejor opción para la eliminación de malos olores, es usando un extractor, el mismo que será ubicado adecuada y estratégicamente dentro del establecimiento para evitar que éstos olores puedan interferir en la preparación de alimentos y bebidas o causar contaminación directa a las personas que se encuentran dentro del establecimiento y sobre todo a la naturaleza.

- *Uso de Productos para la limpieza:*

USO DE QUÍMICOS							
CONDICIONES	fi	A L T E R N A T I V A S					
		Agentes Naturales		Prod. Químicos		Prod. Químicos con Sello Verde	
		P	P x fi	P	P x fi	P	P x fi
Bajo Costo	0,7	8	5,6	8	5,6	6	4,2
Duración	0,9	7	6,3	9	8,1	8	7,2
Fácil Manejo	1	9	9,0	8	8,0	7	7,0
Comodidad	0,9	9	8,1	7	6,3	8	7,2
Rapidez	0,9	9	8,1	8	7,2	7	6,3
Totales		42,0	37,1	40,0	35,2	36,0	31,9

Mediante esta evaluación, se tiene que la mejor opción es la utilización de agentes naturales, ya que los otros productos pueden ser dañinos para quien los utiliza y sobre todo para el medio ambiente (si es que no se eligen los adecuados), mientras que los agentes naturales son más saludables y a la vez estamos cooperando con el medio ambiente.

7.2. IMPACTO SOCIAL⁷¹

Para hablar sobre el impacto social de una empresa, es necesario conocer lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el objetivo principal que persigue, radica en el impacto positivo que los procesos de una empresa generan en los distintos ámbitos con la que ésta tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

⁷¹ ¿Qué es RSE?, página web: http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf, obtenido a fecha: 27/07/2011.

Por lo tanto, la RSE es el rol que juegan las empresas a favor del Desarrollo Sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el Bienestar Social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es importante para la operación de los negocios. Es necesario que las empresas formen parte activa de la solución a los retos y problemas que tiene la sociedad, y así lograr un entorno más estable y próspero.

En este tema se debe aclarar que existen dos tipos de públicos que a la larga se verán afectados positiva o negativamente por la empresa. Así tenemos, el público interno como lo son los colaboradores, accionistas, y la alta gerencia. Y el externo, donde encontramos a los proveedores, clientes, y la comunidad en general. Se debe lograr la satisfacción del público interno para así proyectarse y lograr la acogida del externo, diseñando planes de acción que fundamenten la responsabilidad social que tiene la empresa.

Por otro lado, al impacto social, se lo puede definir como el efecto que tiene un determinado proyecto sobre la sociedad, sobre la comunidad, en este caso, receptora de turismo. Un proyecto de tipo ecológico, no considera únicamente la actuación dentro de la naturaleza sino también dentro de la población, es así que se buscará dar este apoyo con las siguientes acciones:

- Un nuevo establecimiento turístico, permite el crecimiento de la industria en la Provincia y en general de la zona, permitiendo así que el desarrollo económico mejore.
- Cuando el establecimiento sea conocido y la inversión realizada se haya recuperado, se destinará una parte de las ganancias para la reconstrucción de escuelas de la Provincia.

- Además, en recepción se depositará un ánfora para la recolección de fondos por parte de los huéspedes y destinarlo al apoyo de la comunidad.
- El hecho de programar visitas a las comunidades Tsáchilas, permite integrarlos a la sociedad y dar a conocer su cultura al resto del mundo.
- Como se dijo anteriormente, los huéspedes plantarán árboles frutales, de los cuales se obtendrán ingresos por la venta de sus frutos y se destinará al apoyo de personas indigentes y de bajos recursos de la zona, además con la cría de peces en la laguna, se podrá obtener alimento para gente pobre.
- La apertura del establecimiento, permitirá que disminuya la tasa de desempleo de la provincia, ya que, en la medida de lo posible se contratará personal del lugar a los cuales se les capacitará.
- Los socios aportarán con sus conocimientos, para la capacitación de personal en escuelas, hospitales, etc., en sus áreas de dominio, mejorando así el nivel cultural de la población.

En resumen, TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, no será una empresa únicamente comprometida consigo misma, sino que será una empresa con altos valores morales, comprometida no sólo con la satisfacción de sus clientes sino también de la comunidad en la que se encuentra desempeñando sus operaciones.

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES:

- La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, es un nuevo destino turístico, que tiene para ofrecer una gran diversidad de flora, fauna, actividades de recreación y hospedaje a todo aquel turista que llegue a la zona, sin embargo, su actividad turística aún necesita ser explotada adecuadamente.
- De acuerdo al estudio de mercado, se puede concluir que el desarrollo de un proyecto de este estilo es bien aceptado por los consumidores, además la demanda es aceptable y la oferta es controlable, es decir, el establecimiento podría estar en condiciones de competir en el mercado.
- El análisis tanto externo como interno, resulta favorable para la empresa, sin embargo, no se debe dejar de lado los aspectos negativos que se obtuvieron de este estudio, para diseñar medidas preventivas oportunas. La empresa contará además, con un buen direccionamiento estratégico, lo que ayuda a que su administración futura sea más sencilla.
- La macro y micro localización del establecimiento es la adecuada, debido a que se encuentra en un lugar cercano al mercado consumidor de fácil acceso y con poca competencia alrededor. Para la construcción del establecimiento, se tomaron en cuenta los factores necesarios que permiten que el lugar tenga las características necesarias para satisfacer la demanda del servicio bajo estándares de calidad.

- La empresa se constituirá legalmente como una Sociedad Anónima, debido a las facilidades que este tipo de compañía ofrece, además se cumplirán con todos los permisos necesarios para que la misma pueda operar normalmente. En cuanto a la organización administrativa, es la más indicada de acuerdo a las necesidades del negocio, lo cual ayudará a que se lleve una buena administración en cada una de las áreas del establecimiento.
- De acuerdo a todo el estudio económico y financiero realizado, el proyecto es viable, es decir, que monetariamente hablando la idea de implementar un Eco – Lodge en la zona, puede ser rentable, generando ganancias no solo para los inversionistas si no también para la población del lugar.
- La creación de un establecimiento de este tipo en la zona, puede desencadenar tanto impactos positivos como negativos, positivos debido a que se mejora la calidad de vida de la gente y se da a conocer a la provincia como un nuevo destino turístico y negativo porque la construcción del Eco – Lodge, produce impacto sobre la naturaleza y el medio ambiente, el cual debe ser mitigado de una u otra manera.

8.2. RECOMENDACIONES:

- Tanto el Gobierno como los habitantes de la zona, deben comprometerse para la realización de proyectos que impliquen el impulso turístico y económico de la Provincia. Se deben emprender planes de acción rápidamente y aprovechar los nuevos planes de desarrollo turístico que tiene el país, para insertar a la Provincia como un destino turístico distinto pero capaz de ofrecer el mismo atractivo que los destinos convencionales.
- Para que el establecimiento pueda competir en el mercado, se deben tomar en cuenta los gustos y preferencias de los clientes potenciales, información que se obtuvo durante la recolección de datos. Además, la mayoría de establecimientos de la zona son constituidos empíricamente, por lo que se debe aprovechar los conocimientos técnicos que se tienen sobre el campo hotelero para diseñar estrategias adecuadas que permitan al establecimiento sobre salir del resto de la competencia.
- Se debe tener en mente el direccionamiento estratégico propuesto, para de esta manera mejorar la administración del negocio, sin embargo, dicho direccionamiento se lo debe reestructurar en el futuro de acuerdo a la evolución que tenga la empresa. De igual manera se debe considerar todo el estudio realizado para el diseño de estrategias de producto, precio, plaza y promoción, que mejoren el conocimiento, aceptación y compra del servicio, viéndose reflejado en la consecución adecuada de los objetivos establecidos por la empresa.
- Cuando llegue la etapa de construcción del establecimiento, se debe adquirir materiales de calidad a bajo costo de tal manera que la inversión en construcción no

sea elevada y permita dar un ambiente rustico, agradable pero a la vez brindando seguridad a la estructura.

- Cada uno de los miembros del equipo de trabajo deberán cumplir sus funciones con responsabilidad según se detalla en el manual de funciones de la empresa, con el objetivo de mantener rentable el proyecto, en lo posible se debe tratar de abaratar costos y gastos durante el funcionamiento del mismo, de tal manera que las ventas superen estos rubros y así percibir una utilidad mayor.
- Se debe crear un plan de cuidado ambiental, que contenga todas las medidas preventivas, atenuantes, compensatorias y mitigantes, que se deben llevar a cabo durante las operaciones del establecimiento. Además dicho plan deberá ser renovado constantemente con el fin de que el establecimiento se acople a las nuevas circunstancias que se puedan presentar y así ayudar con el cuidado ambiental de la zona y en general del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- Amitai Etzioni, Organizaciones Modernas, s.e., Sao Paulo - Pioneira, s.f.
- Barreno Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, s.e., Primera Edición, Quito, 2004.
- Benassini Marcela, Introducción a la Investigación de Mercados, Editorial Pearson, Segunda Edición, s.c., s.f.
- Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing, Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones, Ediciones Diaz Santos, Madrid – España, s.f.
- Chiavenato Idalberto, Administración – Proceso Administrativo, Editorial Mc. Graw Hill, Bogotá – Colombia, 2001.
- Fleitman Jack, Negocios Exitosos, Editorial Mc. Graw Hill, s.c., 2000.
- Franklin Enrique, Organización de Empresas, Editorial Mc. Graw Hill, Segunda Edición, s.c., 2004.
- Kotler Philip, Armstrong Gary, Fundamentos de Marketing, Editorial Prentice Hall, Sexta Edición, s.c., s.f.
- Kotler Philip, Bowen John, Makens James, Marketing para Turismo, Editorial Pearson Prentice Hall, Tercera Edición, España, s.f.
- Molina Antonio, Contabilidad de Costos, s.e., Tercera Edición, Quito – Ecuador, 2002.
- Sutherland Douglas, Servicio de Restaurantería, Editorial Trillas, s.c., s.f.
- Urbina Baca Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc. Graw Hill, Quinta Edición, s.c., s.f.
- Ecuador, Cámara de Turismo, Reglamento de Aplicación de la Ley de Turismo.

- Ecuador, Subsecretaría de Calidad Ambiental, Dirección de Prevención y Control de la Contaminación, Unidad de Impacto Ambiental.
- Ecuador, Cámara de Turismo, Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.
- Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, Información General e Historia de la Provincia, [En línea], Ecuador, Disponible en Internet:http://www.gptsachila.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=35
- Medina Juan Ignacio (2010). Estudio de Factibilidad para la Creación de Cabañas Ecológicas en la Parroquia de Tababela junto al nuevo aeropuerto de Quito. (Tesis de Ingeniería en Turismo y Preservación Ambiental – Universidad Tecnológica Equinoccial), [En línea]. [Disponible en: http://app.ute.edu.ec/sict/biblioteca/visor/abrir_pedido_digital.aspx?mat_bib_reg=41806&mat_bib_dig_cod=1&lectura=1&imprimir=0&copiar=0&guardar=0].
- Ecuador Ambiental: Estudio de Impactos Ambientales, [en línea], Ecuador, Disponible en Internet: <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>.
- Agencia Municipal de Desarrollo Económico: Propiedad y Constitución legal de una Empresa, [en línea], Ecuador, disponible en Internet:<http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php>

ANEXOS

ANEXO NO.1

CARTA DE ANÓ FINÚN RESTAURANTE

(Formato de la Carta del establecimiento en la siguiente página)

Finé Finun Bar - Restaurante

tierra tsachila

Eco - lodge

Entradas Frías - Cold Appetizers

Ensalada Cesar - Ceasar Salad\$6.00

(Variedad de lechugas, pechuga de pollo, queso parmesano, aceitunas negras, tomate ~ variety of lettuce, chicken breast, cheese, black olives)

Ceviche de Camarón.....\$6.50

(Delicioso ceviche de Camarón, hecho a base de jugo de tomate y limón ~ Delicious Shrimp ceviche, made with tomatoe and lemon juice)

Ceviche de Concha.....\$6.50

(Concha, jugo de limón, aceite, acompañado de chifles de verde y canguil ~ shell, lemon juice, oil, shrimp enclose with fried banana and popcorn)

Entradas Calientes - Hot Appetizers

\$3.00.....Locro de Papas - Potato Soup

(Sopa de papas, con queso, aguacate, ~ Potato soup, with cheese and avocado)

\$4.00.....Caldo de Gallina

(Sopa de deliciosa gallina criolla ~ Chicken Soup)

\$4.00.....Yaguarlocro

(Sopa tradicional Ecuatoriana a base de papa, menudo de Borrego y acompañado con sangre de borrego ~ Potato Soup with sheep meat, accompanied by cooked sheep blood)

