



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMÍA

CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES**

**TEMA: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS
ECOLÓGICAS EN LA PARROQUIA DE PIFO.**

AUTORA: WENDY CATHERINE SORIA ÁLVAREZ

DIRECTOR: MASTER EDWIN ARTEAGA

**JUNIO – 2011
QUITO - ECUADOR**

Certifico que bajo mi dirección la presente Tesis ha sido realizada en su totalidad por la señorita

Wendy Catherine Scoria Álvarez

Ms. Edwin Arteaga
Director de Tesis

AUTORÍA

Del contenido de la presente Tesis se responsabiliza la autora

Wendy Catherine Soria Álvarez
C.I. No. 171277181-3

DEDICATORIA

A pesar de todas las dificultades que se me presentaron a lo largo de mi carrera, he podido culminar con esfuerzo y dedicación ya que siempre tuve el apoyo de una gran mujer a la cual admiro y amo muchísimo... Mi Madre es por eso que este trabajo se lo dedico con mucho cariño a ella.

Wendy

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar presente junto a mí en todas las etapas de mi vida, brindándome sabiduría, fortaleza, paciencia y sobretodo AMOR; gracias a ti mi Señor por sembrar siempre en mi corazón alegría por todo esto y mucho más Te Amo...

A mi madre, por haberme dado la vida y ser mi apoyo fundamental durante toda mi vida, gracias por el esfuerzo que siempre hiciste para darme lo mejor, por tus enseñanzas y buenos consejos he llegado a esta maravillosa etapa.

A mi padre, por haber estado siempre a mi lado en todo lo que he necesitado no sólo económicamente sino espiritualmente también.

A mis hermanos Jenny y Huguito porque de alguna forma supieron ayudarme cuando lo necesite durante mi carrera y la realización de esta tesis.

A Mamá Angelita por ser una madre para mí, gracias por todos sus consejos, por apoyarme en los momentos más difíciles de mi vida, he aprendido mucho de usted de gracias a su gran corazón y bondad.

A Hortensita que la considero como una madre para mí porque ha estado a mi lado para brindarme mucho amor sabiduría y porque me tiene siempre en su corazón.

A mis mejores amigas Mayrita, Nancy, Caro, Mafer y Giovly que aunque no son hermanas de

sangre siempre serán mis hermanas de corazón, gracias por ayudarme y estar siempre junto a mí.

A toda mi familia por apoyarme siempre en especial a mis primos Sergio y Camilita muchísimas gracias.

Al Máster Edwin Arteaga, quien con su tutoría y recomendaciones colaboró para que pueda finalizar mi tesis. Mil Gracias por todo.

Al Máster José Velasco, por sus enseñanzas durante mi carrera y por haber confiado siempre en mí.

A mi Papá Alfonsito, que a pesar de no estar presente físicamente en este momento estoy completamente segura de que siempre esta su alma junto cuidándome y guiándome. Te amo mucho y siempre te llevo en mi corazón Papal.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
Síntesis	I
Planteamiento del Problema	II
Antecedentes	II
Justificación e Importancia	IV
Planteamiento de Objetivos	IV
Marco Referencial	VII
Idea a Defender	IX
Metodología de la Investigación	IX
Técnicas de la Investigación	XII

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1. GENERALIDADES DE LA PARROQUIA	1
1.1. Ubicación Geográfica	1
1.2. Reseña Histórica	1
1.3. Límites	2
1.4. Población	2
1.5. Extensión	2
1.6. División Política	3
1.7. Antecedentes Geográficos	3
1.8. Hidrografía	4
1.9. Agricultura	4
1.10. Viabilidad	4
1.11. Transporte	5
1.12. Servicios Básicos	6
1.12.1. Electricidad	6
1.12.2. Agua Potable	6
1.12.3. Alcantarillado	7
1.12.4. Red Telefónica	7
1.12.5. Recolección de basura	7
1.13. Economía	7
1.14. Atractivos Turísticos	9

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO	32
2.1. Concepto	32
2.2. Justificación	32
2.3. Objetivos	33
2.3.1. Objetivo General	33
2.3.2. Objetivos Específicos	33
2.4. Tamaño del Mercado	33
2.5. Segmentación del Mercado	35
2.5.1. Turistas Nacionales	35
2.5.1.1. Segmentación Geográfica	35
2.5.1.2. Segmentación Demográfica	35
2.5.1.3. Segmentación Socioeconómica	35
2.5.1.4. Segmentación Psicográfica	36
2.5.2. Turistas Extranjeros	36
2.5.2.1. Segmentación Geográfica	36
2.5.2.2. Segmentación Demográfica	36
2.5.2.3. Segmentación Psicográfica	36
2.6. Determinación de los Turistas	37
2.6.1. Tamaño de la muestra para los turistas	37
2.6.2. Tamaño de la muestra para los pobladores de la Parroquia de Pifo	38
2.7. Tabulación e Interpretación de Datos	40
2.7.1. Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros	40
2.7.2. Encuesta aplicada a los pobladores de la Parroquia de Pifo	53
2.8. Análisis de la Demanda	61
2.8.1. Demanda Turística	61
2.8.2. Demanda Histórica	61
2.8.3. Demanda Futura	62
2.8.4. Proyección de la demanda	62
2.9. Análisis de la Oferta	65
2.9.1. Oferta Turística	65
2.9.2. Oferta Histórica	66
2.9.3. Oferta Competitiva	66
2.9.4. Proyección de la oferta	67
2.10. Análisis de la Competencia	69
2.11. Balance Oferta – Demanda	70
2.11.1. Determinación de la Demanda Insatisfecha	70

