

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN
AMBIENTAL, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

CARRERA TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN TURISMO Y PRESERVACIÓN
AMBIENTAL**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA PARROQUIA DE
TABABELA JUNTO AL NUEVO AEROPUERTO DE
QUITO”.**

**ELABORADO POR:
JUAN IGNACIO MEDINA CALDERÓN**

**DIRECTORA:
ING. FERNANDA DOBRONSKY**

QUITO ECUADOR

2010

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a Dios, que me cuida y me ha guiado por el buen camino y sobre todo a mi papa que está en el cielo ya que me ha bendecido mucho para lograr esta meta.

Igual quiero agradecer a mi madre quien a parte de darme la vida, ha sido el aporte mas grande en mi vida, tanto en el apoyo moral como económico, para culminar con éxito mi carrera.

También quiero agradecer a mi familia que siempre ha estado ahí para apoyarme en todo lo que he necesitado, así como también a mi directora de tesis que me ha guiado y ayudado en todo lo que he necesitado para la elaboración del proyecto.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a toda mi familia, en especial a mi Madre, por su comprensión en los buenos y malos momentos. Ya que me ha enseñado a encara las adversidades a su modo sin perder la dignidad ni desfallecer en medio de ella. Me dado todo lo que soy como persona mi principios, mis valores y sobre todo el empeño de terminar lo que se ha empezado, enseñándome con todo su amor y sin recibir nada a cambio.

INDICE

• Introducción.....	1
• Capitulo I	14
1.0 Antecedentes y Generalidades de la zona.....	14
1.1 Reseña Histórica.....	14
1.2 Localización geográfica.....	15
1.2.1 Ubicación extensión y límites.....	15
1.3 Características Ecológicas de la Parroquia.....	15
1.4 Aspectos Demográficos.....	16
1.5 Vías de acceso a la zona.....	17
1.6 Población.....	18
1.7 Situación económica y social de Tababela.....	19
1.8 Pobreza y necesidades básicas insatisfechas.....	21
1.9 Condiciones sociales.....	22
1.10 Aspectos turísticos.....	23
1.10.1 Sendero Oyacachi-El Chaco.....	23
1.10.2 Reserva E. Cayambe Coca.....	24
1.10.3 Termas de Papallacta.....	27
1.11 Descripción general del tipo de Proyecto.....	28
1.11.1 Cabañas ecológicas.....	28

1.11.2 Disposiciones Generales.....	30
• CAPITULO II.....	33
2.0 Estudio de Mercado.....	34
2.1 Concepto de Estudio de Mercado.....	34
2.2 Objetivo de Estudio de Mercado.....	35
2.3 Tipos de Mercado.....	35
2.3.1 Mercado del Consumidor.....	35
2.3.2 Mercado del Productor.....	35
2.3.3 Mercado del Revendedor.....	36
2.3.4 Mercado del Gobierno.....	36
2.4 Segmentación del mercado.....	36
2.4.1 Concepto de segmentación de M.....	37
2.4.2 Criterios de segmentación de M.....	37
2.5 Análisis de la Demanda.....	38
2.5.1 Demanda Histórica.....	39
2.5.1.1 Demanda Macroentorno....	39
2.5..1.2 Demanda Microentorno....	39
2.5.2Proyección Demanda Futura.....	41
2.5.2.1 Taza de crecimiento.....	41
2.5.2.2 Proyecciones hasta 20019...41	
2.6 Metodología de la investigación.....	42
2.6.1 Determinación fuentes investigación....	42
2.6.2 Determinación de la muestra.....	42
2.7 Encuestas de Mercado.....	43
2.7.1 Resultados de la Tabulación.....	47
2.8 Análisis de la Oferta.....	63

2.8.1 Oferta Histórica.....	63
2.8.2 Oferta Futura.....	63
2.9 Estudio de la oferta.....	64
2.9.1 Complejo Turístico Vergel.....	64
2.9.2 Complejo Turístico las Tomas...65	
2.10 Oferta de productos y servicios.....	65
2.10.1 Complejo Turístico el Vergel....65	
2.10.2 Complejo Turístico Las Tomas..66	
2.11 Balance de la oferta y la demanda.....	67
• Capitulo III.....	69
3.0 Plan de Marketing.....	69
3.1 Justificación.....	69
3.2 Objetivos del Plan.....	69
3.2.1 Objetivo general.....	69
3.2.2 Objetivos específicos.....	69
3.3 Definiciones.....	70
3.4 Misión y Visión.....	70
3.4.1 Misión.....	70
3.4.2 Visión.....	70
3.5 Ventajas Competitivas.....	71
3.6 Análisis Foda.....	71
3.7 Nombre de las Cabañas.....	74
3.8 Logo.....	74
3.9 Estrategias de Marketing.....	74
3.9.1 Producto.....	74
3.9.2 Promoción.....	75

3.9.3	Publicidad.....	75
3.9.4	Distribución.....	72
3.9.4.1	Estrategias de Distr.....	73
3.9.5	Precio.....	73
3.10	Cuadro de presupuesto de estrategias.....	79
•	Capitulo IV.....	81
4.0	Estudio Administrativo y legal.....	81
4.1	Organigrama Estructural.....	81
4.2	Descripción de los departamentos.....	81
4.3	Organigrama Posicional.....	83
4.4	Descripción del Personal.....	83
4.5	Horario de Personal.....	86
4.6	Proceso de selección de personal.....	88
4.6.1	Análisis de la solicitudes.....	89
4.6.2	Entrevista Preliminar.....	89
4.6.3	Entrevista de selección.....	89
4.6.4	Pruebas psicológicas.....	89
4.6.5	Entrevista final.....	90
4.6.6	Proceso de Contratación.....	90
4.6.7	Proceso de Capacitación.....	91
4.7	Base Legal de la Empresa.....	93
4.8	Tipos de Empresa.....	93
•	Capitulo V.....	97
5.0	Estudio Técnico.....	97
5.1	Localización.....	97
5.1.1	Macrolocalización.....	98

5.1.2	Micro localización.....	99
5.2	Ingeniería del Proyecto.....	99
5.2.1	Descripción de producción.....	99
5.2.2	Descripción Compras y B.....	99
5.2.3	Descripción de reservación.....	101
5.2.4	Descripción de Check IN.....	101
5.2.5	Descripción de facturación.....	102
5.2.6	Descripción de lavandería.....	102
5.2.7	Descripción A&B.....	103
5.2.7.1.	Elaboración A&B.....	103
5.2.8	Descripción de recreación.....	104
5.3	Aspectos Técnicos.....	105
5.3.1	Descripción Sector #1.....	105
5.3.2	Descripción sector #2.....	107
5.4	Equipamiento y Mobiliario.....	108
•	Capitulo VI.....	110
6.0	Estudio Financiero.....	110
6.1	Inversión Inicial.....	111
6.2	Descripción de los activos.....	111
6.2.1	Activos Fijos.....	111
6.2.2	Activos Habitaciones.....	111
6.2.3	Activos Cocina y Res.....	112
6.2.4	Activos Varios.....	113
6.2.5	Activos Comunicaciones.....	114
6.3	Capital de Trabajo.....	114
6.4	Ingreso del Proyecto.....	115

6.4.1	Ventas Alojamiento.....	115
6.4.2	Ventas A&B.....	115
6.4.3	Ventas Recreación.....	115
6.5	Costos y Gastos del proyecto.....	118
6.5.1	Mano de Obra.....	118
6.5.2	Gastos del proyecto.....	118
6.5.3	Amortización Préstamo.....	119
6.5.4	Depreciación.....	120
6.6	Estado de resultados y B. General.....	121
6.6.1	Resultados Mensual.....	121
6.6.2	Resultados Anual.....	121
6.6.3	Flujo de Caja.....	121
6.7	Índices de evaluación Financiera.....	129
6.8	Punto de Equilibrio.....	130
•	Capitulo VII.....	132
7.0	Estudio de Impacto Ambiental.....	132
7.1	Estudio Ambiental.....	132
7.2	Objetivo del estudio.....	133
7.3	Marco legal ambiental.....	133
7.4	Ficha Ambiental.....	135
7.5	Metodología de evaluación.....	146
7.6	Actividades del proyecto.....	146
7.6.1	Fase de construcción.....	147
7.6.2	Fase de operación.....	147
7.6.3	Fase de Abandono.....	148
7.7	Identificación de impactos.....	148

7.8 Evaluación de impactos.....	153
• Capitulo VIII.....	155
8.0 Conclusiones y Recomendaciones.....	155
8.1 Conclusiones.....	155
8.2 Recomendaciones.....	156
• Bibliografía.....	157

ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA EN ESPAÑOL	159
ANEXO 2 ENCUESTA EN INGLÉS	161
ANEXO 3 RECETARIO ESTÁNDAR	163
ANEXO 4 PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	167
ANEXO 5 PLANOS DE LAS CABAÑAS	170

INTRODUCCIÓN

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA PARROQUIA DE TABABELA JUNTO AL NUEVO AEROPUERTO DE QUITO”.

- **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

El proyecto que se describe a continuación se lo ha elaborado pensando en las necesidades que existirán en la Parroquia rural Tababela, con la construcción del nuevo aeropuerto internacional de Quito, para lo cual será necesario la incrementación de la planta hotelera de la zona, en Puenbo existen lugares con características similares, pero no son suficientes para el número de personas que visitan la zona, y los posibles visitantes que llegaran, cuando empiece la operación del nuevo aeropuerto internacional de Quito.

El proyecto de las Cabañas Ecológicas contará con adecuaciones para lograr un adecuado control ecológico, sin que esto afecte el entorno o los recursos existentes en el lugar, por lo cual se busca incrementar la infraestructura hotelera del lugar guardando los controles ecológicos de rigor, también con el proyecto en la zona lograremos un desarrollo socio Económico.

Con la implementación de las cabañas ecológicas en la Parroquia de Tababela, podremos convertir al lugar en un centro de distribución turística y comercial, ya que con la operación del nuevo aeropuerto internacional de Quito, el lugar se convertirá en una zona de paso.

- **JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

La importancia del presente proyecto radica, en satisfacer las necesidades de las personas y posibles visitantes, que con la operación del nuevo aeropuerto internacional de Quito contará, tanto en alojamiento, alimentación, recreación y distracción, al momento de visitar la zona de estudio. También con la operación del nuevo aeropuerto internacional de Quito, la Parroquia de Tababela pasará a ser un sitio importante de paso para el turismo y el comercio en el Ecuador.

En la zona actualmente no existen facilidades turísticas, siendo muy importante la implementación de planta hotelera por la pronta operación del nuevo aeropuerto de internacional de Quito, en la parroquia de Tababela podemos encontrar muchos atractivos turísticos los cuales deben ser muy bien inventariados para poder explotarlos.

Lo que esperamos con la creación de las cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela, es también el desarrollo socioeconómico de la zona, fomentando el turismo en los moradores del lugar, y buscar un turismo sostenible, guardando una relación entre naturaleza y personas, siendo este un paso importante para la apertura turística de Tababela en el Ecuador.

- **ANTECEDENTES:**

El aeropuerto Mariscal Sucre es el principal aeropuerto del Ecuador, está ubicado en el sector de Chaupicruz a 8km del centro de la capital, el terminal aéreo entró en servicio

en 1960, se encuentra a una altura de 2800 msnm¹. Con más de 50 años de vida, ha sido testigo silencioso del crecimiento capitalino, del ir y venir de hombres y mujeres de negocios, de letras, de cultura, de la política, del fascinante mundo del turismo, entre otras tantas actividades.

La construcción del nuevo aeropuerto, en una zona franca es un ambicioso proyecto para el impulso y desarrollo de la ciudad de Quito y del país, el nuevo aeropuerto prestara sus servicios a partir del año 2011.

Luego de muchos estudios de factibilidad técnicas en lo que conlleva espacios aéreos y tráfico aéreo el sitio mas indicado para la construcción del nuevo aeropuerto de Quito es la parroquia de Puembo y Tababela, la superficie amplia y la protección natural.

Actualmente las parroquias se están preparando para la operación del nuevo aeropuerto de Quito esperando que este sea un impulso positivo tanto en lo comercial como en lo turístico.²

- **DELIMITACION DEL TEMA:**
- **Delimitación espacial:**

El estudio se realizará en la parroquia de Tababela en la provincia de Pichincha cantón Quito, el lugar se encuentra ubicado a 25 Km. Al oriente de la ciudad de Quito en donde operará el nuevo aeropuerto internacional de Quito.

El estudio tendrá una duración aproximada de siete meses por la complejidad del desarrollo, en el cual existirá un universo de 560342, los cuales están divididos en

¹ www.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre#cite_note-1

² Boletín digital de la Empresa Municipal Aeropuerto y Zona Franca Del Distrito Metropolitano de Quito.

visitantes locales (41348) y visitantes extranjeros (518994), lo cual con la formula del tamaño de la muestra podemos encontrar que tenemos que hacer 400 encuestas.

- **Delimitación temporal:**

El presente trabajo tendrá limitantes de información así como también del estudio de información de campo que se realizara en el sector por falta de ayuda de la población.

- **OBJETIVOS:**

Objetivo General:

- Estudiar la factibilidad para la creación de cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela junto al nuevo aeropuerto de Quito, con el fin de impulsar el turismo en la zona.

Objetivos específicos:

- Identificar los antecedentes y generalidades del la zona que se va realizar el proyecto.
- Determinar el tipo de mercado que va llegar y que va ser nuestro potencial cliente en las cabañas.
- Implementar un plan de marketing para que lograr una mejor venta del proyecto a realizarse.
- Crear un estudio administrativo y legal para lograr la constitución del proyecto.
- Proponer un estudio técnico mediante el cual se utilice el 100 por ciento del lugar y se lo explote naturalmente.

- Lograr una buena rentabilidad con las ventas de los servicios del proyecto y una buena inversión en él.
- Determinar un plan ambiental para lograr un turismo sostenible y lograr una interrelación entre naturaleza y humanidad.
- **MARCO REFERENCIAL:**

a) Marco teórico:

- **Antecedentes y generalidades de Tababela:**

Población: 2.300 habitantes

Fecha de Fundación: 29 de Abril de 1952

De dónde proviene el nombre?

La parroquia de Tababela nace como parte de los llanos o llanuras de Yaruquí. La Misión Geodésica Francesa en 1736 recorre dichas llanuras y en sus varios recorridos se impresionaron con la topografía del terreno y afirmaron que este territorio se asemejaba a una “Tabla bella”, palabras pronunciadas en francés, que, al traducirse al castellano, quedaron como “Tababela”, se ha conservado este nombre aproximadamente desde 1740.

- **Datos Históricos**

Desde la colonia Tababela en calidad de anejo, estuvo circunscrita administrativamente a Yaruquí, por tanto, no se puede brindar una apreciación particular de su historia. En este período constituyó doctrina de Yaruquí, en razón de que su población indígena recibía adoctrinamiento.

- **Unidades productivas**

Es importante destacar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicios. La zona se ha convertido en los últimos años en un importante polo de desarrollo industrial, estableciéndose una serie de importantes empresas, en las sub-ramas: textiles, metalmecánica, cementos y arcillas, madera y muebles y alimentos preparados.

- **Sus Fiestas**

29 de Abril: Fiestas de Parroquialización (desfile cívico)

29 de Junio: Fiestas de San Pedro

24 de Septiembre: Fiestas en honor a la Santísima Virgen de las Mercedes; esta celebración dura dos semanas. Entre sus actos importantes están: la novena, la procesión, el desfile de la confraternidad, paseo del chagra, encuentro cultural entre otros.

- **Manifestaciones Culturales:**

Tababela cuenta con un Centro Cultural el cual se encarga de fortalecer las actividades culturales, uno de los proyectos actuales es retomar la conformación de la Banda de Pueblo que se llamará “Nuestra Señora de las Mercedes”.

- **Personajes**

En el campo deportivo se han destacado los señores: Juan Carlos Baquero y Sr. Marlon Garzón campeones ínter parroquiales de ecuavoley.

Comidas Típicas: Ají de Cuy, las fritadas y la trucha.

- **Atractivos turístico de la zona:**

-La Iglesia Antigua y su parque central

- La Iglesia Nueva.- propiedad de un sacerdote alemán.
- El puente Peatonal.- una obra moderna de donde se puede apreciar la vía que conduce al nuevo Aeropuerto.
- Las Pirámides de Caraburo y Santa Rosa.- sitios señalados por la Misión Geodésica Francesa en 1736.
- Infraestructura Hotelera:
 - Complejo Turístico “El Vergel”
 - Rancho San Carlos.- posee un hermoso local para eventos sociales, cuenta con piscina y tobogán.
 - Hostería “El Colibrí”
 - Sendero Eco turístico “El Higarón”.- aquí puede disfrutar de sitios para acampar, tarabita, pesca deportiva.
 - Hacienda San Luis.- esta hacienda es considerada un museo en donde se pueden encontrar objetos ancestrales como: planchas a carbón, arados, zamarros, reverberos, teléfonos, etc

- **Nuevo aeropuerto de Quito.**

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y la Corporación Aeropuerto, responsables del proyecto, para que este se ejecute en las mejores condiciones técnicas, financieras y de seguridad.

El nuevo aeropuerto prestará sus servicios a partir del año 2011 y tendrá capacidad para recibir a más de cinco millones de pasajeros por año y 270 mil toneladas de carga

Las ampliaciones para cubrir la demanda del futuro se implementarán por etapas, en los años 2020 y 2030.

Estará localizado en la zona de Tababela y Puembo, a aproximadamente 25 kilómetros al Este de Quito.

Se extiende sobre una superficie de 1.500 hectáreas, de las cuales 540 corresponden al área de construcción.

Tendrá una pista de 4.100 metros de largo por 45 metros de ancho, con capacidad para un promedio de 44 operaciones por hora.

Pista asociada a dos taxiways.

Terminal de pasajeros en un área de 38 000 metros cuadrados, con servicios acorde con las normas IATA

Seis puentes de embarque de pasajeros. Capacidad de estacionamiento remoto para 20 aeronaves.

50 mostradores para la atención a los viajeros por parte de las compañías de aviación.

Instalaciones modulares que facilitan la realización de ampliaciones de acuerdo con las necesidades.

Amplio, moderno y seguro espacio para estacionamiento de vehículos.

Servicios con tecnología de punta para operaciones aeroportuarias

Edificio inteligente en cuanto a servicios de energía, iluminación y comunicación.

- **Cabañas ecológicas:**

Las cabañas ecológicas deberán contar con los siguientes servicios:

- De recepción las veinticuatro horas del día, atendida por el personal capacitado que conocerá además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- Central telefónica para llamadas nacionales e internacionales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para la comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá ser atendido por el mismo personal de la recepción;

- El servicio de cafetería será también las veinticuatro horas del día;

Las cabañas cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos, así como también personal adiestrado para administrarlo.

b) Marco Conceptual:

Cabañas: es una vivienda, típicamente en un área rural, o semi-rural fabricada con materiales humildes o de poco valor.

Ecología: Es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución y abundancia, cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente. El ambiente incluye las propiedades físicas que pueden ser descritas como la suma de factores abióticos locales, como el clima y la geología, y los demás organismos que comparten ese hábitat.

Reliquia: es una parte de un cuerpo de una persona venerada por algún motivo o algún objeto que, por haber tocado ese cuerpo, es digno de veneración. En general se refiere a cuerpos de santos o que tienen un gran valor sentimental para alguien. Suelen ser esinas, pedazos de la cruz o algún hueso.

Pictórica: Es utilizada por los pintores para producir la percepción de profundidad en la superficie bidimensional del cuadro.

IATA: Asociación de Transporte Aéreo Internacional.

Ignifugo: Que protege contra el fuego.

Topografía: La topografía es la ciencia que estudia el conjunto de principios y procedimientos que tienen por objeto la representación gráfica de la superficie de la Tierra, con sus formas y detalles, tanto naturales como artificiales.

Intersticio: espacio hueco entre los átomos de un sólido.

Módulos: Un módulo es un componente auto controlado de un sistema, el cual posee una interfaz bien definida hacia otros componentes; algo es modular si es construido de manera tal que se facilite su ensamblaje, acomodamiento flexible y reparación de sus componentes.

Adiestrar: Hacer diestro, enseñar, instruir, guiar, encaminar, a alguien hacer algo.

- **Marco legal:**

Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Para la constitución legal de la empresa se deben cumplir con los siguientes requisitos:

1. Registro único de contribuyentes
2. Registro en el Ministerio de Turismo
3. Certificado de afiliación a la cámara provincial de turismo CAPTUR.
4. Licencia única anual de funcionamiento (corporación metropolitana de turismo)
5. Permiso Sanitario (dirección de higiene y salud municipal)
6. Permiso de funcionamiento (cuerpo de bomberos)
7. Permiso de funcionamiento (SAYCE)
8. Registro (Dirección metropolitana de ambiente)
9. Afiliación ala AHOTEC
10. Numero patronal del IESS
11. Permiso Intendencia de Policía

12. Registro Ministerio de Turismo:

- Copia certificada de la escritura
- Nombramiento representante legal
- Copia Ruc
- Copia de la cédula de identidad
- Certificado búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- Copia de escrituras, título de propiedad o arrendamiento del lugar o local legalizado.

Empresa metropolitana de Quito turismo

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO (Alimentos y Bebidas / Alojamiento / Recreación, diversión y esparcimiento.)

1. Formulario de solicitud de inscripción, (Anverso)
2. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere (SOLO PERSONAS JURÍDICAS),
3. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil (SOLO PERSONAS JURÍDICAS),
4. Copia de la Cédula de Ciudadanía,
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del Registro Único de Contribuyentes R.U.C.,
7. Certificado de búsqueda fonética, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI),
8. Inventario valorado de los Activos Fijos Tangibles (Maquinaria, Muebles y Enseres, Equipos de Computación, etc.) que posea el establecimiento.

9. Formulario de declaración de la Contribución del Uno por Mil sobre Activos Fijos Tangibles, debidamente firmado por el propietario o representante legal. (Solicitar formulario en la ventanilla de la EMQT), y dos copias originales.

10. Original y dos copias adicionales del comprobante de pago por Registro y Contribución del Uno por Mil sobre los Activos Fijos Tangibles.

11. Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo. (Si el establecimiento se ubica en el sector de La Mariscal o Centro Histórico, el Permiso de Uso del Suelo deberá ser actualizado).

- **HIPÓTESIS:**

Las características de la zona de Tababela y la creación de cabañas ecológicas, impulsaran el turismo y el desarrollo económico de la misma.

- **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

a) MÉTODOS

- **Inductivo:**

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales.

- **Deductivo:**

Mediante él se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios.

Variable	Indicador
1. Ubicación	Localización del proyecto
2. Mercado	Investigación y tipo de mercado
3. Tamaño	Estudio e ingeniería del proyecto
4. Rentabilidad	Nivel de ingresos y egresos

5. Leyes	Base legal del proyecto
6. Planificación ambiental	Impacto ambiental

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Observación.- La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad.

Interpretativa: en la medida en que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando. Al final de una observación científica nos dotamos de algún tipo de explicación acerca de lo que hemos captado, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos.³

La Encuesta.- Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información con este método: la entrevista y el cuestionario.

³ <http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/1a-observacion.pdf>

CAPITULO I

1.0 ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DE LA ZONA

1.1 RESEÑA HISTÓRICA

La Parroquia de Tababela nace como parte de los llanos o llanuras de Yaruquí. La Misión Geodésica Francesa que llega a lo que hoy es Ecuador en 1736 y recorre dichas llanuras con el objeto de realizar triangulaciones y mediciones para comprobar la redondez de la Tierra y medir un arco de meridiano.⁴

En sus varios recorridos para señalar y localizar las pirámides de Oyambaro, Oyambarillo y Caraburo, Carlos María de La Condamine, Pedro Burger y Luis Godín, entre otros, se impresionaron con la topografía del terreno y afirmaron que este territorio se asemejaba a una "Cuadro bella", palabras pronunciadas en francés, que, al traducirse al castellano, quedaron como "Tababela", de suerte que el nombre de Tababela se ha conservado más o menos desde 1740 hasta nuestros días.

Desde la Colonia Tababela en calidad de anejo, estuvo circunscrita administrativamente a Yaruquí, por tanto, no se puede brindar una apreciación particular de su historia. En ese período constituyó doctrina de Yaruquí, en razón de que su población indígena recibía adoctrinamiento. Por la ubicación geográfica de la zona, al estar atravesada por

⁴ Material digital de la parroquia de Tababela, perteneciente al Consejo Provincial de la Provincia de Pichincha.

la línea equinoccial, la Misión Geodésica Francesa realizó sus estudios de triangulación y medición para comprobar la redondez de la Tierra y medir un arco de meridiano. Las pruebas del paso de la Misión por este sector constituyen las pirámides de Oyambaro, Oyambarillo y Caraburo, esta última localizada en la parroquia de Tababela.

1.2 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

1.2.1 UBICACIÓN, EXTENSIÓN Y LÍMITES

Tababela adquiere la categoría de parroquia rural, el 13 de junio de 1952, (Registro Oficial No. 1138). Se considera que reúne las condiciones exigidas para constituirse en parroquia, según Ordenanza Municipal sancionada el 17 de junio de 1935.

Cuadro N° 1 Ubicación geográfica por localidad			
Localidad	Longitud	Latitud	Altura
El Vergel	17M0796880	UTM9979610	2551
Tababela	17M0795751	UTM9979853	2519
Oyambarillo	17M0797360	UTM9978702	2564
San Rafael de Oyambarillo (Campoduro)	17M0796720	UTM9981159	2538
Comuna de Guambi	17M0795570	UTM9981234	2518
Fuente: Gobierno de la Provincia, PUCE, Encuesta socio – económica , Quito, 2002.			

1.3. Características Ecológicas de la Parroquia

Es relativamente plano, con una pequeña gradiente hacia el norte (no hay terrenos inundables). La topografía permitió que Tababela fuera seleccionada para la construcción del aeropuerto para Quito y Ecuador.⁵

1.4. Aspectos Demográficos

La Parroquia Tababela, fue fundada en el año 1800, posee en la actualidad una superficie de 21.11 kilómetros cuadrados, situándose a una altitud de 2647 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con la Parroquia Guayllabamba, al sur, con la Parroquia Pifo, al este con la Parroquia Yaruquí y al oeste con las Parroquias Puenbo y Llano Chico.

Según el Censo del 2001, posee una población de 2357 habitantes, que determina una relación de 111 habitantes por km², de la cual el 40.51 por ciento se localiza en la cabecera parroquial. La dinámica económica que ha demostrado esta región en la década de los '90, gracias a la inserción de la producción agrícola en el comercio internacional, especialmente de flores y frutas frescas, ocasionó un aumento de la demanda de empleo y, por tanto, un importante flujo migratorio que en el caso de Tababela se tradujo en una tasa de crecimiento poblacional del 2.21 por ciento en promedio anual, con un 4.96 por ciento en la cabecera y un 0.78 en el resto de la Parroquia.

En la distribución de la población por sexo, la diferencia es mínima, considerando que las mujeres representan el 48.7 por ciento del total de habitantes y los hombres, más de la mitad restante.⁶

⁵ Ibidem (Pag. 14)

El nivel de crecimiento supera en forma significativa el aquel que registra el Quito, que se sitúa en un 2.43 por ciento y de la población del Ecuador que alcanzó cerca del 2 por ciento, por tanto, si se mantiene esta tendencia, se estima que para el año 2010, la Parroquia superará los 4.346 habitantes, con el consecuente impacto sobre el equipamiento urbano, en cuanto a vivienda infraestructura de servicios básicos, saneamiento ambiental, vialidad, entre otros aspectos.