\$1.00.....Empanada de Morocho/Verde

(Fina masa de morocho y verde rellena de carne y queso respectivamente ~ morocho and Green banana dough filled with meat and cheese respectively)

* Precios no incluyen impuestos - Prices do not include taxes

Platos Fuertes Internacionales - International Food

Filet Mignon.....\$9.00

(Lomo fino de res, tocino, en salsa de champiñones y vino acompañado de papas salteadas y ensalada -- beef backbone, bacon, with wine and mushrooms sauce accompanied by salted potatoes and salad)

Lasagne Finún.....\$6.00

(Deliciosa Lasagne de Pollo o Carne - Chicken or Meat Lasagne)

Costillas de Cerdo BBQ - BBQ Ribs.....\$5.50

(costillas al grille en salsa BBQ acompañado de papa al horno con queso -- grille ribs of with BBQ sauce enclose with baked potatoe with cheese)

Platos Fuertes Nacionales - National Food

\$6.00..... Fritada - Fried Pork

(Carne de Cerdo frita acompañada de mote, aguacate y plátano frito -- Delicious Ecuadorian food, made with fried pork)

\$6.00..... Hornado - Baked Pork

(El tradicional cerdo horneado, acompañado de tortillas de papa -- The Traditional baked Pork, accompanied with potato omelette)

\$5.30.....Seco de Chivo - Goat in Tomato Sauce

(Carne de cordero en salsa de tomate acompañado con papa al vapor, arroz amarillo y ensalada -- lamb meat in tomato sauce, accompanied with boiled potatoes, yellow rice and salad)

\$4.00.....Seco de Pollo - Chicken in Tomato Sauce

(Pollo en salsa de tomate acompañado con papa al vapor, arroz amarillo y ensalada -- Chicken in tomato sauce accompanied with boiled potato, yellow rice, and salad)

* Precios no incluyen impuestos - Prices do not include taxes

Churrasco.....\$4.80

(Lomo de falda, huevo frito, papas fritas, arroz blanco y ensalada ~ backbone meat with fried eggs, fried potatoes, rice, salad)

Guatita.....\$4.00

(Deliciosa panza de res en salsa de maní ~ beef paunch in nuts sauce)

Llapingacho.....\$5.70

(Tortillas de Papa servidas con chorizo ambateño ~ Potatoes Omelette served with red sausage)

Camarones Tierra Tsáchila - Tierra Tsáchila Shrimps.....\$5.50

(Deliciosos Camarones a su elección: Apanados o al Ajillo ~ Delicious Ecuadorian recipe, Breaded or Garlic Shrimp)

Delicia Anó Finún.....\$3.60

(Arroz, menestra de lenteja y ensalada con un género a su elección, Carne, Filete de Pollo o Filete de Corvina ~ Rice, lentil stew, and salad, served with meat, chicken steak or fish steak)

Sanduches y Hamburguesas - Sandwich and Hamburgers

\$4.00.....Sánduche Tradiciones - Folk Sandwich

(Delicioso sánduche de filete de pollo y jamón ~ Delicious sandwich of grill chicken and ham)

\$3.50.....Sánduche de Atún - Tuna Sandwich

(Cuatro triángulos de delicioso sánduche de atún de la casa ~ Four pieces of the delicious tuna sandwich of the house)

\$6.00.....Hamburguesa de Res - Beef Hamburger

(Hamburguesa de res y tocino ~ Beef and Bacon hamburger)

* Precios no incluyen impuestos - Prices do not include taxes

Postres - Desserts

Durazno Melba - Peach Melba.....\$2.50

(Duraznos en almibar, dos bolas de helado de vainilla, crema Chantilly y fresas ~ Peach in fruit juice, double vanilla ice balls, Chantilly cream and strawberries)

Frutillas con Crema - Strawberries with Cream.....\$2.50

(Frutillas, crema Chantilly ~ Strawberries, Chantilly cream)

Higos con Queso - Figs with Cheese.....\$1.50

(Plato tradicional Ecuatoriano - Traditional Ecuadorian Plate, Figs cooked in syrup, served with cheese)

Bebidas Calientes - Hot Beverages

\$1.00.....Café - Coffee

(Variedades de café a escoger: cappuccino, mokaccino, café americano, expreso, café en leche ~ variety of coffee: capuchino, mocaccino. American, Express and milk coffee)

\$1.50.....Chocolate Caliente - Hot Chocolate

(Delicioso chocolate caliente ~ Delicious hot chocolate)

\$1.00.....Aromáticas - Herbs Water

(Agua saborizada con hierbas naturales: manzanilla, cedrón, orégano ~ flavored water with natural herbs: manzanilla, cedar, marjoram)

Bebidas Frías Cold Beverages

Jugos - Juices.....\$1.50

(Vaso de jugo de frutas naturales ~ Juice glass of natural fruits)

Gaseosas - Sodas.....\$1.25

(Fiora manzana, Fiora Fresa, coca-cola, sprite, fanta, coca cola diet, sprite diet)

Agua.....\$1.20

(Con gas/Sin Gas)

Cerveza - Beer.....\$2.00


(Club, Pilsener)

* Precios no incluyen impuestos - Prices do not include taxes

Desayunos - Breakfast

- \$4.00.....Desayuno Americano – American Breakfast
(Jugo de fruta natural, huevos a su elección, pan, mermelada y mantequilla, café americano, aromáticas o leche – Juice, eggs of your choice, bread, jelly and butter, American coffee, herbal tea, or milk)
- \$3.70.....Desayuno Continental – Continental Breakfast
(Café, aromática o leche, jugo, pan, mermelada y mantequilla – Coffee, herbal tea or milk, juice, bread, jelly and butter)
- 

Bar Anó Finún

- Vino de la Casa – Home's Wine.....\$5.00
(Copa de Vino Tinto o Blanco – Cup of Red and White Wine)
- Whisky – Whiskey.....\$3.00
(Vaso de Whisky en las rocas – Glass of Whiskey on the rocks)
- Destornillador – Screw Driver.....\$5.70
(Vodka, Jugo de Naranja – Vodka, orange juice)
- \$10.00.....Bloody Mary
(Vodka, Limón, Salsa Tabasco, Salsa Inglesa, Jugo de Tomate – Vodka, lemon, Tabasco sauce, English Sauce, tomatoe juice)
- \$4.00.....Cuba Libre
(Ron, jugo de limón, coca – cola – rum, lemon juice, coke)
- \$6.00.....Tequila Sunrise
(Tequila, granadina, jugo de naranja – Tequila, grenadine, orange juice)
- 

* Precios no incluyen impuestos – Prices do not include taxes

ANEXO NO.2

RECETAS ESTÁNDAR Y CÁLCULO DEL PRECIO SUGERIDO

Entradas Frías:

ENSALADA CESAR					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
25	gramos	Lechuga Romana	Cortado	0,002	0,04
75	gramos	Lechuga Nacional	Cortado	0,001	0,10
20	gramos	Queso Parmesano		0,018	0,37
50	gramos	Aceitunas Negras	Rodajas	0,007	0,33
100	gramos	Tomate	Rodajas	0,001	0,07
150	gramos	Filete de Pollo	Frito	0,007	1,12
SUBTOTAL:					2,03
1% VARIOS					0,02
TOTAL:					2,05
COSTO POR PLATO:					2,05

$$\$2,05 \longrightarrow 25\%$$

$$x \longleftarrow 100\% = \$8,20$$

El precio sugerido es demasiado alto para el mercado, por lo que se ha pensado en establecer un precio de \$6,00.

<u>CEVICHE DE CAMARÓN</u>					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
600	gramos	camarón	corte mariposa, cocinar, pelar, limpiar, desvenar, enfriar	0,010	5,72
150	gramos	cebolla paiteña	juliana, curtida	0,002	0,24
400	gramos	tomate riñón	escalfar, pelar, licuar, cernir	0,001	0,29
60	gramos	pimiento rojo	brunoise fino	0,002	0,11
60	gramos	pimiento verde	brunoise fino	0,001	0,07
60	cc	limón sutil	jugo	0,001	0,03
120	cc	naranja	jugo	0,001	0,07
30	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,05
10	cc	aceite		0,003	0,03
		sal			
		comino			
		mostaza			
		salsa de tomate			
SUBTOTAL:					6,62
1% VARIOS					0,07
TOTAL:					6,68
COSTO POR PLATO:					1,67

\$1,67 → 25%

x ← 100% = \$6,68

Se ha estimado cobrar un valor de \$6,50 por esta entrada.

<u>CEVICHE DE CONCHA</u>					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
35	unidad	cochas	abrir, refrigerar	0,160	5,60
100	gramos	cebolla paiteña	juliana, pluma	0,002	0,16
400	gramos	tomate riñón	cuadros pequeños	0,001	0,29
50	gramos	cebolla blanca	repicada	0,002	0,09
60	gramos	pimiento verde	brunoisse fino	0,001	0,07
60	cc	limón sutil	jugo	0,001	0,08
120	cc	Naranja	jugo	0,001	0,07
30	gramos	Perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,05
10	cc	Aceite		0,003	0,03
		Sal			
		Comino			
		Mostaza			
SUBTOTAL:					6,44
1% VARIOS					0,06
TOTAL:					6,50
COSTO POR PLATO:					1,63

\$1,63 → 25%

x ← 100% = \$6,52

Al igual que el ceviche de camarón, se cobrará por este plato \$6,50.

Entradas Calientes:

LOCRO					
PAX: 4					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
50	gramos	cebolla blanca	repicada	0,002	0,09
10	gramos	ajo	machacado, repicado	0,005	0,05
1000	gramos	papa	pelada, troceada	0,002	2,20
10	gramos	perejil	limpio	0,002	0,02
100	gramos	queso	rallado	0,005	0,48
100	gramos	tostado	listo	0,002	0,15
1	unidad	aguacate	cuartos	0,250	0,25
		sal			
		comino			
SUBTOTAL:					2,99
1% VARIOS					0,03
TOTAL:					3,02
COSTO POR PLATO:					0,30

\$0,30 → 25%

x ← 100% = \$1,20

El precio sugerido es muy bajo, por lo que se ha considerado cobrar \$3,00 y de esta manera se compensa un poco la baja de los demás precios.

CALDO DE GALLINA					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
250	gramos	gallina criolla	presa	0,003	0,66
60	gramos	papas	pelada, entera	0,002	0,13
20	gramos	papanabo	lavada, en brunoise	0,001	0,01
20	gramos	zanahoria	lavada, en brunoise	0,001	0,02
20	gramos	alverja	lavada	0,004	0,08
15	gramos	arroz	lavado	0,001	0,02
10	gramos	cebolla blanca	repicada	0,002	0,02
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
SUBTOTAL:					0,95
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					0,96
COSTO POR PLATO:					0,96

\$0,96 → 25%

x ← 100% = \$3,84

Se cobrará un valor de \$4,00 por este plato.

YAGUARLOCRO					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
600	gramos	menudo de borrego	limpiar (sal, harina, hierba buena), cocinar	0,008	4,73
100	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,16
50	gramos	cebolla blanca	repicado	0,002	0,09
20	gramos	ajo	machacado, repicado	0,005	0,09
20	gramos	aceite de achiote		0,003	0,06
1000	gramos	papa	pelada, troceada	0,002	2,20
500	gramos	leche		0,001	0,38
10	gramos	orégano		0,018	0,18
		sal			
Guarnición (Sangre)					
250	gramos	sangre de borrego	liquida o coagulada	0,002	0,44
50	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,08
20	gramos	cebolla blanca	repicada	0,002	0,04
15	gramos	perejil	repicado sin clorofila	0,002	0,03
10	gramos	ajo	machacado, repicado	0,005	0,05
		aceite de achiote			
		sal			
		comino			
1	unidad	aguacate	cuartos	0,25	0,25
100	unidad	tomate riñón	rodajas	0,001	0,07
20	gramos	cebolla paiteña	aros	0,002	0,03
SUBTOTAL:					8,88
1% VARIOS					0,09
TOTAL:					8,97
COSTO POR PLATO:					2,24

\$2,24 → 25%

x ← 100% = \$8,96

Por un plato de este tipo, no se puede cobrar un valor como el sugerido por lo que se cobrará el mismo precio que el caldo de gallina, es decir, \$4,00.