CAPÍTULO 3

3. ESTRATEGIA DE MERCADO	72
3.1. Concepto	72
3.2. Objetivos	72
3.3. Misión	73
3.4. Visión	73
3.5. Filosofía	74
3.5.1. Valores Corporativos	74
3.5.2. Políticas Empresariales	76
3.6. Objetivos Corporativos	76
3.6.1. Corto Plazo	76
3.6.2. Mediano Plazo	77
3.6.3. Largo Plazo	77
3.7. Análisis Situacional (FODA)	78
3.7.1. Ámbito Interno	78
3.7.2. Ámbito Externo	80
3.7.3. Análisis del FODA	84
3.8. Propuesta Mercadológica	86
3.8.1. Producto	87
3.8.1.1. Descripción del Producto	87
3.8.1.2. Estrategias del Producto	90
3.8.1.3. Descripción de cada Producto o Servicio	92
3.8.2. Precio	99
3.8.2.1. Estrategia Competitiva del Precio	102
3.8.3. Plaza	103
3.8.3.1. Estrategias de Plaza	104
3.8.3.2. Comercialización del Producto Turístico	104
3.8.4. Promoción y Publicidad	105
3.8.4.1. Promoción	105
3.8.4.1.1. Objetivos de la Promoción	105
3.8.4.1.2. Selección de la Audiencia	106
3.8.4.1.3. Selección de un Mensaje	106
3.8.4.1.4. Slogan	106
3.8.4.2. Publicidad	107
3.8.4.3. Medios de Publicidad	107
3.8.4.3.1. Estrategias de Medio de Publicidad	108
3.8.4.4. Promoción de Ventas	109
3.8.4.4.1. Objetivos	110

3.8.4.4.2. Estrategias de Ventas	110
3.8.4.5. Relaciones Públicas	111
3.8.4.5.1. Estrategias de Relaciones Públicas	111
3.9. Presupuesto de Publicidad	112
3.10. Presupuesto de Marketing	113

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO TÉCNICO	114
4.1. Objetivos del Estudio Técnico	114
4.2. Localización del Proyecto	114
4.2.1. Macro Localización	114
4.2.2. Micro Localización	115
4.2.3. Factores para la Localización	115
4.2.3.1. Atractivos Turísticos	116
4.2.3.2. Infraestructura Básica	116
4.2.3.3. Vialidad	116
4.2.3.4. Disponibilidad de la Mano de Obra	116
4.2.3.5. Medios y Costos de Transporte	117
4.2.3.6. Disponibilidad del Terreno	117
4.2.4. Descripción del Proyecto	117
4.2.5. Descripción de los Servicios a Prestarse	118
4.2.5.1. Servicio de Alojamiento	118
4.2.5.2. Servicio de Alimentación	118
4.2.5.3. Servicio de Recreación	119
4.2.6. Desarrollo de las Áreas del Proyecto Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”	121
4.2.6.1. Área de Administración	122
4.2.6.2. Área de Alojamiento	122
4.2.6.3. Área de Restaurante	124
4.2.6.4. Área de Recreación	124
4.2.6.5. Área de Parqueadero	124
4.2.7. Ingeniería del proyecto	124
4.2.7.1. Diseño de Servicios	124
4.2.7.2. Dimensiones de las áreas	126
4.2.7.2.1. Área de Restaurante	126
4.2.7.2.2. Área de Administración	126
4.2.7.2.3. Área de Actividades Recreativas	126
4.2.8. Descripción del Equipamiento y Mobiliario	127
4.2.8.1. Maquinaria y Equipo de Cocina	127

4.2.8.2. Equipos de Computación	128
4.2.8.3. Equipo de Oficina	128
4.2.8.4. Muebles y Enseres de Las Cabañas Ecológicas	129
4.2.8.5. Muebles y Enseres de Recepción y Counter	129
4.2.8.6. Muebles y Enseres del Área Administrativa	130
4.2.8.7. Muebles y Enseres de Restaurante	130
4.2.8.8. Muebles y Enseres de Cocina	130
4.2.8.9. Menaje del Restaurante	131
4.2.8.10. Menaje de Cabañas	132
4.2.8.11. Utensilios de Cocina	132
4.2.9. Diseño de las Cabañas “Pifo’s Lodge”	134

CAPÍTULO 5

5. ESTUDI ADMINISTRATIVO Y LEGAL	135
5.1. Concepto	135
5.2. Cuadro de Número de Puestos	135
5.3. Razón Social	135
5.4. Organigrama Estructural de las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”	136
5.5. Organigrama Funcional de las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”	136
5.6. Requerimientos para el Personal	137
5.6.1. Personal Administrativo	137
5.6.1.1. Junta General de Socios	137
5.6.1.2. Administrador	138
5.6.1.3. Contador	139
5.6.2. Personal Operativo	139
5.6.2.1. Recepcionista	140
5.6.2.2. Camarera	141
5.6.2.3. Cocinero	141
5.6.2.4. Mesero	143
5.6.2.5. Guía Turístico	143
5.6.2.6. Chofer	145
5.6.2.7. Guardia	145
5.6.3. Reclutamiento del Personal	146
5.6.3.1. Selección del Personal	146
5.6.4. Ordenamiento Jurídico	148
5.6.4.1. Compañía de Responsabilidad Limitada	148
5.6.4.2. Requisitos	149
5.6.4.3. Instituciones, Leyes y Requisitos a cumplir	150

5.6.4.4. SRI	150
5.6.4.5. Ilustre Municipio de Quito	152
5.6.4.6. Patente Municipal	152
5.6.4.7. Control Sanitario	153
5.6.4.8. Formulario de Línea de Fábrica	154
5.6.4.9. Formulario de Línea de Suelo	154
5.6.4.10. Cuerpo de Bomberos	154
5.6.4.11. Dirección Metropolitana del Ambiente	155
5.6.4.12. Independencia de Policía	155
5.6.4.13. Afiliación al CAPTUR	156
5.6.5. Políticas de Trabajo	157
5.6.5.1. Normas Básicas de Conducta	157
5.6.5.2. Reglas de Actitud ante el Trabajo	158
5.6.5.3. Apariencia Personal	159