1.5. Vías de acceso a la zona.

Andrés Vallejo, alcalde de Quito, recibió la notificación del aval del Comité de Deuda y Financiamiento, para la construcción de la ruta Gualo-Aeropuerto. La notificación llegó el 4 de junio, pese a que la resolución del Comité tiene fecha 3 de abril. En el documento se especifica que “se autoriza al Municipio de Quito a suscribir (...) el Contrato de Préstamo por USD 110 millones”. El dinero es para financiar parcialmente la construcción de la carretera Gualo-Aeropuerto, de 13,5 km. Tendrá un peaje. Según la Emmop, eso permitirá pagar el préstamo de la CAF. Permitirá llegar a Tababela en 10 minutos. La obra tomará dos años en construirse. Según los diseños hechos por la Corporación Aeropuerto de Quito (Corpaq), la vía tendrá cuatro carriles. La vía al aeropuerto es parte de una red vial aprobada en Concejo Metropolitano del 6 de julio de 2006.

El aval del Gobierno demoró un año en otorgarse. Así, el nuevo aeropuerto en Tababela operará, en octubre de 2010, sin una vía de acceso directo.

⁶ Ibidem (Pag. 14)

Sin embargo, el Alcalde saliente le dijo a este Diario que, antes de terminar su gestión, convocará a concurso de licitación. Pero el Burgomaestre electo Augusto Barrera no está de acuerdo. Según él, la vía tiene líos: no tiene conexión con Cumbayá y Tumbaco, por lo tanto, no resuelve los trancones.

Por su lado, el Alcalde electo tiene dos alternativas: hacer un tramo inicial de la Ruta Sur, hasta la Intervalles (USD 36 millones). Y en la ruta Gualo-Aeropuerto poner exigencias técnicas de costos y plazos. “Si no tengo la garantía de que es técnicamente viable, replantearé la idea de la Gualo-Aeropuerto”, dice Barrera.

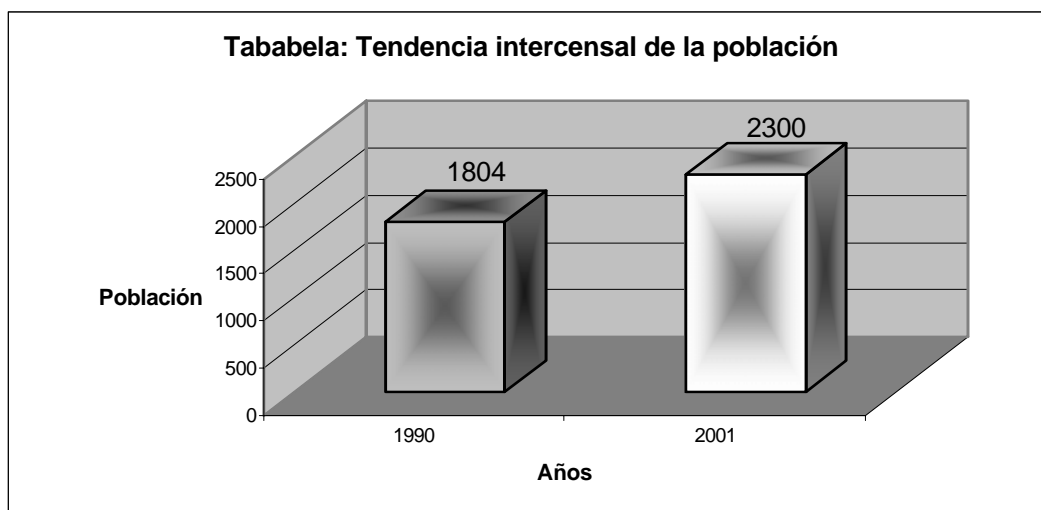
1.6 Población.-

Cuadro N° 2			
INFORMACIÓN POBLACIONAL			
Tababela	Censo 1990	Censo 2001	Tasa crecim.
Tendencia intercensal			
Parroquia	1804	2300	2.21
- Cabecera parroquial	527	909	4.96
- Resto de la parroquia	1277	1391	0.78
Población por sexo			
Parroquia	1804	2300	
- Hombres	921	1151	
- Mujeres	883	1149	
En porcentajes			
Parroquia	100.0	100.0	
- Hombres	51.1	50.1	
- Mujeres	48.9	49.9	
Proyección de la población: 2001 – 2010			
Años	Total	Cabecera	Resto
2001	2300	909	1391
2002	2357	955	1402
2003	2993	1580	1413
Proyección de la población: 2001 – 2010			
Años	Total	Cabecera	Resto
2004	3143	1719	1424

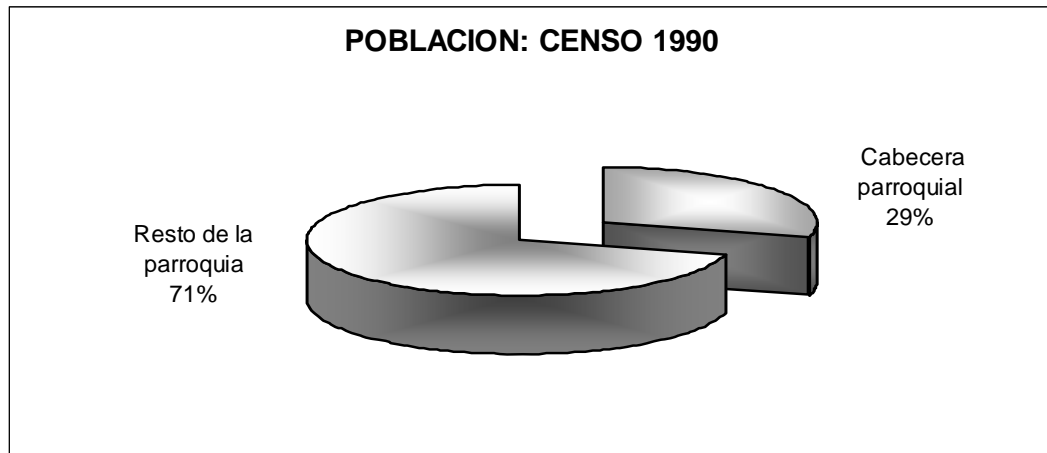
Cuadro N° 2			
INFORMACIÓN POBLACIONAL			
Tababela	Censo 1990	Censo 2001	Tasa crecim.
2005	3306	1871	1435
2006	3482	2036	1446
2007	3673	2215	1457
2008	3879	2410	1469
2009	4103	2623	1480
2010	4346	2854	1492

Fuente: INEC, V Censo de Población y IV de Vivienda y Resumen, VI Censo de Población y V de Vivienda.
Elaboración: Propia

Cuadro N° 3



Cuadro N° 4



1.7. Situación económica y social de Tababela

Es importante destacar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicios. La zona se ha convertido en los últimos años en un importante polo de desarrollo industrial, estableciéndose una serie de importantes empresas, en las subramas textil, metalmeccánica, cementos y arcillas, madera y muebles y alimentos preparados.

- **Florícolas**

- PLANTADOR 1 Y 2
- FLORES BARRAGAN RODRIGUEZ
- AGRICOLA BAQUERO
- FLOCONEX
- FLOCONEX CAMPO DURO
- FLORICOLA RETORNO FARMS
- FLORICOLA B & R
- GIL BRAVO MOLINA
- SANTA ROSA FLOWERS
- SANTA LUCIA FLOWERS S.A.
- SANTA LUCIA ROSES LUCROSE S.A.

- AMAZON FLOR

- **Frutas**

- Manuel Vallejo
- Ing. Jaime Durango
- Honorio Baquero
- Rafael Chávez
- Segundo Garzón
- Efraín Garzón
- Herederos Coello
- Nelly Duque
- Galo Baquero
- Diderot Barreto
- Arturo Silva

- **Varias**

- Granja Porcina “Guambi
- Hortana Luis Bakker Guerra
- Ing. Jaime Durango
- Centro de Diagnóstico Pronaca

- **Establecimientos Comerciales**

- Distribuidora El Vergel
- Víveres Ibethcita
- Víveres Cumandá
- Víveres Carmen Rosa

- Tienda Comunitaria Oyambarillo

- **Centros de acopio de gas**

- Sra. Arceliana Vallejo
- Sr. Porfirio Núñez
- Sr. Gonzalo Canencia
- Sra. Celia Garzón

1.8 Pobreza y necesidades básicas insatisfechas

El 80.97 por ciento de la población de Tababela se encuentra bajo la línea de pobreza, lo cual implica que prácticamente más de dos tercios de la población no está en capacidad de acceder a una canasta básica de bienes y servicios que permita satisfacer las necesidades de alimentación, educación, salud, servicios básicos y vivienda.

La brecha promedio de pobreza alcanza el 36.13 por ciento, esto determina que de los hogares que se encuentran bajo la línea de pobreza, para superarla requieren que sus ingresos deban incrementarse en más de esa proporción.

Respecto al nivel de indigencia, el porcentaje de población que está bajo la línea de indigencia corresponde al 36.38 por ciento. Esto significa que este segmento está incapacitado de acceder a la canasta de alimentos que permitan garantizar sus condiciones nutricionales y de reproducción de la fuerza de trabajo.

En cuanto al promedio de las brechas de indigencia de los habitantes, alcanza el 11.48 por ciento.⁷

⁷ Ibidem (Pag. 14)

1.9 Condiciones sociales

Según la información del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), el índice de desarrollo educativo apenas alcanza el 53.35 por ciento. Esta situación refleja la presencia de un importante segmento de población analfabeta, bajo nivel de escolaridad, continuidad, retención, así como la escasa accesibilidad a la Educación Superior.

El Índice de desarrollo en salud registra un 48.93 por ciento, lo cual expresa el bajo estado en las condiciones nutricionales, en cuanto a mortalidad general e infantil, la alta morbilidad y la inadecuada calidad del agua potable.

En infraestructura, su índice alcanza el 46.42 por ciento, lo cual caracteriza la baja disponibilidad física de los servicios de agua potable, sistema de eliminación de aguas servidas y disponibilidad del servicio de recolección de basura por carro recolector.

Las condiciones de las viviendas tampoco reúnen los estándares adecuados, debido a las bajas coberturas de servicios que disponen, así como su baja calidad, tanto por los materiales de construcción, como por la distribución de espacios y planta física, que acreditan la presencia de hacinamiento.⁸

1.10. ASPECTOS TURÍSTICOS.

En cuanto a turismo en la zona, existen muchos sitios muy importantes al rededor y muy cercanos al lugar. Entre los cuales podemos citar los siguientes y los mas importantes a utilizar por parte de las cabañas ecológicas.

⁸ Material digital de la parroquia de Tababela, perteneciente al Consejo Provincial de la Provincia de Pichincha.

1.10.1 Sendero Oyacachi – El Chaco

El sendero Oyacachi – el Chaco es uno de los senderos más interesantes de Ecuador por su belleza escénica, los cambios altitudinales, de vegetación, por la vida silvestre en particular la avifauna y su riqueza arqueológica.



La comunidad de Oyacachi, el Municipio de El Chaco y The Nature Conservancy elaboraron el diseño del sendero en la Reserva Ecológica Cayambe-Coca. La adecuación del sendero podrá beneficiar a los negocios locales, incluyendo restaurantes, alojamientos comunitarios, tiendas de artesanía, guías locales y servicios de porteadores e impulsar otras actividades económicas para la comunidad.

El diseño responde a las necesidades de desarrollo turístico sostenible de la comunidad de Oyacachi, del Municipio de El Chaco, y apoya los esfuerzos del Ministerio del Ambiente y la comunidad para la protección del ecosistema de la Reserva Ecológica Cayambe Coca.

El mapa del sendero muestra áreas específicas para las actividades de turismo, definidas desde criterios de sostenibilidad, diversidad biológica y la atracción cultural.

⁹ Sendero de Oyacachi Reserva Cayambe Coca
(http://www.gstalliance.net/ecuador/index.php?option=com_content&task=view&id=353&Itemid=1139).

En el diseño también se han identificado qué actividades podrían ser conducidas a lo largo del camino para satisfacer las expectativas de una variedad de visitantes.

Las actividades de turismo sostenible identificadas incluyen:

- **Excursión:** debido a su ecosistema único, esta actividad es sumamente recomendable sobre todo para turistas internacionales.
- **Montar a caballo:** permite tener un paseo tranquilo y disfrutar de su escenario natural
- **Ciclismo de montaña:** un deporte cada vez más popular; muchos turistas ahora buscan esta actividad que es toda una aventura.
- **Pesca de trucha:** una actividad que, puesta en práctica de manera correcta, puede garantizar un funcionamiento según regulaciones ambientales.
- **Observación de aves:** teniendo en cuenta que la zona posee más de 350 especies de aves, es un gran atractivo natural.
- **Kayak:** esta actividad también atrae a los turistas en busca de aventura, y con una adecuada gestión garantizará la seguridad de los visitantes.

Además, el plan incorpora un análisis de los riesgos, limitaciones y recomendaciones de las actividades turísticas. El análisis técnico es visto positivamente para la promoción estratégica del turismo local sostenible enfocado, a la preservación del capital local y cultural.

1.10.2 Reserva ecológica Cayambe – Coca.-

Se ubica en las provincias de Imbabura, Pichincha, Napo y Sucumbíos, su fecha de creación es Noviembre 17, 1970 - Decreto No.818 y su superficie es de 403103 ha - 996053.87 acres.

La zona alta cubre toda la parte occidental de la Reserva hasta Papallacta; políticamente está ubicada en las provincias de Pichincha e Imbabura. Dentro de la zona alta se encuentran los nevados Cayambe, Saraurco y Puntas, incluyendo las zonas de páramo y los varios sistemas lacustres, así como la comunidad de Oyacachi. La zona baja, en cambio, está ubicada en la provincia de Napo y Sucumbíos, hacia las estribaciones de la cordillera oriental e incluye al volcán Reventador, la cascada de San Rafael y la comunidad cofán de Sinangüé.



Atractivos de la zona.-

Laguna de San Marcos: Es muy recomendable acampar en sus playas puesto que su recurso escénico tiene la belleza propia de una laguna de altura. Desde San Marcos es posible ingresar a las lagunas de La Alegría y a la cascada conocida como La Chorrera en donde es frecuente ver dantas. Por el borde occidental de la laguna existe un sendero que recorre la zona de páramo entre vegetación de pajonal y algunas especies arbustivas.

¹⁰ Cascada la chorrera
(<http://www.waterdogtours.com/sitebuilder/images/IMG0960-203x153.jpg>)

Volcán Cayambe: A su cima los andinistas experimentados pueden llegar en 6 horas desde su refugio. Es la tercera cumbre más alta del país caracterizada por sus paredes abruptas y peligrosas que han causado muchos accidentes a los ascensionistas, pero que al mismo tiempo le dan su extraña belleza. En los alrededores de esta elevación, especialmente en el sector de Piemonte, se han identificado varios dormideros de cóndores.

Cerro Sarahurco: Su forma y ubicación le permiten albergar ecosistemas amazónicos y de altura, constituyéndose en uno de los refugios de fauna silvestre más notables y mejor conservados del sistema alto-andino amazónico. Mide 4.725 msnm. y para ascenderlo es necesario cruzar por los páramos de El Hato hasta el sector de El Volteado, en la base misma del cerro, desde donde empieza la escalada.

Cerro Puntas: Cuenta con 48 formas puntiagudas en su cima, de entre 100 y 150 m de alto, que le dan su nombre. Se llega a él por el camino que conduce hacia El Quinche.

Laguna Puruhanta (El Chique): A más de ser famosa para la pesca deportiva, es también un sitio apto para la fotografía de naturaleza siendo posible acampar a sus orillas que son matizadas por remanentes de bosques de alisos.

Sector de Papallacta: Una nueva vía construida para el ingreso al Proyecto de Agua Potable que se ejecuta en el sector, atraviesa todo el Páramo de la Virgen y parte del Páramo de Oyacachi, lugares que contienen un extenso sistema lacustre; esta carretera cruza por bosques de Polilepis, alrededor de 60 lagunas, quebradas y cascadas, e incluso por sitios reconocidos como saladeros de dantas y dormideros de cóndores. Muy cerca a la laguna de Papallacta, en la zona de amortiguamiento de la Reserva, se encuentran las

"Termas de Papallacta", un balneario muy atractivo donde existen piscinas de aguas termales y medicinales que reciben a muchos visitantes durante todo el año.

Lagunas de Sucus: En el sector se hallan las laguna de Sucus, Loreto, Baños y otras menores que son muy visitadas también para actividades de pesca deportiva.

1.10.3 Termas de Papallacta.-

Las Termas de Papallacta Spa y Resort son sin duda un exitoso negocio turístico en el Ecuador. De ser en un inicio un modesto balneario municipal ha pasado a ser el complejo de baños termales más complejo y de mejor servicio del país, ofreciendo un amplísimo rango de facilidades que van de las terapias termolúdicas a un hotel con restaurantes de primera categoría y un centro de convenciones apto para todo evento, así como senderos naturales para caminatas.



¹¹

Localizado en las montañas andinas a 3300 msnm, la empresa que lo maneja se ha preocupado profundamente de conservar el entorno ambiental y de no impactarlo

¹¹ Piscinas de las termas de Papallacta
(http://www.inkas.com/tours/jpg_files/jpg_hotels/papallacta_antisana.jpg)

negativamente. La inmensa reserva ecológica Cayambe-Coca (3700 km cuadrados) es un complejo adyacente que alberga una de las mayores biodiversidades del Ecuador y constituye un área protegida de gran importancia (su páramo húmedo fue nombrado especial Ramsar en 2006).

Por esta razón, Papallacta se ha caracterizado por ejecutar las mejores prácticas turísticas en relación a la conservación ambiental, y no solo ha implementado la infraestructura adecuada sino también las políticas sociales y administrativas pertinentes

1.11 Descripción general del tipo del proyecto.

1.11.1 Cabañas ecológicas.-

Según el Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador tenemos con respecto a las Cabañas lo siguiente:

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 28.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

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

Art. 29.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

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

Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

1.11.2 Disposiciones generales

Art. 54.- No discriminación.- Todos los alojamientos serán de libre acceso al público en general, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes. Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua. En los lugares donde no hubiera el servicio público de agua potable, los alojamientos estarán obligados por lo menos a purificar el agua, advirtiendo a la clientela sobre este particular.

La eliminación de las aguas residuales se hará a través de la red de alcantarillado y, de no existir ésta, mediante un sistema eficaz y rigurosamente ajustado a las normas sanitarias establecidas en la legislación vigente.

Art. 67.- Registro de clientes.- Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas

características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes.

Será requisito indispensable que los clientes, antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

Art. 68.- Avisos y listas de precios.- En todas las habitaciones de los alojamientos, así como en la recepción y en la Conserjería, se fijarán en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento.

Igualmente, y en lo mismos lugares, deberán colocarse avisos sobre la existencia del libro oficial de reclamaciones y respecto de la responsabilidad del alojamiento sobre el dinero, documentos y objetos de valor que sean entregados a la administración.

Todo los avisos, listas de precios y demás información para los huéspedes, deberán estar redactados al menos en español e inglés.

Las listas de precios y los avisos a los que se refieren los dos primeros incisos, serán sellados por el Ministerio de Turismo.

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año.

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

El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios de que estén dotadas. Antes de la admisión de un cliente se le deberá notificar el precio de los diferentes servicios. La falta de esta notificación lleva aparejada la obligación del alojamiento de facturar por el precio mínimo para el tipo de habitación que ocupe el cliente. El precio de la pensión alimenticia no podrá exceder de la suma de los precios fijados para el desayuno, almuerzo y cena.

El precio de la pensión completa se obtendrá de la suma de los precios correspondientes a la habitación y a la pensión alimenticia.

A excepción de las pensiones, ningún alojamiento podrá exigir a sus clientes que se sujeten al régimen de pensión alimenticia completa.

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

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

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

Art. 76.- Obligaciones de los administradores de alojamientos.- Quienes administren los alojamientos tendrán las siguientes obligaciones:

- a)** Cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones o conjuntos de alojamiento y en especial de que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés;
- b)** Comunicar a la autoridad competente o a sus agentes cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o sospecha sobre la identidad de los clientes; y,
- c)** Dar cuenta a la autoridad sanitaria más próxima de los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tenga conocimiento en el alojamiento bajo su administración

CAPITULO II

2.0 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 CONCEPTO DE ESTUDIO DE MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.¹²

Se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

¹² KOTTLER, PHILIP – Dirección de Marketing, prectice – Hall Internacional, Edición 2003.

La American Marketing Association(AMA) la define como: «La recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios». ¹³

2.2 OBJETIVO DE ESTUDIO DE MERCADO:

El objetivo del estudio de mercado es determinar el numero de consumidores que se conviertan en la demanda del servicio que se va brindar con el proyecto propuesto, al igual con la ejecución del nuevo aeropuerto de Quito una mayor demanda de nuestros servicios hacia los turistas, así como también determinar cuales son sus gustos y preferencias de estos para cubrir sus necesidades satisfactoriamente.

2.3 TIPOS DE MERCADO

2.3.1 Mercado del Consumidor: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.

2.3.2 Mercado del Productor o Industrial: Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.

¹³ MUÑIZ GONZÁLEZ Rafael, Marketing en el siglo XXI, 2da Edición.

2.3.3 Mercado del Revendedor: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.

2.3.4 Mercado del Gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etc.), para mantener la seguridad y otros.¹⁴

2.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.-

2.4.1. Concepto de segmentación de mercado.-

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.¹⁵

La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

¹⁴ FISCHER, LAURA, Fundamentos de Mercadotecnia, 1ª Edición

¹⁵ FISCHER DE LA VEGA Laura, mercadotecnia, Editorial Mc Graw-Hill, 1993, México.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores. Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en : Una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional

2.4.2 Criterios de segmentación de mercado.-

Cuadro N° 5

Criterios Geográficos.-	
Región	Sierra, bosque nublado.
Tamaño de ciudad en metros	Es una parroquia rural, con una superficie de 21.11 kilómetros cuadrados, y una altura de 2519
Densidad	Con una población aproximada de 2300 habitantes.
Clima	Cálido templado, con poco nivel de lluvia en la zona.
Criterios demográficos.-	
Edad	25 a 65 años
Tamaño de la familia	De 2 o mas integrantes.
Ingresos	Desde 500 dólares o mas.
Ocupación	Estudiantes y trabajadores.

Nacionalidad	Ecuatorianos y extranjeros.
Criterios psicográficos	
Clase social	Medios, medios altos y altos.
Estilo de vida	Vacacionales, les guste la naturaleza y la aventura.
Personalidad	De todo tipo de personalidad.
Criterios específicos del comportamiento de uso	
Tipo de usuario	
Intensidad de uso	
Motivación de uso	
Frecuencia de uso	

2.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos determinando los diferentes precios del mercado, ya sea por un consumidor o por un grupo de consumidores, esto en un momento determinado.

Con en el análisis de la demanda nos ayudara a conocer el perfil de los futuros consumidores, ya sean estos visitantes nacionales o visitantes extranjeros de la parroquia o alrededores, identificara la necesidad de turismo, dentro de los parámetros cualitativo y cuantitativos, que nos permitan saber la proyección de lo que se quiere implementar en el proyecto.

Para la creación de las cabañas ecológicas necesitamos comenzar haciendo un estudio de la demanda histórica de turismo dentro de la parroquia o alrededores, y con esto conoceremos el tamaño de la muestra para el análisis.

2.5.1 Demanda Histórica.-

La demanda histórica nos permite notar el número de visita que ha tenido el lugar por turistas nacionales y extranjeros en los últimos años:

Al no existir datos reales de visitantes extranjeros y nacionales, a la parroquia tomaremos como punto exacto a visitas de nacionales a la zona y de visitas extranjeros al Cantón Quito, siendo estos parte de nuestro mercado objetivo.

Con esto partiremos por los datos recogidos por el Ministerio de Turismo con las estadísticas de turismo receptivo, del mismo modo, la entrada de visitantes locales será tomado por el número de personas que viajan vía terrestre a la parroquia o similares.

2.5.1.1 Demanda del Microentorno.-

Con microentorno nos referimos a los turistas nacionales o locales que llegan al lugar, los siguientes datos forman de una tesis hecha en la Parroquia de Yaruquí que se encuentra junto a la parroquia de Tababela ya que los datos de Tababela no existen.

Ingreso de Turistas Locales

Cuadro N° 6

Años	Demanda total
2004	36689
2005	37577
2006	38486
2007	39417
2008	40371
2009	41348

Fuente: Tesis "Propuesta para la creación del complejo turístico El Paso del Tiempo en la parroquia de Yaruquí en el cantón Quito.

2.5.1.2 Demanda del Macroentorno.-

El Macroentorno representa a los visitantes extranjeros al lugar, estos datos fueron proporcionados por el ministerio de Turismo y representan desde el año 2004 hasta el año 2009, lo que representa datos anuales.

Ingreso de extranjeros a Pichincha

Cuadro N° 7

Años	Número de visitantes
2004	325,545
2005	351,583
2006	359,062
2007	416,479
2008	464,923
2009	518994

2.5.2 PROYECCIÓN DEMANDA FUTURA

La proyección de la demanda futura nos permite cuantificar el número de posibles visitantes que tendrá las cabañas ecológicas en Tababela, y así establecer la forma de comercialización y con esto podemos tener cual es el sector insatisfecho del lugar.

2.5.2.1 Taza de crecimiento de número de visitantes hasta el 2019

$$TC = \frac{Y_2 - Y_1}{Y_1} \times 100$$

TC: es la tasa de crecimiento

Y2: es el año final de periodo

Y1: es el año anterior del final de periodo.

Entonces tenemos como dato del año 2008 que el número de turistas es 505294 y en el año 2009 es de 560342 esto sumados entre nacionales y extranjeros.

$$TC = \frac{560342 - 505294}{505294} \times 100$$

TC= 10,89 % de crecimiento.

2.5.2.2 Proyecciones hasta el año 2019

Cuadro N° 8

Años	Demanda Total	Variable Absoluta	Variable Relativa
2009	560342	0	0
2010	621363,24	61021,24	10,89
2011	689029,69	67666,45	10,89
2012	764065,02	75035,33	10,89
2013	847271,7	83206,68	10,89
2014	939539,6	92267,9	10,89

2015	1041855,5	102315,86	10,89
2016	1155313,6	113458,1	10,89
2017	1281127,2	125813,65	10,89
2018	1420642	139514,75	10,89
2019	1575349,4	154707,4	10,89

En esta proyección podemos ver que la demanda para el año 2010 la demanda será de 621363,24 de la cual vamos a sacar un 70% de extranjeros que solo están de paso y otros solo se quedan en la ciudad de Quito y no visitan la provincia de Pichincha lo que nos lleva a una demanda potencial de 372818.

2.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.-

2.6.1 Determinación de las fuentes de Información.-

Siendo un proyecto que tiene que ver con la creación de Cabañas Ecológicas en la parroquia de Tababela, y buscando la forma de llegar a ser parte del mercado nacional e internacional, las encuestas serán dirigidas hacia una parte de los extranjeros y a todos los turistas nacionales que llegan a la zona o parroquias conjuntas.

2.6.2 Determinación del tamaño de la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra a ser encuestada tomaremos la demanda total entre visitantes locales y visitantes extranjeros, del año 2008 ya que es el dato más cercano que tenemos al actual según el INEC.