EMPANADA DE MOROCHO					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
300	gramos	arroz	cocinado, molido	0,001	0,33
50	gramos	cebolla paiteña	brrunoisse fino	0,002	0,08
10	gramos	ajo	machacado, repicado	0,001	0,01
30	gramos	cebolla blanca	repicado	0,001	0,02
60	gramos	carne de res		0,004	0,22
30	gramos	arveja	cocinada	0,004	0,13
30	gramos	zanahoria	brunoisse, cocinada	0,001	0,02
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
20	cc	aceite de achiote		0,003	0,06
		sal			
		comino			
SUBTOTAL:					0,89
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					0,90
COSTO POR PLATO:					0,22

EMPANADA DE VERDE					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
300	gramos	plátano verde	cocinado, majado	0,001	0,18
100	gramos	queso fresco	rallado	0,005	0,48
150	gramos	aceite		0,003	0,41
		sal			
		comino			
SUBTOTAL:					1,07
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					1,08
COSTO POR PLATO:					0,27

$$\begin{aligned} \text{Empanada de Morocho} & \quad \$0,22 \longrightarrow 25\% \\ & \quad \times \longleftarrow 100\% = \$0,88 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Empanada de Verde} & \quad \$0,27 \longrightarrow 25\% \\ & \quad \times \longleftarrow 100\% = \$1,08 \end{aligned}$$

Como en esta entrada se cobra por igual sea empanada de verde o de morocho, se ha decidido poner un precio de \$1,00. De esta manera los 0,08ctvs. que se pierden en la empanada de verde, se los recupera en los 0,12ctvs. que se gana por la empanada de morocho.

Platos Fuertes Internacionales:

<u>FILET MIGNON</u>					
PAX: 10					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
1800	gramos	lomo fino	fileteado	0,013	22,84
200	gramos	tocino	desgrasado	0,012	2,34
500	gramos	champiñones	cortados, salteados	0,006	3,23
100	gramos	mantequilla		0,005	0,48
500	gramos	papas	salteadas	0,002	1,10
500	gramos	zanahoria	salteadas	0,001	0,38
500	gramos	vainita	salteadas	0,002	0,79
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					31,16
1% VARIOS					0,31
TOTAL:					31,47
COSTO POR PLATO:					3,15

$$\$3,15 \longrightarrow 35\%$$

$$x \longleftarrow 100\% = \$9,00$$

Se aceptará este precio, debido a que es un plato mucho más elaborado, con materia prima más costosa, por lo que considero que un precio de \$9,00 es adecuado.

<u>LASAGNA FINÚN (POLLO)</u>					
PAX: 4					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
200	gramos	pasta para lasagna	cocinada al dente	0,005	1,03
300	gramos	pollo	troceado, cocinado	0,007	2,23
100	gramos	cebolla perla	brunoise fino	0,002	0,16
700	cc	crema de leche		0,003	1,75
200	gramos	queso mozzarella	rallado	0,006	1,30
100	gramos	queso parmesano		0,018	1,83
		mantequilla			
		sal			
		pimienta			
<i>SUBTOTAL:</i>					<i>8,30</i>
<i>1% VARIOS</i>					<i>0,08</i>
<i>TOTAL:</i>					<i>8,38</i>
<i>COSTO POR PLATO:</i>					<i>2,10</i>

LASAGNA FINÚN (CARNE)					
PAX: 4					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
200	gramos	pasta para lasagna	cocinada al dente	0,005	1,03
300	gramos	carne molida	refrita	0,004	1,09
100	gramos	cebolla perla	brunoisse fino	0,002	0,16
700	cc	crema de leche		0,003	1,75
200	gramos	queso mozzarella	rallado	0,006	1,30
100	gramos	queso parmesano		0,018	1,83
		mantequilla			
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					7,16
1% VARIOS					0,07
TOTAL:					7,23
COSTO POR PLATO:					1,81

Lasagna con Pollo \$2,10 → 35%
x ← 100% = \$6,00

Lasagna con Carne \$1,81 → 35%
x ← 100% = \$5,17

Debido a que este plato sea con pollo o con carne se lo cobra por igual, se ha optado por tomar el mayor precio, de tal manera que no existe perdida para el establecimiento, así tenemos que el precio por la Lasagna Finún es de \$6,00.

<u>COSTILLAS BBQ</u>					
PAX: 6					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
1000	gramos	costillas de cerdo	marinadas	0,006	6,19
200	gramos	cebolla paiteña	brunoise	0,002	0,32
50	gramos	mantequilla		0,005	0,24
125	gramos	vinagre		0,0005	0,06
250	gramos	salsa de tomate		0,001	0,25
30	gramos	salsa inglesa		0,006	0,19
10	gramos	mostaza		0,002	0,02
60	gramos	azúcar		0,001	0,05
250	gramos	agua			
1200	gramos	papa	cocinada	0,002	2,64
90	gramos	queso mozzarella		0,006	0,58
		ajo	repicado		
		sal			
		pimienta			
<i>SUBTOTAL:</i>					10,54
<i>1% VARIOS</i>					0,11
<i>TOTAL:</i>					10,64
<i>COSTO POR PLATO:</i>					1,77

\$1,77 → 35%

x ← 100% = \$5,06

Por este plato, se ha decidido cobrar un valor de \$5,50.

Platos Fuertes Nacionales:

FRITADA					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
800	gramos	carne de cerdo	cortada	0,005	4,39
150	gramos	cebolla paiteña	3/4 partes juliana, 1/4 parte mirepoix	0,002	0,24
50	gramos	cebolla blanca	mirepoix	0,001	0,04
40	gramos	ajo	entero	0,001	0,02
20	gramos	aceite de achiote		0,003	0,06
500	gramos	papa	pelada, blanqueada, frita	0,002	1,10
250	gramos	maduro	cortado, frito	0,001	0,14
100	gramos	tomate riñón	cuadros pequeños	0,001	0,07
20	cc	limón sutil	jugo	0,001	0,03
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
400	gramos	mote	cocinado	0,001	0,58
100	cc	aceite		0,003	0,27
750	cc	cerveza		0,002	1,41
		sal			
		comino			
SUBTOTAL:					8,38
1% VARIOS					0,08
TOTAL:					8,46
COSTO POR PLATO:					2,12

\$2,12 → 35%

x ← 100% = \$6,06

Por este plato fuerte, se ha decidido cobrar un valor de \$6,00

HORNADO					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
1000	gramos	carne de cerdo		0,005	5,19
200	gramos	cebolla paiteña	mirepoix	0,002	0,32
100	gramos	cebolla blanca	mirepoix	0,001	0,08
50	gramos	ajo		0,001	0,03
100	gramos	zanahoria	mirepoix	0,001	0,08
50	gramos	apio	mirepoix	0,002	0,10
10	gramos	anís pequeño		0,018	0,18
500	gramos	cerveza		0,002	0,94
20	gramos	comino molido		0,015	0,29
500	gramos	aceite de achiote		0,003	1,57
500	gramos	papa	pelada, cocinada, majada	0,002	1,10
400	gramos	mote	cocinado	0,001	0,58
		sal			
Guarnición (Agrido)					
30	gramos	pimiento rojo	juliana	0,002	0,05
50	gramos	cebolla paiteña	juliana	0,002	0,08
30	gramos	cebolla blanca	repicada	0,001	0,02
10	gramos	ají	aros	0,002	0,02
5	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,01
50	cc	limón sutil	jugo	0,001	0,07
100	cc	naranja	jugo	0,001	0,06
20	gramos	panela	diluida	0,001	0,02
30	cc	vinagre		0,002	0,06
		sal			
		comino			
		tomate riñón			
SUBTOTAL:					10,85
1% VARIOS					0,11
TOTAL:					10,95
COSTO POR PLATO:					2,74

\$2,74 → 35%

x ← 100% = \$7,83

El precio sugerido es alto para un plato de este tipo, por lo que se cobrará \$6,00.

SECO DE CHIVO					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
600	gramos	borrego (pierna)	trozos	0,008	4,73
50	gramos	cebolla paiteña	brunoise fino	0,002	0,08
20	gramos	ajo	machacado, repicado	0,001	0,01
100	gramos	tomate riñón	cuadros pequeños	0,001	0,07
10	gramos	aceite de achiote		0,003	0,03
20	gramos	panela		0,001	0,02
80	gramos	naranja	jugo	0,001	0,10
100	gramos	cerveza		0,002	0,19
1	gramos	pimienta dulce		0,013	0,01
1	gramos	clavo de olor		0,016	0,02
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
400	gramos	arroz	cocinado (amarillo)	0,001	0,45
400	gramos	papa	cocinada	0,002	0,88
300	gramos	maduro	frito	0,001	0,17
1	unidad	aguacate	cuartos	0,250	0,25
200	gramos	lechuga	chifonada	0,001	0,28
		sal			
		comino			
SUBTOTAL:					7,31
1% VARIOS					0,07
TOTAL:					7,38
COSTO POR PLATO:					1,85

\$1,85 → 35%

x ← 100% = \$5,29

Se ha decidido cobrar por este plato fuerte, un valor de \$5,30.

SECO DE POLLO					
PAX: 8					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
60	gramos	aceite		0,003	0,16
2000	gramos	pollo	presas	0,003	5,30
200	gramos	cerveza		0,002	0,38
200	gramos	pimiento rojo	brunoisse	0,002	0,36
200	gramos	tomate riñón	brunoisse	0,001	0,14
100	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,16
40	gramos	ajo	machacado, repicado	0,001	0,02
1	atado	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,00
2	unidades	aguacate	cortado en cuartos	0,250	0,50
30	gramos	aceite con achiote		0,003	0,09
700	gramos	arroz	cocinado (amarillo)	0,001	0,78
800	gramos	papa	cocinada	0,002	1,76
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					9,67
1% VARIOS					0,10
TOTAL:					9,76
COSTO POR PLATO:					1,22

\$1,22 → 35%

x ← 100% = \$3,48

Por este plato se cobrará un valor superior al precio sugerido, se ha decidido cobra \$4,00.

CHURRASCO					
PAX: 6					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
900	gramos	Lomo de Res	ablandado, sazonado	0,007	6,29
12	unidades	Huevos	fritos	0,110	1,32
454	gramos	Arroz	cocinado	0,001	0,51
400	gramos	Papas	fritas	0,002	0,88
2	unidades	Maduro	cortados, fritos	0,050	0,10
454	gramos	Tomate Riñón	rodajas	0,001	0,33
60	gramos	Cebolla Perla	corte pluma, curtida	0,001	0,04
1,5	unidad	Aguacate	cortado en cuartos	0,250	0,38
SUBTOTAL:					9,84
1% VARIOS					0,10
TOTAL:					9,94
COSTO POR PLATO:					1,66

\$1,66 → 35%

x ← 100% = \$4,74

Se cobrará por este plato, un monto de \$4,80.

GUATITA					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
600	gramos	panza de borrego	limpiar(harina, hierba buena, limón), cocinar	0,004	2,51
50	gramos	cebolla paiteña	brunoise fino	0,002	0,08
50	gramos	cebolla blanca	repicado	0,001	0,04
10	gramos	ajo	machacado, repicado	0,001	0,01
10	gramos	aceite de achiote		0,003	0,03
1	gramos	pimienta dulce		0,013	0,01
50	gramos	maní en pasta	diluida	0,004	0,22
500	cc	leche		0,001	0,38
600	gramos	papa	trozos pequeños	0,002	1,32
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
400	gramos	arroz	cocinado	0,001	0,45
1	unidad	aguacate	cuartos	0,250	0,25
300	gramos	maduro	frito	0,001	0,17
SUBTOTAL:					5,48
1% VARIOS					0,05
TOTAL:					5,54
COSTO POR PLATO:					1,38

\$1,38 → 35%

x ← 100% = \$3,94

Se cobrará por este plato un valor de \$4,00.

LLAPINGACHO					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
700	gramos	chorizo ambateño	cocinado, frito	0,007	4,89
700	gramos	papa	pelado, cocinado, majada	0,002	1,54
5	unidad	huevo		0,110	0,55
100	gramos	cebolla blanca	repicada	0,001	0,08
50	gramos	mantequilla		0,005	0,24
200	gramos	remolacha	cocinada, cuadros	0,001	0,17
40	cc	limón	jugo	0,001	0,05
100	gramos	cebolla paiteña	juliana, curtida	0,002	0,16
200	gramos	tomate riñón	cuadros	0,001	0,14
SUBTOTAL:					7,82
1% VARIOS					0,08
TOTAL:					7,90
COSTO POR PLATO:					1,97

\$1,97 → 35%

X ← 100% = \$5,63

Por este plato se ha estimado cobrar un valor de \$5,70.