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	160
6.1. Objetivos	160
6.2. Inversión	160
6.3. Inversión Inicial	161
6.3.1 Estructura de la Inversión	161
6.4. Inversión Requerida	162
6.4.1. Activos Fijos	162
6.4.1.1. Terreno	162
6.4.1.2. Edificio	163
6.4.1.3. Vehículo	163
6.4.1.4. Maquinaria y Equipos de Cocina	164
6.4.1.5. Equipos de Oficina	164
6.4.1.6. Muebles y Enseres	165
6.4.1.7. Menaje y Utilería	166
6.4.1.8. Equipos de Computación	170
6.4.2. Depreciación	171
6.4.2.1. Equipos de Computación	171
6.4.2.2. Vehículos	171
6.4.2.3. Edificio	171
6.4.2.4. Equipo de Oficina	171
6.4.2.5. Muebles y Enseres	171
6.4.2.6. Maquinaria y Equipos	172
6.4.2.7. Menaje y Utilería	173
6.4.3. Activos Diferidos	175

6.4.3.1. Mano de Obra Directa	176
6.4.3.2. Mano de Obra del Personal Administrativo	177
6.4.3.3. Mano de Obra Indirecta	178
6.4.3.4. Materiales Indirectos	179
6.4.3.5. Suministros de Oficina	179
6.4.3.6. Servicios Básicos	179
6.5. Financiamiento	180
6.6. Tabla de Amortización	180
6.7. Detalle de Costos y Gastos	182
6.7.1. Costos de Operación Proyectados	183
6.7.2. Costos	185
6.7.2.1. Costo de Ventas de Alojamiento	186
6.7.2.2. Costo de Ventas de Restaurante	187
6.7.2.3. Costo de Ventas de Recreación	191
6.7.3. Volumen de Producción y Ventas	193
6.8. Punto de Equilibrio	193
6.9. Tasa Interna de Retorno (TIR)	196
6.10. Valor Actual Neto (VAN)	197
6.11. Capital de Trabajo	199
6.12. Ventas	200
6.12.1. Ventas de Alojamiento	200
6.12.2. Ventas de Restaurante	200
6.12.3. Rotación	201
6.12.4. Ventas de Recreación	201
6.13. Estado de Resultados de Pérdidas y Ganancias	208
6.14. Flujo de Caja Proyectado	210
6.15. Análisis Financiero	214
6.15.1. Valor Actual Neto (VAN)	214
6.15.2. Tasa Interna de Retorno Financiera (TIR)	214
6.15.3. Tasa Interna de Retorno del Inversionista	214
6.15.4. Periodo de Recuperación de la Inversión	214

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	219
7.1. Objetivos del Estudio Ambiental	220
7.2. Definición de Impacto Ambiental	220
7.3. Importancia de Evaluar los Impactos Ambientales	220
7.4. Ventajas de un Estudio de Impacto Ambiental	222
7.5. Situación Actual y Factores Ambientales	222

7.5.1. Medio Físico	222
7.5.1.1. Ubicación del Proyecto	222
7.5.1.2. Suelo	222
7.5.1.3. Clima	224
7.5.1.4. Aire	224
7.5.1.5. Agua	224
7.5.2. Medio Biológico	225
7.5.2.1. Flora y Fauna	225
7.5.2.2. Hábitats Naturales	226
7.5.3. Medio Socio-cultural	226
7.5.3.1. Población	226
7.5.3.2. Roles por grupos edad y género	227
7.5.3.3. Actividades	227
7.5.3.4. Patrimonio Cultural	227
7.6. Contaminación del Aire	227
7.6.1. Soluciones para evitar la Contaminación Ambiental	227
7.7. Contaminación del Agua	228
7.7.1. Soluciones para evitar la Contaminación del Agua y ahorrarla	228
7.8. Contaminación del Suelo	229
7.8.1. Soluciones para evitar la Contaminación del Suelo	229
7.9. Acciones Socio-Económicas	230
7.10. Mitigación del Entorno Socio-Cultural	230
7.11. Mitigación con respecto a la Flora y Fauna	231
7.12. Mitigación con respecto al Paisaje	231
7.13. Mitigación de Impactos Negativos	232
7.14. Mitigación de Desperdicios	232
7.15. Reciclaje	232
7.15.1. Materiales que se Reciclarán	233

CAPÍTULO 8

8. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y BIBLIOGRAFÍA	234
8.1. Conclusiones	234
8.2. Recomendaciones	236
8.3. Bibliografía	237
8.4. Anexos	241

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Nombre	Pág.
1	Reserva Ecológica Cayambe – Coca	9
2	Reserva Ecológica Antisana	11
3	Cerro Cotourco	13
4	Laguna Boyeros	14
5	Laguna de Yuyos	15
6	Bosque Leñoso Vía Pifo – Papallacta	17
7	La Chorrera	20
8	Piscina Municipal	21
9	Las 700 Gradadas	22
10	Mirador El Tablón	23
11	Nahual	24
12	Capac Ñan	26
13	Hacienda Chantag	27
14	La Tolita	28
15	Fiestas Populares de Pifo	30
16	Depreciación	168
17	Tabla de Amortización de Crédito Bancario	181
18	Margen de Utilidad	195
19	Cálculo Valor Actual Neto (VAN)	198
20	Flora y Fauna	226