La fórmula que se va a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{N \times p \times q \times z^2}{e^2 (N-1) + z^2 \times p \times q}$$

De donde:

N = Es el universo utilizado para la muestra

P = Cantidad de datos positivos

Q = Cantidad de datos negativos

Z = Es el numero de desviación para muestreo calculo representa 1,95

E = Es el margen de error para el estudio será el 5%

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(560342) \times (1-0.50) \times (0.50) \times (1.95^2)}{(0.05^2) \times (505293) \times (1.95^2) \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$n = \frac{(560342) \times (0.50) \times (0.50) \times (3.8025)}{(0.0025) \times (505293) \times (3.8025) \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$n = \frac{480345,1}{1200.86}$$

$$n = 400$$

La aplicación de las encuestas fue dividida de la siguiente manera:

El 25% de las encuestas, es decir 100 encuestas se las realizaran a los visitantes extranjeros, ya que del numero total de entradas es mínimo el numero que visita los alrededores de la zona.

Mientras que el 75% de las encuestas, es decir 300 encuestas estarán dirigidas o se las realizará a todos los visitantes locales, es decir a la población de quito que realiza viajes por la zona.

2.7 ENCUESTAS DE MERCADO.-

La realización de las encuestas nos ayudarán a determinar cual va ser nuestra demanda potencial del proyecto que queremos implementar, así como también darnos cuenta cual

es el perfil del consumidor y cual de sus necesidades no están satisfechas por la competencia en la zona, y también el crecimiento turístico de la zona por la implementación del nuevo aeropuerto internacional de Quito.

La encuesta ha sido realizada con preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple.

Esto con el fin de analizar mejor el perfil de la potencial demanda y de la necesidad del mismo.

El esquema de preguntas que se planteó es el siguiente:

1) CUALITATIVAS

Son pregunta de datos generales, con lo cual queremos conocer mejor el perfil de cada uno de nuestros potenciales clientes.

- **Ciudad de procedencia:** Esta pregunta nos sirve para conocer mejor el número de personas que desean conocer el lugar y a que mercado nos debemos enfocar.
- **Sexo:** permite establecer el conocimiento de que género tiene mayor aceptación por el producto ofrecido.
- **Ocupación:** Con esto podemos verificar que tipo de clientes vamos a tener y como enfocarnos hacia ellos, al igual forma analizar la cultura y el grado de comprensión de nuestro producto.

2) CUANTITATIVAS

Son preguntas que nos harán comprender de mejor manera al entrevistado, definiendo su hábitos necesidades y gustos que tiene hacia el producto.

1) Conoce la parroquia Tababela?

Con esta pregunta podremos saber, si el potencial cliente conoce el lugar donde se va realizar el proyecto, y con esto ver si existe un conocimiento grande o si es mínimo del lugar.

2) Cuanto tiempo ha estado en la zona?

Esta pregunta se la realiza para verificar si las personas han estado como turistas en el lugar o solo como visitantes y con esto determinar una demanda potencial, y el tiempo que se hospedarían.

3) Cual ha sido el motivo de su viaje a Tababela?

Esta pregunta la realizamos, para saber si las personas que conocen Tababela y han estado ahí solo han viajado ahí ha sido solo por, trabajo, estudio, vacaciones o algún otro motivo y con eso ver que tan grande es la demanda e vacaciones.

4) Cuando visita Tababela o parroquias similares cual es su preferencia de alojamiento?

Esta pregunta nos ayuda a ver que tipo de alojamiento le gusta al turista, también nos ayuda a conocer que tipo de lugares conoce en el sector, así vemos si le gusta alojarse en cabañas, hosterías, hotel o en la casa de un amigo o familiar. Así determinamos también la demanda potencial.

5) Que cabañas u hosterías conoce en Tababela?

Esta pregunta la realizamos para determinar nuestra competencia directa e indirecta ya que podemos analizar los lugares que conocen los turistas y con esto ofrecer un mejor servicio y quitar las necesidades del potencial cliente.

6) Que actividad turística le gustaría practicar en la zona?

Con esta pregunta podemos orientarnos del perfil de la demanda potencial que vamos a tener así como también si no contamos con esa actividad la podemos aumentar y nos ayudaría a abarcar mas demanda.

7) Que medio de transporte utiliza para llegar a Tababela?

Esta pregunta nos sirve para ver si las personas que van a Tababela que tipo de medio de transporte utilizan ya que con esto podemos ver que tal es el acceso a la zona sea esto en viabilidad y en transporte publico, así como también se pueda ver si se establece en las cabañas esto como facilidad del cliente.

8) Le gustaría alojarse o visitar cabañas ecológicas en Tababela?

Esta pregunta nos sirve para ver la potencial demanda con la que van a contar las cabañas ecológicas.

9) Cuantos días le gustaría disfrutar de las cabañas ecológicas?

Esta pregunta esta dirigida a ver que tipo de turismo vamos a tener, si es un turismo de largo, media, o corto plazo y a que tipo de mercado nos debemos dirigir en este caso.

10) Con cuantas personas nos visitaría?

Con esta pregunta podemos ver si los potenciales clientes van a venir en familia, van a venir individualmente o con parejas y con esto direccionar las necesidades que tuvieran cada uno de estos.

11) Cada cuanto tiempo le gustaría viajar a nuestras cabañas?

Con esto podríamos verificar si las cabañas ecológicas van a pasar ocupadas y con esto ver si es factible o no invertir en este proyecto.

12) Cuanto estaría dispuesto en gastar diario y por persona?

Esta pregunta nos ayudará a ver que tipo de precios podemos poner para tener una mejor demanda y como estamos posicionados con la competencia y así lograr satisfacer las necesidades de los potenciales clientes.

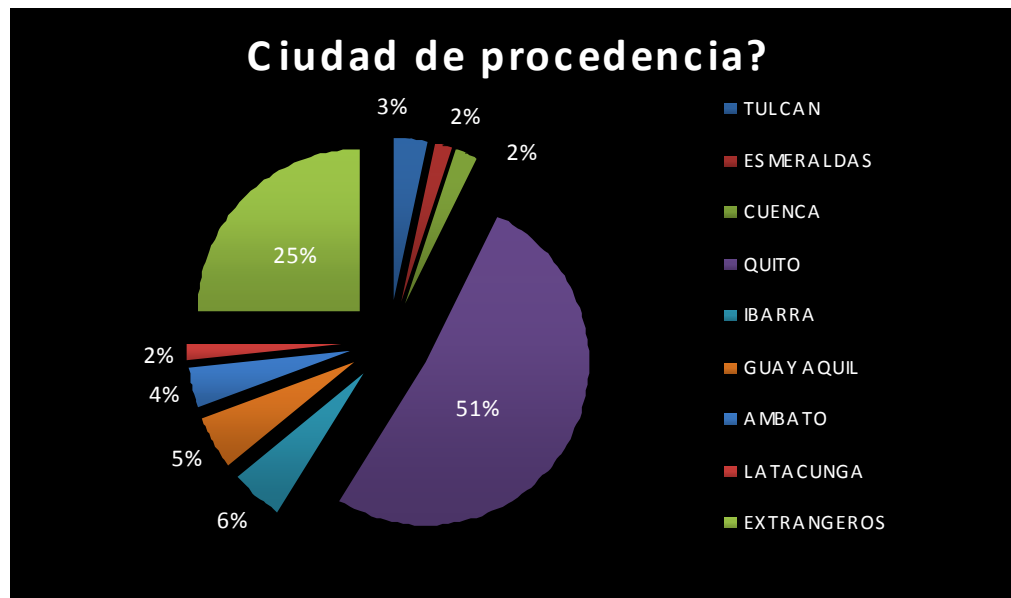
13) Que tipo de gastronomía le gustaría en el lugar?

Esta pregunta la realizamos porque en nuestro restaurante queremos poscionarnos en la zona como el mejor satisfaciendo las necesidades de cada uno de los potenciales clientes de acuerdo a su gusto gastronómico.

2.7.1 RESULTADOS DE LA TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS.

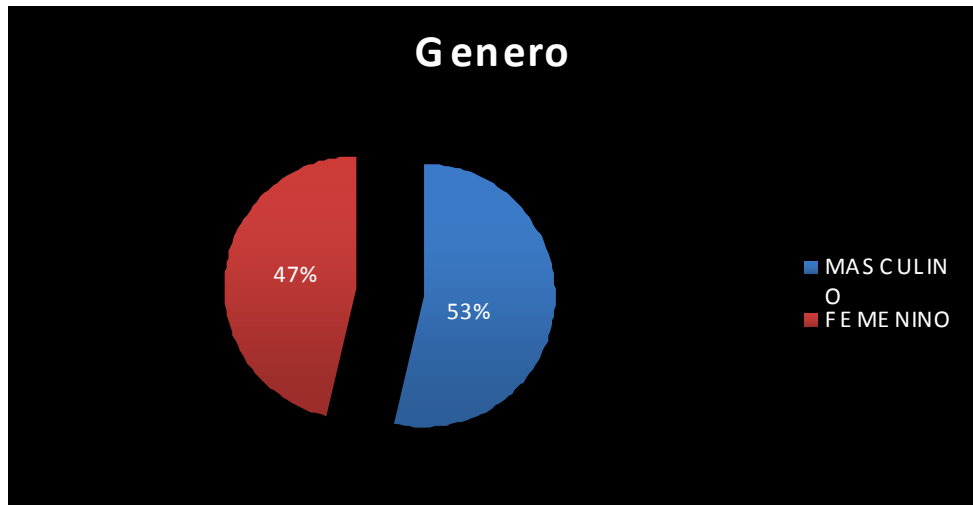
CUALITATIVAS

CUIDAD DE PROCEDENCIA	TULCAN	13
	ESMERALDAS	7
	CUENCA	9
	QUITO	206
	IBARRA	22
	GUAYAQUIL	21
	AMBATO	15
	LATACUNGA	7
	EXTRANGEROS	100



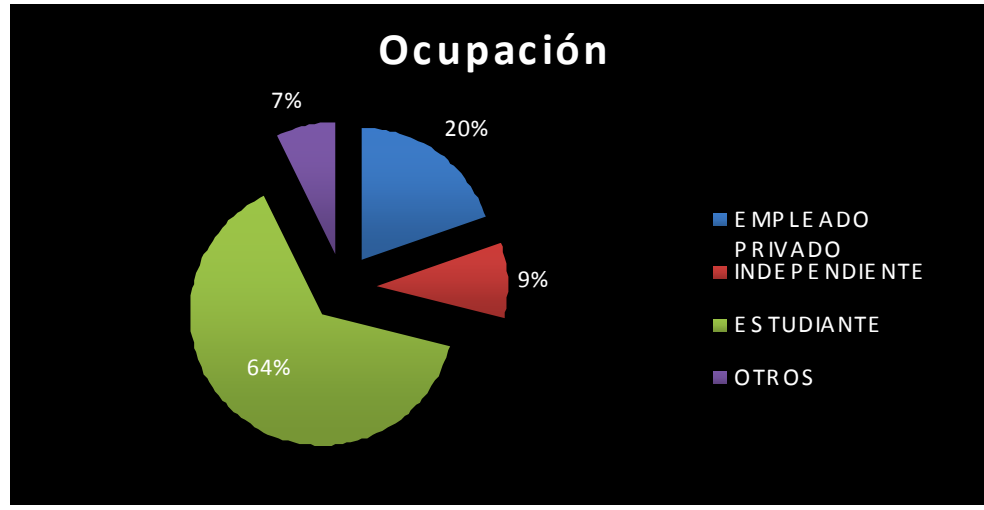
En el resultado de esta pregunta, podemos observar que la mayoría de gente encuestada son del Ecuador en los cual se han dividido en las siguientes provincias, así como también existe un numero grande de extranjeros.

GENERO	MASCULINO	214
	FEMENINO	186



Según las encuestas realizadas podemos observar que existe un casi equilibrio entre hombres y mujeres, lo cual nos hace ver que podemos enfocarnos directamente a los grupos .

OCUPACIÓN	EMPLEADO PRIVADO	79
	INDEPENDIENTE	36
	ESTUDIANTE	256
	OTROS	29

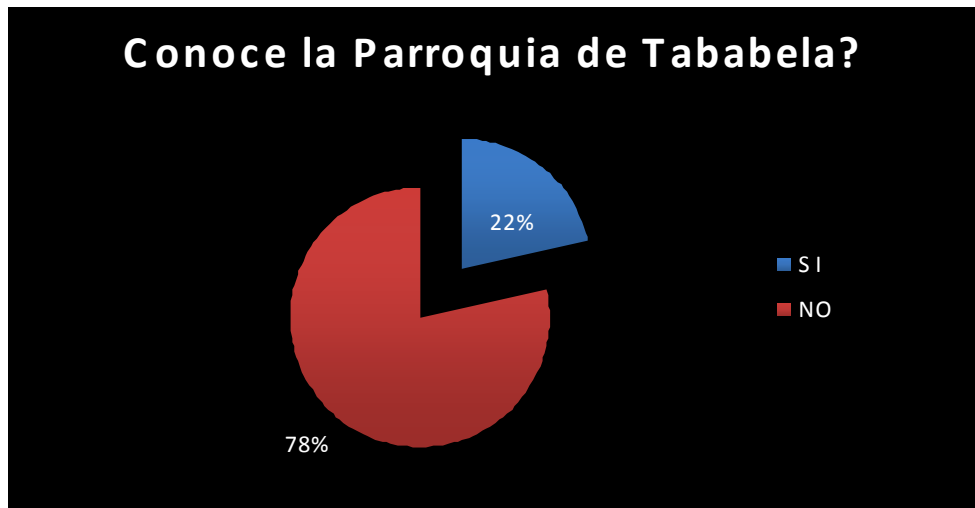


Las encuestas fueron realizadas en las universidades y en la mayoría de extranjeros que llegan al país son estudiantes lo que nos indica que debemos también llegar hacia ellos pero también los empleados, les gusta mucho los viajes vacacionales.

CUANTITATIVAS

Conoce la parroquia de Tababela?	SI	87
	NO	313

Conoce la Parroquia de Tababela?



Con esta pregunta lo que se buscaba era ver cual es el conocimiento del lugar, con lo cual los resultados fueron negativos ya que mucha gente no conoce el lugar han escuchado hablar por que el nuevo aeropuerto va ir a esa zona, pero nunca han ido o mucho peor han escuchado acerca de la existencia de la parroquia de Tababela mientras que las personas que conocen es también por que viven cerca del lugar.

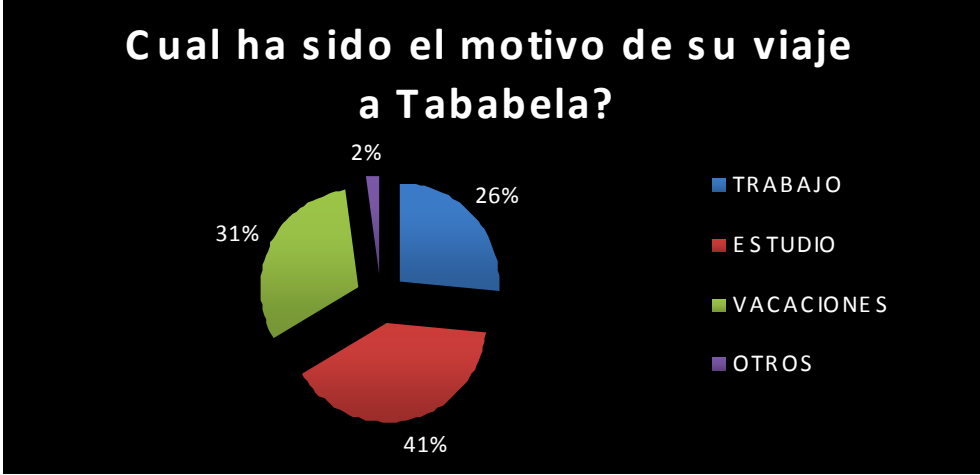
Cuanto tiempo ha estado en la zona?	8 HORAS	23
	12 HORAS	24
	1 DIA	31
	2 DIAS Y 1 NOCHE	5

	MAS DE 2 DIAS	4
--	---------------	---



En esta pregunta lo que buscamos es ver que, toda la gente que conoce Tababela ha estado por mas de un día y se convierte en turista o ha estado menos según los resultados podemos observar que lo máximo que han estado en la parroquia de Tababela ha sido un día eso quiere decir que lo que buscamos es, hacer que los potenciales clientes se queden por mas de dos días en el lugar y así lograr un buen ingreso de recursos para el lugar y para la zona en el aspecto turístico.

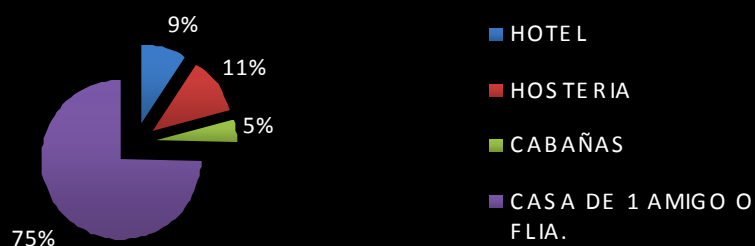
Cual ha sido el motivo de su viaje a Tababela?	TRABAJO	23
	ESTUDIO	35
	VACACIONES	27
	OTROS	2



Con esta pregunta buscábamos ver si la gente que conoce Tababela y ha estado un día o mas ha sido por que motivo ya que con esto nos indicaría a que tipo de mercado enfocarnos y como la mayoría contestaron que van por estudios por trabajo y por vacaciones lo que deberíamos enfocarnos es en las universidades, colegios y en lo que tiene que ver con programas corporativos y en las agencias de viajes realizando paquetes turísticos adecuados.

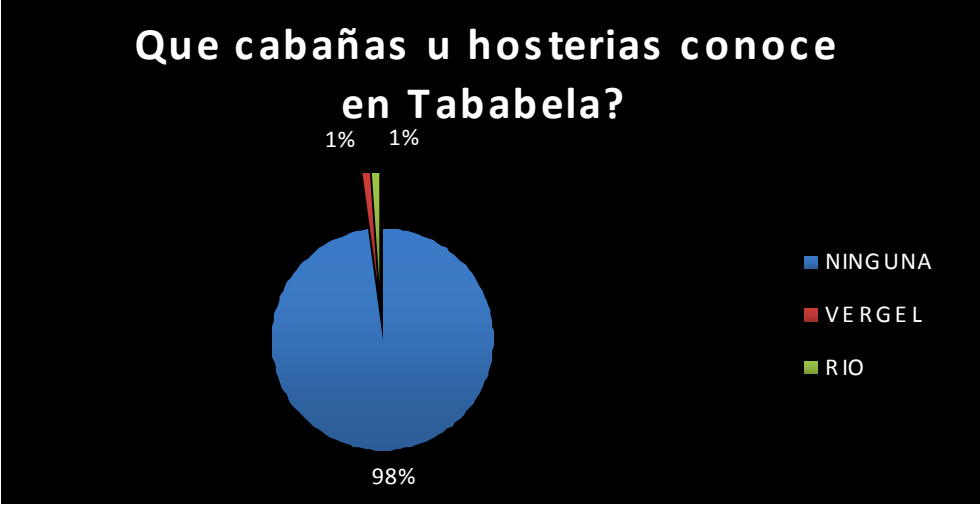
Quando visita Tababela o parroquias similares cual es su preferencia de alojamiento?	HOTEL	8
	HOSTERIA	10
	CABAÑAS	4
	CASA DE 1 AMIGO O FLIA.	65

Cuando visita Tababela o parroquias similares cual es su preferencia de alojamiento?



Esta pregunta nos ayuda a comprender el estudio de la oferta que hicimos ya que la mayoría de personas que van a Tababela se quedan en la casa de un amigo o familiar es muy reducido el grupo que se queda en hotel, hostería y cabañas, lo cual significa que si nosotros cumplimos con las necesidades de los potenciales clientes vamos a lograr tener una excelente demanda de las cabañas.

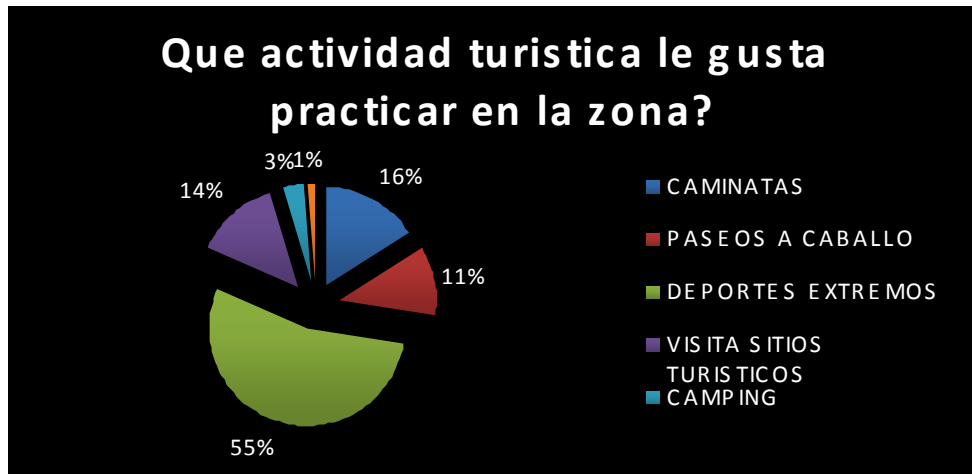
Que cabañas u hosterías conoce en Tababela?	NINGUNA	85
	VERGEL	1
	RIO GRANDE	1



Con este resultado podemos tener en que posición del mercado se encuentra las cabañas ecológicas, y cual es la competencia directa, al ser mucho mas de la mayoría los que no conocen ninguna cabaña u hostería, nos hace que el programa de difusión y de publicidad debe ser grande ya que lo que buscamos es movernos en el mercado, y sobre todo con la construcción del nuevo aeropuerto, lo cual hace que la zona crezca potencialmente.

Que actividad turística le gusta practicar en la zona?	CAMINATAS	14
	PASEOS A CABALLO	10
	DEPORTES EXTREMOS	47

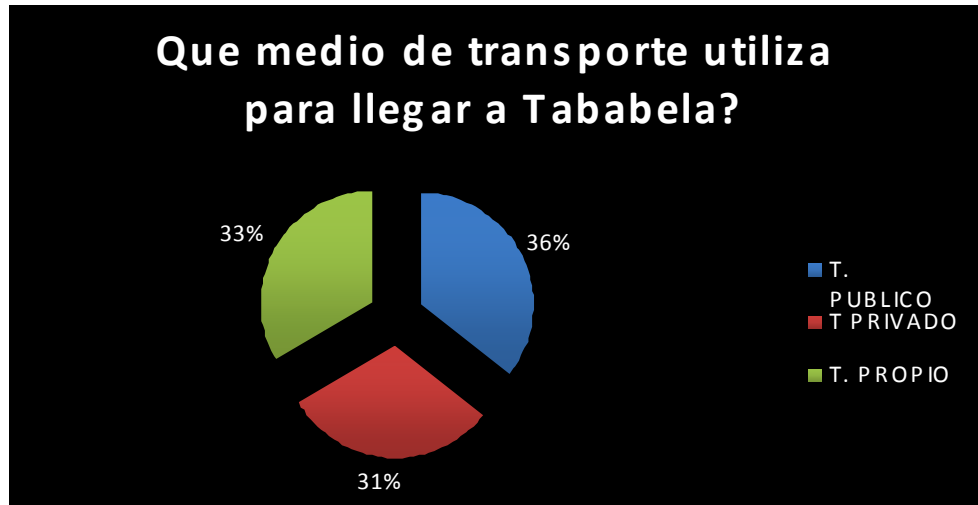
	VISITA SITIOS TURISTICOS	12
	CAMPING	3
	OTRO	1



Con esta pregunta podemos, ver que tipo de turismo les gusta realizar a los turistas, ya que a muchos les gusta los deportes extremos las caminatas las cabalgatas y así podemos ver que tipo de servicios turísticos vamos a brindar en las cabañas ecológicas, siendo como principal y de acuerdo a las encuestas los deportes extremos que se practican mucho, también las camitas con guianza.

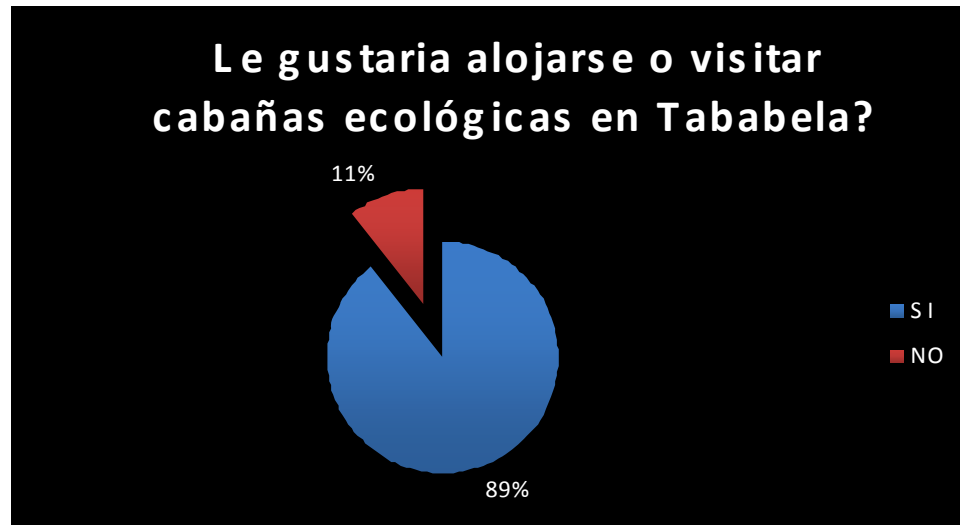
Que medio de transporte	T. PUBLICO	31
-------------------------	------------	----

utiliza para llegar a Tababela?	T PRIVADO	27
	T. PROPIO	29



Con los resultados de la esta pregunta podemos observar que el principal medio de transporte de las personas que han ido a Tababela es por medio de transporte público, pero también se uso el transporte propio y el transporte privado lo que nos indica que los accesos y la viabilidad del lugar se encuentran muy bien, al igual que la señalización y con la construcción del nuevo aeropuerto de quito las señalización va mejorar, por lo que va ser muy fácil llegar a la parroquia de Tababela.

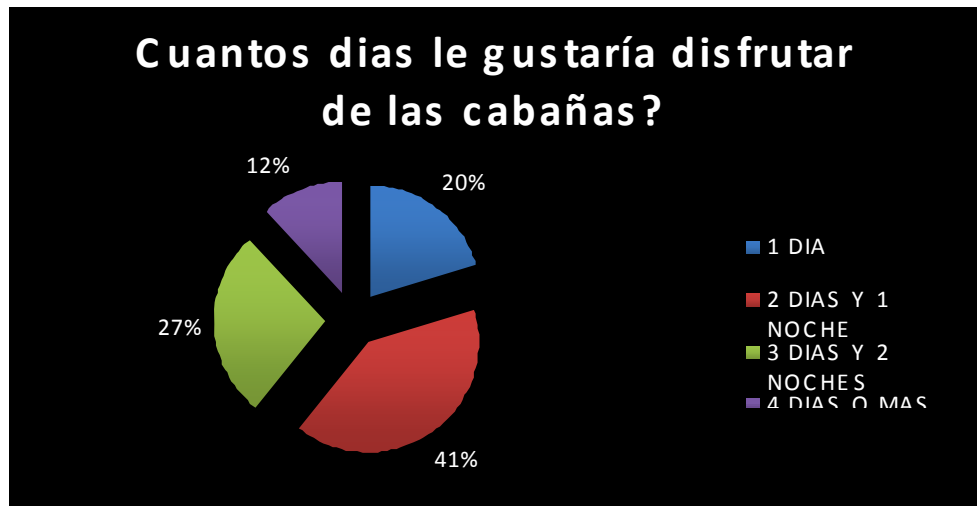
Le gustaría alojarse o visitar cabañas ecológicas en Tababela?	SI	357
	NO	43



El resultado de esta pregunta nos muestra que la gran mayoría de los encuestados les gustaría alojarse en las cabañas ecológicas en Tababela, lo cual nos muestra que vamos a tener una demanda potencial grande, así como hay un pequeño porcentaje que no le gustaría lo que nos lleva a realizar una gran promoción del lugar y llegar a esos consumidores.