CAMARONES TIERRA TSÁCHILA (APANADOS)					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
600	gramos	camarón	limpio, desvenado, pelado, condimentado	0,010	5,72
250	gramos	harina		0,002	0,39
1	unidad	huevo	batido	0,110	0,11
50	gramos	mostaza		0,002	0,08
30	cc	limón	jugo	0,001	0,04
	gramos	sal			0,00
	gramos	comino			0,00
400	gramos	arroz	cocinado	0,001	0,45
400	gramos	plátano verde	pelar, cortar, machacar	0,001	0,24
8	gramos	lechuga	chifonada	0,001	0,01
150	gramos	tomate	cuadros pequeños	0,001	0,11
100	gramos	cebolla paiteña	juliana, curtida	0,002	0,16
30	gramos	salsa de tomate		0,001	0,03
15	gramos	mayonesa		0,003	0,04
5	cc	salsa tabasco		0,005	0,03
3	cc	salsa china		0,003	0,01
5	gramos	naranja	jugo	0,001	0,00
SUBTOTAL:					7,42
1% VARIOS					0,07
TOTAL:					7,49
COSTO POR PLATO:					1,87

\$1,87 → 35%

X ← 100% = \$5,34

CAMARONES TIERRA TSÁCHILA (AL AJILLO)					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
464	gramos	camarón	limpio, desvenado, pelado, condimentado	0,010	4,43
60	gramos	mantequilla	derretida	0,005	0,29
50	gramos	ajo	repicado	0,001	0,03
30	gramos	limón	jugo	0,001	0,04
60	gramos	vino blanco		0,001	0,05
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
400	gramos	arroz	cocinado	0,001	0,45
400	gramos	plátano verde	pelar, cortar, machacar	0,001	0,24
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					5,53
1% VARIOS					0,06
TOTAL:					5,59
COSTO POR PLATO:					1,40

\$1,40 → 35%

X ← 100% = \$4,00

Debido a que se cobra el mismo valor sea por camarones al ajillo o apanados, se ha decidido que este plato tenga un precio de \$5,50.

DELICIA ANÓ FINUN CON CARNE					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
450	gramos	lomo de res	ablandado, sazonado	0,007	3,15
250	gramos	lenteja	remojada la noche anterior	0,002	0,46
60	gramos	achiote		0,003	0,19
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
100	gramos	pimiento verde	brunoisse fino	0,001	0,12
100	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,16
15	gramos	salsa de tomate		0,001	0,01
1500	gramos	agua			0,00
400	gramos	arroz	cocinado	0,001	0,45
400	gramos	plátano verde	pelado, cortado, machacado	0,001	0,24
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					4,79
1% VARIOS					0,05
TOTAL:					4,84
COSTO POR PLATO:					1,21

\$1,21 → 35%

X ← 100% = \$3,46

DELICIA ANÓ FINUN CON FILETE DE POLLO					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
450	gramos	filete de pollo	sazonado	0,007	3,35
250	gramos	lenteja	remojada la noche anterior	0,002	0,46
60	gramos	achiote		0,003	0,19
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
100	gramos	pimiento verde	brunoisse fino	0,001	0,12
100	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,16
15	gramos	salsa de tomate		0,001	0,01
1500	gramos	agua			0,00
400	gramos	arroz	cocinado	0,001	0,45
400	gramos	plátano verde	pelado, cortado, machacado	0,001	0,24
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					5,00
1% VARIOS					0,05
TOTAL:					5,05
COSTO POR PLATO:					1,26

\$1,26 → 35%

X ← 100% = \$3,60

DELICIA ANÓ FINUN CON FILETE DE CORVINA					
PAX: 4					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
450	gramos	filete de corvina	sazonado	0,007	3,35
250	gramos	lenteja	remojada la noche anterior	0,002	0,46
60	gramos	achiote		0,003	0,19
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
100	gramos	pimiento verde	brunoisse fino	0,001	0,12
100	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,16
15	gramos	salsa de tomate		0,001	0,01
1500	gramos	agua			0,00
400	gramos	arroz	cocinado	0,001	0,45
400	gramos	plátano verde	pelado, cortado, machacado	0,001	0,24
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					5,00
1% VARIOS					0,05
TOTAL:					5,05
COSTO POR PLATO:					1,26

\$1,26 → 35%

X ← 100% = \$3,60

Por lo tanto, debido a que estos tres platos se encuentran dentro de un mismo ítem, y se debo cobrar el mismo valor por cualquiera de los tres se tomará el precio de \$3,60.

Sánduches y Hamburguesas:

SANDUCHE TRADICIONES					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
1	unidad	pan para sánduche	cortado a lo largo en tres partes	0,120	0,12
30	gramos	mayonesa		0,003	0,08
10	gramos	lechuga	chifonada	0,001	0,01
50	gramos	tomate	rodajas	0,001	0,04
50	gramos	jamón		0,007	0,36
60	gramos	queso cheddar		0,009	0,54
150	gramos	filete de pollo	frito	0,007	1,12
100	gramos	papas	fritas	0,002	0,22
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					2,48
1% VARIOS					0,02
TOTAL:					2,51
COSTO POR PLATO:					2,51

\$2,51 → 35%

X ← 100% = \$7,17

El precio sugerido es demasiado alto para un plato de esta categoría, por lo que se debe bajar a \$4,00, viéndose recompensado con el resto de platos vendidos en el establecimiento.

SÁNDUCHE DE ATÚN					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
4	unidad	supan	tostado	0,058	0,23
100	gramos	atún		0,005	0,49
25	gramos	cebolla paiteña	brunoisse fino	0,002	0,04
10	gramos	limón	jugo	0,001	0,01
10	gramos	perejil	repicado, sin clorofila	0,002	0,02
30	gramos	mayonesa		0,003	0,08
100	gramos	papa	frita	0,002	0,22
		sal			
		pimienta			
SUBTOTAL:					1,09
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					1,11
COSTO POR PLATO:					1,11

\$1,11 → 35%

X ← 100% = \$3,17

Se cobrará un valor de \$3,50.

HAMBURGUESA DE RES					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
1	unidad	pan para hamburguesa	cortado por la mitad	0,220	0,22
90	gramos	carne molida	sazonada, a la plancha	0,004	0,33
60	gramos	tomate	rodajas	0,001	0,04
30	gramos	lechuga	chifonada	0,001	0,04
30	gramos	cebolla perla	aros	0,002	0,05
60	gramos	picles	rodajas	0,005	0,30
40	gramos	tocino	desgrasado	0,012	0,47
50	gramos	queso cheddar		0,012	0,60
100	gramos	papa	frita	0,002	0,22
SUBTOTAL:					2,26
1% VARIOS					0,02
TOTAL:					2,29
COSTO POR PLATO:					2,29

\$2,29 → 35%

X ← 100% = \$6,54

Se ha decidido cobrar por este plato un valor de \$6,00.

Postres:

PEACH MELBA					
PAX: 8					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
480	gramos	Duraznos	cortados en cuartos	0,005	2,51
250	gramos	Guindas		0,005	1,19
60	gramos	Helado de Vainilla		0,004	0,23
60	gramos	Helado de Chocolate		0,004	0,23
SUBTOTAL:					4,15
1% VARIOS					0,04
TOTAL:					4,19
COSTO POR PLATO:					0,52

\$0,52 → 25%

X ← 100% = \$2,08

Se decidió cobrar por este plato un valor de \$2,50.

FRUTILLAS CON CREMA					
PAX: 6					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
1000	gramos	Frutillas	lavadas	0,002	2,20
200	gramos	Azúcar		0,001	0,17
500	gramos	Crema de Leche		0,003	1,25
SUBTOTAL:					3,62
1% VARIOS					0,04
TOTAL:					3,66
COSTO POR PLATO:					0,61

\$0,61 → 25%

X ← 100% = \$2,44

Se cobrará un valor de \$2,50.

HIGOS CON QUESO					
PAX: 20					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
20	unidades	Higos maduros	cocinados	0,040	0,80
795	gramos	Panela		0,001	0,88
500	gramos	Queso	lamina	0,005	2,42
20	gramos	Bicarbonato		0,020	0,40
SUBTOTAL:					4,50
1% VARIOS					0,05
TOTAL:					4,55
COSTO POR PLATO:					0,23

\$0,23 → 25%

X ← 100% = \$0,92

Por este postre se cobrará un valor de \$1,50.

Bebidas Calientes:

Café:

En este caso se ofrecerán distintos tipos de café: americano, cappuccino, mocaccino, etc. Sin embargo para esto se comprará una máquina de café a Nescafé, la cual facilita la elaboración de los distintos tipos de café. Por lo tanto, para establecer el precio, se lo hará de acuerdo a la competencia que ofrece el mismo tipo de café y se ha decidido cobrar por cualquiera de estos un valor de \$1,00. De igual manera se lo hará con las aguas aromáticas las cuales, tendrán este mismo valor, por último el chocolate si tendrá receta estándar debido a que, su elaboración es distinta. A continuación la receta estándar del chocolate y el cálculo del precio:

<u>CHOCOLATE CALIENTE</u>					
PAX: 4					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
100	gramos	chocolate amargo	trozos	0,006	0,58
450	gramos	leche		0,001	0,34
300	gramos	agua			
SUBTOTAL:					0,92
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					0,93
COSTO POR PLATO:					0,23

\$0,23 → 30%

X ← 100% = \$0,76

Por esta bebida se cobrará un valor de \$1,50

Bebidas Frías:

Jugos:

No se puede establecer una receta estándar para los jugos, ya que mucho depende de las frutas que se encuentren en temporada para elaborarlos, sin embargo, en promedio un jugo tiene un costo de elaboración de 0,50 ctvs. Para establecer el precio de los jugos en el restaurante, se tomarán en cuenta los precios de la competencia, es así que se ha decidido cobrar un valor de \$1,50.

Gaseosas y Aguas:

El costo y los precios que se cobrarán por las botellas de 500 ml son los siguientes:

- Gaseosas: 0,49 ctvs. → 1,25
- Agua con Gas: 0,26 ctvs. → 1,20
- Agua sin Gas: 0,21 ctvs. → 1,20

Cerveza:

Los costos de las cervezas son los siguientes:

COSTO DE BOTELLAS PERSONALES				
Cerveza	BOTELLAS PERSONALES		BOTELLAS DE 750 CC.	
	Costo por caja (24)	Costo unitario	Costo por caja (12)	Costo Unitario
Pilsener	\$ 15,50	\$ 0,65	\$7,90	\$0,66
Club	\$ 17,50	\$ 0,73	\$8,85	\$0,74

En base a la competencia se ha decidido cobrar un valor de \$2,00 por cualquiera de estas cervezas.

Desayunos:

<u>DESAYUNO AMERICANO</u>					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
100	gramos	fruta a su elección	licuada con agua	0,004	0,40
30	gramos	azúcar		0,001	0,03
1	unidad	huevo	tibio/duro/revuelto	0,110	0,11
250	gramos	leche/agua/aromáticas		0,001	0,19
2	unidad	pan		0,120	0,24
50	gramos	mantequilla		0,005	0,24
50	gramos	mermelada		0,003	0,17
SUBTOTAL:					1,36
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					1,38
COSTO POR PLATO:					1,38

\$1,38 → 35%

X ← 100% = \$3,94

Se cobrará por un desayuno americano el valor de \$4,00

<u>DESAYUNO CONTINENTAL</u>					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
100	gramos	fruta a su elección	licuada con agua	0,004	0,40
30	gramos	azúcar		0,001	0,03
250	gramos	leche/agua/aromáticas		0,001	0,19
2	unidad	Pan		0,120	0,24
50	gramos	Mantequilla		0,005	0,24
50	gramos	Mermelada		0,003	0,17
SUBTOTAL:					1,25
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					1,27
COSTO POR PLATO:					1,27

$$\begin{array}{rcl}
 \$1,27 & \longrightarrow & 35\% \\
 X & \longleftarrow & 100\% = \$3,63
 \end{array}$$

Se cobrará por un desayuno continental el valor de \$3,70

Bar:

Los costos de las botellas de licor son los siguientes:

- Vino Gato Negro, Cabernet Sauvignon: \$104,88 las 12 botellas de 750cc.

De cada botella se pueden obtener 7 copas de vino, es decir que, de las 12 botellas, se pueden sacar 84 copas, por lo tanto, el costo individual de cada copa sería de \$1,25.

- Whisky Grants: \$121,08 las 12 botellas de 750cc. De cada botella salen aproximadamente 21 vasos de whisky tomando en cuenta que se les agrega hielo, es decir que de las 12 botellas se pueden servir 252 vasos; por lo tanto, el costo individual de cada vaso sería de \$0,48.

A partir de estos costos se definen los precios de acuerdo al criterio utilizado para los platos de la carta:

- Vino:

$$\begin{array}{rcl}
 \$1,25 & \longrightarrow & 30\% \\
 X & \longleftarrow & 100\% = \$4,16
 \end{array}$$

Se ha optado por poner un precio de \$5,00 por cada copa de vino que se sirva.

- Whisky:

\$0,48 → 30%

X ← 100% = \$1,60

Por este licor se decidió cobrar un precio de \$3,00.

Para el resto de bebidas alcohólicas, en este caso los cocteles se utilizarán las recetas estándar.

<u>DESTORNILLADOR/SCREWDRIVER</u>					
PAX: 1					
<i>Cantidad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Ingredientes</i>	<i>Mise en Place</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo</i>
2	onzas	Vodka	directo al vaso	0,768	1,54
8	onzas	jugo de naranja	completar	0,018	0,14
SUBTOTAL:					1,68
1% VARIOS					0,02
TOTAL:					1,69

\$1,69 → 30%

X ← 100% = \$5,63 → \$5,70

<u>BLOODY MARY</u>					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
2	onza	Vodka	Directo al vaso	0,768	1,54
0,5	onza	Limón	Mezcla aparte/Directo al vaso	0,039	0,02
0,25	onza	Salsa Tabasco		0,130	0,03
5	Gotas	Salsa Inglesa		0,183	0,92
1	Pisca	Sal			
7	onza	Jugo de tomate	Completar	0,323	2,26
SUBTOTAL:					4,76
1% VARIOS					0,05
TOTAL:					4,81

\$4,81 → 30%

X ← 100% = \$16,00 → \$10,00

<u>CUBA LIBRE</u>					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
2	onza	ron	directo al vaso	0,291	0,58
0,50	onza	jugo de limón		0,039	0,02
7	onza	coca - cola	completar	0,015	0,10
SUBTOTAL:					0,71
1% VARIOS					0,01
TOTAL:					0,71

\$0,71 → 30%

X ← 100% = \$2,36 → \$4,00

TEQUILA SUNRISE					
PAX: 1					
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Mise en Place	Costo Unitario	Costo
2	onza	Tequila	directo al vaso	0,660	1,32
1	chorro	Granadina		0,235	0,24
8	onza	jugo de naranja	completar	0,018	0,14
SUBTOTAL:					1,70
1% VARIOS					0,02
TOTAL:					1,71

\$1,71 → 30%

X ← 100% = \$5,70 → \$6,00

ANEXO NO.3

REQUISITOS PARA LA CATEGORIZACIÓN DE UN ECO – LODGE DE PRIMERA CATEGORÍA

REQUISITOS MÍNIMOS PARA UN LODGE DE PRIMERA	
Número de Cabañas	6
Área total, incluido baño, al menos	Sencilla: 18 m2
	Doble: 23 m2
	Junior Suite: 32 m2
	Suite: 37 m2
Servicios Generales	
Recepción las 24 horas del día atendido por personal calificado. Existirá un botones o mensajero que dependerá de la recepción.	
Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción.	
Servicio de cafetería y restaurante, con atención en español e inglés	
Servicio de Bar	
Roomservice las 12 horas, con atención en español e inglés	
Servicio de conexión a internet	
Servicio de lavandería	
Servicio médico	
Servicio de estacionamiento propio	
Servicio de custodia de equipaje, con atención permanente.	

Áreas comunales de descanso y/o de entretenimiento, con las respectivas facilidades
Oferta de actividades relacionada con el entorno natural y cultural en el que se emplaza el lodge.
Contar con las facilidades (equipos, implementos) para la práctica de las actividades relacionadas con el entorno natural del lodge.
Áreas independientes para servicios de abastecimiento.
Servicios higiénicos generales, diferenciados por sexo.
Plan y sistema de seguridad y atención de emergencias sujeta a las normas especializadas, debidamente certificada y/o verificada
Sistema de comunicación para atención de emergencias.
Sistema de señalización relativa a los servicios y áreas del centro de turismo de naturaleza o lodge.
Suministro general de energía eléctrica
Unidad habitacional con facilidades para el uso de personas con discapacidad en silla de ruedas
Servicios en Cabañas
Agua caliente 24 horas
Cama(s) de una plaza y media o matrimonial, según corresponda
Closet
Cobija y almohada adicional
Colchón, protector de colchón, sábanas, cobija(s), cubrecama, y almohada(s), por cada cama
Cortinas y/o visillo y/o black out
Escritorio y/o mesa
Un velador o mesas de noche
Baño privado en todas las habitaciones
Barra de seguridad en tina y/o ducha y piso anti deslizante
Espejo medio cuerpo sobre lavamanos
Jabón en lavamanos y ducha y/o tina, papel higiénico y repuesto, un vaso por huésped, champú
Toallero y/o gancho / repisa junto a la ducha y/o tina y lavamanos
Un juego de toallas (baño y manos) por huésped y una toalla de piso para salida de tina o ducha.
Inodoro con asiento y tapa
Basurero
Caja de seguridad en habitación
Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso
Iluminación en el área de baño
Iluminación independiente sobre el lava manos
Luz de velador o cabecera por huésped (para lectura)
Sistema de acondicionamiento térmico en áreas de uso común y, en cada habitación, con manejo independiente; mediante: - sistema de enfriamiento cuando la temperatura interior sea mayor a 23 ° C - sistema de calefacción cuando la temperatura interior sea menor a 18 ° C
Tomacorriente con indicación de voltaje

Fuente: Requisitos Técnicos Mínimos para la Actividad Turística de Alojamiento - Lodges/Mintur

Elaborado por: La Autora

Además de seguir los requisitos anteriormente descritos, los establecimientos de tipo ecológico se deben apegar a ciertas políticas presentes en el Título V, del Reglamento de Actividades Turísticas, el cual versa sobre El Ecoturismo y la Sostenibilidad. Dichas políticas se detalla a continuación:

Art. 157.- Políticas permanentes de ecoturismo y principios generales.- Las políticas nacionales de ecoturismo, serán coordinadas por el Ministerio de Turismo, sometiéndose a las siguientes políticas y principios generales que tendrán el carácter de permanentes:

- a. Establecer mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo;
- b. Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos de ecoturismo, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción;
- c. Formular sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria los correspondientes planes de desarrollo del sector de ecoturismo, donde se encuentren definidos:
 - c.1. Criterios de conservación de las áreas naturales protegidas en relación a sus respectivos planes de manejo;
 - c.2. Modelos de participación de las comunidades locales en el manejo y operación de las actividades de ecoturismo;
 - c.3. Niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, con y sin finalidades de lucro; y,
 - c.4. Ámbito de participación de las organizaciones no gubernamentales;

- d. Impulsar el desarrollo y la colaboración de las herramientas administrativas que sean necesarias, tales como los registros integrales públicos de la oferta de actividades calificadas como de ecoturismo en el territorio nacional;
- e. Impulsar la formulación de un Código de Ética de Ecoturismo y directrices para orientar el desarrollo de la actividad;
- f. Establecer la zonificación del espacio turístico nacional, para definir dentro de ellas, las áreas de manejo de ecoturismo;
- g. Promover la certificación de la oferta de ecoturismo nacional en áreas naturales sobre la base de un compromiso con la conservación y un sentido de responsabilidad social;
- h. Promover la iniciativa de biocomercio entre las personas naturales, jurídicas y las comunidades locales;
- i. Asegurar por medio de estas políticas de ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo, que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades de ecoturismo;
- j. Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales;
- k. Fortalecer a las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación y de turismo que se realizan dentro de las áreas naturales;
- l. Promover actividades de capacitación dirigidas a los miembros de comunidades locales en actividades calificadas como de ecoturismo. En tales procesos debe existir un

intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad;

y,

- m. Fomentar el ecoturismo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en función de sus planes de manejo y su desarrollo.

La ejecución de las actividades relacionadas con el ecoturismo en el Ecuador, corresponden al sector privado por medio de las personas naturales, jurídicas y comunidades legalmente reconocidas dedicadas a esta actividad, según se encuentra determinado en las leyes correspondientes, reglamentos específicos, normas técnicas y en este reglamento.

ANEXO NO.4

INVERSIÓN TOTAL EN CONSTRUCCIÓN POR ÁREAS

INVERSIÓN EN ALOJAMIENTO					
	No. Cabañas	Área Individual	Área Total (m2)	Costo por m2	Costo Total
Cabaña Lowá	3	23	69	\$ 177,81	\$ 12.268,89
Cabaña Ka'tsonún	4	41	164	\$ 177,81	\$ 29.160,84
Cabaña Ka'tsonún Familiar	1	48,92	48,92	\$ 177,81	\$ 8.698,47
TOTAL					\$ 50.128,20

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN EN RESTAURANTE			
	Área (m2)	Costo por m2	Costo Total
Área de Mesas	69	\$ 150,00	\$ 10.350,00
Área de Bar	17	\$ 150,00	\$ 2.550,00
Baños Restaurante	14	\$ 70,80	\$ 991,20
Cocina	19	\$ 180,00	\$ 3.420,00
Bodega	5	\$ 180,00	\$ 900,00
Recepción Mercadería	5	\$ 180,00	\$ 900,00
Baño de Personal	1,5	\$ 50,20	\$ 75,30
TOTAL			\$ 19.186,50

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN RECEPCIÓN/OFICINAS ADMINISTRATIVAS (ADECUACIÓN)			
	Área (m2)	Costo por m2	Costo Total
Recepción	5,18	\$ 25,00	\$ 129,50
Lobby	21,2	\$ 25,00	\$ 530,00
Oficinas	23,4	\$ 25,00	\$ 585,00
Baño de Personal	4,5	\$ 15,00	\$ 67,50
Bodega Suministros	6,45	\$ 15,00	\$ 96,75
TOTAL			\$ 1.408,75

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN PISCINA		
Área (m2)	Costo por m2	Costo Total
40	\$ 180,00	\$ 7.200,00
TOTAL		\$ 7.200,00

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN LAGUNA			
	Área (m2)	Costo por m2	Costo Total
Laguna	1028	\$ 28,00	\$ 28.784,00
Puentes de Acceso	15,35	\$ 10,00	\$ 153,50
Muelles	30,8	\$ 10,00	\$ 308,00
TOTAL			\$ 29.245,50

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN SENDEROS ECOLÓGICOS			
	Metro Lineal	Costo por m.	Costo Total
Sendero Largo	800	\$ 0,32	\$ 256,00
Sendero Medio	467	\$ 0,32	\$ 149,44
Sendero Corto	323	\$ 0,32	\$ 103,36
TOTAL			\$ 508,80

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN CANCHA POLIDEPORTIVA		
Área (m2)	Costo por m2	Costo Total
364	\$ 26,00	\$ 9.464,00
TOTAL		\$ 9.464,00

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN OTRAS ÁREAS			
	Área (m2)	Costo por m2	Costo Total
Baños Públicos	11	\$ 70,80	\$ 778,80
Caballeriza	15	\$ 35,02	\$ 525,30
Lavandería (Adecuación)	61	\$ 25,00	\$ 1.525,00
Gruta de la Virgen	9	\$ 5,20	\$ 46,80
Parqueaderos	190	\$ 10,00	\$ 1.900,00
TOTAL			\$ 4.775,90

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANEXO NO.5

INVERSIÓN TOTAL EN MAQUINARIA Y EQUIPOS

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS DE ALOJAMIENTO			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Ventilador	22	\$ 107,63	\$ 2.367,86
Televisor 21"	8	\$ 163,59	\$ 1.308,72
TOTAL			\$ 3.676,58

Fuente: Créditos Económicos

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS DE RESTAURANTE			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cocina Industrial (6 quemad.) con horno, Freidora y Plancha	1	\$ 3.561,60	\$ 3.561,60
Licuada Industrial de mesón	1	\$ 361,27	\$ 361,27
Batidora Semi Industrial 10 velocidades	1	\$ 529,95	\$ 529,95
Refrigerador Comercial 17"	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Congeladora 15,2 pies	1	\$ 859,00	\$ 859,00
Máquina Cafetera	1	\$ 1.488,63	\$ 1.488,63
Extractor de jugos	1	\$ 112,79	\$ 112,79
Campana Extractora de Humo y Olores	1	\$ 1.430,00	\$ 1.430,00
Balanza Mecánica	3	\$ 14,32	\$ 42,96
Microondas	1	\$ 260,00	\$ 260,00
Mesa Refrigerada	1	\$ 2.166,75	\$ 2.166,75
Vitrina 12"	1	\$ 746,00	\$ 746,00
Ventilador	2	\$ 107,63	\$ 215,26
TOTAL			\$ 12.454,21

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS DE RECEPCIÓN/OFICINAS ADMINISTRATIVAS			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Ventilador	4	\$ 107,63	\$ 430,52
Central Telefónica	1	\$ 644,00	\$ 644,00
Generador Eléctrico	1	\$ 7.900,00	\$ 7.900,00
TOTAL			\$ 8.974,52

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS DE LAVANDERÍA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lavadora Industrial	1	\$ 8.769,60	\$ 8.769,60
Secadora Industrial	1	\$ 5.130,72	\$ 5.130,72
Plancha con planchador	2	\$ 50,49	\$ 100,98
TOTAL			\$ 14.001,30

Fuente: Martimpex; Créditos Económicos

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS DE AMA DE LLAVES			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Aspiradora Industrial (2 Motores)	1	\$ 1.051,00	\$ 1.051,00
Aspiradora Industrial (1 Motor)	1	\$ 514,00	\$ 514,00
TOTAL			\$ 1.565,00

Fuente: Dapac S.A.