Cuántos días le gustaría disfrutar de las cabañas?	1 DIA	72
	2 DIAS Y 1 NOCHE	145
	3 DIAS Y 2 NOCHES	97

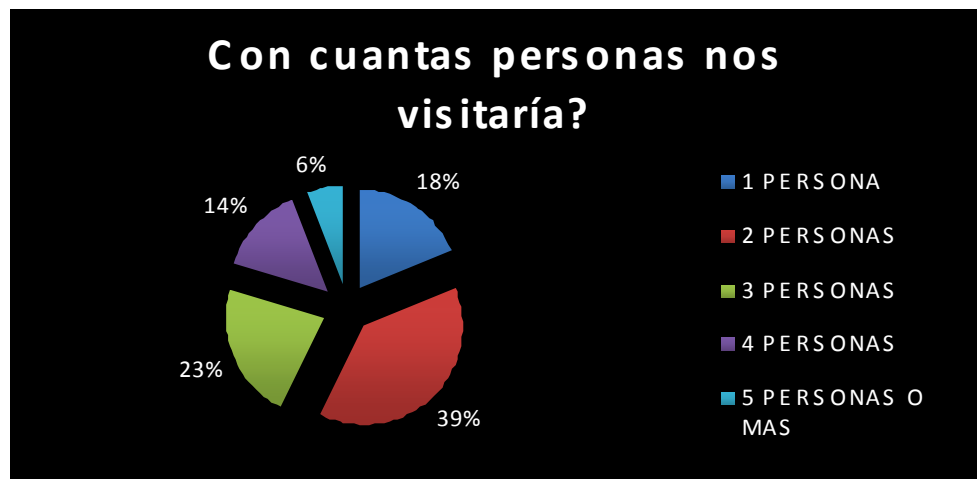
	4 DIAS O MAS	43
--	--------------	----



Con el resultado de esta pregunta podemos deducir que la mayoría de encuestados que quisieran ir a las cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela le gustaría pasar un fin de semana o 2 días una noche, así como también tres días dos noches, pero lo también existen encuestados que irán por mas de 4 días por lo que tenemos que tener muchos servicios de recreación acordes con las necesidades del cliente potencial.

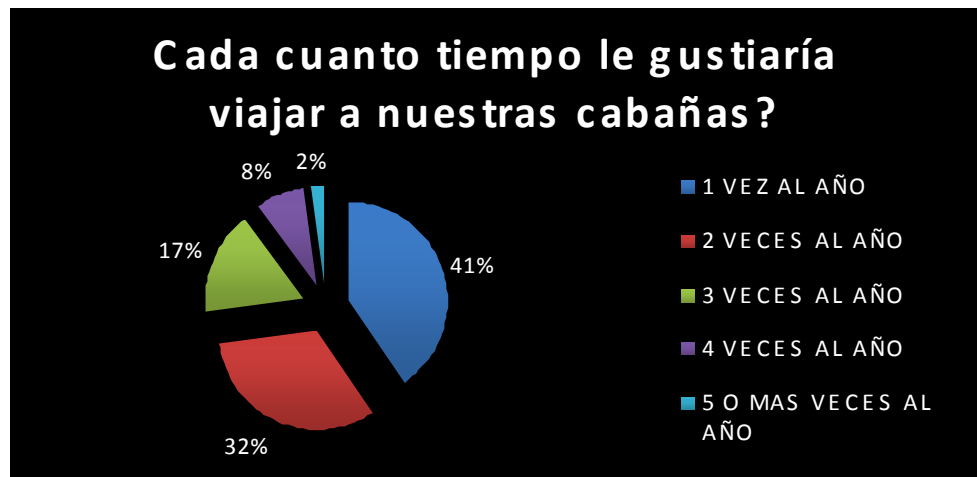
Con cuantas personas nos visitaría?	1 PERSONA	66
	2 PERSONAS	138
	3 PERSONAS	81

	4 PERSONAS	51
	5 PERSONAS O MAS	21



Los resultados de esta encuesta nos demuestran que la forma de viajar mas utilizada por las personas que han sido encuestadas es en pareja, pero también hay un alto porcentaje de personas que viajan de tres personas lo que nos indica que también las personas les gusta viajar en familia, ya que las familias pueden ser de 3 hasta de 5 o mas personas lo que indica que la demanda potencial va estar muy bien satisfecha.

Cada cuanto tiempo le gustaría viajar a nuestras cabañas?	1 VEZ AL AÑO	145
	2 VECES AL AÑO	116
	3 VECES AL AÑO	60
	4 VECES AL AÑO	28
	5 O MAS VECES AL AÑO	8



Los resultados de esta pregunta, nos demuestra que cada uno de las personas que han sido encuestadas y que estarían dispuestas alojarse en las cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela, piensan ir por lo meno una vez al año pero también es un alto porcentaje de personas que pensarían en ir dos veces, lo cual indica que como queda cerca de atractivos muy importantes va llegar ha ser visitadas por mas de 5 veces al año, al igual que por su cercanía de la ciudad de Quito.

Cuanto estaría dispuesto a gastar diario y por persona?		
HOSPEDAJE	ALIMENTACION	
20 - 50 USD	/ 5 - 15 USD	168

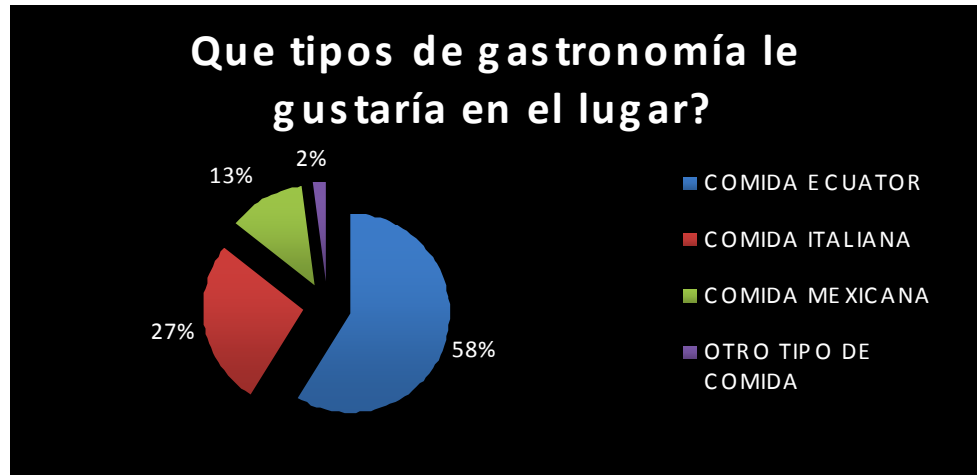
50 - 80 USD	/ 15 - 30 USD	142
80 - 110 USD	/ 30 - 45 USD	44
110 O MAS	/ 45 O MAS	3



Los resultados que arrojo esta pregunta de la encuesta demuestra dos precios importantes o dos gastos importantes que harían los turistas por visitar y alojarse diariamente en las cabañas ecológicas los precios que tienen mas porcentaje oscilan entre 20 7 50 dólares por alojamiento y 5 y 15 dólares por alimentación, igual que existe un importante porcentaje de los precios que oscilan entre los 50 y 80 dólares por alojamiento y 15 y 30 dólares por alimentación.

Que tipos de gastronomía le gustaría en el lugar?	COMIDA ECUATOR	210
	COMIDA ITALIANA	95

	COMIDA MEXICANA	45
	OTRO TIPO DE COMIDA	7



El resultado de esta pregunta nos sirve para ver que tipo de gastronomía se va a elaborar en el restaurante de las cabañas ecológicas, el porcentaje mas alta tiene que ver con comida ecuatoriana, lo cual hace que realmente se sirva comida típica en el restaurante ya que es el que mas llama la atención a las personas que vienen de otro país o las personas que vienen de otras regiones.

2.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA.-

OFERTA

“Es la expresión de la actividad de los vendedores, es decir que cantidades estan dispuestas a vender un determinado precio”.¹⁶

¹⁶ Proyectos de Ingeniería su metodología, Limusa _ Noriega Editores

2.8.1 OFERTA HISTÓRICA

La oferta histórica indica los establecimientos que han sido creados en años anteriores y el número de plazas que estos ofrecen a los turistas que llegan a la parroquia, con características similares, los datos parten del año 2008 debido a que los propietarios de los lugares solo nos proporcionaron de esos años.

Cuadro N° 9

Detalle	2008	2009
Complejo turístico las tomas	12600	14300
Complejo turístico el vergel	6600	8400
Total:	19200	22700

2.8.2 OFERTA FUTURA

Con la oferta futura pretendemos establecer el número de plazas que puede existir en los próximos 10 años este número está íntimamente relacionado con el desarrollo turístico y económico de la parroquia.

2.8.1.1 Taza de crecimiento de la oferta turística

$$TC = \frac{Y2 - Y1}{Y1} \times 100$$

TC: es la tasa de crecimiento

Y2: es el año final de periodo

Y1: es el año anterior del final de periodo.

Entonces tenemos como dato del año 2008 que el número de plazas ocupadas fueron de 19200 y en el año 2009 el número de plazas ocupadas fueron de 22700.

$$TC = \frac{22700 - 19200}{19200} \times 100$$

19200

TC= 18.22 % de crecimiento.

Cuadro N° 10

Años	Oferta Total	Variable Absoluta	Variable Relativa
2009	22700	0	0
2010	26836	4136	18,22
2011	31725,5	4889,5	10,89
2012	37505,9	5780,3	10,89
2013	44339,5	6833,57	10,89
2014	52418,15	8078.66	10,89
2015	61968,73	9550,6	10,89
2016	73259,4	11290,7	10,89
2017	86607,3	13347,8	10,89
2018	102387,14	15779,8	10,89
2019	121042,07	18654.93	10,89

2.9 ESTUDIO DE LA OFERTA

2.9.1 Complejo turístico el vergel.

Cuenta con 1500 metros cuadrados de terreno, localizado en el kilometro 2 entre las parroquias de Pifo y Yaruquí, sus instalaciones pueden albergara hasta 60 personas dentro de su restaurante y 150 personas en todas las instalaciones, teniendo una demanda total de 800 personas en el mes en temporada alta, como son los meses de agosto y septiembre.

Dentro del complejo las personas tiene un consumo promedio de 10 dólares por persona.

2.9.2 Complejo turístico las tomas.

Mucho más grande que su actual competidor en espacio físico, al tener un terreno de 10000 metros cuadrados, localizado al norte del pueblo de yaruqui su capacidad de albergue es de 40 personas el restaurante y 300 personas sus instalaciones, debido a

no tener sitios de recreación como su inmediato competidor no tienen una gran demanda de visita, incluso de los pobladores de Yaruquí, esto nos da que en temporada tiene un estimado de visitas de 300 personas al mes, con un consumo promedio de 6 dólares por persona.

2.10 OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

2.10.1 Complejo turístico el Vergel

Dentro de los productos y servicios que ofrece el complejo turístico el Vergel podemos mencionar los siguientes:

Restaurante para 60 personas

- 1 piscina que incluye áreas húmedas como sauna hidromasaje y turco
- Canchas deportivas de fútbol y de volley
- Parqueadero para 10 autos

Los servicios por los que posee ingresos son

- Restaurante
- Cover in que incluye el uso de todas las instalaciones.

Para esto está dotado de personal como es:

- Gerente propietario
- Tres cocineros
- Un posillero
- Un guardia de seguridad

2.10.2 Complejo turístico las Tomas.

Los productos y servicios que ofrece dentro de sus instalaciones son los siguientes:

- Restaurante
- 2 canchas de indor fútbol
- 1 piscina de truchas
- 3 botes de pedal
- Áreas verdes
- Parqueadero para 15 autos

Posee ingresos por los siguientes servicios:

- Restaurante
- Cover in que incluye el usos de las canchas y de las áreas verdes

Alquiler de botes

- Pesca deportiva
- Valor por trucha pescada
- Cocción de trucha pescada

El personal que tiene a disposición de los visitantes es el siguiente:

- Gerente propietario
- Co-gerente propietario
- 2 cocineros
- 1 posillero

1 guardia de seguridad que también realiza los mantenimientos del lugar

2.11 BALANCE DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Con el balance de la oferta y la demanda podemos obtener la demanda insatisfecha que tiene este servicio, y cuantas plazas se podrán cubrir con nuestra propuesta.

Para el calculo de la oportunidad en el mercado vamos a restr la demanda de la oferta y asi obtendremos la oportunidad en el merccado.

Balance Oferta Demanda

Cuadro N° 11

Años	Demanda	Oferta	Oportunidad en el mercado
2010	621363,24	26836	594527,24
2011	689029,69	31725,5	657304,19
2012	764065,02	37505,9	726559,12
2013	847271,7	44339,5	802932,2
2014	939539,6	52418,15	887121,45
2015	1041855,5	61968,73	979886,77
2016	1155313,6	73259,4	1082054,2
2017	1281127,2	86607,3	1194519,9
2018	1420642	102387,14	1318254,9
2019	1575349,4	121042,07	1454307,3
TOTAL	10335557	638089,69	9697467,26

Como se puede apreciar contamos con una demanda insatisfecha del 89,3% lo cual es muy alta de una demanda potencial.

De los cuales nuestras cabañas no puede abarcar o brindar servicios a todo este mercado. Sino brindar el servicio al 10% de la demanda potencial durante todo el año es decir captar un mercado similar o mayor un poco a los otros complejos cubren en conjunto. Dejando aun así una demanda insatisfecha del 79,3% del mercado potencial.

CAPITULO III

3.0 PLAN DE MARKETING

3.1 JUSTIFICACIÓN

El plan de marketing como tal, es de gran ayuda para cualquier tipo de gestión dentro de la organización, y con esto llegar de mejor modo al mercado, y tener una idea del posicionamiento que tendrá este en la mente de los consumidores.

El marketing es el proceso de planificación y distribución del intercambio de productos y servicios conforme a los conceptos vistos del marketing en precio y promoción, todo previo a las acciones de la demanda, como al publicidad y la promoción.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 Objetivo General.-

Oferta de servicios turísticos así como también la conservación del lugar mediante un turismo sostenible.

3.2.2 Objetivos específicos del proyecto.-

- Promocionar habitaciones y restaurante de excelente calidad.
- Promocionar la conservación de especies del zona.
- Captar un mercado local e internacional.
- Establecer alianzas con aerolíneas así como agencias de viajes operadoras.

3.3. DEFINICIONES.-

“ El Marketing es el proceso de planificación y ejecución del producto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, a fin de crear intercambios que satisfagan tanto objetivos individuales como de las organizaciones.”¹⁷

3.4 Misión y Visión

3.4.1 Misión.-

Mediante la conservación del medio ambiente y el desarrollo turístico de la zona brindar bienes y servicios turísticos con la mejor calidad y el mejor precio para nuestros visitantes.

3.4.2 Visión.-

Estar en los estándares de una empresa ecológica y formar a ser las primeras cabañas ecológicas del lugar con un alto nivel de conservación.

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS /COMPARATIVAS

Las Cabañas el rincón Natural del Aeropuerto ofrecen un servicio distinto a las demás, con un enfoque especial en la relación sostenible con la naturaleza, tratando de encontrar y solucionar los problemas que se presenten por el mal uso de los recursos naturales, es por esto que se cuenta con trabajadores especializados en turismo sostenible, que con su conocimiento se tratará de dar recomendaciones que contribuyan el buen uso del suelo.

¹⁷ Definición de marketing Propuesta por la American Marketing Association

3.6 ANALISIS FODA

Fortalezas.-

- Ambiente familiar.
- Tiene excelentes paisajes, así como también se practica un turismo sostenible y al igual tiene un buen clima para todo.
- Excelente comida tanto nacional como internacional.
- Buen servicio y calidad.
- Atractivos turísticos así como también muchas rutas turísticas alrededor de la zona.
- Comunicación a cualquier parte del mundo o nacional.
- Los empleados hablan ingles.
- Totalmente ecológico.
- Experiencia acumulada.
- Ubicación geográfica.
- Se encuentra cerca del nuevo aeropuerto internacional de quito.
- Excelente ambiente con la naturaleza.

Debilidades.-

- Manejo administrativo, ya que no existe una total confianza en los empleados.
- Sonidos de los aviones que llegan a la ciudad.
- Hostería ecológica por lo cual conlleva una infraestructura un poco riesgosa.

Oportunidades.-

- Trabajar directamente con el mercado nacional, local e internacional.

- Un lugar de interés aun sin ser explotado.
- Poco costo de las instalaciones por ser ecológicas.

Amenazas.-

- Sobrecarga turística y no exista un turismo sostenible ni ecológico.
- Catástrofes naturales como la explosión del Cotopaxi.
- Paso de carros pesados y daños de la vía de acceso.
- Competencia desleal durante los primeros años de turismo por el nuevo aeropuerto internacional de Quito.

CUADROS DE VALORACIÓN DEL FODA

Cuadro N°10

	Infraestructura	Calidad del producto	Seguridad	Servicio al cliente	Ubicación	Servicios complementarios	Tecnología	Variedad de servicios	Manejo de proveedores	Habilidad de negociación	Capacidad gerencial	Competencia por precios	TOTAL	PRIORIDAD
IMPORTANCIA	10	10	9	8	7	7	6	5	4	4	3	2	75	
FORTALEZAS														
Personal calificado	8	8	8	7	6	7	5	5	4	4	2	2	66	1
Alto diferencial	6	6	6	7	7	6	6	4	4	3	3	2	60	4
Tecnología	8	7	5	7	7	7	6	5	4	4	3	2	65	7
Maquinaria	6	7	7	7	6	5	5	5	4	4	2	2	60	6
Población creciente	7	6	7	8	6	7	5	4	4	2	2	2	60	10
Amplio lugar para parquear	6	7	7	6	6	0	6	4	4	3	2	2	53	4
Mercado existente	6	7	7	4	7	6	4	5	3	3	3	1	56	5
Aceptación del producto	6	7	6	4	7	7	6	5	4	4	2	2	60	9
Empresa nueva	7	8	8	7	5	0	6	5	4	4	2	2	58	5
Conocimientos técnicos	7	8	7	5	6	7	6	4	2	4	3	1	60	8
Variedad de proveedores	8	7	7	5	5	7	5	5	2	2	2	1	56	2
Productos nacionales	7	9	7	6	6	7	5	4	3	4	3	2	63	3
Solido estudio de mercado	6	7	8	6	6	7	6	5	4	3	3	2	63	1

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que la fortaleza con mayor importancia es el personal calificado con un puntaje de 66, en cambio el de menor importancia es el de amplio lugar para parquear lo que nos indica se esta aprovechando el máximo espacio par el proyecto.

	Infraestructura	Calidad del producto	Seguridad	Servicio al cliente	Ubicación	Servicios complementarios	Tecnología	Manejo de proveedores	Habilidad de negociación	Capacidad gerencial	Competencia por precios	TOTAL	PRIORIDAD
IMPORTANCIA	10	10	9	8	7	7	6	4	4	3	2	70	
DEBILIDADES													
Empresa nueva	6	6	6	7	6	6	6	2	3	2	2	52	1
Competencia indirecta posicionada	8	8	7	8	5	6	6	4	4	3	2	61	3
Inversión limitada	8	5	7	6	7	6	5	2	3	3	2	54	2

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que la debilidad con mayor importancia es la competencia indirecta posicionada con un puntaje de 61, en cambio el de menor importancia es el hecho de ser una empresa nueva ya que arroja como resultado un 52.

3.7 NOMBRE DE LAS CABAÑAS: “Cabañas el rincón natural del aeropuerto”.

3.8 LOGO:



3.9 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Con esto determinaremos estrategias para la introducción al mercado, los cuales se plantean para poder captar segmentos claves de la población para su comercialización y venta, fijando los mejores precios y estimulando la relación de las personas con la naturaleza.

3.9.1 Producto o servicio:

El producto no existe como tal, sino como un conjunto de atributos o características de aquél, que en principio son capaces de reportarle al comprador algún beneficio con relación a los usos o funciones buscados (es decir a sus necesidades).¹⁸

- **Cabañas ecológicas:**

Las cabañas ecológicas que ponemos a su disposición están divididas en tres ambientes las cuales son las cabañas más grandes, las cabañas medianas y las cabañas más pequeñas, cada cabaña está distribuida en una pequeña sala de estar hecha totalmente de bambú con ambiente familiar y la alcoba comodamente distribuida para los diferentes turistas. Son 12 cabañas con servicio de TV cable, teléfono, baño y room service.

Cuando son nuestros huéspedes, las cabañas le ofrecen: Desayuno de bienvenida si es en la mañana, así como si es en la tarde o noche le ofrece un cóctel de bienvenida uso de todas las instalaciones del lugar.

¹⁸ KOTLER, P; BOWEN, J; MAKENS, J; RUFIN MORENO, R; REINA PAZ, M.D., Marketing para el Turismo, tercera edición, Pearson Education, Madrid 2004.

- **Restaurante:**

Totalmente con ambiente familiar y ecológico, la decoración clásica de las antiguas casas de la colonia con la diferencia que tiene mezclas de bambú con madera, un lugar acogedor. Nuestro restaurante tiene una capacidad para 60 a 65 personas en horario de atención de 6h00 a 22h00, todos los días de la semana.

- **Servicio turísticos y de guianza:**

Las cabañas ponen a su disposición el servicio de guianza para los diferentes servicios como lo son los de caminatas o de cabalgatas a los alrededores de la zona, así como también las cabañas proporcionan paquetes turísticos a los lugares cercanos de la zona como son a Papallacta, a Baeza, al Chaco y a los diferentes lugares cercanos a la zona, así como también contamos con las rutas en el sendero Oyacachi – el Chaco tanto en recorridos cortos como en los largos.

3.9.2 Promoción:

En un principio las cabañas van a tener una promoción mediante el cual comuniquen todos los servicios que se van a brindar para persuadir a los turistas para lograr que sea el mejor lugar de alojamiento y de alimentación de la zona.

Las estrategias que se va a utilizar son:

3.9.3 Publicidad:

- Realizar el lanzamiento de nuestra pagina web, mediante el cual podamos mostrar todos los servicios que cuentan las cabañas los datos principales y como contactarnos.
- También mediante las redes sociales como son el facebook y messenger realizar campañas ya sea mediante bases de datos o solo creando aplicaciones que lleguen a todos los usuarios de facebook o messenger con el link de las cabañas.
- Se realizaran volantes con las especificaciones los cuales se los pondrá en los diferentes puntos de información turística así como también en el nuevo aeropuerto de quito para que tengan mayor información los turistas.
- Realizaran campañas de envío de mails con todo la base de datos que manejamos para darles un modo mas fácil de conocer todos lo servicios que brindamos.

La cual va ser por medio de redes sociales en el internet ya que eso esta teniendo fuerza ahora así como también se van a realizar una pagina web donde todos los turistas puedan ver fotos de todo los que se realiza en las cabañas ecológicas, también se va realizar convenios con diferentes agencias de viajes para formar parte de los destinos turísticos más importantes en Quito.

La promoción también va ser por medio del ministerio de turismo, de las diferentes cámaras de turismo del país así como propagandas ya sea en radio televisión o prensa.

3.9.4 Distribución:

Es el conjunto de decisiones de marketing encuadradas dentro de lo que se conoce como gestión de acercamiento físico. Supone decir entre otros, los siguientes aspectos:

canales, cobertura, localización y transporte.¹⁹

La distribución o posicionamiento en el mercado se va dar con agencias de viajes que promociones el lugar así como también en una primera fase se realizará venta personal tanto a grupos como a diferentes familias.

3.9.4.1 Estrategias de distribución:

Para promocionar mas el lugar contamos con una oficina localizada en la Jerónimo Leyton N23-111 y la Gasca, lo cual nos permitirá que desde aquí se realizan las ventas de paquetes o de alojamiento en el lugar.

También trabajaremos con el ministerio de turismo para tener una mejor promoción así como focus group y mediante redes sociales en el internet para dar a conocer mejor acerca de nuestra pagina web y de servicios que brindamos.

El trabajar con agencias de viajes operadoras no hará que tengamos un espacio en los diferentes itinerarios de los paquetes turísticos que tengan y así incrementar el posicionamiento en el mercado tanto local como internacional y que sea este un lugar importante de vista para los turistas.

3.9.5 Precio:

En cuanto a lo que tiene que ver con la fijación del precio la administración y los accionistas van a llegar a una meta la cual realizara un objetivo de fijación de precio.

¹⁹ PUJOL BRUNO, Diccionario de Marketing, Editorial Cultural, España, 1999 Pág. 101

El precio también tendrá que ver que de acuerdo a su nivel ingresos la empresa tendrá una rentabilidad así como también se debe establecer un precio acorde con la competencia, debido a que muchas de las cabañas ecológicas manejan un precio similar lo cual no hace una diferencia significativa.

TARIFAS DE ALOJAMIENTO:

Temporada baja

Cuadro N° 9

CABAÑAS DOBLES O SIMPLES	USD 20
CABAÑAS PARA 4 PERSONAS	USD 40
CABAÑAS PARA 6 PERSONAS	USD 130

Temporada Alta

CABAÑAS DOBLES O SIMPLES	USD 25
CABAÑAS PARA 4 PERSONAS	USD 50
CABAÑAS PARA 6 PERSONAS	USD 150

Son 12 cabañas con una pequeña sala de estar hecha totalmente de bambú con ambiente familiar y la alcoba cómodamente distribuida para los diferentes turistas.

Y también con servicio de TV cable, teléfono, baño y room service.

El alojamiento incluye:

- Cóctel o desayuno de bienvenida por cada persona.
- Uso de todas las instalaciones así como también el área de camping.

- Cabalgata por los alrededores de la zona o caminata guiada por los alrededores de la zona.
- Parqueadero privado.
- Precio especial por el menú del día de USD 4.50.
- Periódico del día en la puerta de su cabaña.
- Seguridad.

(Los precios no incluyen los impuestos de ley).

3.10 CUADRO DE PRESUPUESTO DE LAS ESTRATEGIAS.

Cuadro N°10

Campo	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Total
Arriendo de oficina	250	250	250	250	250	250	250	1750
Internet	24	24	24	24	24	24	24	168
Focus Group	0	0	0	200	0	0	0	200
Creación pagina web	220	0	0	0	0	0	0	220
Volantes	25	25	25	25	25	25	25	175
Trípticos	25	25	25	25	25	25	25	175
							Total:	2688

El arriendo de la oficina se lo realizará por siete meses mientras se terminan la construcción del proyecto esto nos servirá para la promoción y constitución del lugar se realizaran todos los contactos y toda la promoción del lugar.

El internet se pagará a parte de la oficina durante los meses que funcione la oficina y la campaña de promoción del lugar, ya que también se pondrá oficina en las cabañas,

vamos a realizar un focus group con la empresa “HABITUS”, en donde buscaremos la mejor forma de llegar a los clientes y a que tipo de personas nos vamos a dirigir.