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PISCINA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bomba de 1 1/2 HP	1	\$ 275,00	\$ 275,00
Filtro de 22.5"	1	\$ 295,00	\$ 295,00
Skimer o rebosadero	1	\$ 54,00	\$ 54,00
Toma de aspiración	1	\$ 34,00	\$ 34,00
Drenajes de fondo de 2"	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Tubos de 1 1/2" contorno de la piscina y cuarto de máquinas	8	\$ 25,00	\$ 200,00
Válvulas de 1 1/2"	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Materiales Varios			\$ 100,00
<i>EQUIPO DE LIMPIEZA</i>			
Boquillas de retorno o inyectores	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Aspiradora de 8 ruedas	1	\$ 24,00	\$ 24,00
Sacos de arena para el filtro	4	\$ 9,00	\$ 36,00
Mango telescópico	1	\$ 24,00	\$ 24,00
Test Kit para comprobar cloro y pH.	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Manguera de succión de 30 pies	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Cepillo de Nylon	1	\$ 11,00	\$ 11,00
<i>SISTEMA DE CALENTAMIENTO</i>			
Calefones a gas	3	\$ 215,00	\$ 645,00
Materiales para interconexión en cobre			\$ 300,00
Materiales adicionales			\$ 155,00
TOTAL			\$ 2.300,00

Fuente: Hidromaxi

Elaborado por: La Autora

ANEXO NO.6

INVERSIÓN TOTAL EN MOBILIARIO POR ÁREAS

INV. MOBILIARIO ALOJAMIENTO			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cama 2 plazas	8	\$ 81,62	\$ 652,96
Cama plaza y media	10	\$ 71,26	\$ 712,60
Literas	2	\$ 135,15	\$ 270,30
Colchón 2 plazas	12	\$ 102,46	\$ 1.229,52
Colchón plaza y media	10	\$ 80,84	\$ 808,40
Colchón 1 plaza para litera	4	\$ 58,28	\$ 233,12
Closet madera (0,80x0,30)	14	\$ 215,00	\$ 3.010,00
Velador de Noche	22	\$ 50,00	\$ 1.100,00
Lámpara Velador	22	\$ 7,99	\$ 175,78
Cuadro Decorativo	14	\$ 10,00	\$ 140,00
Mesa Pequeña (0,80x0,40)	7	\$ 80,00	\$ 560,00
Silla de escritorio	7	\$ 22,00	\$ 154,00
Mesa Televisor	8	\$ 40,00	\$ 320,00
Juego de Sala: Sofá Largo, pequeño y mesa	5	\$ 780,00	\$ 3.900,00
Basurero	14	\$ 1,29	\$ 18,06
Hamaca	8	\$ 18,35	\$ 146,80
Planta Ornamental	8	\$ 10,23	\$ 81,84
Caja de Seguridad	8	\$ 599,00	\$ 4.792,00
Mobiliario Baños			
Ducha	10	\$ 30,43	\$ 304,30
Lavabo Pedestal	10	\$ 12,25	\$ 122,50
Inodoro de Pared	10	\$ 52,73	\$ 527,30
Toallero	10	\$ 1,55	\$ 15,50
Jabonera	10	\$ 1,55	\$ 15,50
Porta Papel	10	\$ 1,55	\$ 15,50
Espejo de baño	10	\$ 20,40	\$ 204,00
Pedestal Amenities	10	\$ 1,55	\$ 15,50
Basurero	10	\$ 1,29	\$ 12,90
TOTAL			\$ 19.538,38

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO BAR/RESTAURANTE			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa para 2 personas (0,80x0,80)/silla	3	\$ 530,00	\$ 1.590,00
Mesa para 4 personas (0,90x0,90)/silla	4	\$ 730,00	\$ 2.920,00
Mesa para 8 personas(3,00x1,50)/silla	1	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00
Juego de Sala (4 personas) con mesa esquinera	1	\$ 979,00	\$ 979,00
Mostrador Caja	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Caja de Seguridad	1	\$ 859,00	\$ 859,00
Silla	1	\$ 32,00	\$ 32,00
Mueble Barra	1	\$ 460,00	\$ 460,00
Taburetes	4	\$ 49,99	\$ 199,96
Planta Ornamental	4	\$ 40,04	\$ 160,16
Mobiliario Baños			
Inodoro de Pared	4	\$ 151,10	\$ 604,40
Lavabo Pedestal	2	\$ 52,73	\$ 105,46
Dispensador de Jabón Líquido	2	\$ 56,00	\$ 112,00
Dispensador Papel	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Dispensador Papel Toalla	2	\$ 22,40	\$ 44,80
Espejo de baño	2	\$ 29,40	\$ 58,80
Basurero	6	\$ 1,29	\$ 7,74
TOTAL			\$ 9.614,32

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO COCINA/BODEGA/RECEPCIÓN MERCADERÍA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Meson Corredizo (1,80x0,60)	1	\$ 535,70	\$ 535,70
Fregadero Industrial con dos Pozos	2	\$ 1.245,00	\$ 2.490,00
Dispensador Limpión de Pared	1	\$ 22,40	\$ 22,40
Estantería (2,00x1,10x0,40)	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Contenedor con Ruedas	1	\$ 175,00	\$ 175,00
Inodoro	1	\$ 52,73	\$ 52,73
Lavabo Pedestal	1	\$ 12,25	\$ 12,25
Jabonera	1	\$ 1,55	\$ 1,55
Porta Papel	1	\$ 1,55	\$ 1,55
Basurero	1	\$ 1,29	\$ 1,29
TOTAL			\$ 3.572,47

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO RECEPCIÓN/OFICINAS ADMINISTRATIVAS			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Counter Recepción (1,75x0,50)	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Escritorio	5	\$ 165,00	\$ 825,00
Silla de escritorio	8	\$ 32,00	\$ 256,00
Archivador	4	\$ 170,00	\$ 680,00
Juego de Sala (5 personas) con mesa	1	\$ 979,00	\$ 979,00
Caja de Seguridad	1	\$ 859,00	\$ 859,00
Artesanías Tsáchilas		\$ 480,00	\$ 480,00
Planta Ornamental	2	\$ 40,04	\$ 80,08
Basurero Normal	5	\$ 1,29	\$ 6,45
Basurero Estético	1	\$ 89,00	\$ 89,00
Mobiliario Baño			
Inodoro de Pared	1	\$ 32,00	\$ 32,00
Lavabo Pedestal	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Jabonera	1	\$ 1,55	\$ 1,55
Porta Papel	1	\$ 1,55	\$ 1,55
Basurero	1	\$ 1,29	\$ 1,29
TOTAL			\$ 4.620,92

Fuente: Investigación varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO LAVANDERÍA/AMA DE LLAVES			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Silla	1	\$ 32,00	\$ 32,00
Estantería (2,00x1,10x0,40)	3	\$ 140,00	\$ 420,00
Mobiliario Baño			
Inodoro de Pared	1	\$ 32,00	\$ 32,00
Lavabo Pedestal	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Jabonera	1	\$ 1,55	\$ 1,55
Porta Papel	1	\$ 1,55	\$ 1,55
Basurero	1	\$ 1,29	\$ 1,29
TOTAL			\$ 818,39

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO PISCINA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Perezosa	5	\$ 70,00	\$ 350,00
TOTAL			\$ 350,00

Fuente: Ferrisariato

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO BAÑO PÚBLICO			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Inodoro de Pared	4	\$ 151,10	\$ 604,40
Lavabo Pedestal	2	\$ 52,73	\$ 105,46
Dispensador Jabón Líquido	2	\$ 56,00	\$ 112,00
Dispensador Papel	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Dispensador Papel Toalla	2	\$ 22,40	\$ 44,80
Espejo de baño	2	\$ 29,40	\$ 58,80
Basurero	6	\$ 1,29	\$ 7,74
TOTAL			\$ 969,20

Fuente: Investigación en varios Establecimientos

Elaborado por: La Autora

INV. MOBILIARIO OTROS			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Juego para Niños	1	\$ 239,19	\$ 239,19
TOTAL			\$ 239,19

Fuente: Mega Kiwi

Elaborado por: La Autora

ANEXO NO.7

INVERSIÓN TOTAL ACTIVO DE OPERACIÓN POR ÁREAS

- **Alojamiento:**

Para el cálculo del número de blancos de cama y de baño necesarios para la operación del establecimiento, se tomó en consideración una reserva de dos juegos por cada tipo de blanco, es decir, se comprarán en total 3 juegos, los cuales rotarán de la siguiente manera:

uno se encontrará puesto en la habitación, otro se encontrará en lavandería y el último en la percha de almacenaje. De esta manera se evita cualquier tipo de inconveniente.

INVERSIÓN BLANCOS DE CAMA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Juego de Sábanas (Bajera, Encimera, Funda Almohada) 2 plazas	24	\$ 23,00	\$ 552,00
Juego de Sábanas (Bajera, Encimera, Funda Almohada) plaza y media	30	\$ 17,00	\$ 510,00
Juego de Sábanas (Bajera, Encimera, Funda Almohada) 1 plaza	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Cobija 2 plazas	16	\$ 10,86	\$ 173,76
Cobija plaza y media	20	\$ 9,76	\$ 195,20
Cobija 1 plaza	8	\$ 9,76	\$ 78,08
Cobertor de Colchón 2 plazas	16	\$ 16,24	\$ 259,84
Cobertor de Colchón plaza y media	20	\$ 14,19	\$ 283,80
Cobertor de Colchón 1 plaza	8	\$ 14,19	\$ 113,52
TOTAL			\$ 2.346,20

Fuente: Home & Cotton; Almacenes Pintex

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN BLANCOS DE BAÑO			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sábana de Baño	60	\$ 16,00	\$ 960,00
Toalla de Manos	60	\$ 6,50	\$ 390,00
Toalla de Piso	16	\$ 6,50	\$ 104,00
TOTAL			\$ 1.454,00

Fuente: Home & Cotton

Elaborado por: La Autora

- **Alimentos & Bebidas:**

Para el cálculo del número utensilios de cocina y de bar, se consideró la necesidad del restaurante en cuanto a producción diaria se refiere, mientras que para el menaje, en la mayoría de casos, se tomó en consideración una reserva del 50% por cualquier eventualidad.

- Utensilios

INVERSIÓN UTENSILIOS DE COCINA			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Olla grande	3	\$ 32,63	\$ 97,89
Olla mediana	2	\$ 26,18	\$ 52,36
Sartén Grande	1	\$ 20,15	\$ 20,15
Sartén Mediano	2	\$ 10,09	\$ 20,18
Sartén Pequeño	2	\$ 8,60	\$ 17,20
Bowl Grande	2	\$ 15,12	\$ 30,24
Bowl Mediano	4	\$ 8,85	\$ 35,40
Bowl Pequeño	2	\$ 4,04	\$ 8,08
Colador Bowl	2	\$ 5,83	\$ 11,66
Prensador	2	\$ 2,42	\$ 4,84
Pelador Papas	3	\$ 1,83	\$ 5,49
Ablandador de Carne	1	\$ 5,97	\$ 5,97
Tablas para picar grandes	2	\$ 21,43	\$ 42,86
Rallador	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Batidor de Globo	2	\$ 8,33	\$ 16,66
Cuchillo Cocinero	2	\$ 12,88	\$ 25,76
Espátula Acero	2	\$ 4,31	\$ 8,62
Chaira	1	\$ 14,03	\$ 14,03
Cuchillo Pelador	2	\$ 2,36	\$ 4,72
Cucharón Metálico	3	\$ 5,83	\$ 17,49
Espumadera	2	\$ 2,83	\$ 5,66
Pinzas	2	\$ 1,17	\$ 2,34
Olla de Presión	1	\$ 54,20	\$ 54,20
Cuchara Helado	1	\$ 6,55	\$ 6,55
Paila Grande	1	\$ 6,99	\$ 6,99
Cernidor	3	\$ 1,62	\$ 4,86
Abre Latas	1	\$ 4,17	\$ 4,17
TOTAL			\$ 528,37

Fuente: Jiménez, Montero

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN UTENSILIOS BAR			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Coctelera	1	\$ 10,69	\$ 10,69
Destapador	1	\$ 2,32	\$ 2,32
Sacacorchos	1	\$ 5,46	\$ 5,46
Tabla para picar	1	\$ 15,30	\$ 15,30
Medidor de Onzas	1	\$ 1,88	\$ 1,88
TOTAL			\$ 35,65

Fuente: Jiménez

Elaborado por: La Autora

- *Menaje*

INVERSIÓN MENAJE RESTAURANTE (VAJILLA)			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Plato Soperero	45	\$ 2,76	\$ 124,20
Plato Trincherero	45	\$ 3,56	\$ 160,20
Plato para Entrada	30	\$ 2,84	\$ 85,20
Fuente Ovalada	30	\$ 5,62	\$ 168,60
Cevichero	30	\$ 5,73	\$ 171,90
Fuente para Lasagna	15	\$ 3,89	\$ 58,35
Salsera	8	\$ 0,54	\$ 4,32
Taza para Café	45	\$ 2,15	\$ 96,75
Plato para Café	45	\$ 1,41	\$ 63,45
Plato Mediano	30	\$ 3,13	\$ 93,90
Plato para Mantequilla	60	\$ 1,00	\$ 60,00
Salero	8	\$ 0,94	\$ 7,52
Pimentero	8	\$ 0,94	\$ 7,52
Porta Café	8	\$ 2,97	\$ 23,76
Tetera Café	2	\$ 9,86	\$ 19,72
TOTAL			\$ 1.145,39

Fuente: Jiménez

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MENAJE RESTAURANTE (CRISTALERÍA)			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Vaso Largo	45	\$ 0,50	\$ 22,50
Copa para Postre	30	\$ 0,66	\$ 19,80
Copa para Huevo	15	\$ 0,71	\$ 10,65
Jarras	8	\$ 1,57	\$ 12,56
Vaso Cervecero	15	\$ 0,76	\$ 11,40
Azucarero	8	\$ 2,78	\$ 22,24
TOTAL			\$ 99,15

Fuente: Jiménez, Montero

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN MENAJE CRISTALERÍA BAR			
Nombre	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Vaso Old Fashioned	12	\$ 0,56	\$ 6,72
Copa Vino Tinto	12	\$ 0,73	\$ 8,76
Copa Vino Blanco	12	\$ 0,73	\$ 8,76
Vaso Largo	12	\$ 0,50	\$ 6,00
TOTAL			\$ 30,24

Fuente: Jiménez, Montero

Elaborado por: La Autora

ANEXO NO.8

CONDICIONES DEL PRÉSTAMO A LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL⁷²

- **Actividades Financiabes:**

La CFN, financia actividades para hoteles y restaurantes que tengan una calificación mínima de segunda categoría.