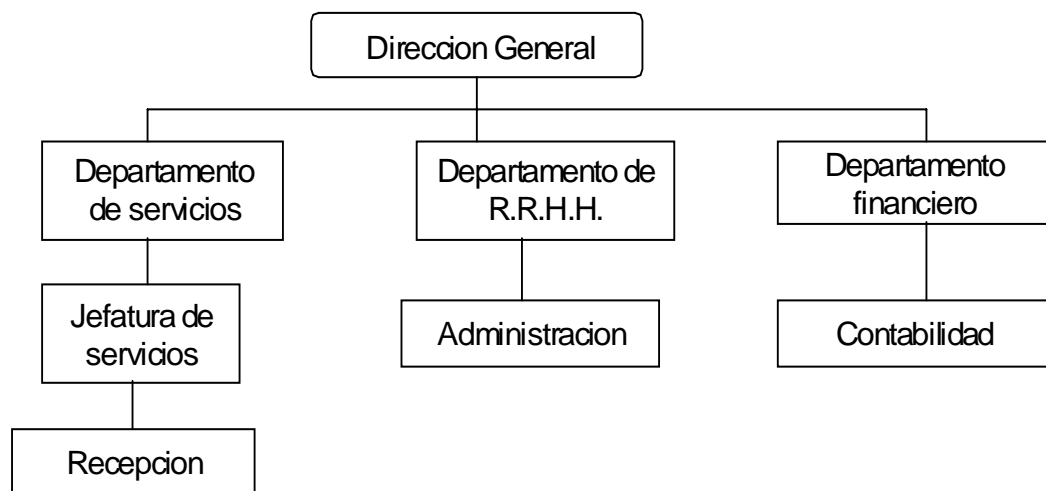
También vamos a invertir en la pagina web para que dar a conocer las cabañas de una forma mas detallada, al igual que en la campaña de promoción vamos a lanzar los volantes y los trípticos y con esto lograr que estemos en la mente del consumidor.

CAPITULO IV

4.0 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS CABAÑAS

Cuadro N°11



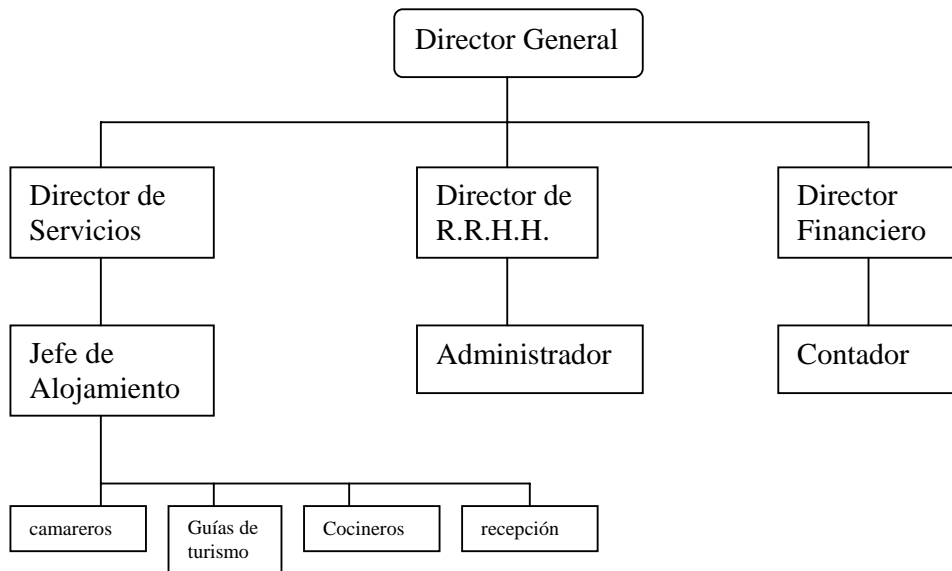
4.2 DESCRIPCIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS.-

- **Dirección general.-** Tiene como función principal el impulso, promoción y búsqueda de mercados en los diferentes segmentos a quienes esta enfocado las cabañas ecológicas. También esta encargado de la administración total del lugar o en su ausencia algún encargado delegado por él. Es el principal responsable de las ventas de convenciones y demás reuniones de carácter público nacional e internacional.

- **Dirección de servicios.-** Tiene como función principal la de establecer la calidad en los servicios que se van a brindar, satisfaciendo las necesidades del mercado que va a tener al igual que organizar los servicios que se van a brindar.
- **Dirección Recursos Humanos.-** Es el encargado de la contratación de personal y vigilancia de las demás operaciones del hotel como son: limpieza, seguridad, recepción, reservas, mantenimiento, etc.
- **Dirección financiera.-** Es el encargado de todo el aspecto económico de las cabañas, busca inversionistas y paga todas las cuentas del lugar.
- **Jefatura de servicios.-** es el encargado de poner en orden todos los servicios que brinda las cabañas ecológicas así como ser parte fundamental para interactuar con los clientes y brindar un mejor servicio.
- **Administración.-** es el encargado de todo lo que tiene que ver con la administración del lugar así como también el mantenimiento, la limpieza la recepción y demás tareas.
- **Recepción.-** Tiene la función de realizar el check in y el check out de los turistas al igual que ver si falta algo en los cuartos.
- **Contabilidad.-** Tiene la función de todo el aspecto contable de las cabañas ecológicas.

4.3 ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LAS CABAÑAS

Cuadro N° 12



4.4 DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL.-

Director general.-

Responsabilidades: Es el representante legal de las cabañas.

Capacitación: Ingeniería en administración turística y hotelera.

Perfil: Debe tener un gran potencial de emprendedor y hacer que la empresa surja, al igual que la búsqueda de mercados.

Director de servicios.-

Responsabilidades: Es el representante de servicios, al igual que se encarga de la organización de los servicios que se van a brindar para satisfacer las necesidades de los turistas.

Capacitación: Ingeniería en administración de empresas turísticas.

Perfil: Debe tener un gran potencial para verificar que exista una excelente calidad en los servicios y sobre todo ver que exista una satisfacción de las necesidades de los turistas .

Director de Recursos Humanos.-

Responsabilidades: Es el encargado de la selección y contratación de personal así como también de la verificación de salarios.

Capacitación: Ingeniería en administración de recursos humanos.

Perfil: Debe tener un gran potencial para verificar y seleccionar correctamente al personal que va trabajar en las cabañas fijándose en el perfil y designando los puestos de acuerdo a su perfil.

Director financiero.-

Responsabilidades: Es el encargado de todo lo que concierne a los aspectos económicos de las cabañas.

Capacitación: Economista.

Perfil: Debe saber de los costos y pagos de todo lo concerniente a las cabañas así como también buscare soluciones a los problemas económicos.

Jefe de alojamiento.-

Responsabilidades: Son la de organizar los servicios mediante la supervisión de los camareros, los guías de turismo y los cocineros, así como las de dar una adecuada capacitación de sus labores.

Capacitación: Administrador de empresas hoteleras

Perfil: Tener una gran organización para saber separar cada servicio de acuerdo a lo que los turistas necesiten.

Administrador.-

Responsabilidades: Se encarga de todo lo que tiene que ver con el ambiente administrativo de las cabañas y va de la mano con la recepción.

Capacitación: Administrador de empresas turísticas.

Perfil: Saber tomar decisiones importantes y la de administrar las cabañas de una manera correcta.

Contador.-

Responsabilidades: Se encarga de contabilidad de las cabañas así como de los pagos y de los roles de pago de los empleados.

Capacitación: Contador

Perfil: Tener liderazgo para realizar todas las operaciones contables de las cabañas así como también realizar los pagos correspondientes.

Camareros.-

Responsabilidades: Van a existir 4 camareros encargados de los cuartos en la limpieza y mantener el orden de ellos.

Capacitación: Tienen que ser estudiantes o pasantes de hotelería.

Perfil: Realizar todos los arreglos de los cuartos así como también de las instalaciones mantener el orden de todo lugar.

Guías de turismo.-

Responsabilidades: 2 guías de turismo encargado de los grupos para las caminatas o salidas a lugares turísticos de la zona dividido en grupos.

Capacitación: Guías Nacionales de turismo con licencia.

Perfil: Realizar de la mejor manera los recorridos turísticos de la zona así como también buscar las mejores rutas que existan.

Cocineros.-

Responsabilidades: Con 4 cocineros y un chef se van a preparar los mejores platos tanto como nacionales como internacionales.

Capacitación: El chef tiene que ser graduado de gastronomía mientras que los ayudantes son pasantes o estudiante de gastronomía.

Perfil: Tienen que realizar los mejores platillos del lugar ya que se va a satisfacer las necesidades de los turistas.

Recepción.-

Responsabilidades: 2 encargados de los check in y check out de las cabañas.

Capacitación: Ingeniero en administración turística.

Perfil: Ser lo mas cortés con las personas que llegan al lugar así como el seguimiento todo momento.

4.5 Horario de trabajo del personal administrativo.-

Cuadro N° 13

Personal	Hora de inicio	Hora de finalización	Horas totales
Director General	09:00	16:00	7
Director de Servicios	08:30	16:30	8
Director de R.R.H.H	08:30	16:30	8

Director Financiero	08:30	16:30	8
Jefe de Servicios	07:00	15:00	8
Administrador	07:00	15:00	8
Contador	08:00	16:00	8
TOTALES SEMANALES:			55

Horario de personal rotativo.-

Cuadro N°14

Personal	Hora de inicio	Hora de finalización	Horas totales
Camateros 1	06:00	14:00	8
Camatero 2	06:00	14:00	8
Camatero 3	14:00	22:00	8
Camatero 4	14:00	22:00	8
Cocinero 1	06:00	14:00	8
Cocinero 2	06:00	14:00	8
Cocinero 4	14:00	22:00	8
Guía 1	Domingo a miércoles 10:00	16:00(depende si hay camping o no)	6
Guía 2	Jueves a Sábado 10:00	16:00(depene si hay camping o no)	6
Recepción 1	06:00	14:00 (sorteo de fines de semana)	8

Recepción 2	14:00	22:00 (sorteo fines de semana)	8
		TOTALES SEMANALES:	84

4.6 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.-

4.6.1 ANÁLISIS DE LAS SOLICITUDES

En este caso del proceso verificaremos que todos los datos del candidato estén correctamente escritos en la solicitud de empleo, y que concuerden con lo que las cabañas necesitan de acuerdo a cada puesto que van a ocupar.

4.6.2 ENTREVISTA PRELIMINAR

La entrevista preliminar tiene como objeto detectar de manera gruesa y en el menor mínimo de tiempo posible, que los convocados como los aspectos mantengan una relación con los requerimientos del puesto: por ejemplo, la apariencia física, facilidad de expresión, etc. A fin de descartar aquellos candidatos que no reúnan las características que requiere el puesto a ocupar.

También en esta entrevista se da la información del horario del puesto a cubrir, así como la remuneración ofrecida, todo esto con el fin de que el candidato tenga la opción de seguir con este proceso de selección.

4.6.3 ENTREVISTA DE SELECCIÓN

En la entrevista de selección como punto principal es reunir toda información que nos sea posible de los preseleccionados y ubicando su relación con cada puesto que van a ocupar, siendo la comunicación entre el gerente de recursos humanos o con el gerente general, aunque la entrevista es un método muy antiguo, es sin lugar a duda la clave para un buen proceso de selección de personal.

En la entrevista de selección se debe tomar muy en cuenta y va ser la forma principal para escoger los seleccionados para formar parte de las cabañas.

Podemos resumir que la entrevista de selección tiene como fin conocer las aptitudes del candidato, intereses, antecedentes, etc.

4.6.4 PRUEBAS PSICOLÓGICAS

Las pruebas psicológicas, son de gran ayuda para el departamento de Recursos Humanos ya que debemos apreciar la personalidad del candidato para evaluar su personalidad, y si este tipo de personalidad se requiere en el puesto a ocupar.

Las diferencias individuales son apreciables también en los distintos intereses que manifiestan los individuos. Las actividades que interesan a una persona puede parecer aburrida a otra, pero para el proceso de selección, no es así, ya que la cantidad de interés que pone una persona en su trabajo puede determinar o influir de manera considerable en la realización de una tarea.

4.6.5 ENTREVISTA FINAL

En la entrevista final se citara al candidato el cual es el seleccionado para ocupar el lugar en el que haya sido seleccionado para describirle de nuevo el puesto el cual ocupara, pero también se le mencionara que documentos entregara para formar un contrato laboral y generar un expediente dentro de la empresa en la cual laborara también aquí entra el punto de decisión de contratar, pues el para el candidato ya citado para la entrevista final es porque el es el elegido, para ocupar la vacante dentro de la empresa.

4.6.6 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.²⁰

El contrato que se va manejar con el personal administrativo, va ser el de estabilidad minima y excepciones ya que este contrato establece un año minimo de duración de los trabajadores, ya sea este por tiempo fijo o indefinido.

Mientras que el personal rotativo manejara un contarto a prueba a excepcion de los guias de turismo que manejaran otro tipok de contrato.

Contrato a prueba.- podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes.

²⁰ Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 167 de 16 de Diciembre del 2005.

Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente²¹.

4.6.7 PROCESO DE CAPACITACIÓN

El proceso de capacitación tiene como objetivo preparar al personal para que puedan realizar la diferentes tareas para las que van a ser ubicados, así como también crear un clima satisfactorio y una integración entre los empleados, aumentar su motivación y desarrollo en la empresa.

Para el proceso de capacitación del personal igual vamos a dividir en los dos áreas en área administrativa y en área rotativa, en el cual va quedar como prioridad el tema para las dos áreas el cual es la atención al cliente y el trato con el cliente que va ser lo mas importante y en lo que mas se va dar prioridad en cuanto a la capacitación del personal, en lo que tiene que ver en los temas específicos de acuerdo a su función son los siguientes:

Personal Administrativo

Tema de capacitación	Tipo de capacitación	Tiempo
Políticas y practicas de la empresa	Se la realizara mediante seminario	1 día
Motivación y desarrollo personal	Mediante seminario	3 días
Curso de emprendedores	Mediante curso	2 días
Manejo y dirección de personal	Mediante curso	1 semana

²¹ Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 167 de 16 de Diciembre del 2005.

Atención y trato al cliente	Mediante curso	1 semana
Manejo de los programas a utilizar	Curso especializado	1 semana
Calidad humana	Mediante seminario	1 día
Capacitación específica de la función de cada empleado del personal administrativo.	Curso especializado	1 día

Personal Rotativo

Tema de capacitación	Tipo de capacitación	Tiempo
Políticas y practicas de la empresa	Mediante seminario	1 día
Motivación y desarrollo personal	Mediante seminario	3 días
Curso de emprendedores	Mediante curso	2 días
Curso de programación a utilizar en los diferentes cargos	Mediante curso	1 semana
Manejo y seguimiento de clientes	Mediante curso	1 semana
Atención y trato al cliente	Curso especializado	1 semana
Calidad humana	Mediante seminario	1 día
Capacitación específica de la función de cada empleado del personal administrativo.	Curso especializado	1 semana

4.7 BASE LEGAL DE LA EMPRESA

La empresa es la unidad económico-social con fines de lucro, en la que el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección se coordinan para llevar a cabo una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa los Factores Productivos: capital, trabajo y recursos materiales.²²

4.8 TIPOS DE EMPRESA SEGÚN SU NATURALEZA JURÍDICA

1.- Individuales.- Se trata de compañías que pertenecen a un solo individuo y son dirigidas por él. Este tipo de compañía es la forma más simple de establecer un negocio.

2.- Sociales.- La propiedad no corresponde a un solo individuo. Dentro de estas categorías se incluye a las compañías colectivas, a las comanditarias, a las de responsabilidad limitada, a las anónimas, a las de capital e industria a las cooperativas.

- **Compañías Colectivas.-** En la sociedad colectiva, los socios responden en forma "solidaria e ilimitada" por las obligaciones sociales. Todo pacto en contrario no produce efectos contra terceros²³.

- **Compañía en Comandita por Acciones.-** La compañía en comandita por acciones existe bajo una razón social formada por los nombres de uno o mas socios solidariamente responsables, seguidos por las palabras "compañía en comandita" o su abreviatura; y por lo menos la décima parte del capital social, debe ser aportada por tales socios, a los cuales se les entrega por sus aportaciones certificados nominativos intransferibles.

²² <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

²³ Ley de compañías actualizada abril del 2001.

- **Compañía en Comandita Simple.-** Es una razón social y capital social representado por partes sociales nominativas; suscritas por uno o más socios comanditados, que responden de las obligaciones sociales de una manera solidaria e ilimitada y de uno o más socios comanditarios, que responden hasta el monto de su aportación.
- **Compañía de Responsabilidad Limitada.-** Compañía constituida entre 2 o mas personas, que responden por las deudas sociales solamente hasta el monto que los mismos hayan aportado individualmente y hacen el comercio bajo una razón social, a la que le añaden las palabras “compañía limitada” o la abreviatura “Cia. Ltda.”. para la formación de una empresa de esta especie se requieren un mínimo de dos socios y no podrán funcionar como tal si no es con un máximo de 15 socios.
- **Compañía Anónima.-** La compañía anónima es aquella cuyo capital esta dividido, en acciones negociables esta formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La denominación es “sociedad anónima” o “compañía anónima”.
- **Cooperativas.-** Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta, aunque las experiencias cooperativas se han dado también como parte complementaria de la economía planificada.
- **Compañías de capitalización.-** Estas compañías tienen como objeto el ahorro mediante la constitución de capitales denominados para entrega futura, ya sea en dinero o en activos, con reembolsos anticipados siendo estos determinados por

sorteos, o sin ellos, a cambio de aportes periódicos de sumas fijas, con sujeción a un plan técnico.

Las Cabañas “El rincón natural del aeropuerto”, se constituirá como una Compañía de responsabilidad limitada debido a que para formarla se contará con la participación de tres socios los cuales tendrán un aporte de dinero, mediante el cual se constituirá, planificará, organizará y se ejecutará el manejo del proyecto que se llevara a acabo.

La superintendencia de compañías será la encargada de la aprobación y funcionamiento de la empresa.

Aporte y nombre de los socios que van a conformar la empresa.

Cuadro N°15

Nombre de los socios	Participación %	Participación USD
Ana Calderón	35.7%	USD 225.000
Juan Medina	35.7%	USD 25.000
Aarón O’conell	28.6%	USD 20.000
TOTAL:	100%	UDS 270.000

Los principales términos que se van a contemplar en los estatutos son los siguientes:

- Las Cabañas “el rincón natural del aeropuerto” llevan este nombre a que el nuevo aeropuerto internacional de Quito se lo va realizar en una zona que se encuentra rodeada de muchos sitios naturales.
- Las Cabañas “el rincón natural del aeropuerto” es una compañía privada que se va a dedicar a la prestación de servicios de alojamiento, alimentación y recreación.

Todo esto basados en la ley y normas que impongan el ministerio de turismo y la cámara de turismo de Pichincha, con esto lograr tener un cliente satisfecho.

- La localización de las Cabañas “el rincón natural del aeropuerto” será en la parroquia de Tababela a 25 kilómetros al nororiente de Quito.
- El tiempo aproximado para la constitución de la empresa es de 6 meses.
- Las Cabañas “el rincón natural del aeropuerto” contarán con 3 socios, lo cual nos convierte en una compañía de Responsabilidad Limitada.
- Para lograr un control adecuado de las participaciones de los socios, estas participaciones serán firmadas por los tres socios y notariadas para ver la participación de cada uno en la empresa, y la toma de decisiones en la misma.
- En las reuniones que tendrán que ver con el proyecto, todos los socios tienen que estar presentes ya sean estas en la oficina previa a la construcción o ya en el proyecto, los tres socios deben firmar su asistencia.
- Se elegirá por parte de los socios un Gerente General para la empresa, que este será uno de los tres.
- El Gerente General empresa será el representante legal y judicial siendo este quien toma las decisiones, y el que mas responsabilidades tenga, ya que tiene que tomar las decisiones acertadas para un buen manejo de la compañía.
- El gerente general de la empresa será el Ing. Juan Medina, el presidente será la Ec. Ana Calderón.

Pasos para constituir una compañía limitada, se encuentra en la introducción.

CAPITULO V

5.0 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar si el proyecto va satisfacer las necesidades de los visitantes según lo realizado en el estudio de mercado.

5.1 LOCALIZACIÓN

Con la localización podremos analizar el lugar exacto donde se va ubicar el proyecto, ya que con esto veremos si es una zona en donde se van obtener buenos ingresos y donde se realizará una conservación adecuada de especies, logrando así un turismo sostenible.

5.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

La macrolocalización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

Así la macrolocalización del proyecto viene a ser la siguiente:

El proyecto consiste en la creación de cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela junto al nuevo aeropuerto de Quito. El lugar cuenta con una extensión aproximada de 2 hectáreas de terreno de las cuales el proyecto de las cabañas y el restaurante abarca una extensión de 1000 metros.

Para poder entender la estructura de las cabañas, del lugar de camping y del restaurante se procedió a dividir en dos sectores el lugar.

Tababela está dentro del Distrito Metropolitano de Quito, sector nororiental, a 25 Km. De la ciudad de Quito, entre los meridianos 78 y 79 de longitud occidental y entre los paralelos 0 y 1 de latitud sur, a un costado del ramal de la Panamericana Norte. En su

parte superior conserva la antigua línea férrea, que le sirve de límite con la parroquia de Yaruquí.²⁴

MAPA DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



25

La vía de acceso a Tababela es la vía Gualo-Puembo tendrá 13,5 km y va desde la av. Simón Bolívar, pasará por Cocotog hasta llegar a Puembo, y por el conector Alpachaca, que conduce directamente a Tababela. Contará con cuatro carriles para la circulación (dos por sentido) este proyecto esperamos que se lo entregue con la finalización del nuevo aeropuerto a mediados o a finales del 2010.

Otra vía es la ruta sur, que tendrá una longitud de 20 km y partirá desde la av. Simón Bolívar, bordeando el Ilaló hasta Tumbaco, y cruzará el río Chiche a través de un nuevo puente.

²⁴ http://www.visitaecuador.com/ver_diseno_wdi.php?codigo=2fngn0WZ&idiomas=1

²⁵ Fuente Google eath.

5.1.2 MICROLACALIZACIÓN

El lugar donde se localizará el proyecto cuenta con una extensión aproximada de 2 hectáreas. La altura en la que se encuentra Tababela y el lugar es de 2400 metros sobre el nivel del mar sus límites son:

Norte: Puenbo, hacienda Chaupi, Yaruquí y San Carlos

Sur: Pifo, Chantag.

Oriente: Laguna de Oyacachi, Oyacachi y la reserva ecológica Cayambe Coca.

Occidente: Tumbaco y Tolagasí.

5.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Estado inicial

Utilizaremos como insumos: los recursos naturales, el terreno para crear el proyecto, personas que son lo que formaran parte del proceso de transformación del proyecto todo esto de acuerdo a la demanda.

Proceso

El equipo de e instalaciones necesarias para las transformaciones así como también todo el personal necesario para hacer funcionar adecuadamente todo el proceso de producidos y de transformación.

Estado final

Lo que esperamos con el proceso de transformación es llegar a cumplir las metas y objetivos, realizando un excelente trabajo obteniendo la satisfacción de los clientes en todo sentido.

5.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMPRAS Y BODEGA.

En el proceso de primero vamos a verificar todo lo que vamos a necesitar para lo que tiene que ver en insumos que vamos a necesitar para equipar las cabañas ecológicas, para esto vamos a contar como proveedor al eko hogar ya que después de haber visitado muchos lugares es el que nos da a un mejor precio y con facilidades de pago, lo que vamos a necesitar para equipar las cabañas es lo siguiente:

- Cortinas
- Juego de dormitorio
- Sabanas y cobertores
- Mesas y decoraciones
- Juego de baños y toallas

Para adecuar la cocina del restaurante igual usaremos como proveedor a eko hogar y necesitaremos lo siguiente:

- Juego de cocina industrial
- Mesas y sillas para el comedor
- Manteles

En lo que tiene que ver en alimentación y para bodega vamos a contar como proveedor a PRONAVALLE ya que se encuentra cerca del sector exactamente en Tumbaco, esta empresa nos ayudara con todo lo que tiene que ver con comida como son:

- Víveres
- Cárnicos
- Embutidos
- Todo lo que tiene que ver con sazónadores y alimentos en si.
- Para lo que es bebida vamos a tener como proveedor a la coca cola
- Para vegetales y frutas será el proveedor el supermercado Santa María.

5.2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RESERVACIÓN

El proceso de reservación nos servirá para tratar con el cliente directamente y darle toda la ayuda posible para que pueda reservar una habitación o algún paquete turístico.

Para empezar con el proceso de reservación debemos recibir la reservación del cliente sea esta hecha mediante teléfono o mediante la pagina web donde se va incluir un link para que se puedan hacer las reservas fuera del país. Que lo harán directamente en recepción si la reserva se la realiza por teléfono y en la en la oficina de jefe de servicios si es que la reserva se la realiza por medio de la pagina web.

En la oficina de jefe de servicios y en la recepción se manejará el programa Zeus que nos ayudara a mantener control de la disponibilidad de habitaciones en las cabañas, asi cuando se hagan la reservaciones se vera la disponibilidad de las cabañas en el caso que si haya se le realiza inmediatamente la reserva tanto en la recepción como en la oficina de servicios.

En el caso que no existiere disponibilidad se debe siempre al cliente proponer una alternativa de acuerdo con la disponibilidad y las fechas que en las cuales exista, en el caso que el cliente acepta la nueva fecha se le agrega en el programa y se le realiza la reserva.

Al final se termina ingresando las reservas al programa que esta conectado con la oficina de servicios para verificar disponibilidades.

5.2.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECEPCIÓN DEL CLIENTE (CHECK IN).

Comienza con el verificar la reservación del cliente una vez ya verificada la reserva en el programa se le realiza el check in llenándole una tarjeta de registro en ingresando el registro al programa (Zeus), después se verifica la habitaciones y se le asigna una habitación al cliente que se le guiara para darle la información de todo lo que contiene así que también todos los servicios que brinda las cabañas ecológicas.

Por ultimo en este proceso se instala al huésped en su respectiva cabaña llevándole un cesto de frutas de bienvenida.

5.2.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE FACTURACIÓN Y SALIDA DEL CLIENTE (CHECK OUT).

Para el check out del cliente primero se tiene que dar una orden de solicitud de cuenta por parte del cliente, mientras tanto una camarera / o tiene que verificar los consumos en la habitación por parte del cliente en lo que tiene que ver con mini bar, etc.

Mientras en el programa Zeus se elabora la factura por lo que tiene que ver con alojamiento y otros consumos realizados por el cliente que tengan que ver con las cabañas.

Ya con la información de consumos del cliente se consultará su forma de pago si este la realiza mediante tarjeta de crédito se llama a los diferentes teléfonos de acuerdo a la tarjeta para pedir una autorización, si el pago se lo realiza en efectivo simplemente se cobra y si hay cambio se lo da al cliente, y se le da las gracias por su visita y un pronto

regreso y se le realiza el check out poniendo de nuevo a disponibilidad la cabaña que dejo.

5.2.6 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE LAVANDERÍA Y LIMPIEZA DE HABITACIONES Y CABAÑAS.

Para el proceso de lavandería y limpieza de cabañas se tiene que verificar las habitaciones que están ocupadas y cuales están disponibles para poder comenzar con la limpieza de las habitaciones y el arreglo respectivo, al igual que el lavado y el secado de sabanas cobertores y todo lo que tenga que lavarse y luego se realiza el almacenamiento de los mismos, todo esto va estar a cargo los camareros.

5.2.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL RESTAURANTE.

Para realizar este servicio se tiene que tener en cuenta que se va tener total cortesía y eficiencia por parte de los meseros y chef del lugar, primero las mesas del restaurante tiene que estar montadas y muy bien decoradas para el servicio, después que el cliente ya se le asigna una mesa se le acomoda y se da las cartas de todos los platos que ofrece el lugar.

Después se le toma el pedido al cliente con el cual se le da una copia a cocina para que realicen los platos de una forma eficaz, después en cocina se recibe el pedido e inmediatamente se va servir en la mesa, observar al cliente y estar pendiente por cualquier problema que tenga al ver que el cliente ya termino su comida se retira los platos y los sobrantes de comida y se le ofrece al cliente un bajativo, se preenta la cuenta al cliente después de su solicitud y al final de la noche se desmontan las mesas del restaurante.

5.2.7.1 Elaboración de los alimentos y bebidas.

En la cocina se realiza la elaboración de los alimentos por parte del chef y del auxiliar de cocina, entra el pedido a la cocina por medio de la copia que tiene el mesero, el chef mira el pedido y comienza la elaboración por parte del chef y su auxiliar de cocina, mientras tanto en bebidas existe un auxiliar de cocina que esta en el bar donde se realizaran las bebidas todo supervisado por el chef, se reúne todo y se revisa de nuevo el pedido y luego se entrega el pedido al mesero para que este lo entregue a los comensales.

5.2.7.2 Facturación en alimentos y bebidas.

Para la facturación en el restaurante de las cabañas se tiene dos opciones ingresar directo a la cabaña que se encuentra en el registro o se lo puede pagar directamente, de la siguiente manera, se presenta la cuenta previa solicitud del cliente se le pregunta su forma de pago, si el pago es en efectivo simplemente se cobre se da el cambio con su factura.

Pero si el pago es con tarjeta de crédito se tiene que llamar a pedir autorización mediante el data fast se emite el voucher, el cual se lo da al cliente para que lo firme, se le devuelve la tarjeta de crédito con la copia del voucher y la factura ya emitida, mientras que el mesero ira a caja para archivar el voucher de pago.

5.2.8 PROCESO DEL SERVICIO DE RECREACIÓN.

Para este proceso en la pagina web, trípticos, volantes, etc. Se darán a conocer todos los servicios de recreación que contamos y servicios de paquetes turísticos adicionales con calidad para que el cliente disfrute de distracción y descanso.

Para esto se tiene que presentar la reservación del servicio sea cual sea este, verificamos la disponibilidad de este servicio, si el servicio no se encuentra disponible se tiene que dar otra alternativa al cliente.

Si hay disponibilidad se realiza la confirmación de los servicios y se factura y se cobra directamente sin ingresar al sistema, y al final se le dará cierta orientación para la utilización del servicio sea cual sea este.

5.3 ASPECTOS TÉCNICOS:

El proyecto consiste en la creación de cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela junto al nuevo aeropuerto de Quito. El lugar cuenta con una extensión aproximada de 2 hectáreas de terreno de las cuales el proyecto de las cabañas y el restaurante abaraca una extensión de 1000 metros.

Para poder entender la estructura de las cabañas, del lugar de camping y del restaurante se procedió a dividir en dos sectores el lugar.

El sector # 1 comprende:

Cabañas ecológicas, el restaurante, el área administrativa, y los parqueaderos.

El sector # 2 comprende:

Área de camping, área de picnic, área de caminatas y establos para los caballos.

5.3.1 Descripción del sector # 1:

Este sector se encuentra en la parte principal del terreno donde se van a encontrar las 12 cabañas ecológicas y las oficinas administrativas del lugar respectivamente, así como también los parqueaderos y el restaurante del lugar y esto lo dividimos así:

- **Cabaña administrativa.-** En este lugar se van a manejar todo lo administrativo de las cabañas ecológicas tanto como el mantenimiento, y todo lo que tiene que

ver con la administración de las cabañas, también se van a realizar los diferentes tours los costos del lugar, la contratación de personal y de proveedores en este lugar trabajaran todos los directores del lugar y los administrativos, ya que tienen que ver con todo el proceso de administración del lugar. Esta cabaña contara con todos los servicios básicos como son luz, agua, teléfono, al igual que internet. Esta cabaña será construida en 100 metros cuadrados.

- **Cabañas ecológicas.-** En este lugar es donde se van a alojar los turistas van a contar con todas las comodidades de un hotel 5 estrellas todo esto llevando estándares ecológicos, cada cabaña contara con su respectivo baño, contaremos con 4 cabañas para 2 personas, 4 cabañas para 4 personas y 4 cabañas para 6 personas todas con sus respectivas comodidades las cuales contaran con lo que lo turistas nos pidan. También en el área de recepción de las cabañas contaremos con dos baños uno para hombre y otro para mujer mientras las personas esperan realizar su check in y su check out.

Básicamente las cabañas ecológicas están estructuradas de la siguiente forma: Madera, adobe y caña de bambú, entre otros materiales, conforman la base y la estética de la vivienda, que se caracteriza por ser natural y autosuficiente. "En el verano protege del sol y del calor, y en el invierno, del frío utiliza agua reciclada y materiales no tóxicos". Si una casa es construida con materiales naturales se mantendrá en armonía con su entorno. El diseño y la orientación permiten aprovechar la luz natural. También otorgan una buena ventilación y un sistema pasivo de calefacción que no consume energía.

- **Restaurante:** Tendrá una longitud de 100 metros cuadrados en donde se dividirá en la cocina con 30 metros cuadrados y el comedor que tendrá 70

metros cuadrados, aquí se realizarán los diferentes platos típicos o internacionales según la necesidad del cliente pueden ser menús o platos a la carta de acuerdo a lo que el cliente le prefiera, en el contaremos con aproximadamente unas 18 mesas en las cuales los turistas podrán acomodarse aproximadamente 90 personas, los menús contarán con un itinerario así como los desayunos que se van a poner a consideración de los turistas.

- **Parqueaderos:** En este lugar los visitantes podrán guardar sus carros seguros en un parqueadero con capacidad para aproximadamente 25 autos en una longitud de 300 metros, estos contarán con la mayor seguridad.

5.3.2 Descripción del sector # 2:

En este sector va a contener algunos atractivos como son:

- Vamos a contar con miradores naturales, y una granja orgánica.
- También contaremos con los establos donde estarán los caballos
- Un área para B&Q y para acampar.
- Vamos a contar con un sector donde con el tiempo se va a realizar una laguna artificial que contará con truchas o tilapias para realizar pesca deportiva.
- También vamos a contar con juegos infantiles y en un futuro con áreas húmedas.

Cada mirador estará equipado con parasoles, empedrado y pasamanos, donde la gente podrá apreciar la hermosura de sus paisajes.

El área de camping tendrá una capacidad de 10 carpas con su respectivo espacio, cada una de estas tendría 3.5 x 3.5 donde entran 3 personas, lo cual significa una capacidad de hasta 30 personas.

5.4. EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO DE LUGAR

Esto nos ayuda a tener una mejor referencia de todo lo que va constituir el proyecto y con eso llevarnos un inventario de todo lo que va constituir el lugar, teniendo en cuenta que esto van a ser nuestros activos.

5.4.1. Equipamiento y mobiliario de oficinas.

Telefonos
Computadoras e Impresoras
Fax
Sillas
Mesas

5.4.2 Equipamiento y mobiliario de cabañas.

CAMA MATIMONIAL 2 ½ plz
CAMA DOBLE 2 plz
CAMA SIMPLE 1 ½ plz
CAMA PLEGABLE 1 plz
COLCHON 2 ½ plz resortes
COLCHON 2 plz resortes
COLCHON 1 ½ plz esponja
COLCHON 1 ½ plz esponja
ALMOHADA
Cobijas
Sábanas
Juego de Toallas
Plasmas
Radios
Mesas
Edredones
Basureros
Alfombras

5.4.3. Equipamiento y mobiliario de restaurante.

Cocina Industrial
Congelador
Horno Microondas

Refrigerador
Extractor de Olores
Utensillos de cocina
Mesones
Mesas
Sillas
Estanterías
Menaje
Mantelería

5.4.4. Equipamiento y mobiliario varios.

Juegos de Sala
mesa de billar
Futbolín
mesa de pipón
Juegos de mesa (barajas, ajedrez)
Carpas de camping
Alfombras
Calderos
Carros porta maletas
Utensillos de limpieza
Aspiradoras
Uniformes
Lavadoras y Secadoras
Plancha

CAPITULO VI

6.0 ANÁLISIS FINANCIERO

En el capítulo del estudio financiero se podrá obtener la verdadera factibilidad y la rentabilidad que tendrá el proyecto de las cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela, con el fin de conocer si es factible una inversión y llevarlo a cabo el proyecto.

Para sacar los cálculos del estudio financiero se ha tomado en cuenta los siguientes consideraciones:

- Cálculo de 10 años
- No hay ampliaciones del proyecto en los primeros 10 años
- No hay aporte de inversionistas o socios de nuevo capital
- No hay inversiones en bancos

6.1 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Para tener un funcionamiento adecuado del proyecto para la realización de las cabañas ecológicas se tiene previsto una inversión inicial de **398.610,63** lo cual cubrirá la realización del proyecto y el detalle total se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N°16

INVERSION INICIAL	
Constitución	2.000,00
Compra de Activos	365.689,78
Capital de Trabajo	30.920,85

TOTAL	398.610,63

activos cabañas	18.958,88
activos comunicaciones	4.457,00
activos restaurante y cocina	8.702,00
activos varios	21.571,90
activos fijos	312.000,00
Total activos	365.689,78

ESTRUCTURA DE LA INVERSION			
RUBRO	VALOR TOTAL	PRESTAMO	CAP PROPIO
Activos	365.689,78	95689,78	270000,00
Capital de Trabajo	30.920,85	30.920,85	
		-	
TOTAL	396.610,63	126610,62550	270000,00

6.2 DESCRIPCIÓN DE LOS ACTIVOS

6.2.1 Activos fijos.- Son los bienes de la empresa que vamos a utilizar de manera continua en nuestras operaciones y los servicios que recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de cada bien que hayamos adquirido el cual se desglosa o se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 17

ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	M2	M2	
Terreno	20000	10,00	200000
Construcción	6000	17,00	102000
Decoración			8000
Gastos constitución			2000
			312.000,00

6.2.2 Activos de habitaciones.- Son todos los bienes que hemos adquirido para poder abastecer las cabañas ecológicas, y con esto lograr un excelente equipamiento, esto quiere decir que equiparemos desde las habitaciones hasta todas las cabañas del lugar para brindar el mejor servicio con esto, en el siguiente cuadro esta el desglose de todos los costos y los activos que vamos a utilizar.

Cuadro N° 18

ACTIVOS HABITACIONES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
CAMA MATIMONIAL 2 ½ plz	4	80,00	320,00
CAMA DOBLE 2 plz	8	70,00	560,00
CAMA SIMPLE 1 ½ plz	6	60,00	360,00
CAMA PLEGABLE 1 plz	4	42,00	168,00
COLCHON 2 ½ plz resortes	4	140,00	560,00
COLCHON 2 plz resortes	8	130,00	1040,00
COLCHON 1 ½ plz esponja	6	115,00	690,00
COLCHON 1 ½ plz esponja	4	38,97	155,88
ALMOHADA	80	15,00	1200,00
Cobijas	132	15,00	1.980,00
Sabanas	484	10,00	4.840,00
Juego de Toallas	144	5,00	720,00
Plasmas	4	680,00	2.720,00
Radios	2	20,00	40,00
Mesas	12	15,00	180,00
Edredones	80	40,00	3.200,00
Basureros	50	2,00	100,00
Alfombras	50	2,50	125,00
			18.958,88

6.2.3 Activos cocina y restaurante.- Estos son todos los bienes que vamos a necesitar para poder equipar el área de cocina y restaurante, es muy importante equipar muy bien estos sectores para que a gente este muy satisfecha con todos los servicios brindados,

son bienes básicos que vamos a utilizar en la cocina y el restaurante, en el siguiente cuadro se detalla cuales son los instrumentos que vamos a adquirir.

Cuadro N° 19

ACTIVOS COCINA Y RESTAURANTES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Cocina Industrial	1	419,00	419,00
Congelador	1	650,00	650,00
Horno Microondas	1	94,00	94,00
Refrigerador	1	550,00	550,00
Extractor de Olores	1	125,00	125,00
Utensillos de cocina	1	350,00	350,00
Mesones	4	150,00	600,00
Mesas	18	150,00	2.700,00
Sillas	108	8,00	864,00
Estanterías	6	45,00	270,00
Menaje	1	1.000,00	1.000,00
Mantelería	216	5,00	1.080,00
			8.702,00

6.2.4 Activos varios.- Son todos los elementos que vamos a adquirir para equipar las salas de reatracción así como también los lugares donde se podrá los turistas podrán esperar, como son sala de espera y la sala de juegos, en el siguiente cuadro encontramos todos los equipos que vamos a necesitar.

Cuadro N° 20

ACTIVOS VARIOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Juegos de Sala	2	550,00	1.100,00
mesa de billar	1	400,00	400,00
Futbolín	2	149,00	298,00
mesa de pinpon	1	190,00	190,00
Juegos de mesa (barajas,ajedres)	1	150,00	150,00
carpas de camping	20	48,50	970,00
Alfombras	10	98,00	980,00
Calderos	2	4.000,00	8.000,00
Carros porta maletas	3	95,00	285,00
Utensillos de limpieza	1	1.348,90	1.348,90
Aspiradoras	4	185,00	740,00
Uniformes	78	30,00	2.340,00

Lavadoras y Secadoras	3	1.150,00	3.450,00
Plancha	2	660,00	1.320,00
			21.571,90

6.2.5 Activos comunicaciones.- Estos son todos los bienes que vamos a utilizar para la comunicaciones y también para la venta de los servicios estos son los equipos que vamos a necesitar.

Cuadro N° 21

ACTIVOS COMUNICACIONES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Telefonos	5	45,00	225,00
Computadoras e Impresoras	8	499,00	3.992,00
Fax	2	120,00	240,00
			4.457,00

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo viene hacer el la inversión de dinero que hace o realizamos como empresa para llevar acabo la operación del proyecto, y con esto podemos continuar el desarrollo normal de las actividades de las cabañas en el corto plazo. Con esto podemos medir la capacidad de equilibrio patrimonial que encontramos en el desarrollo de las cabañas.

Cuadro N°22

CAPITAL DE TRABAJO	
Luz	245,00
Agua	148,00
Teléfono	190,00
Internet	45,00
Suministros	320,00
Imprevistos	600,00
Materia prima	2.950,84
Mano de obra	5.808,11

Total capital de trabajo	10.306,95
--------------------------	-----------

Trimestral y anual

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL	30.920,85
--------------------------------------	------------------

CAPITAL DE TRABAJO TOTAL ANUAL	123.683,38
---------------------------------------	-------------------

6.4 INGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos del proyecto se dan básicamente de los servicios que vamos a brindar como empresa, de los cuales con la construcción del nuevo aeropuerto internacional de Quito vamos a contar con 50% de mercado local y 50% de mercado internacional cumpliendo así las expectativas de ingresos, y son las siguientes son las bases de ingreso.

6.4.1 Venta Habitaciones.- Esperamos que con todo o que sobra del balance de oferta y demanda podamos satisfacer una parte de los clientes insatisfechos y que esto se convierta en el mayor porcentaje de ingresos de las cabañas ecológicas, y así también con la construcción del nuevo aeropuerto internacional de Quito.

6.4.2 Venta de Alimentos y bebidas.- se espera que contemos con el 100% de las personas o huéspedes del lugar así como de otros visitantes locales que vivan en el sector o cerca de él así con gente que se encuentre de paso y con eso lograr llenar las expectativas.

6.4.3 Venta de Servicios de Recreación.- Esperamos al igual que el 100% de los visitantes o de los turistas que se encuentren hospedados en las cabañas, utilicen el servicio de cabalgatas así como también atraer mucha gente con el área de camping y tener mayor ingresos así también con las personas que vivan cerca del lugar puedan venir a acampar o solo a los recorridos y cabalgatas.

Cuadro N° 23 Ventas Habitaciones

VENTAS HABITACIONES												
PO	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
HABITACION SIMPLE	372,00	336,00	372,00	360,00	372,00	360,00	372,00	372,00	360,00	372,00	360,00	372,00
HABITACION PARA 4	1.488,00	1.344,00	1.488,00	1.440,00	1.488,00	1.440,00	1.488,00	1.488,00	1.440,00	1.488,00	1.440,00	1.488,00
HABITACION PARA 6	7.812,00	7.056,00	7.812,00	7.560,00	7.812,00	7.560,00	7.812,00	7.812,00	7.560,00	7.812,00	7.560,00	7.812,00
TOTAL MENSUAL	9.672,00	8.736,00	9.672,00	9.360,00	9.672,00	9.360,00	9.672,00	9.672,00	9.360,00	9.672,00	9.360,00	9.672,00

Cuadro N°24 Ventas alimentos y bebidas

VENTAS A Y B												
ROTACIÓN	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
DIAS	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ENTRADAS	2.790,00	2.520,00	2.790,00	2.700,00	2.790,00	2.700,00	2.790,00	2.790,00	2.700,00	2.790,00	2.700,00	2.790,00
SOPAS	5.580,00	5.040,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00
PLATOS FUERTES	5.580,00	5.040,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00
POSTRES	2.790,00	2.520,00	2.790,00	2.700,00	2.790,00	2.700,00	2.790,00	2.790,00	5.400,00	5.580,00	5.400,00	5.580,00
TOTAL MENSUAL	8.370,00	7.560,00	8.370,00	8.100,00	8.370,00	8.100,00	8.370,00	8.370,00	8.100,00	8.370,00	8.100,00	8.370,00

Cuadro N°25**Ventas de servicios de recreación**

DIAS	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
MENSUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PASEO A CABALLO	248,00	224,00	248,00	240,00	248,00	240,00	248,00	248,00	240,00	248,00	240,00	248,00
CAMPING	248,00	224,00	248,00	240,00	248,00	240,00	248,00	248,00	240,00	248,00	240,00	248,00
TOTAL MENSUAL	496,00	448,00	496,00	480,00	496,00	480,00	496,00	496,00	480,00	496,00	480,00	496,00

6.5 COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

En los costos y gastos de los proyectos se analizan los desembolsos que va tener las cabañas para mantenerse en operación

6.5.1 Mano de obra

Para tomar en cuenta la mano de obra hemos tomado en cuenta los sueldos, el décimo tercero, el décimo 4, fondo de reserva, y el aporte al IESS lo cual se convierte en el principal gasto de la empresa ya que la empresa depende de la mano de obra para desarrollarse y tener una excelente calidad.

Cuadro N°26

COSTOS MENSUALES DE SUELDOS						
NOMBRE Y COMPAÑIA	SUELDO PROPUES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO RESERVA	APORTE IESS	Total Costo
GERENTE GENERAL (1)	400,00	33,33	12,50	33	49	528
GERENTE DE SERVICIOS(1)	400,00	33,33	12,50	33	49	528
DIRECTOR DE RRHH(1)	350,00	29,17	12,50	29	43	463
DIRECTOR FINANCIERO(1)	350,00	29,17	12,50	29	43	463
JEFE DE SERVICIOS(1)	300,00	25,00	12,50	25	36	399
ADMINISTRADOR(1)	300,00	25,00	12,50	25	36	399
CONTADOR(1)	300,00	25,00	12,50	25	36	399
CAMAREROS(4)	800,00	66,67	12,50	67	97	1.043
GUIAS DE TURISMO(2)	400,00	33,33	12,50	33	49	528
COCINEROS(4)	800,00	66,67	12,50	67	97	1.043
CHEF(1)	350,00	29,17	12,50	29	43	463
RECEPCIONISTAS(2)	500,00	41,67	12,50	42	61	657
MESEROS(4)	800,00	66,67		67	97	897
TOTAL	6.050,00	504,17	150,00	504,17	735,08	7.810,08

6.5.2 Gastos del proyecto

En los gastos podemos desglosar en los siguientes ya que los principales son los administrativos ya que con esos vamos a empezar la operación de la empresa, el costo de venta que es la inversión en todo lo que adquirimos para equipar así con la mano de obra que es lo principal para la operación de la empresa, también tenemos otros gastos

que tiene que ver con el mantenimiento, seguros y otro tipo de gastos que son necesarios para el manejo de las cabañas.

Cuadro N° 27

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Luz	300,00
Agua	200,00
Telefono	190,00
Internet	90,00
Imprevistos	1.000,00
TOTAL	1.780,00

COSTOS DE VENTAS	
Materia prima	2.762,10
Mano de obra	7.810,08
TOTAL	10.572,18

OTROS GASTOS	
Mantenimiento	700
Seguros	1500,00
Alquiler caballos	600,00
Suministros	500,00
TOTAL	3.300,00

6.5.3 Amortización préstamo

Para el financiamiento del proyecto será realizado con un préstamo que ha sido realizado en el Banco del Pacifico, quienes actualmente se encuentran apoyando a los proyectos inmobiliarios, lo cual se nos facilitó mucho mas al momento de sacar el fondo necesario, el tramite será realizado bajo solicitud de crédito para un proyecto inmobiliario, la tasa de interés del Banco del Pacifico es del 9% es uno de los mas bajos a nivel nacional, el estado de financiamiento del proyecto de las cabañas ecológicas lo presentamos en el siguiente cuadro.

Cuadro N°28

TASA CAPITAL	9%	0,090		AÑO
	134.550,71			15
PERIODO	CUOTA	INTERES	DIVIDENDO ANUAL	SALDO
1	8.970,05	12.109,56	21.079,61	125.580,66
2	8.970,05	11.302,26	20.272,31	116.610,61
3	8.970,05	10.494,95	19.465,00	107.640,56
4	8.970,05	9.687,65	18.657,70	98.670,52
5	8.970,05	8.880,35	17.850,39	89.700,47
6	8.970,05	8.073,04	17.043,09	80.730,42
7	8.970,05	7.265,74	16.235,79	71.760,38
8	8.970,05	6.458,43	15.428,48	62.790,33
9	8.970,05	5.651,13	14.621,18	53.820,28
10	8.970,05	4.843,83	13.813,87	44.850,24
11	8.970,05	4.036,52	13.006,57	35.880,19
12	8.970,05	3.229,22	12.199,26	26.910,14
13	8.970,05	2.421,91	11.391,96	17.940,09
14	8.970,05	1.614,61	10.584,66	8.970,05
15	8.970,05	807,30	9.777,35	-0,00
	134.550,71			

6.5.4 Depreciación

Con la depreciación disminuimos los valores de los bienes activos, esto se produce por el paso del tiempo en nuestro estado financiero lo hemos puesto en activos fijos una depreciación de 10 a 12 años y en la depreciación de activos de muebles de cocina de habitaciones y varios se ha tomado de 5 a 12 años, este desgaste se da por el uso, por desuso, deficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, etc.

Cuadro N° 29

DEPRECIACION DE ACTIVOS			
PERIODO (Años)	Monto	5 12	
		DEPRECIACION	
		Anual	Mensual
MUEBLES COCINA / RESTAURANT	8.702,00	1.740,40	145,03
MUEBLES HABITACIONES	18.958,88	3.791,78	315,98
MUEBLES VARIOS	21.571,90	4.314,38	359,53
Comunicación	4.457,00	891,40	74,28
TOTAL	44.987,78	8.997,56	749,80

DEPRECIACION DE ACTIVOS			
PERIODO (Años)		10	12
		DEPRECIACIÓN	
Activos Fijos	111.000,00	11.100,00	925,00

6.6 ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

6.6.1 Estado de resultados mensual

En el estado de resultados se exponen desde el estado de resultados mensual en que podemos apreciar que las utilidades del proyecto son negativas, ya que los costos de ventas mas los gastos del proyecto son muchos en el primer año, por lo cual el primer año no se tiene una utilidad positiva.

6.5.2 Estado de Resultados Anual

En el estado de resultados anual podemos observar que a partir del segundo año tenemos una utilidad positiva lo cual hace que recién a partir de segundo año comenzamos a recibir utilidades, ya que las ventas se hacen mayores a los costos y gastos con esto tenemos resultados positivos.

6.5.3 Flujo de Caja

Con el flujo de caja proyectado podemos ver los egresos e ingresos en efectivo que el proyecto realiza. Este flujo de casa representa el movimiento en efectivo de las actividades operaciones y no operacionales, su cálculo se expone en el cuadro de flujo y caja en el mismo que pude apreciarse que el proyecto genera saldos positivos de caja a partir del segundo año, los mismo que van incrementándose, lo que quiere decir que el proyecto de las cabañas ecológicas contar con una rentabilidad que podrá ser dividida entre los 3 socios.