⁷² Corporación Financiera Nacional: Información de Créditos, página web: http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=990:informacion-de-credito&catid=120:noticias-home&Itemid=725, obtenido a fecha: 04/07/2011.

- **Beneficiarios:**

- Personas naturales.
- Personas Jurídicas, privada, mixta o pública; bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con fines de lucro y personería jurídica

- **Destino:**

- Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.
- Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

En el caso del establecimiento, el préstamo se utilizará, tanto para la adquisición de Activo Fijo como para el Capital de Trabajo.

- **Condiciones del Crédito:**

- Monto:

La CFN, otorga un monto de hasta el 70% sobre la inversión, para proyectos nuevos, como es el caso del presente estudio, por lo tanto, se financiera este porcentaje con el préstamo, el cual asciende a \$246.937,00

- Plazo:

La entidad ofrece un plazo de hasta 10 años, sin embargo, se ha acordado sacar el préstamo a un plazo de 5 años para el establecimiento, de tal manera que se ahorre el gasto en intereses.

- Tasa de Interés:

La tasa que le corresponde al proyecto es la del Sector empresarial (monto hasta 1 millon USD), la cual se ha fijado en un valor del 9% anual.

- **Requisitos:**

- Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.
- Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

- **Garantías:**

- Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

- **Desembolsos:**

- De acuerdo al cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.

En el caso del establecimiento, se pondrán como garantías un terreno en la Mitad del Mundo, y varias casas pertenecientes a los socios.

ANEXO NO.9

PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL ESTABLECIMIENTO

Como se dijo anteriormente, para el cálculo de las ventas, se parte de la demanda actual proyectada para los siguientes 5 años, en el caso de TIERRA TSÁCHILA ECO – LODGE, se obtuvo a partir del estudio de mercado que la demanda actual sería de 8825 pax anuales, y a través de investigaciones realizadas por la Autora a establecimientos de la competencia, se estimó una tasa de crecimiento en ventas anuales del 3,70%. La demanda con la que se trabajará en los 5 años es la siguiente:

PROYECCIÓN DEMANDA	
AÑO	DEMANDA
0	8825
1	9152
2	9490
3	9841
4	10205
5	10583

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

A la demanda obtenida en cada año, se le multiplica el precio de venta según el concepto, a continuación se procede a calcular las ventas por cada área o concepto.

- **Alojamiento:**

Para el cálculo de las ventas de alojamiento del primer año, se tomó en cuenta la totalidad de la demanda multiplicada por la tarifa ofrecida. Sin embargo, es importante recordar que el establecimiento mantendrá un convenio con una agencia de viajes para captar al mercado extranjero. Según investigaciones realizadas por la autora, se espera que el 10% de clientes venga a través de la agencia y el restante por canal directo. Como se explicó anteriormente, a la agencia de viajes se le da una tarifa preferencial, la cual se estableció en \$21,00, mientras que la tarifa normal es de \$32,00.

CALCULO VENTAS ALOJAMIENTO				
	Porcentaje	Clientes	Tarifa	Ventas
Canal Directo	90%	8236	\$ 32,00	\$ 263.563,92
Agencia de Viajes	10%	915	\$ 21,00	\$ 19.218,20
TOTAL				\$ 282.782

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de las ventas de los siguientes años, se la proyecta con el incremento del 3,70%.

- **Alimentos & Bebidas:**

Como es ya conocido, el funcionamiento de un restaurante que depende de un hotel es distinto a uno independiente. En un restaurante de hotel, los clientes pueden o no consumir los tres tipos de comida (desayuno, almuerzo y merienda), es por ello que en

la encuesta definitiva se incluyó una pregunta en la que se indaga sobre el tipo de comida que el cliente consumiría en el restaurante del establecimiento. La pregunta No.13 de la encuesta definitiva dice:

¿En el Establecimiento, usted consumiría?

Solo Almuerzo

Solo Merienda

Ambas

De esta manera se obtuvo los siguientes porcentajes que ayudarán al cálculo de ventas en el restaurante por almuerzo o merienda, en el desayuno no se calcula los ingresos, ya que el desayuno está incluido en la tarifa que se cobra.

PERSONAS QUE CONSUMEN EN EL RESTAURANTE		
TIPO DE COMIDA	%	No. CLIENTES
Almuerzo	49,00%	4484
Cena	23,00%	2105
Ambas	28,00%	2562

Fuente: Capítulo II, Estudio de Mercado, Encuesta Definitiva

Elaborado por: La Autora

Para calcular las ventas del restaurante en el Año 1 se multiplica la demanda por cada uno de los porcentajes presentados anteriormente, y a esta cantidad se la multiplica nuevamente por un precio promedio obtenido al escoger platos fuertes de la carta con características similares y más demandados por los clientes, sumado a un precio promedio obtenido entre las bebidas. Así tenemos:

CALCULO VENTAS RESTAURANTE	
Plato	Precio del Plato
<i>Plato Fuerte</i>	
Ensalada César	\$ 6,00
Ceviche de Camarón	\$ 6,50
Ceviche de Concha	\$ 6,50
Caldo de Gallina	\$ 4,00
Yaguarlocro	\$ 4,00
Fritada	\$ 6,00
Hornado	\$ 6,00
Seco de Chivo	\$ 5,30
Seco de Pollo	\$ 4,00
Churrasco	\$ 4,80
Guatita	\$ 4,00
Llapingacho	\$ 5,70
Camarones Apanados	\$ 5,50
Camarones al Ajillo	\$ 5,50
Hamburguesa de Res	\$ 6,00
PRECIO PROMEDIO	\$ 5,32
<i>Bebida</i>	
Jugo	\$ 1,50
Gaseosa	\$ 1,25
Agua con Gas	\$ 1,20
Agua sin Gas	\$ 1,20
Cerveza Pilsener	\$ 2,00
Cerveza Club	\$ 2,00
PRECIO PROMEDIO	\$ 1,53
PRECIO TOTAL PROMEDIO	\$ 6,85
VENTAS RESTAURANTE ALMUERZO	\$ 30.694,67
VENTAS RESTAURANTE MERIENDA	\$ 14.407,70
VENTAS RESTAURANTE AMBAS	\$ 17.539,81
<u>TOTAL</u>	<u>\$62.642</u>

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Para obtener las ventas de los siguientes años se proyecta de igual forma con el incremento del 3,70%.

- **Paquete Turístico:**

El paquete Turístico, es un paquete en el que se le brinda al cliente la posibilidad de conocer todos los sitios turísticos de la Provincia en un día, sin tener que hacer uso de su vehículo por una tarifa relativamente baja. Las características del paquete se detallan a continuación:

PAQUETE TURÍSTICO	
Concepto	Precio
Bosque Protector La Perla y Cascada Valle Hermoso	\$ 2,00
Reserva Ecológica del Cerro Bombolí.	\$ 1,75
La Isla de Pascua Miniatura.	\$ 2,00
Jardín Botánico La Carolina	\$ 1,00
Parque Joaquín Zaracay	\$ 1,00
Visita Comunidad Tsáchila	\$ 5,00
COSTO TOTAL DEL PAQUETE	\$ 12,75

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Para las ventas del paquete turístico también se recurrió a la encuesta definitiva, en la cual en la pregunta No. 10, se dice lo siguiente:

¿Le gustaría acceder a un paquete que incluya la visita a todos los sitios turísticos de la provincia, comunidades Tsáchilas y transporte?

Si

No

De esta manera se obtiene el porcentaje de personas que están dispuestos a adquirir el paquete el cuál según la encuesta representa el 57,14%. Por lo tanto, para calcular las ventas por este concepto se multiplica este porcentaje por la demanda del Año 1 y a esta cantidad se le multiplica el precio del paquete, así tenemos:

CALCULO VENTAS VISITA SITIOS TURÍSTICOS				
	Porcentaje	Clientes	Tarifa	Ventas
Paquete Turístico	57,14%	5229	\$ 12,75	\$ 66.672,06
TOTAL				\$ 66.672

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Al igual que el resto de cálculos, para obtener las ventas de los siguientes años se incrementa el 3,70%.

- **Concesión Caballerizas:**

Las cabellerizas representan únicamente un ingreso, ya que el establecimiento no vende directamente el servicio, sino que se ha decidido concesionarlo. Por lo cual se recibe un arriendo de \$300 mensuales.

ARRIENDO CABALLERIZAS	
Valor Mensual	\$ 300,00
Valor Anual	\$ 3.600,00

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

Este ingreso anual, es un valor que se mantendrá fijo para los siguientes años.

ANEXO NO.10

CÁLCULO DE MATERIA PRIMA DEL ESTABLECIMIENTO

Como se sabe, la materia prima va directamente relacionada con la demanda, es decir, a mayor demanda mayor cantidad de materia prima se requiere, por lo tanto, al igual que las ventas para el cálculo de la materia prima, se parte de la demanda actual proyectada para

los siguientes 5 años, la cual es de 8825 pax anuales al año 0, y a través de investigaciones realizadas por la Autora a establecimientos de la competencia, se estimó una tasa de crecimiento del 3,70%.

- **Alojamiento:**

Para el cálculo de la materia prima de alojamiento al primer año, se tomó en cuenta la totalidad de la demanda multiplicada por el costo de materia prima. Se consideró dos rubros:

- Costo de Amenities, el cual viene dado por persona
- Costo de Suministros de Limpieza, valor dado por habitación

A continuación se resumen los costos por concepto de alojamiento, en los que incurre el establecimiento:

COSTO TOTAL MP ALOJAMIENTO	
Amenities	\$ 3.203
Suministros Limpieza	\$ 3.523
TOTAL	\$ 6.726

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

La materia prima de alojamiento se cálculo de la siguiente manera:

CÁLCULO COSTO DE AMENITIES		
Tipo de Amenitie	Costo por Persona	Costo Anual
Shampoo Frasco (30ml.)	\$ 0,22	\$ 2.013,34
Jabón (18gr.)	\$ 0,13	\$ 1.189,70
TOTAL ANUAL		\$ 3.203

Fuente: Savon Amenities

Elaborado por: La Autora

CÁLCULO COSTO DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA					
Concepto	Cantidad Requerida ml/un.	Costo por ml./un.	Costo/Cabaña	Costo Total Diario	Costo Total Anual
CABAÑA LOWÁ					
Desinfectante	150	\$ 0,002	\$ 0,27	\$ 0,82	\$ 300,81
Cloro	100	\$ 0,001	\$ 0,09	\$ 0,26	\$ 93,18
Detergente	150	\$ 0,002	\$ 0,32	\$ 0,95	\$ 347,69
Papel Higiénico	2	\$ 0,20	\$ 0,40	\$ 1,19	\$ 432,53
SUBTOTAL					\$ 1.174,20
CABAÑA K'ATSONÚN					
Desinfectante	150	\$ 0,002	\$ 0,27	\$ 1,10	\$ 401,08
Cloro	100	\$ 0,001	\$ 0,09	\$ 0,34	\$ 124,24
Detergente	150	\$ 0,002	\$ 0,32	\$ 1,27	\$ 463,58
Papel Higiénico	2	\$ 0,20	\$ 0,40	\$ 1,58	\$ 576,70
SUBTOTAL					\$ 1.565,60
CABAÑA K'ATSONÚN FAMILIAR					
Desinfectante	300	\$ 0,002	\$ 0,55	\$ 0,55	\$ 200,54
Cloro	200	\$ 0,001	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 62,12
Detergente	300	\$ 0,002	\$ 0,64	\$ 0,64	\$ 231,79
Papel Higiénico	4	\$ 0,20	\$ 0,79	\$ 0,79	\$ 288,35
SUBTOTAL					\$ 782,80
TOTAL COSTO SUMINISTROS DE LIMPIEZA					\$ 3.523

Fuente: Genius Limp

Elaborado por: La Autora

- **Alimentos & Bebidas:**

Para el cálculo de materia prima de Alimentos & Bebidas se seguirá los mismos pasos que se siguieron en el cálculo de ventas, explicado en el anterior anexo, es decir, a través de la encuesta definitiva se obtendrán los porcentajes para el cálculo de personas que comerían el almuerzo, o cena en el restaurante, sin embargo, a estos conceptos se les suma el costo del desayuno que se incluye en la tarifa por persona.

Se partirá de la demanda del año 1, la cual será proyectada al 3,70%.

MATERIA PRIMA RESTAURANTE	
Desayuno	\$ 12.629,10
Almuerzo	\$ 10.224,08
Merienda	\$ 4.799,06
Almuerzo/Merienda	\$ 5.842,33
TOTAL MP RESTAURANTE	\$ 33.495

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

El cálculo detallado de materia prima es el siguiente:

CALCULO DE MATERIA PRIMA RESTAURANTE	
Plato	Costo por Porción
<i>Plato Fuerte</i>	
Ensalada César	\$ 2,05
Ceviche de Camarón	\$ 1,67
Ceviche de Concha	\$ 1,63
Caldo de Gallina	\$ 0,96
Yaguarlocro	\$ 2,24
Fritada	\$ 2,12
Hornado	\$ 2,74
Seco de Chivo	\$ 1,85
Seco de Pollo	\$ 1,22
Churrasco	\$ 1,66
Guatita	\$ 1,38
Llapingacho	\$ 1,97
Camarones Apanados	\$ 1,87
Camarones al Ajillo	\$ 1,40
Hamburguesa de Res	\$ 2,29
COSTO PROMEDIO	\$ 1,80
<i>Bebida</i>	
Jugo	\$ 0,50
Gaseosa	\$ 0,49
Agua con Gas	\$ 0,26
Agua sin Gas	\$ 0,21
Cerveza Pilsener	\$ 0,66
Cerveza Club	\$ 0,74
COSTO PROMEDIO	\$ 0,48
COSTO PROMEDIO TOTAL	\$ 2,28

TOTAL MP ALMUERZO AÑO	\$ 10.224,08
TOTAL MP CENA AÑO	\$ 4.799,06
TOTAL MP AMBOS AÑO	\$ 5.842,33
TOTAL	\$ 20.865,48

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

COSTO MP DESAYUNO	
COSTO DESAYUNO	\$ 1,38
TOTAL MP DESAYUNO AÑO	\$ 12.629,10

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

- **Paquete Turístico:**

Para el cálculo del costo de materia prima del paquete turístico, se procederá al igual que el cálculo de ventas por este concepto, explicado en el anexo anterior, con la diferencia que en lugar de multiplicar la demanda del Año 1 por el precio del paquete, se lo hará por el costo que implica ofrecer dicho paquete. El costo incluye lo que es el mantenimiento del vehículo (gasolina, aceite, revisión de llantas, etc) y el costo de acceso a los distintos sitios turísticos. Para conocer el costo de los siguientes años se lo proyectará con el 3,70% de incremento. Así tenemos:

CALCULO COSTO VISITA A SITIOS TURÍSTICOS			
Concepto	Por Persona	No. Personas	Anual
Costo Promedio Gasolina y varios	\$ 0,58	5229	\$ 3.032,93
<i>Costo Entradas</i>			
Bosque Protector La Perla y Cascada Valle Hermoso	\$ 1,00	5229	\$ 5.229,18
Reserva Ecológica del Cerro Bombolí.	\$ -	5229	\$ -
La Isla de Pascua Miniatura.	\$ 1,00	5229	\$ 5.229,18
Jardín Botánico La Carolina	\$ 1,00	5229	\$ 5.229,18
Parque Joaquín Zaracay	\$ -	5229	\$ -
Visita Comunidad Tsáchila	\$ 2,50	5229	\$ 13.072,95
TOTAL COSTO VISITA A SITIOS TURÍSTICOS			\$ 31.793

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANEXO NO.11

ROL DE PAGOS DE LA EMPRESA

Dentro del rol de pagos no se incluyen a los empleados temporales debido a que a ellos no se les paga un valor mensual ni todas las obligaciones de ley, únicamente se les paga lo correspondiente a las horas trabajadas durante el fin de semana.

CÁLCULO MANO DE OBRA DEL ESTABLECIMIENTO							
No.	Empleado	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Vacaciones	Total
1	Administrador	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 22,00	\$ 97,20	\$ 33,33	\$ 1.019,20
2	Jefe de Alojamiento	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 22,00	\$ 66,83	\$ 22,92	\$ 707,58
3	Jefe de A & B	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 22,00	\$ 66,83	\$ 22,92	\$ 707,58
4	Encargado de Actividades Turísticas y Entretenimiento	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 48,60	\$ 16,67	\$ 520,60
5	Recepcionista	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 395,95
6	Recepcionista	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 395,95
7	Recepcionista (turno nocturno)	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 22,00	\$ 45,56	\$ 15,63	\$ 489,44
8	Ama de Llaves	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
9	Encargado Limpieza/Mantenimiento	\$ 285,60	\$ 23,80	\$ 22,00	\$ 34,70	\$ 11,90	\$ 378,00
10	Encargado Lavandería	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 395,95
11	Cocinero	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 22,00	\$ 66,83	\$ 22,92	\$ 707,58
12	Cocinero de Apoyo	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 48,60	\$ 16,67	\$ 520,60
13	Receptor de Mercadería/Compras	\$ 285,60	\$ 23,80	\$ 22,00	\$ 34,70	\$ 11,90	\$ 378,00
14	Ayudante de Cocina	\$ 271,92	\$ 22,66	\$ 22,00	\$ 33,04	\$ 11,33	\$ 360,95
15	Posillero	\$ 271,92	\$ 22,66	\$ 22,00	\$ 33,04	\$ 11,33	\$ 360,95
16	Posillero	\$ 271,92	\$ 22,66	\$ 22,00	\$ 33,04	\$ 11,33	\$ 360,95
17	Mesero	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
18	Mesero	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
19	Mesero	\$ 282,85	\$ 23,57	\$ 22,00	\$ 34,37	\$ 11,79	\$ 374,57
20	Botones	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 351,08
21	Botones	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 351,08
22	Guardia	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 351,08
23	Guardia	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 351,08
24	Guardia (nocturno)	\$ 330,00	\$ 27,50	\$ 22,00	\$ 40,10	\$ 13,75	\$ 433,35
25	Guardia Fin de Semana	\$ 113,14	\$ 9,43	\$ 22,00	\$ 13,75	\$ 4,71	\$ 163,03
26	Guardia Fin de Semana	\$ 113,14	\$ 9,43	\$ 22,00	\$ 13,75	\$ 4,71	\$ 163,03
27	Guardia Fin de Semana (noche)	\$ 141,43	\$ 11,79	\$ 22,00	\$ 17,18	\$ 5,89	\$ 198,29
28	Cajero	\$ 283,25	\$ 23,60	\$ 22,00	\$ 34,41	\$ 11,80	\$ 375,07
29	Cajero	\$ 283,25	\$ 23,60	\$ 22,00	\$ 34,41	\$ 11,80	\$ 375,07
Gasto Total en Nómina Mensual:							\$ 12.310
Gasto Total en Nómina Anual:							\$ 147.716

Fuente: Investigación de la Autora

Elaborado por: La Autora

ANEXO NO. 12

SEGUROS DE EQUIPOS

CUADRO INFORMATIVO	
Vehículo	3,50%
Equipos Electrónicos	1,20%
Otros Activos	
Incendio	0,20%
Robo/Asalto	1%
Prima Mínima	\$ 52,00

ASEGURAMIENTO DE EQUIPOS Y VEHÍCULOS				
Nombre	Q	Costo (K)	K*%	Total
Área Operativa				
Cocina Industrial (6 quemadores) con horno, Freidora y Plancha	1	\$ 3.561,60	\$ 42,74	\$ 52,00
Licadora Industrial de mesón	1	\$ 361,27	\$ 4,34	\$ 52,00
Batidora Semi Industrial 10 velocidades	1	\$ 529,95	\$ 6,36	\$ 52,00
Refrigerador Comercial 17"	1	\$ 680,00	\$ 8,16	\$ 52,00
Congeladora 15,2 pies	1	\$ 859,00	\$ 10,31	\$ 52,00
Máquina Cafetera	1	\$ 1.488,63	\$ 17,86	\$ 52,00
Campana Extractora de Humo y Olores	1	\$ 1.430,00	\$ 17,16	\$ 52,00
Mesa Refrigerada	1	\$ 2.166,75	\$ 26,00	\$ 52,00
Vitrina 12"	1	\$ 746,00	\$ 8,95	\$ 52,00
Lavadora Industrial	1	\$ 8.769,60	\$ 105,24	\$ 105,24
Secadora Industrial	1	\$ 5.130,72	\$ 61,57	\$ 52,00
Aspiradora Industrial (2 Motores)	1	\$ 1.051,00	\$ 12,61	\$ 52,00
Aspiradora Industrial (1 Motor)	1	\$ 514,00	\$ 6,17	\$ 52,00
Generador Eléctrico	1	\$ 7.900,00	\$ 94,80	\$ 94,80
Kia Pregio (17 personas)	1	\$ 25.000,00	\$ 875,00	\$ 875,00
TOTAL				\$ 1.699

Fuente: Bolívar Compañía de Seguros

Elaborado por: La Autora

ASEGURAMIENTO DE MUEBLES						
Nombre	Q	Costo	Tasa Incen.	Tasa Rob/Asal	Subt.	Total
Área Operativa						
Juego de Sala: Sofá Largo, pequeño y mesa	5	\$ 780,00	\$1,56	\$ 7,80	\$52,00	\$260,00
Caja de Seguridad	8	\$ 599,00	\$1,20	\$ 5,99	\$52,00	\$416,00
Mesa para 2 personas (0,80x0,80)/silla	3	\$ 530,00	\$1,06	\$ 5,30	\$52,00	\$156,00
Mesa para 4 personas (0,90x0,90)/silla	4	\$ 730,00	\$1,46	\$ 7,30	\$52,00	\$208,00
Mesa para 8 personas(3,00x1,50)/silla	1	\$1.280,00	\$2,56	\$12,80	\$52,00	\$ 52,00
Juego de Sala (4 personas) con mesa esquinera	1	\$ 979,00	\$1,96	\$ 9,79	\$52,00	\$ 52,00
Caja de Seguridad	1	\$ 859,00	\$1,72	\$ 8,59	\$52,00	\$ 52,00
Fregadero Industrial con dos Pozos	2	\$1.245,00	\$2,49	\$12,45	\$52,00	\$104,00
TOTAL SEGUROS MUEBLES OPERATIVOS						\$1.300,00
Área Administrativa						
Archivador	4	\$170,00	\$0,34	\$ 1,70	\$52,00	\$208,00
Juego de Sala (5 personas) con mesa	1	\$979,00	\$1,96	\$ 9,79	\$52,00	\$ 52,00
Caja de Seguridad	1	\$859,00	\$1,72	\$ 8,59	\$52,00	\$ 52,00
Artesanías Tsáchilas		\$480,00	\$0,96	\$ 4,80	\$52,00	\$ 52,00
TOTAL SEGUROS MUEBLES ADMINISTRATIVOS						\$364,00
TOTAL SEGUROS DE MUEBLES						\$1.664,00

Fuente: Bolívar Compañía de Seguros

Elaborado por: La Autora

ASEGURAMIENTO DE EQUIPOS DE CÓMPUTO						
Nombre	Q	Costo	Tasa Incendio	Tasa Robo/Asalto	SubT.	Total
Computador	8	\$423,58	\$0,85	\$4,24	\$52,00	\$416,00
Impresora Matricial (Factura)	2	\$214,00	\$0,43	\$2,14	\$52,00	\$104,00
Impresora Multifunción	1	\$195,99	\$0,39	\$1,96	\$52,00	\$52,00
TOTAL						\$572,00

Fuente: Bolívar Compañía de Seguros

Elaborado por: La Autora