Estado de resultados mensual

Cuadro N°30

ESTADO DE RESULTADOS													TOTAL
MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL
Ventas	18.538,00	16.744,00	18.538,00	17.940,00	18.538,00	17.940,00	18.538,00	18.538,00	17.940,00	18.538,00	17.940,00	18.538,00	218.270,00
Costo de Ventas	13.927,62	13.335,60	13.927,62	13.730,28	13.927,62	13.730,28	13.927,62	13.927,62	13.730,28	13.927,62	13.730,28	13.927,62	165.750,00
Utilidad en Ventas	4.610,39	3.408,41	4.610,39	4.209,73	4.610,39	4.209,73	4.610,39	4.610,39	4.209,73	4.610,39	4.209,73	4.610,39	52.520,00
Gtos. Administrativos	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	21.360,00
Gtos. Depreciación	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	1.674,80	20.097,56
Gastos financieros	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	1.009,13	12.109,56
Otros Gastos	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	
Utilidad antes imp.	1.155,59	-46,39	1.155,59	754,93	1.155,59	754,93	1.155,59	1.155,59	754,93	1.155,59	754,93	1.155,59	-1.047,12
15% Participacion	173,34	-6,96	173,34	113,24	173,34	113,24	173,34	173,34	113,24	173,34	113,24	173,34	1.659,37
Utilidad antes Imptos	982,25	-39,43	982,25	641,69	982,25	641,69	982,25	982,25	641,69	982,25	641,69	982,25	-2.706,49
25% Impuesto	245,56	-9,86	245,56	160,42	245,56	160,42	245,56	245,56	160,42	245,56	160,42	245,56	2.350,77
Utilidad del Ejercicio	736,69	-29,57	736,69	481,27	736,69	481,27	736,69	736,69	481,27	736,69	481,27	736,69	-5.057,26

Estado de resultados anual

Cuadro N°31

ESTADO DE RESULTADOS											
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	218.270,00	255.375,90	298.789,80	349.584,07	409.013,36	478.545,63	559.898,39	655.081,12	766.444,91	896.740,54	1.049.186,43
Costo de Ventas	165.750,00	177.352,50	189.767,18	203.050,88	217.264,44	232.472,95	248.746,06	266.158,28	284.789,36	304.724,61	326.055,34
Utilidad en Ventas	52.520,00	78.023,40	109.022,63	146.533,19	191.748,92	246.072,68	311.152,33	388.922,84	481.655,55	592.015,93	723.131,10
Gtos. Administrativos	21.360,00	22.214,40	23.102,98	24.027,10	24.988,18	25.987,71	27.027,21	28.108,30	29.232,63	30.401,94	31.618,02
Gtos. Depreciación	20.097,56	20.097,56	20.097,56	20.097,56	20.097,56	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00
Gastos financieros	12.109,56	11.302,26	10.494,95	9.687,65	8.880,35	8.073,04	7.265,74	6.458,43	5.651,13	4.843,83	4.036,52
Utilidad antes impuestos	-1.047,12	24.409,18	55.327,14	92.720,89	137.782,84	200.911,94	265.759,38	343.256,10	435.671,78	545.670,16	676.376,56
15% Participación	-157,07	3.661,38	8.299,07	13.908,13	20.667,43	30.136,79	39.863,91	51.488,42	65.350,77	81.850,52	101.456,48
Utilidad antes Imptos	-890,05	20.747,81	47.028,07	78.812,76	117.115,42	170.775,14	225.895,47	291.767,69	370.321,02	463.819,64	574.920,07
25% Impuesto	-222,51	5.186,95	11.757,02	19.703,19	29.278,85	42.693,79	56.473,87	72.941,92	92.580,25	115.954,91	143.730,02
Utilidad del Ejercicio	-667,54	15.560,86	35.271,05	59.109,57	87.836,56	128.081,36	169.421,61	218.825,76	277.740,76	347.864,73	431.190,05

Flujo de caja

Cuadro N°32

FLUJO DE CAJA											
Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Netas	255.375,90	298.789,80	349.584,07	409.013,36	478.545,63	559.898,39	655.081,12	766.444,91	896.740,54	1.049.186,43	
Total de Ingresos de caja operativos	255.375,90	298.789,80	349.584,07	409.013,36	478.545,63	559.898,39	655.081,12	766.444,91	896.740,54	1.049.186,43	
Egresos de caja operativos											
Costo de ventas	177.352,50	189.767,18	203.050,88	217.264,44	232.472,95	248.746,06	266.158,28	284.789,36	304.724,61	326.055,34	
Depreciación	20.097,56	20.097,56	20.097,56	20.097,56	20.097,56	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00	
Gtos Grales y de Administracion	22.214,40	23.102,98	24.027,10	24.988,18	25.987,71	27.027,21	28.108,30	29.232,63	30.401,94	31.618,02	
Imptos.		-222,51	5.186,95	11.757,02	19.703,19	29.278,85	42.693,79	56.473,87	72.941,92	92.580,25	
Total de Egresos Netos operativos	219.664,46	232.745,19	252.362,48	274.107,19	298.261,40	316.152,12	348.060,37	381.595,86	419.168,48	461.353,61	
Flujo de Caja Neto Operativo	35.711,44	66.044,61	97.221,59	134.906,17	180.284,23	243.746,27	307.020,75	384.849,04	477.572,06	587.832,82	
Egresos Prioritarios											
Ingreso Prestamo											
Prestamos X Pagar	21.079,61	20.272,31	19.465,00	18.657,70	17.850,39	17.043,09	16.235,79	15.428,48	14.621,18	13.813,87	
Reembolso de cartas de credito											

Pagos a proveedores de maquinaria											
Pagos otras deudas no operativas											
Total de Egresos Netos prioritarios		21.079,61	20.272,31	19.465,00	18.657,70	17.850,39	17.043,09	16.235,79	15.428,48	14.621,18	13.813,87
Egresos Discrecionales											
Inversión inicial	-405.550,71										
Total Egresos Discrecionales	-405.550,71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambio Neto en caja											
Flujo Neto Operativo	-	35.711,44	66.044,61	97.221,59	134.906,17	180.284,23	243.746,27	307.020,75	384.849,04	477.572,06	587.832,82
Incremento Egresos prioritarios	-	-21.079,61	-20.272,31	-19.465,00	-18.657,70	-17.850,39	-17.043,09	-16.235,79	-15.428,48	-14.621,18	-13.813,87
Incremento Egresos discrecionales	-405.550,71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Flujos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Cambio Neto en Caja	-405.550,71	14.631,83	45.772,30	77.756,59	116.248,47	162.433,84	226.703,18	290.784,96	369.420,56	462.950,89	574.018,95

6.7 INDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

En cuanto a los índices de evaluación financiera podemos ver que el **valor actual neto** o (VAN), es positivo generando utilidades positivas por lo cual hace que este genere rentabilidad al proyecto y se factible realizarlo.

En cuanto a la **taza de interna de retorno** o (TIR) también es positiva ya que esta se encuentra en el rango de 15% al 30% con lo que la recuperación del la inversión es positiva. Para su calculo se iguala los egresos del cuadro de flujo, en donde la tasa de descuento sea cero.

Y en cuanto al **periodo de recuperación** se espera según el cuadro de flujo de caja podemos encontrar que la inversión se la va recuperar en el 5to y 6to año lo cal es normal en este tipo de proyectos y con lo que a partir de eso las utilidades que lleguen ahí son netas y van directo al proyecto ya recuperada la inversión.

Cuadro N° 33

VAN	\$ 761.135,04
TIR	29%
PRI	5y 6 to año

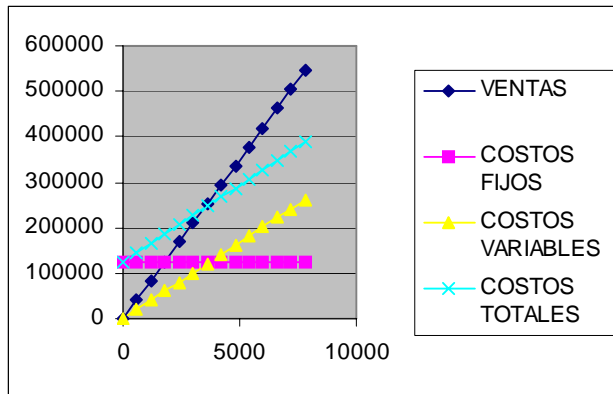
6.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio nos muestra los costos fijos , costos variables y costos totales lo que nos muestra el efectivo que nos alcanza para operar y con esto podemos visualizar el momento en cual las ventas cubrirán exactamente los costos, lo que queremos decir es que es el punto en que las cabañas se equilibraran de tal manera que no vamos ni a perder ni a ganar tanto sea en alojamiento como en alimentos y bebidas y también podemos darnos cuenta de la magnitud de las perdidas y ganancias, ya que si caen o suben del punto de equilibrio, con este punto podemos diagnosticarlas estimaciones y el futuro de las cabañas ecológicas.

Punto de equilibrio de alojamiento

Cuadro N°34

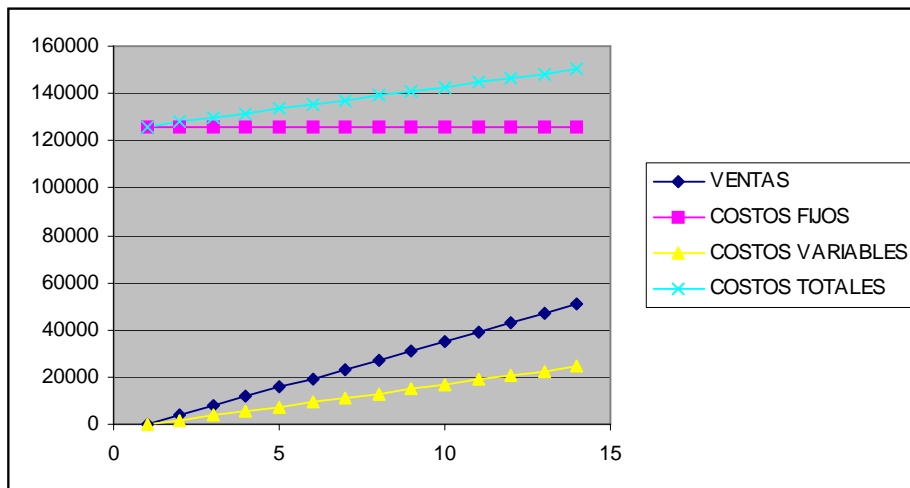
HAB OCUPADAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
0	0	125928,02	0	125928,02
600	42000	125928,02	20160	146088,02
1200	84000	125928,02	40320	166248,02
1800	126000	125928,02	60480	186408,02
2400	168000	125928,02	80640	206568,02
3000	210000	125928,02	100800	226728,02
3600	252000	125928,02	120960	246888,02
4200	294000	125928,02	141120	267048,02
4800	336000	125928,02	161280	287208,02
5400	378000	125928,02	181440	307368,02
6000	420000	125928,02	201600	327528,02
6600	462000	125928,02	221760	347688,02
7200	504000	125928,02	241920	367848,02
7800	546000	125928,02	262080	388008,02



Punto de equilibrio alimentos y bebidas

Cuadro N°35

NO. DE CLIENTES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
0	0	125.928,02	0	125.928,02
600	3900	125.928,02	1872	127.800,02
1200	7800	125.928,02	3744	129.672,02
1800	11700	125.928,02	5616	131.544,02
2400	15600	125.928,02	7488	133.416,02
3000	19500	125.928,02	9360	135.288,02
3600	23400	125.928,02	11232	137.160,02
4200	27300	125.928,02	13104	139.032,02
4800	31200	125.928,02	14976	140.904,02
5400	35100	125.928,02	16848	142.776,02
6000	39000	125.928,02	18720	144.648,02
6600	42900	125.928,02	20592	146.520,02
7200	46800	125.928,02	22464	148.392,02
7800	50700	125.928,02	24336	150.264,02



CAPITULO VII

7.0 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

7.1 ESTUDIO AMBIENTAL

Los estudios de impacto ambiental son un requisito para realizar cualquier actividad que determine alteraciones en el ambiente físico y humano. Es por esto, que realizaremos estudios de Impacto Ambiental, en especial relacionados principalmente con el recurso forestal. Se estructura un grupo multidisciplinario, que analiza e investiga los distintos impactos, así como elabora planes de manejo y de mitigación.

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.

La Estudio de Impacto Ambiental se ha vuelto preceptiva en todos los proyectos. Las consecuencias de una evaluación negativa pueden ser diversas según la legislación y según el rigor con que ésta se aplique, yendo desde la paralización definitiva del proyecto hasta su ignorancia completa.

El Estudio de impacto ambiental se refiere siempre a un proyecto específico, ya definido en sus particulares tales como: tipo de obra, materiales a ser usados, procedimientos constructivos, trabajos de mantenimiento en la fase operativa, tecnologías utilizadas, insumos, etc.

El Estudio de impacto ambiental es esencialmente un instrumento del gestor de un proyecto determinado.

7.2 Objetivo de la evaluación de impacto ambiental

En la actualidad y según las leyes es necesario que todo proyecto se realice con un estudio de evaluación de impactos ambientales, ya que debemos siempre tomar en cuenta los impactos positivos y negativos que genere el proyecto al medio ambiente, por lo cual se han determinado objetivos que nos ayuden a determinar el estudio de impactos ambientales y estos objetivos son los siguientes:

- Determinar los impactos ambientales más importantes que puedan producirse en la zona, y con esto buscar soluciones a los mismos.
- Mantener un equilibrio entre sociedad y medio ambiente por el cual nos caracterice ser cabañas ecológicas.
- Preservar toda clase de biodiversidad que exista en la zona buscando una interacción para ayudarnos mutuamente.
- Contribuir con los pobladores de la zona y los visitantes poniendo señalización y basureros para mantener la zona limpia
- Evitar un exagerado cambio paisajístico debido a la construcción de las instalaciones de las cabañas, y buscar tipo de energía alterna que nos ayude a la sostenibilidad del lugar.
- Motivar a los pobladores y visitantes a tener una cultura ecológica y sostenible, y con esto mostrar la importancia de la conservación de los recursos

7.3 MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL AMBIENTE

De la conservación de la biodiversidad

Artículo 17.- La conservación de la biodiversidad se realizará in-situ o ex-situ dependiendo de sus características ecológicas, niveles de endemismo, peligro de extinción y erosión genética, conforme a las directrices de la Estrategia Nacional de Biodiversidad y sus correspondientes planes de acción, que serán formulados por el Ministerio del Ambiente.

De la Recuperación, Rehabilitación y Restauración de la Biodiversidad y sus Funciones

Artículo 57.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que ocasione daños comprobados documentadamente a cualquier elemento de la biodiversidad del Ecuador y sus funciones, producidos por actividades dolosas o culposas, estará obligada a ejecutar actividades de recuperación, rehabilitación y restauración de los ecosistemas y habitats impactados o degradados y de especies nativas que haya determinado el Ministerio del Ambiente o la autoridad competente.

El Ministerio del Ambiente en coordinación con todas las entidades públicas que tienen competencia en esta materia, vigilará el cumplimiento de esta obligación y compelerá su ejecución por las vías legales existentes.

Artículo 58.- El Estado, a través de las entidades públicas y privadas, incentivará la investigación técnica y científica orientada a diseñar y ejecutar procesos de conservación, recuperación, rehabilitación y restauración de ecosistemas degradados y de especies amenazadas de extinción.

De la Utilización Sustentable de la Biodiversidad

Artículo 63.- El uso sustentable de la biodiversidad es el aprovechamiento extractivo o no extractivo de las poblaciones silvestres y cultivadas, sus elementos constitutivos y productos derivados, tanto en su medio natural como en cautiverio.

El uso sustentable de la biodiversidad deberá:

- a) Garantizar el mantenimiento y la regeneración de las especies dentro de sus parámetros biológicos y mantener las condiciones ecológicas necesarias para su subsistencia en forma natural;
- b) Asegurar que las poblaciones de las especies utilizadas puedan seguir cumpliendo sus funciones ecológicas y que su utilización no altere la integridad, la composición y el funcionamiento del resto de la comunidad y del hábitat al cual pertenecen; y,
- c) Propender a que los niveles de uso de las especies se basen en el conocimiento científico de sus características biológicas. Cuando este conocimiento no sea suficiente, su utilización deberá basarse en el principio de precaución, considerando además los conocimientos tradicionales, las experiencias de otros países, y sobre otras poblaciones taxonómica y ecológicamente similares.

Artículo 64.- Las actividades productivas que se realicen en el país y que utilicen recursos biológicos en sus procesos, tienen la obligación de usar sustentablemente dichos recursos de un modo y a un ritmo que no ocasione el deterioro y la disminución a largo plazo de la diversidad biológica, el patrimonio cultural asociado y la salud humana.

El Ministerio del Ambiente, definirá criterios, procedimientos, índices, e indicadores para el manejo sustentable de la biodiversidad.²⁶

Descripción del proyecto mediante ficha de línea base.

7.4 FICHA AMBIENTAL

²⁶ Ley para la conservación y uso sustentable de la biodiversidad, registro oficial No. 109 del 18 de enero de 1993 y el 146 del 16 de marzo de 1993.

Identificación del Proyecto

Nombre del Proyecto: “Cabañas El Rincón Natural del aeropuerto” .	Código:00987
	Fecha:24 junio 2011

Localización del Proyecto: Parroquia de Tababela Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: Tababela Comunidad: Tababela

Auspiciado por: Ministerio de: Gobierno Seccional: Organización No Gubernamental : Empresa privada: INmoplus Otro:	
Tipo del Proyecto:	<input type="checkbox"/> Abastecimiento de agua <input type="checkbox"/> Agricultura y ganadería <input type="checkbox"/> Amparo y bienestar social <input type="checkbox"/> Protección áreas naturales <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Electrificación <input type="checkbox"/> Hidrocarburos <input type="checkbox"/> Industria y comercio <input type="checkbox"/> Minería <input type="checkbox"/> Pesca <input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/> Saneamiento ambiental <input checked="" type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Vialidad y transporte <input type="checkbox"/> Otro:

Descripción resumida del proyecto: principales actividades y el objetivo del proyecto El proyecto consiste en la creación de cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela, esto con la construcción del nuevo aeropuerto de Quito.	
Nivel de los estudios técnicos del	<input type="checkbox"/> Idea o prefactibilidad <input checked="" type="checkbox"/> Factibilidad

proyecto:	<input type="checkbox"/> Definitivo
Categoría del Proyecto	<input checked="" type="checkbox"/> Construcción
	<input type="checkbox"/> Rehabilitación
	<input type="checkbox"/> Ampliación o mejoramiento
	<input type="checkbox"/> Mantenimiento
	<input type="checkbox"/> Equipamiento
	<input type="checkbox"/> Capacitación
	<input type="checkbox"/> Apoyo
	<input type="checkbox"/> Otro

Datos del Promotor/Auspiciante		
Nombre o Razón Social: Innoplus		
Representante legal: Juan Ignacio Medina Calderón		
Dirección: Jerónimo Leyton N23-111 y La Gasca.		
Barrio/Sector	Ciudad: Quito	Provincia: Pichincha
Teléfono: 2225-082	Fax	E-mail juanbsc_25@hotmail.com

Características del Área de Influencia

Caracterización del Medio Físico

Localización

Región geográfica:	<input type="checkbox"/> Costa
	<input checked="" type="checkbox"/> Sierra
	<input type="checkbox"/> Oriente
	<input type="checkbox"/> Insular
Coordenadas:	<input type="checkbox"/> Geográficas:
	<input checked="" type="checkbox"/> UTM: 9979853
Altitud:	<input type="checkbox"/> A nivel del mar
	<input type="checkbox"/> Entre 0 y 500 msnm
	<input type="checkbox"/> Entre 501 y 2300 msnm
	<input checked="" type="checkbox"/> Entre 2301 y 3000 msnm
	<input type="checkbox"/> Entre 3001 y 4000 msnm
	<input type="checkbox"/> Más de 4000 msnm

Clima

Calido-seco (0-500 msnm)	<input type="checkbox"/>
Calido-húmedo (0-500 msnm)	<input type="checkbox"/>
Subtropical (500-2300 msnm)	<input type="checkbox"/>
Templado (2.300-3000 msnm)	<input checked="" type="checkbox"/>
Frío (3.000-4.500 msnm)	<input type="checkbox"/>
Glaciar (>4500 msnm)	<input type="checkbox"/>

Geología, geomorfología y suelos

Ocupación actual del Área de influencia	<input checked="" type="checkbox"/> Asentamientos humanos
	<input type="checkbox"/> Áreas agrícolas o ganaderas
	<input type="checkbox"/> Áreas ecológicas protegidas
	<input type="checkbox"/> Bosques naturales o artificiales
	<input type="checkbox"/> Fuentes hidrológicas y cauces naturales
	<input type="checkbox"/> Manglares
	<input type="checkbox"/> Zonas arqueológicas
	<input type="checkbox"/> Zonas con riqueza hidrocarburifera
	<input type="checkbox"/> Zonas con riquezas minerales
	<input checked="" type="checkbox"/> Zonas de potencial turístico
	<input type="checkbox"/> Zonas de valor histórico, cultural o religioso
	<input type="checkbox"/> Zonas escénicas únicas
	<input type="checkbox"/> Zonas inestables con riesgo sísmico
	<input type="checkbox"/> Zonas reservadas por seguridad nacional
	<input type="checkbox"/> Otra: (especificar)

Pendiente del suelo	<input checked="" type="checkbox"/> Llano	El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%
	<input type="checkbox"/> Ondulado	El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100%).
	<input type="checkbox"/> Montañoso	El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100%
Tipo de suelo	<input type="checkbox"/> Arcilloso	
	<input checked="" type="checkbox"/> Arenoso	
	<input type="checkbox"/> Limoso	
Calidad del suelo	<input checked="" type="checkbox"/> Fértil	

<input type="checkbox"/> Semi-fértil <input type="checkbox"/> Erosionado <input type="checkbox"/> Otro
--

Permeabilidad del suelo	<input type="checkbox"/> Alta	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.
	<input checked="" type="checkbox"/> Media	El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.
	<input type="checkbox"/> Baja	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas
Condiciones de drenaje	<input type="checkbox"/> Muy buenas	No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias
	<input checked="" type="checkbox"/> Buenas	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones
	<input type="checkbox"/> Malas	Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve.

Hidrología

Fuentes	<input checked="" type="checkbox"/> Agua superficial	
	<input type="checkbox"/> Agua subterránea	
	<input type="checkbox"/> Agua de mar	
	<input type="checkbox"/> Ninguna	
Nivel freático	<input type="checkbox"/> Alto	
	<input checked="" type="checkbox"/> Profundo	
Precipitaciones	<input type="checkbox"/> Altas	Lluvias fuertes y constantes
	<input checked="" type="checkbox"/> Medias	Lluvias en época invernal o esporádicas
	<input type="checkbox"/> Bajas	Casi no llueve en la zona

Aire

Caliidad del aire	<input checked="" type="checkbox"/> Pura	No existen fuentes contaminantes que lo alteren
	<input type="checkbox"/> Buena	El aire es respirable, presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del año. Se presentan irritaciones leves en ojos y garganta.
	<input type="checkbox"/> Mala	El aire ha sido poluído. Se presentan constantes enfermedades bronquiorespiratorias. Se verifica

irritación en ojos mucosas y garganta.

Caracterización del Medio Biótico

Ecosistema

- Páramo
- Bosque pluvial
- Bosque nublado
- Bosque seco tropical
- Ecosistemas marinos
- Ecosistemas
- Lacustres

Flora

Tipo de cobertura	<input type="checkbox"/> Bosques <input checked="" type="checkbox"/> Arbustos <input type="checkbox"/> Pastos <input type="checkbox"/> Cultivos <input type="checkbox"/> Matorrales <input type="checkbox"/> Sin vegetación
Importancia de la Cobertura vegetal.	<input checked="" type="checkbox"/> Común del sector <input type="checkbox"/> Rara o endémica <input type="checkbox"/> En peligro de extinción <input type="checkbox"/> Protegida <input type="checkbox"/> Intervenida que ya ha sido alterada y no tenemos la vegetación propia de la zona
Usos de la vegetación:	<input type="checkbox"/> Alimenticio <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Medicinal <input checked="" type="checkbox"/> Ornamental <input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Fuente de semilla <input type="checkbox"/> Mitológico <input type="checkbox"/> Otro (especifique):

Fauna Silvestre

Tipología Microfauna

	<input checked="" type="checkbox"/> Insectos <input type="checkbox"/> Anfibios <input type="checkbox"/> Peces <input type="checkbox"/> Reptiles <input type="checkbox"/> Aves <input type="checkbox"/> Mamíferos
Importancia	<input checked="" type="checkbox"/> Común <input type="checkbox"/> Rara o única especie <input type="checkbox"/> Frágil <input type="checkbox"/> En peligro de extinción

Caracterización del Medio Socio-Cultural

Demografía

Nivel de consolidación del área de influencia	<input type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Periférica <input checked="" type="checkbox"/> Rural
Tamaño de la población	<input type="checkbox"/> Entre 0 y 1.000 habitantes <input checked="" type="checkbox"/> Entre 1001 y 10.000 habitantes <input type="checkbox"/> Entre 10.001 y 100.000 habitantes <input type="checkbox"/> Más de 100.000 habitantes
Características étnicas de la Población	<input checked="" type="checkbox"/> Mestizos <input type="checkbox"/> Indígena <input type="checkbox"/> Negros <input type="checkbox"/> Otro (especificar):

Infraestructura social

Abastecimiento de Agua	<input checked="" type="checkbox"/> Agua potable <input type="checkbox"/> Conex. domiciliaría <input type="checkbox"/> Agua de lluvia <input type="checkbox"/> Grifo público <input type="checkbox"/> Servicio permanente <input type="checkbox"/> Racionado
------------------------	---

	<input type="checkbox"/> Banquero <input type="checkbox"/> Acarreo manual <input type="checkbox"/> Ninguno
--	--

Evacuación de aguas servidas	<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Fosas sépticas <input type="checkbox"/> Letrinas <input type="checkbox"/> Ninguno
------------------------------	--

Evacuación de aguas Lluvias	<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado. <input type="checkbox"/> Drenaje superficial <input type="checkbox"/> Ninguno
-----------------------------	---

Desechos sólidos	<input checked="" type="checkbox"/> Barrido y recolección <input type="checkbox"/> Botadero a cielo abierto <input type="checkbox"/> Relleno sanitario <input type="checkbox"/> Otro:
------------------	--

Electrificación	<input checked="" type="checkbox"/> Red energía eléctrica <input type="checkbox"/> Plantas eléctricas <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Ninguno
-----------------	---

Transporte público	<input checked="" type="checkbox"/> Servicio Urbano <input type="checkbox"/> Servicio internacional <input type="checkbox"/> Rancheras <input type="checkbox"/> Canoa <input type="checkbox"/> Otro:
--------------------	--

Vialidad y accesos	<input checked="" type="checkbox"/> Vías principales <input type="checkbox"/> Vías secundarias <input type="checkbox"/> Caminos vecinales <input type="checkbox"/> Otro:
--------------------	---

Telefonía	<input checked="" type="checkbox"/> Red domiciliaria <input type="checkbox"/> Cabina pública <input type="checkbox"/> Señal móvil <input type="checkbox"/> Ninguno
-----------	---

Actividades socio-económicas

Aprovechamiento y uso de la tierra	<input checked="" type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Comercial
------------------------------------	---

	<input type="checkbox"/> Recreacional <input type="checkbox"/> Productivo <input type="checkbox"/> Baldío <input type="checkbox"/> Otro:
Tenencia de la tierra:	<input checked="" type="checkbox"/> Terrenos privados <input type="checkbox"/> Terrenos comunales <input type="checkbox"/> Terrenos municipales <input type="checkbox"/> Terrenos estatales

Organización social

	<input type="checkbox"/> Primer grado Comunal, barrial <input checked="" type="checkbox"/> Segundo grado Pre-cooperativas, cooperativas <input type="checkbox"/> Tercer grado Asociaciones, federaciones, unión de organizaciones <input type="checkbox"/> Otra
--	---

Aspectos culturales

Lengua	<input checked="" type="checkbox"/> Castellano <input type="checkbox"/> Nativa <input type="checkbox"/> Otro:
Religión	<input checked="" type="checkbox"/> Católicos <input type="checkbox"/> Evangélicos <input type="checkbox"/> Otra:
Tradiciones	<input type="checkbox"/> Ancestrales <input type="checkbox"/> Religiosas <input checked="" type="checkbox"/> Populares <input type="checkbox"/> Otras:

Medio Perceptual

Paisaje y turismo	<input checked="" type="checkbox"/> Zonas con valor paisajístico <input type="checkbox"/> Atractivo turístico <input type="checkbox"/> Recreacional <input type="checkbox"/> Otro (especificar):
-------------------	---

Riesgos Naturales e inducidos

Peligro de Deslizamientos	<input type="checkbox"/> Inminente La zona es muy inestable y se desliza con relativa frecuencia <input type="checkbox"/> Latente La zona podría deslizarse cuando se
---------------------------	--

	<input checked="" type="checkbox"/> Nulo	<p>produzcan precipitaciones extraordinarias</p> <p>La zona es estable y prácticamente no tiene peligro de deslizamientos</p>
Peligro de Inundaciones	<input type="checkbox"/> Inminente	La zona se inunda con frecuencia
	<input type="checkbox"/> Latente	La zona podría inundarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias
	<input checked="" type="checkbox"/> Nulo	La zona, prácticamente, no tiene peligro de inundaciones
Peligro de Terremotos	<input type="checkbox"/> Inminente	La tierra tiembla frecuentemente
	<input checked="" type="checkbox"/> Latente	La tierra tiembla ocasionalmente (está cerca de o se ubica en fallas geológicas)
	<input type="checkbox"/> Nulo	La tierra, prácticamente, no tiembla

El tipo de proyecto que vamos a realizar es de turismo, el nivel de estudio que vamos a realizar es el de estudio de factibilidad, la categoría del proyecto es de tipo construcción, esto se lo va llevar a cabo con el auspicio de Innoplus y el representante legal del proyecto es Juan Ignacio Medina Calderón, la dirección del lugar o de la oficina donde se va a poner en practica el estudio de factibilidad del proyecto es en la Jerónimo Leyton N23-111 y la Gasca, Provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito, la localización del proyecto es en la sierra en la parroquia de Tababela, las coordenadas son UTM : 9979853, la altitud esta entre los 2301 y 3000 metros sobre el nivel del mar, el clima es templado de un valle entre los 2300 y 3000 metros sobre el nivel del mar. En el área influencia actualmente se encuentras asentamientos humanos así como también áreas agrícolas y ganaderas y zonas con potencial turístico muy grande. La pendiente del lugar donde se va construir el proyecto es llano eso quiere decir que el terreno es plano, y las pendientes son menores que el 30%, el tipo del suelo es arenoso ya que es un clima templado, la calidad del suelo es sumamente fértil lo que nos lleva a ser muy productivo, le permeabilidad del suelo es media el agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo ya que los charcos permanecen algunas horas después de que

ha llovido, las condiciones de drenaje del lugar son buenas ya que existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones.

La hidrológica del lugar existen fuentes de agua superficial, el nivel freático es profundo, las precipitaciones en el lugar son medias ya que ya que hay lluvias en época o esporádicas.

La calidad del aire es pura ya que al ser una parroquia rural no existen mucha contaminación en el sector.

Las características del medio biótico en lo que tiene que ver con ecosistema es un bosque nublado el del sector, en lo que tiene que ver con flora existen muchos mas arbusto y árboles, así como también pastos y cultivos. La importancia de la cobertura vegetal o lo que tiene que ver con la flora de la zona es común del sector así como el uso de las mismas es ornamental.

En lo que tiene que ver a fauna silvestre la topología del sector es de micro fauna e insectos así como otros animales comunes del sector, la importancia de la fauna del sector es común.

La caracterización del medio socio cultural del sector el nivel de consolidación del área de influencia es rural, , el tamaño de población del lugar es entre 1001 y 10000 habitantes y las características étnicas del los pobladores del lugar es mestiza.

La infraestructura social del lugar el abastecimiento de agua es normal ya que es agua potable la evacuación de aguas servidas es vía alcantarillado en cuanto a lo que tiene que ver con los desechos sólidos la zona cuenta con barrido y recolección, la parroquia cuenta con red energía eléctrica, transporte de servicio urbano y muy pronto transporte de tipo internacional, la vialidad del lugar es muy buena con vías principales la telefonía es red domiciliaria .

Las actividades socio económicas del lugar en lo que tiene que ver con aprovechamiento y uso de la tierra es residencial y de zonas agrícolas, la tenencia de la tierra terrenos privados en la mayoría.

La organización social es de segundo grado son pre cooperativas y cooperativas, en los aspectos culturales la lengua principal es el castellano, la religión católica, las tradiciones son populares.

En el medio perceptual en paisaje turismo es zonas con valor paisajístico, en riesgos naturales inducidos tenemos peligro de deslizamientos nulo la zona es estable y prácticamente no tiene peligro de deslizamientos. En cuanto a peligro de inundaciones es nulo prácticamente no se daría, peligro de terremotos es latente la tierra se ubica dentro fallas geológicas.

7.5 METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Para realizar la evaluación de impactos ambientales se ha adoptado el modelo (Vicente Coneza Fernández)²⁷. Basado en al matriz de causa y efecto derivadas de Leopold, lo cual nos va llevar a obtener resultados cualitativos y cuantitativos.

Por eso es necesario seguir con el siguiente esquema:

Identificar los elementos mas susceptibles de tener impactos.

Conocido el estado actual donde se va realizar el proyecto y las acciones ah realizarse del mismo que influyen en el medio, se va a realizar una matriz de interacción proyecto ambiente la identificación de los impactos se pueden generar por la creación de las cabañas ecológicas.

²⁷ CONEZA FERNÁNDEZ, VICENTE guía metodológica para la evaluación de impacto ambiental- ediciones Mundiprensa Madrid 1992

A partir de la matriz proyecto – ambiente vamos hacer una una descripción de las interacciones identificadas

Con este modelo, el estudio de valoración medimos es estado de impacto en grado de manifestación cualitativa del efecto, lo cual quedara en la importancia del impacto lo cual es una mediada en relación de la magnitud de los cambios producidos y también de atributos cualitativos como son extensión, plazo de manifestación persistencia reversibilidad y recuperabilidad.

De acuerdo a los resultados que se den se van a dar rangos para definir el estado del impacto.

Si el impacto es muy grande, se establecerán las meidas manejo para prevenir y controlar lo afectado.

7.6 Actividades del proyecto

Para la ejecución del proyecto la creación de las cabañas ecológicas en la parroquia de Tababela se han considerado y se ha dividido en tres etapas o fases: la fase de construcción la fase de operación y la fase de abandono

7.6.1 Fase de construcción.- en esta fase se encuentras aspectos muy importantes ya que esta la limpieza de la zona y el destroce, siguiendo con la de excavaciones el relleno y la compactación el transporte de los materiales para las cabañas ecológicas, la puesta en práctica de la construcción de la infraestructura de las cabañas, como aspectos mas importantes y sobre todo que causan un efecto mas grande en el ambiente.

7.6.2 Fase de operación .- en esta fase encontramos como las principales causas de impacto ambiental, funcionamiento de las cabañas ecológicas y de las cabañas administrativas así como el mantenimiento de los diferentes áreas del lugar, la utilización de los recursos naturales, esta es la fase mas importante de proyecto ya que mediante esta fase vamos a explotar el lugar para obtener ingresos del proyecto y con esto podemos seguir en esta fase o pasar a la fase de abandono.

7.6.3 Fase de abandono.- lo principal es no llegar a esta fase ya que no serviría de nada el estudio que se hizo, pero dentro de esta fase tenemos el retiro de los equipos e infraestructura de las cabañas ecológicas, al ser construida como cabañas ecológicas muchas partes de ellas serán biodegradables, la limpieza de los escombros que queden y sobre todo una re vegetación, a esta fase se le toma en cuenta ya que en un momento puede cambiar de dueños y así dejar de brindar servicios de cabañas ecológicas, el tiempo mínimo que se espera estar es de 10 años a partir del funcionamiento del mismo.

7.7 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES.

En este proceso de la evolución de impactos ambientales debemos identificar los factores ambientales como el reconocimiento de las distintas fases del proyecto que origina un o impacto ambiental y de esta forma las diferentes relaciones entre las distintas fases.

Para la identificación de las relaciones en las distintas áreas e identificar los impactos en cada una de ellas tenemos que utilizar la matriz de identificación de impactos. Esta es

una matriz de doble entrada en donde se ubica los componentes ambientales así como las fases del proyecto.

A continuación continuamos con la matriz de identificación de impactos ambientales para el proyecto:

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Proyecto de Creación de Cabañas Ecológicas en la parroquia de Tababela.				ETAPA DE CONSTRUCCIÓN					ETAPA DE OPERACIÓN			ETAPA DE ABANDONO		
				desechos y limpieza	Excavaciones	Relleno y Compactación	Transporte de materiales	Construcción de la infraestructura hotelera	Funcionamiento del local	Ubicación de los recursos naturales	Mantenimiento	Retiro de equipo y maquinaria	Limpieza de escombros	Revegetación
Medio	Componente	N.	Factor											
Físico	Tierra	1	Calidad de suelo			X		X					X	
		2	Morfología original	X					X				X	
	Hídrico	3	Curse de cauce hídrico							X			X	
		4	Calidad de agua superficial	X		X					X		X	
	Atmosférico	5	Aire		X			X					X	
		6	ruido		X	X		X	X			X	X	
	Paisajístico	7	paisaje					X	X					
	Procesos	8	erosión		X		X						X	
Biótico	Flora	9	Habitad de flora terrestre	X				X	X			X	X	
	Fauna	10	Habitad de fauna terrestre	X				X	X			X	X	
Socio - Económico	Infraestructura y servicios	11	Red de agua potable			X						X		
		13	Cálida de vida	X	X				X				X	X
	Humano	14	Salud	X	X								X	
		15	Empleo						X		X			X

Parámetros de calificación en la importancia del impacto ambiental

Parámetro	Descripción
Signo o carácter	El signo del impacto hace alusión al carácter benéfico (+) o adverso(-) de las distintas acciones que van actuar sobre los distintos factores considerados.
Magnitud (I)	Se refiere al grado de incidencia de la acción sobre el factor, en el ámbito específico en que actúa.
Extensión o área de influencia (E)	Se refiere al área de influencia del impacto en relación con el contorno del proyecto.
Momento (M)	El plazo de manifestación del impacto alude al tiempo que transcurre entre la aparición de la acción y el comienzo del efecto sobre el factor del medio considerado.
Persistencia Duración(P)	Se refiere al tiempo que, supuestamente, permanecería el efecto a partir de su aparición.
Reversibilidad(R)	Es la rehabilitación por medios naturales, la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales, previas a la acción.
Recuperabilidad(MC)	Es la rehabilitación por la introducción de medidas correctivas la posibilidad de reconstrucción total o parcial del elemento afectado como consecuencia de la actividad realizada.
Importancia del Impacto	La importancia del impacto viene representada por un número que se deduce en función del valor asignado a los símbolos considerados, como se presenta a continuación: $\text{Importancia} = \pm (3I + 2E + M + P + R + MC)$ Como se puede apreciar en el parámetro magnitud se califica con mayor relevancia dentro del análisis seguido por la extensión del efecto mientras que parámetros como momento, reversibilidad, persistencia, y recuperabilidad conservan la misma categoría.

Valores de cada parámetro.

Signo:

Benéfico +1

Adverso -1

Magnitud:

Baja 1

Media 2

Alta 4

Muy alta 8

Extensión:

Puntual 1

Local 2

Regional 4

Momento:

Largo plazo

Mediano plazo

Inmediato

Persistencia:

Temporal 1

Prolongada 2

Permanente 4

Reversibilidad:

Corto plazo 1

Medio 2

Largo 4

Irreversible 8

Recuperabilidad :

Recuperable inmediato 1

Recuperable medio plazo 2

Mitigable y/o compensable 4

Irrecuperable 8

Importancia:

= +/- (3I+2E+M+P+R+MC)

De acuerdo a estos cuadros se han hecho las distintas apreciaciones de los rangos en lo que se encuentra los impactos ambientales en los cuales se dividirán en :

Positivo

Irrelevante

Moderado

Severo

Crítico

7.7 EVALUCIÓN DE LOS IMPACTOS SEGÚN LA MATRIZ.

Podemos ver que según la matriz ambiental se encuentra en la fase de construcción un lado positivo ya que no existe mucha contaminación en el lugar mas que en ciertos puntos como son lo desechos y limpieza y las excavaciones que se van a dar en el lugar esto en cuanto a la etapa de construcción.

En cuanto a lo que tiene que ver con la fase de operación la veda e muy positivo ya que como viene hacer unas cabañas ecológicas e impulsar el turismo sostenible del lugar, solo existen cierto punto de maltrato que es de la operación del lugar, cuya que va llevar un cierto tiempo concienciar a los empleados y a las personas tanto del lugar como las que llegan como turistas, esto en cuanto a la etapa de operación.

En cuanto a la fase de abandono quiza si es una contaminación moderada ya que que en los puntos retiro de quipos e infraestructura asi como en la limpieza de escombros se va ensuentras muchos puntos que van hacer tomados en cuenta yq eu tienen cierto grado de

contaminación, pero lo mas importante de la etapa de abandono tiene que ver en cuanto las personas que vayan a ser las nuevas dueñas del lugar o sean los nuevos propietarios la van a cuidar bien con conciencia ambiental o simplemente la van a explotar económicamente y con mucha sobrecarga de turistas.

CAPITULO VIII

8.0 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo citaremos las conclusiones y recomendaciones que se surgieron a lo largo del proyecto.

8.1 CONCLUSIONES

- Los antecedentes y generalidades de la zona nos permitieron entender mejor la situación de Tababela, en lo que tiene que ver con población, atractivos turísticos, y a entender mejor de lo que se trata una cabaña ecológica.
- Con estudio de mercado sabemos que el lugar donde se va a realizara el proyecto existe una gran potencialidad de turismo que no ha sido explotado, por lo cual también con la construcción del nuevo aeropuerto internacional de Quito acogeremos a muchos turistas.
- Con el planteamiento del plan de marketing lo que se intentamos es entrar en la mente de las personas teniendo un excelente servicio con bajos precios, y mas que nada llenemos las expectativas de los clientes, haciendo respetar nuestra misión y visión.
- Hemos creado un proyecto que esta muy bien estructurado ya que hemos estudiado mucho como administrar, así como también esta legalmente constituido por la ley de acuerdo a las leyes que tiene que ver con hostales hosterías y cabañas se refiere.
- Con el estudio técnico hemos explotado la mayoría del lugar donde se ubicara el proyecto poniendo en práctica el turismo sostenible sin sobrecargar los

alrededores, así como también ha sido construido de tal forma que se tenga mayor provecho.

- Con el estudio financiero pudimos sacar como conclusión que el proyecto tiene una muy buena rentabilidad y que hemos recuperado la inversión al 5to o 6to año lo cual depuse tendremos solo utilidades.
- Hemos podido ver don el estudio ambiental que es muy minimo el nivel de impacto y es más en la fase de abandono del mismo ya que no sabremos que va pasar con los nuevos dueños de lugar.

8.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la utilización de medios de prensa, como publicidad para llegar más rápido a la mente del consumidor, y con esto generar una expectativa de compra de los servicios.
- Se recomienda el uso de propóleos en la caña al momento de la construcción de la caña guadúa ya que esto hace que no se apolille el material y con esto podemos tener una mejor vida útil del lugar.
- Se recomienda una buena señalización de las cabañas para poder llegar en el menos tiempo y mas que nada sea fácil la llegada al turista.
- Se recomienda la investigación de formas de reciclaje y de sostenibilidad para tener un buen turismo sostenible y poder así capacitar a los empleados e involucrarlos con el tema.
- Se recomienda un inventario nuevo de atractivos turísticos del lugar para poder guiarlos mejor a los turistas que lleguen al lugar.

- **BIBLIOGRAFÍA:**

- BOLETÍN DE ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS 2002 – 2004, Anuarios de migración Internacional, INEC, Dirección nacional de migración, estimaciones ministerio de turismo.
- C. BULLÓN Roberto, Planificación del espacio turístico, editorial Trillas, Cuarta edición.
- Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 167 de 16 de Diciembre del 2005.
- CONEZA FERNANDEZ Vicente, Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental, ediciones Mundiprensa, Madrid, 1993n, México, 2006.
- FISCHER DE LA VEGA Laura, mercadotecnia, Editorial Mc Graw-Hill, 1993, México.
- Material digital de la parroquia de Tababela, perteneciente al Consejo Provincial de la Provincia de Pichincha.
- Ley para la conservación y uso sustentable de la biodiversidad, registro oficial No. 109 del 18 de enero de 1993 y el 146 del 16 de marzo de 1993s, Lima-Perú, 2005.
- Ley de compañías actualizada abril del 2001
- LUZURIAGA Jorge, “diseño para la elaboración del plan de tesis”, UTE.
- PHILIP KOTLER/JOHN BOWEN/JAMES MAKENS, Marketing para el Turismo, Pearson Education, Tercera Edición, España, 2005.
- PIMENTA RODRÍGUEZ Manuel, Manual del Gestor de Alojamientos con Encanto, editorial Almuzara, primera edición.

- REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y HOTELERAS, Decreto 3400 R.O 726, 17 de Diciembre del 2002.
- RODRÍGUEZ VERA Ricardo, Costos Aplicados a Hoteles y Restaurantes, Ecoe Ediciones, Bogotá Colombia, Segunda Edición 2002.
- SOSA DE LA CRUZ Clifor Daniel, Como Elaborar un Proyecto de Inversión Turística, Editorial San Marco
<http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>
- Tesis “Estudio de factibilidad para la creación de la hostería Allpalluta en la zona de Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos, Provincia de Pichincha”, Diana Cristina Castro Bastidas.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- http://www.visitaecuador.com/ver_diseno_wdi.php?codigo=2fngn0WZ&idiomas=1

ANEXO 1

Formato encuesta español

Nro.....

ENCUESTA PARA LA APERTURA DE LAS NUEVAS CABAÑAS ECOLÓGICAS EN EL SECTOR DE TABABELA

DATOS GENERALES

Ciudad de procedencia

Género

Masculino

femenino

Ocupación

empleado privado

Independiente

Estudiante

Otros

1) Conoce la parroquia de Tababela?

a) si

b) no pase a la pregunta 8

2) Cuanto tiempo ha estado en la zona?

a) 8 horas

b) 12 horas

c) 1 día

d) 2 días y 1 noche

e) más de 2 días

3) Cual ha sido el motivo de su viaje a Tababela?

a) Trabajo

b) Estudio

c) Vacaciones

d) Otros

4) Cuando visita Tababela o parroquias similares cual es su preferencia de alojamiento?

a) Hotel

b) Hostería

c) Cabañas

d) Casa de 1 amigo o familiar

5) Que cabañas u hosterías conoce en Tababela?

.....

6) Que actividad turística le gusta practicar en la zona?

a) Caminatas

b) Paseos a caballo

c) Deportes extremos

- d) Visita sitios turísticos
- e) Camping
- f) otro.....

7) Que medio de transporte utiliza para llegar a Tababela?

- a) Transporte público
- b) Transporte privado
- c) Transporte propio

8) Le gustaría alojarse o visitar cabañas ecológicas en Tababela?

- a) si
- b) no

9) Cuantos días le gustaría disfrutar de las cabañas?

- a) 1 día
- b) 2 días y 1 noche
- c) 3 días y 2 noches
- d) 4 días o más

10) Con cuantas personas nos visitaría?

- 1 persona
- 2 personas
- 3 personas
- 4 personas
- 5 personas o más

11) Cada cuanto tiempo le gustaría viajar a nuestras cabañas?

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 veces al año
- 4 veces al año
- 5 o más veces al año

12) Cuanto estaría dispuesto en gastar diario y por persona?

- | alojamiento | alimentación |
|--------------------|---------------------|
| a) 20-50 USD | 5-15 USD |
| b) 50-80 USD | 15-30 USD |
| c) 80-110 USD | 30-45 USD |
| d) 110 o más | 45 o más |

13) que tipo de gastronomía le gustaría en el lugar?

- a) Comida ecuatoriana
- b) Comida italiana
- c) Comida mexicana
- d) otro tipo de comida

ANEXO 2

Formato encuesta en inglés

SURVEY FOR THE CREATIONS OF ECOLOGICAL CABINS IN THE FIELD OF TABABELA

GENERAL DATA

home country

Genre

Male

female

Occupation

private employee

Independent

Student

Others

.....

1) Do you know Tababela?

a) yes

b) no

go to question 8

2) How long have you been in the place?

a) 8 hours

b) 12 hours

c) 1 day

d) 2 days and 1 night

e) more than 2 days

3) Which has been the reason for your trip to Tababela?

a) work

b) study

c) vacations

d) Others

.....

4) When you visit or similar areas, what is your preference for accommodation?

a) Hotel

b) Hostel

c) Cabins

d) Home of a friend or family

5) What cabins or hostels do you know in Tababela?

.....

6) Which tourist activities do you like to practice in the area?

a) Walks

b) Horse riding

c) Extreme sports

d) Visit tourist places

- e) Camping
- f) other.....

7) What transport used to get tababela?

- a) Public transport
- b) Private transport
- c) Own transport

8) would you like to stay or visit the ecological cabins in tababela?

- a) yes
- b) no

9) How much days would you like to enjoy the cabins ?

- a) 1 day
- b) 2 days y 1 nighth
- c) 3 days y 2nights
- d) 4 days or more

10) How many people visit us?

- 1 person
- 2 people
- 3 people
- 4 people
- 5 people or more

11) How often you would like to travel to our cabins?

- 1 time of year
- 2 times of year
- 3 times of year
- 4 times of year
- 5 or more times of year

12) How much you liketo pay for person and for day ?

Accommodation	feeding
a) 20-50 USD	5-15 USD
b) 50-80 USD	15-30 USD
c) 80-110 USD	30-45 USD
d) 110 or more	45 or more

13) What kind of food do you like in the place?

- a) ecuatorian food
- b) italian food
- c) mexican food
- d) other food

ANEXO 3

Recetario estándar

Bonitasimas				6 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
harina de maíz calentado	450 gr	1 libra	0,5	0,5
manteca de puerco	225gr	1/2 libra	0,5	0,25
yema de huevo		1	0,1	0,1
agua tibia		2 tazas	0	0
queso crema	675gr	1 1/2 libra	2,5	1,5
cebolla blanca	450gr	1libra	0,8	0,8
sal			0,15	0,15
			3% imprevistos	3,33
			total	3,33
			costo por porción	0,555
			precio	1,5
			costo potencial	37%

Ceviche de Camarón				4 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
camarones crudos	900gr	2 libras	3	6
salsa de tomate	250 gr	1/2 libra	1	1
cebolla paitaña	450gr	1 libra	0,8	0,8
tomates	450 gr	1libra	1	1
aceite	50gr	1/12 libra	1	0,05
limones	1800gr	4 libras	0,5	0,5
perejil	50gr	1/12 libra	0,1	0,03
sal			0,15	0,15
			3% imprevistos	9,56
			total	9,56
			costo por porción	2,39
			precio	7
			costo potencial	34%

caldo de patas				4 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
pata de res		1	6	6
cebolla blanca	250 gr	1/2 libra	0,8	0,4
perejil	100gr	1/8libra	0,1	0,04
cebolla perla	250gr	1/2 libra	0,8	0,4
aceite	100gr	1/8 libra	1	0,25
maní	30gr	1/14 libra	1	0,15
leche	1 litro	1litro	0,75	0,75
mote cocido	450gr	1 libra	1,5	1,5
achiote			0,25	0,25

sal			0,15	0,15
			3% imprevistos	9,92
			total	9,92
			costo por porción	2,48
			precio	7,5
			costo potencial	33%

locro de Papa				4 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
papas	450gr	1 libra	3	3
ajo	225gr	1/2 libra	1	0,5
cebolla blanca	225gr	1/2 libra	0,8	0,4
leche	1/2 litro	1/2 litro	0,75	0,43
queso	450gr	1 libra	3,5	3,5
aceite	100gr	1/8 libra	1	0,25
sal			0,15	0,15
			3% inprevistos	8,26
			total	8,26
			costo por porcion	2,065
			precio	7
			costo potencial	30%

yaguar loco				4 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
menudo de borrego	450gr	1 libra	2,5	2,5
sangre de borrego	1litro	1 litro	2	2
papas	1350gr	3 libras	1,5	4,5
maní	30 gr	1/14 libra	1	0,15
leche	1/2 litro	1/2 litro	0,75	0,43
cebolla blanca	225gr	1/2 libra	0,8	0,4
aceite	100gr	1/8 libra	1	0,25
oregano	4 gr		0,15	0,005
sal			0,15	0,15
			3% imprevistos	10,41
			total	10,41
			costo por porción	2,6025
			precio	9
			costo potencial	29%

papas con cuero				3 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
cuero	1000gr	1 kilo	3	3
papas	1350gr	3 libras	1,5	4,5
maní	30 gr	1/14 libra	1	0,15
leche	1/2 litro	1/2 litro	0,75	0,43
cebolla blanca	225gr	1/2 libra	0,8	0,4

cilantro	50gr	1/12 libra	0,5	0,001
aceite	100gr	1/8 libra	1	0,25
orégano	4 gr		0,15	0,005
achiote			0,25	0,25
sal			0,15	0,15
			3% imprevistos	9,16
			total	9,16
			costo por porción	3,0533333
			precio	9
			costo potencial	34%

Fritada				3 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
carne de chanco	1250 gr	4 libras	1,5	6
maní	30 gr	1/14 libra	1	0,15
cebolla blanca	225gr	1/2 libra	0,8	0,4
cerveza	225gr	1 taza	1	1
ajo	450 gr	1 libra	0,5	0,5
achiote			0,25	0,25
sal			0,15	0,15
			3% imprevistos	8,48
			total	8,48
			costo por porción	2,8266667
			precio	8
			costo potencial	35%

camarones encocados				3 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
camarón	900gr	2 libras	2	6
maduro	450gr	1 libra	1	1
harina de maíz	100 gr	1/8 libra	0,5	0,1
cocos		2	0,5	1
crema de leche	1/2 ltro	1/2 litro	2	1
azúcar	225 gr	1/2 libra	0,4	0,2
agua		2 tazas		
			3% imprevistos	9,33
			total	9,33
			costo por porción	3,11
			precio	8
			costo potencial	39%

Quimbolitos				3 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
mantequilla	112,5 gr	1/4 libra	3	0,75
azúcar	225 gr	1/2 libra	0,4	0,2
yemas de huevo	4	4	0,1	0,4

harina de maíz tostado	1000gr	1 kilo	0,5	0,8
queso	450 gr	1 libra	3,5	2
claras de huevo				
pasas		2 tazas		
hojas de achira	4	4	0,2	0,2
			3% imprevistos	4,35
			total	4,35
			costo por porción	1,45
			precio	4,5
			costo potencial	32%

higos con queso				6 porciones
ingredientes	unidad	cantidad	precio unitario	precio total
higos	1	12 higos	0,05	0,6
agua	6 tazas			
panela	1000 gr	1 kilo	2	2
canela	100 gr	1/8 libra	0,25	0,1
queso	450 gr	1 libra	2,5	2,5
pimienta dulce	100 gr	1/8 libra	0,2	0,05
clavo de olor	100 gr	1/8 libra	.20	0,05
			3% imprevistos	5,33
			total	5,33
			costo por porción	0,8883333
			precio	2,8
			costo potencial	32%

ANEXO 4

Porcentaje de Ocupación

INDICADORES DE PORCENTAJE DE OCUPACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO

El 4 x 4 de la hotelería en Quito								
2007	Marzo				Febrero			
	segunda	primera	lujo	total	segunda	primera	lujo	total
Tasa de ocupación hotelera (%)	37.6	46.4	73.9	52.0	35.9	45.9	74.5	51.4
Pernotaciones (noches)	31 485	25 142	50 045	106 672	25 835	22 906	39 261	88 003
Estancia Media (noches por llegada)	1.44	1.57	2.01	1.70	1.48	1.65	1.69	1.61
Tarifa (US\$ por habitación ocupada)	16.9	39.1	73.8	49.0	18.3	38.4	71.7	48.8

Grupo	Categoría	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	jun-dic	ene-mar
Residentes													
Hoteles		1.59	1.59	1.56	1.44	1.38	1.33	1.24	1.35	1.41	1.45	1.45	1.40
Hostales y pensiones		1.78	1.69	1.39	1.59	1.32	1.23	1.60	1.33	1.43	1.57	1.48	1.45
No residentes													
Hoteles		1.88	1.87	1.64	1.58	1.47	1.55	1.56	1.75	1.77	1.93	1.64	1.82
Hostales y pensiones		2.16	2.41	2.54	1.88	1.67	1.29	1.91	1.57	1.98	1.80	2.01	1.77
Total por grupo													
Hoteles		1.75	1.74	1.60	1.52	1.43	1.46	1.40	1.55	1.59	1.71	1.56	1.62
Hostales y pensiones		1.97	2.09	1.90	1.71	1.45	1.26	1.74	1.43	1.67	1.66	1.72	1.58
total por grupo		1.88	1.87	1.64	1.58	1.47	1.55	1.56	1.52	1.61	1.70	1.59	1.61

ANEXO 5

PLANO DE SISTRIBUCIÓN DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS