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Nombre	Pág.
1	Género	40
2	Edad	41
3	Nacionalidad	42
4	Qué destinos Turísticos prefiere usted visitar	43
5	Porqué motivo le gusta visitar estos lugares	44
6	Cuándo usted visita estos lugares que hospedaje le gustaría encontrar	45
7	Cual es el tiempo de estadía en este lugar	46
8	Cuándo visita estos lugares con quien lo hace	47
9	Le interesaría hospedar en cabañas ecológicas que le brinden los servicios de hospedaje, alimentación, recreación en la Parroquia de Pifo	48
10	Qué actividades recreativas le interesaría realizar en el lugar	49
11	Qué servicio adicionales le gustaría que tengan las cabañas ecológicas	50
12	Cuánto estaría dispuesto a pagar en este tipo de lugar en un fin de semana	51
13	Recomendaría usted visitar las cabañas ecológicas en la Parroquia de Pifo	52
14	Considera usted que las autoridades de la parroquia están favoreciendo al desarrollo turístico	53
15	Considera usted que será beneficiosa la realización de proyectos turísticos en la parroquia	54
16	Señale cual de los siguientes aspectos es mas importante en la parroquia para su desarrollo turístico	55
17	Considera usted que la elaboración de unas cabañas ecológicas ayudarían en el desarrollo turístico y económico de la parroquia	56
18	Cómo califica los servicios existentes en la Parroquia de Pifo	57
19	Cuál de los siguientes aspectos negativos considera usted afecta más al desarrollo turístico de la Parroquia	58

20	Usted a participado o le interesaría participar en alguna actividad turística en la parroquia	59
21	Cuál de las siguientes actividades turísticas le interesaría realizar para el desarrollo de la parroquia	60
22	Demanda Histórica	61
23	Demanda Futura	64
24	Oferta Turística	65
25	Oferta Competitiva	66
26	Oferta Futura	69
27	Determinación de la Demanda Insatisfecha	71
28	Oportunidades y Fortalezas	82
29	Amenazas y Debilidades	83
30	Precio de Las Cabañas Ecológicas	99
31	Precio de Servicios Complementarios	99
32	Precio de los paquetes turísticos	100
33	Carta	100
34	Presupuesto de Plan de Medios	112
35	Presupuesto de Marketing	113
36	Diseño de Servicios	125
37	Área de Restaurante	126
38	Área de Administración	126
39	Área de Actividades Recreativas	127
40	Maquinaria y Equipo de Cocina	127
41	Equipos de Computación	128
42	Equipo de Oficina	128
43	Muebles y Enseres de Las Cabañas Ecológicas	129
44	Muebles y Enseres de Recepción y Counter	129
45	Muebles y Enseres del Área Administrativa	130
46	Muebles y Enseres de Restaurante	130
47	Muebles y Enseres de Cocina	130
48	Menaje del Restaurante	131
49	Menaje de Cabañas	131
50	Utensilios de Cocina	132
51	Cuadro de Número de Puestos	135
52	Compañía de Responsabilidad Limitada	148
53	Inversión Inicial	161
54	Estructura de la Inversión	161
55	Préstamo	162
56	Áreas de la Empresa	163
57	Maquinaria y Equipos de Cocina	164
58	Equipos de Oficina	165
59	Muebles y Enseres de las Cabañas Ecológicas	165
60	Muebles y Enseres de Recepción y Counter	166
61	Muebles y Enseres del Área Administrativa	166
62	Menaje y Utilería	167

63	Menaje del restaurante	167
64	Utensilios de cocina	168
65	Utilería	169
66	Equipos de Computación	170
67	Activos Fijos	170
68	Activos Diferidos	175
69	Mano de Obra Directa	176
70	Mano de Obra del Personal Administrativo	177
71	Mano de Obra Indirecta	178
72	Materiales Indirectos	179
73	Suministros de Oficina	179
74	Servicios Básicos	179
75	Financiamiento	180
76	Costos de Operación Proyectados	183
77	Costo de Ventas de Alojamiento	186
78	Costo de Ventas de Restaurante	187
79	Costo de Ventas de Recreación	191
80	Capital de Trabajo	200
81	Ventas de Alojamiento	202
82	Ventas de Restaurante	203
83	Ventas de Recreación	206
84	Estado de Resultados Proyectados	208
85	Flujo de Caja	211
86	Periodo de Recuperación	215
87	Ingresos Actualizados	215
88	Egresos Actualizados	216
89	Cálculo Relación Beneficio Costo	217
90	Uso del Suelo	223

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Nombre	Pág.
1	Género	40
2	Edad	41
3	Nacionalidad	42
4	Qué destinos Turísticos prefiere usted visitar	43
5	Porqué motivo le gusta visitar estos lugares	44
6	Cuándo usted visita estos lugares que hospedaje le gustaría encontrar	45
7	Cual es el tiempo de estadía en este lugar	46
8	Cuándo visita estos lugares con quien lo hace	47
9	Le interesaría hospedar en cabañas ecológicas que le brinden los servicios de hospedaje, alimentación, recreación en la Parroquia de Pifo	48
10	Qué actividades recreativas le interesaría realizar en el lugar	49
11	Qué servicio adicionales le gustaría que tengan las cabañas ecológicas	50
12	Cuánto estaría dispuesto a pagar en este tipo de lugar en un fin de semana	51
13	Recomendaría usted visitar las cabañas ecológicas en la Parroquia de Pifo	52
14	Considera usted que las autoridades de la parroquia están favoreciendo al desarrollo turístico	53
15	Considera usted que será beneficiosa la realización de proyectos turísticos en la parroquia	54
16	Señale cual de los siguientes aspectos es mas importante en la parroquia para su desarrollo turístico	55
17	Considera usted que la elaboración de unas cabañas ecológicas ayudarían en el desarrollo turístico y económico de la parroquia	56
18	Cómo califica los servicios existentes en la Parroquia de Pifo	57
19	Cuál de los siguientes aspectos negativos considera usted afecta más al desarrollo turístico de la Parroquia	59
20	Usted a participado o le interesaría participar en alguna actividad turística en la parroquia	60
21	Cuál de las siguientes actividades turísticas le interesaría realizar para el desarrollo de la parroquia	61
22	Tendencia de la Demanda	64
23	Tendencia de la Oferta	69
24	Diseño de las Cabañas Ecológicas "Pifo's Lodge"	134

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación es sin duda el más importante que he realizado durante toda mi carrera universitaria, ya que he reunido todos los conocimientos adquiridos para poder culminar la misma con gran éxito. Y para ello escogí un proyecto muy atractivo e interesante para poder realizarlo adecuadamente.

El proyecto comprende la construcción de cabañas ecológicas en la hacienda San Jorge ubicada en la parroquia de Pifo, a 35 Km. al Nororiente del Distrito Metropolitano de Quito; las cuales contarán con toda las comodidades para q los huéspedes se sientan a gusto en un ambiente natural, una de las prioridades básicas es que los empleados serán capacitados constantemente para que brinden el mejor de los servicios en las habitaciones; es decir diariamente se cambiaran blancos en los cuartos y se cuidará hasta el mas mínimo de los detalles dentro de los mismos. La hostería contará con una cabaña múltiple donde estarán ubicados la parte administrativa, de recepción y el restaurante, el mismo que estará distribuido correctamente para satisfacción de los huéspedes, además contará con un menú amplio para satisfacer diferentes a todos los turistas principalmente con platos típicos del país.

Además el proyecto contará con senderos interpretativos en toda la hostería con información turística sobre diferentes atractivos turísticos con la q cuenta la zona.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA PARROQUIA DE PIFO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Parroquia de Pifo ubicada en el valle de Tumbaco cuenta con un sin número de atractivos turísticos que no han sido aprovechados debidamente en base al turismo sostenible; ya que este lugar no cuenta con la infraestructura turística necesaria para brindar servicios de calidad de alojamiento incluyendo la alimentación y la distracción; para poder atraer y satisfacer a turistas que tal vez tienen interés por los sitios que posee la zona en los cuales se pueden realizar diversas actividades turísticas tales como: ecológicas, culturales, agro turísticas, recreacionales, deportes de aventura, y aprovechar así todas las riquezas que posee este lugar, han incidido que se genere la idea de construir estas cabañas ecológicas principalmente para que Pifo sea un sitio de concentración turística.

ANTECEDENTES

Pifo es una de las puertas al Oriente ecuatoriano y se encuentra ubicado a 30 Km. del Distrito Metropolitano de Quito, el primer asentamiento humano que se ubico en la parroquia de Pifo fue el Inga que se ubica en las faldas del lialo, entre Tumbaco y Pifo.

El padre Juan de Velasco, refiere en la historia del Reino de Quito, que los territorios de la provincia de Pichincha, se empezaron a conformar varios pueblos,

entre los que se destacó los denominados Quitus que fueron pobladores más antiguos de esa zona con la invasión de los Caras desde la costa, los Quitus fueron vencidos y subyugados, el pueblo que primero cayó fue Pifo. De esta fusión de culturas se origina el núcleo Etnocultural Caras, cual los historiadores identifican como Reino de Quito "Reino de Quito".

A esta época Pifo era considerado como "lajta" que con Otavalo, Cochasqui y Pegucho conformaban el "sector étnico de Cayambe".

Es así que en la época republicana, en la presidencia del Doctor García Moreno se refiere a la provincia de Pichincha, constando Pifo como parroquia del Cantón Quito.

La parroquia de Pifo además posee un potencial natural donde se incluyen montañas, lagunas, áreas verdes con diversidad de flora y fauna, así también como haciendas antiguas que aun guardan su historia y permiten que el turista se introduzca en un cuento de hadas, todo esto se puede encontrar en esta parroquia, permitiendo que el turista disfrute de cada uno de sus encantos.

Por todo lo antes mencionado se sabe que la parroquia de Pifo cuenta con un potencial histórico , cultural y natural, que necesita ser promocionado , para que exista un mayor número de turistas que visiten esta Parroquia , y de esta manera

permita que los habitantes se involucren de una forma mas amplia en la actividad del turismo , tomando en consideración el nuevo aeropuerto él mismo que esta a pocos minutos de aquí, sabiendo que esto ayudara para que el número de turistas aumente en los próximos años .

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Ecuador posee gran variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, una diversidad de flora y fauna, lo cual permite que tenga un gran potencial de afluencia turística tanto nacional como internacional.

La parroquia de Pifo por ser un lugar ubicado políticamente en una provincia de la sierra ecuatoriana, presenta condiciones climáticas sub-tropicales y es así que posee atractivos turísticos que se hacen merecedores para poder ser visitados para realizar turismo sostenible; y por esta razón este proyecto dará la opción de satisfacer las necesidades de turistas interesados en este sector y en las diferentes actividades que se pueden realizar como son: los deportes de aventura y extremos entre ellos tenemos: escalar en roca, cabalgatas a caballo, bicicleta en montaña, motocross, etc.

En la parroquia de Pifo se pueden realizar varias actividades relacionadas con el turismo sostenible como son: el agroturismo, turismo de naturaleza, turismo

arqueológico ya que aquí encontramos un lugar llamado La Tola en este sitio se han encontrado vasijas de barro de la época prehispánica. Por esta razón el realizar una inversión en el sector turístico mediante la construcción de Cabañas Ecológicas en la parroquia de Pifo, perteneciente al cantón de Quito, provincia de Pichincha, con la finalidad de brindar hospedaje, alimentación entre otras opciones, satisfaciendo así con las necesidades de quienes están interesados por descubrir este lugar en un ambiente tranquilo y puro.

Además este proyecto de factibilidad nos permitirá dar resalte a los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia de Pifo y promocionarla aún más tanto a nivel nacional como internacional.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer un proyecto de factibilidad para la creación de cabañas ecológicas en la parroquia de Pifo y promocionar los atractivos turísticos del sector, con el fin de mejorar las condiciones socio económicas de los habitantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado, con el fin de determinar las características socio económicas de los turistas y cuantificar la oferta y la demanda existente.

- Elaborar un estudio técnico en el cual se especifique cada una de las características y procesos que se incorporará en las cabañas ecológicas.
- Determinar las estrategias de Marketing que permitan la comercialización de las cabañas así como la promoción de los atractivos turísticos.
- Preparar un Estudio Económico y Financiero el cual permita determinar la Factibilidad del Proyecto identificando la inversión y financiamiento del negocio.
- Proponer medidas de Mitigación de Impactos Ambientales que permita minimizar los posibles impactos ambientales que pueda producir la creación y operación del proyecto.

MARCO REFERENCIAL

MARCO TEÓRICO

El ecoturismo es el sector turístico que más rápido está creciendo en los últimos años, y se prevé un gran auge en el futuro próximo. Por ello, plantearse el llevar a cabo un desarrollo ecoturístico sostenible, es ya una prioridad en muchos foros internacionales y el objetivo de numerosas

organizaciones no gubernamentales; el término ecoturismo empezó a usarse hace cerca de treinta años, actualmente el auténtico ecoturismo representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, fomentando al mismo tiempo la noción de desarrollo económico sustentable. Es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza, se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología y que contribuye principalmente a la conservación en general.

Los principios del ecoturismo suponen principalmente el respeto por la cultura del país anfitrión, la minimización del impacto negativo que causa la actividad turística y el apoyo a los derechos humanos.

El ecoturismo debe promover una ética ambiental positiva, animando a un comportamiento adecuado de sus participantes; no degrada los recursos naturales, se concentra en los valores intrínsecos de los recursos orientado hacia el ambiente beneficiando a la naturaleza, su flora y fauna y no hacia los seres humanos. Y se puede decir que ayuda a toda la comunidad local involucrada en la operación turística.

Ecuador posee un sin número de atractivos turísticos naturales y culturales que se manejan en la actualidad a base de turismo sostenible, no obstante, es necesario que se desarrolle esta actividad en todos los sectores para que todas

las comunidades se vean beneficiadas; es por ello que en la parroquia de Pifo el ecoturismo es considerado como una de las de mayor interés pues se entiende como el desplazamiento hacia áreas naturales con el propósito de entender la cultura y la historia natural del ambiente local, con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni de la cultura del sitio. A la par, pretende generar oportunidades económicas para que la conservación de las áreas naturales se vuelva beneficiosa para las poblaciones locales, con el compromiso concomitante de operadoras y visitantes. Para la cual su mejor opción de alojamiento son las cabañas ecológicas; ya que de esta forma se ayudará a conservar mucho más el ecosistema, pues se aprovechan los recursos naturales utilizando materiales de la naturaleza que no perjudican al medio ambiente. Las cabañas principalmente estarán construidas en madera y albergarán a 3 personas cada una, se construirán al inicio del proyecto 7 cabañas es decir con una capacidad de carga de 21 personas; además se construirá 2 cabañas más con los mismos materiales pero más grandes la una servirá para administración y tendrá la oficina de gerencia y mantenimiento; y la otra que será para el restaurante, el cual tendrá una capacidad de carga de 40 personas. Además del servicio de alimentación que ofrecen las cabañas ecológicas también se incluyen actividades de recreación tales como: cabalgatas a caballo, ciclismo de montaña, observación de flora y fauna, etc. En la que los turistas se sentirán a gusto en un ambiente de paz y confort.

IDEA A DEFENDER

La creación de cabañas ecológicas en la parroquia de Pifo, del Cantón de Quito mejorará el desarrollo socio-económico y turístico de la zona, e incrementará el número de turistas; a los cuates se brindará servicios hoteleros y actividades de turismo ecológico, cultural, aventura y recreacional.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

INDUCTIVO

Es un proceso que parte del estudio de casos o hechos singulares para llegar a principios generales, lo que implica pasar de un nivel de observación y experimentación a un sustento científico de categoría o sea a la formulación de leyes o teorías, la cual nos permite verificar la validez de la información y conocer en forma minuciosa la misma.

DEDUCTIVO

Parte de un principio general ya conocido para inferir en consecuencias particulares, la cual nos permite verificar la validez de la información y conocer en forma minuciosa la misma.

EXPLORATORIO

Conocido como estudio piloto, no intenta dar explicación respecto del problema, sino sólo recoger e identificar antecedentes generales, números y

cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones. Su objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas poco estudiados o que no han sido abordados antes. Y en base a este método en el proyecto se pudo conocer la población de Quito, Pífo, turistas que llegan a la parroquia entre otros.

CORRELACIONAL

Este método mide dos o más variables, formando su grado de correlación, pero sin dar una explicación completa de causa y efecto al fenómeno investigado, es decir solo investiga sus grados de correlación, dimensionando sus variables. La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son los de saber como se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas. Y es así como se conoció que los turistas están dispuestos a pagar un poco más considerando que tendrán un producto y servicio de excelente calidad.

DESCRIPTIVO

Es el que describe los hechos como son observados, se utiliza cuando se desea describir una realidad en todos sus componentes principales, además consiste también en caracterizar un hecho, fenómeno o grupo de sujetos, para establecer su estructura o comportamiento, describiendo minuciosamente cada uno de los aspectos manifestados y observado por el evento estudiado. En este estudio se

selecciona una serie de cuestionarios y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así detallar lo que se investiga. Este método ayudo a obtener información más detallada como de: la población económicamente activa y más detalles de la población de Pifo.

Además se utilizará dos tipos de información para poder cumplir con todos los objetivos planteados en el proyecto como son:

- **Información Primaria:** Proporciona datos procedentes de la investigación de campo que se va a realizar.
- **Información Secundaria:** Aquella que existe en libros, revistas, archivos históricos, etc.

EXPLICATIVO

Este método es el que se encarga de buscar el por qué de los hechos a través del establecimiento de relaciones entre causa-efecto, es decir, además de descubrir o acercarse a un problema, también intenta encontrar las causas del mismo. Su interés está centrado en explicar el por qué ocurre un fenómeno y en que condiciones se da el mismo, o por qué se relacionan dos o más variables. Este tipo de investigación engloba los métodos de descripción, correlación y exploración. Y gracias a este método se pudo observar el por qué pocas personas no estaban de acuerdo en la creación de las cabañas ecológicas en la parroquia de Pifo y la mayoría si estuvieron de acuerdo.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

LA ENTREVISTA

El investigador toma contacto personal directo con los objetos de la investigación y procede a su realización. En el proyecto esta técnica es muy importante ya que se pudo entrevistar a cada una de las personas que podían aportar información, no solo para la investigación de mercado, sino para el proyecto en sí.

EL CUESTIONARIO

Consiste en la formulación de un conjunto de preguntas ordenadas que deben ser respondidas por un grupo de personas, seleccionadas previamente. Para su eficacia tiene que ser contestado de forma directa. La composición de un cuestionario debe incluir básicamente preguntas precisas, sencillas, interesantes, claras y concretas. Las preguntas de un cuestionario pueden formularse de varias formas como por ejemplo:

- **Cerradas:** Son aquellas que solo se puede responder con si o no.
- **Abiertas:** Aquellas que el entrevistado expresa libremente su opinión.
- **De Clasificación:** Son las que se señala en orden de preferencia las sugerencias que se ofrecen.
- **De Múltiple Elección:** Aquellas en las que se le sugiere al entrevistado las posibles respuestas a optar.

LA ENCUESTA

La metodología a utilizar en este proyecto para la obtención de toda la información necesaria es la técnica de la encuesta de tipo personal, ya que nos permitirá recabar información primaria de cualquier universo en un tiempo reducido. La técnica de la encuesta es la más usada en la práctica ya que consiste en una entrevista entre el encuestador y la persona encuestada a través de un cuestionario de preguntas.

CAPÍTULO I

1. BRIEF DE LA PARROQUIA DE PIFO

1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Pifo se encuentra ubicada a 35 Km. al Nororiente del Distrito Metropolitano de Quito; su altitud es de 2.522 msnm, latitud: 0° 13'60 S, longitud: 78° 19'60 W, con una temperatura promedio de 12° C, forma parte del Valle de Tumbaco y se la reconoce como “el rincón de la eterna primavera”.

1.2. RESEÑA HISTÓRICA

Pifo fue fundada el 18 de Agosto de 1537, habitada desde tiempos prehistóricos hasta la actualidad; antiguamente se la conocía con el nombre de “Pipo” que etimológicamente se dice proviene de Colorado “Pi” → Agua y “Po” → espina; deduciendo que era un lugar con abundante agua, tunas, y cardos. Su primer asentamiento humano en la parroquia fue El Inga ubicado en las faldas del Ilaló, que se encuentra entre las parroquias de Tumbaco y Pifo; el cual era un grupo humano conformado principalmente por cazadores nómadas dedicados a la cacería, recolección de alimentos y la obtención de materiales pétreos que extraían de las montañas para la fabricación de armas y de herramientas útiles en sus vidas cotidianas.¹

¹ Plan de Desarrollo participativo 2002-2012, Parroquia de Pifo

Cerca de la carretera hacia el norte se observa una tola de forma hemisférica, en estas tierras agrícolas se puede distinguir fragmentos de cerámica y lítica trabajada, componentes que ayudan a definir el perfil de sus antiguos pobladores posiblemente textiles y agrícolas. En la Época Republicana el 30 de Agosto de 1869 en el gobierno del Doctor Gabriel García Moreno mediante la Ley de División Territorial aprobada en el convenio Nacional del Ecuador en el artículo 2 en la parte que se refiere a la Provincia de Pichincha ya consta Pifo como parroquia del Cantón de Quito.²

1.3. LÍMITES

Pifo se encuentra limitada al Norte por la parroquia de Yaruquí, al Sur por la parroquia de Pintag, al Este por la provincia de Napo y al Oeste por las parroquias de Tumbaco y La Merced.

1.4. POBLACIÓN

La población de la Parroquia de Pifo es de 12.388 habitantes esto según el último Censo de Población y Vivienda realizado en el 2001.

1.5. EXTENSIÓN

Pifo cuenta con una superficie de 235,35 km².

² www.quito.gov.ec

1.6. DIVISIÓN POLÍTICA

Pifo está conformado por:

- Doce barrios que son → Amazonas, Calluma, Central, Chantag, El Centro, Chaupimolino, El Progreso, El Lazareto, La Libertad, Mulauco, San Francisco, La Primavera.
- Catorce comunidades que son → Caparina, Coniburo, Cocha, Cochauco, El Belén, El Tablón, Itulcachi, Inga Bajo, Inga Alto, La Virginia de Palugullo, Mulauco, Palugo, Sigsipamba y Virginia.

1.7. ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS

Las dos terceras partes aproximadamente de la superficie de Pifo están constituidas por áreas protegidas permitiendo así contar con grandes espacios naturales en los que se puede cultivar varios productos como son: brócoli, frutilla, tomate de árbol, babaco, limón, manzana, maíz entre otros; los cuales sirven de abastecimiento a la comunidad principalmente a los que habitan en las partes mas alejadas del centro de Pifo. Además por tratarse de suelos de gran producción también existen grandes cultivos de flores convirtiéndose este en una gran fuente de empleo para quienes trabajan en estas florícolas.

Pifo cuenta con humedales de altura que están sobre los 3.600 msnm, dentro de los cuales se encuentran las lagunas de Boyeros y Yuyos; una de las principales características que posee Pifo es su ecosistema de páramo en el cual habitan diversas especies de aves, mamíferos, anfibios y reptiles ayudando

así a la conservación de varias especies que se encuentran en peligro de extinción tales como el cóndor y el ojo de anteojos.³

1.8. HIDROGRAFÍA

Pifo cuenta con cuatro cuencas geo-hidrográficas las cuales son: Guarmi Huayco, Cari Huayco, Guambi, Chiche y Ayahuayco; adicional a esto las cuencas de las lagunas de Yuyos y Boyeros.

1.9. AGRICULTURA

Pifo cuenta con grandes espacios naturales sus pobladores han destinado el uso de estos suelos exclusivamente a la agricultura ya que han sido considerados como zonas agrícolas de gran importancia por contar con limo arenoso, lo que permite el cultivo de una gran diversidad de productos como son: hortalizas, legumbres, maíz, fréjol, habas, además de árboles frutales y plantas medicinales entre otros, para el abastecimiento de la población local y para llevar a los diferentes mercados de la ciudad de Quito también.⁴

1.10. VIABILIDAD

Pifo es considerada como un gran punto de conexión tanto entre los valles de Guayllabamba y de Los Chillos, como también entre la Sierra y el Oriente y es por ello que cuenta con varias vías de acceso como son:

3 Plan de Manejo de la Reserva Ecológica Cayambe Coca, elaborado por la Fundación Antisana en el año 1998

4 Plan de Desarrollo participativo 2002-2012, Parroquia de Pifo

- **Vía Intervalles:** Esta vía viene desde Alangasí hasta conectarse con el Valle de los Chillos.
- **Av. Oswaldo Guayasamín:** También conocida como Vía Interoceánica la cual viene desde la ciudad de Quito, con un recorrido aproximado de 40 minutos hasta Pifo.
- **Vía Pifo – Sangolquí Pacto**
- **Vía Troncal Distrital Pifo – Quinche:** La misma que llega hasta Otón teniendo conexión a Guayllabamba y también par Cayambe.
- **Vía hacia el Oriente Ecuatoriano:** Uniendo a la Parroquia de Pifo con Papallacta y Baeza, la cual se dirige hacia Napo y Nueva Loja.

1.11. TRANSPORTE

En lo que se refiere a carreteras se puede destacar que las principales vías que van a la parroquia están en muy buen estado permitiendo que el transporte que se dirige hacia allá pueda circular eficientemente.

Pifo cuenta con una línea interparroquial que va desde Pifo a Quito y Quito a Pifo en diferentes horarios en todo el día; en lo que se refiere a la parroquia en sí, posee una gran cantidad de vehículos que brindan diferentes servicios dentro de la misma como son: cooperativa de taxis, servicio de camionetas y vehículos motorizados dirigidos especialmente a los turistas para llegar a lugares montañosos mas apartados y de difícil acceso pues la parroquia de Pifo no cuenta con una buena infraestructural vial dirigida a sus diferentes

comunidades tales como: Malauco, Sigsipamba, El Tablón, La Virgen entre otros; además también cuenta con la Cooperativa Interprovincial CITA la cual realiza cinco salidas diarias aproximadamente con las rutas:

- Pifo – Ibarra, Ibarra – Pifo
- Pifo – Ambato, Ambato – Pifo

1.12. SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos con los que cuenta Pifo son buenos, pues benefician a casi toda la población con buena calidad.

1.12.1. Electricidad

Este es uno de los mejores servicios con los que cuenta la parroquia, ya que el 88% de la población poseen este servicio muy importante considerando así un aspecto positivo para el desarrollo de todos quienes habitan en ella.

1.12.2. Agua Potable

No toda la población puede contar con este servicio que entrega el Servicio de Agua Potable de la EMAP, pero por tratarse de uno de los servicios de mayor importancia la población busca formas para abastecerse del líquido vital como por ejemplo con la construcción de tanques y reservorios de agua; y quienes viven en las partes mas altas se abastecen principalmente de los deshielos del cerro Puntas o también del Antisana.

1.12.3. Alcantarillado

El 76% de la población cuenta con este servicio principalmente quienes habitan en la parte central, el problema es para las comunidades que viven en las partes lejanas convirtiéndose en un gran problema en el desarrollo positivo de la parroquia, aunque cabe recalcar que gracias al proyecto de diseño y construcción de red de alcantarillado elaborado por el Gobierno Provincial de Pichincha se podrán ver beneficiadas varias familias de las diferentes comunidades.

1.12.4. Red Telefónica

En Pifo el 70% de la población es beneficiada por este servicio con muy buena calidad y en tan solo pocas localidades su cobertura es limitada.

1.12.5. Recolección de Basura

Este servicio que brinda el Municipio de Quito no es tan bueno para toda la población puesto que no llega a toda la parroquia solamente en la cabecera parroquial de Pifo y las demás localidades toma diferentes opciones como por ejemplo incinerar o enterrar los desechos sólidos, aunque la junta parroquial de Pifo ya esta tomando medidas para mejorar los servicios básicos en esta parroquia con ayuda del municipio.

1.13. ECONOMÍA

La economía de Pifo se basa principalmente en la producción agropecuaria

considerándose como su principal fuente de empleo para la gran parte de los pifeños; pero son las empresas florícolas las que ayudan aun más a la economía de la parroquia pues utilizan mano de obra del lugar y por ser este producto tan apetecido en el exterior existen varias empresas dedicadas a su producción; además tomando en cuenta que los suelos de Pifo y sus sectores aledaños son aptos para este cultivo. Entre estas empresas tenemos: Flor Pifo, Agroplantas, Florexcor, Vallesflores, etc.

La explotación pecuaria es una de las actividades de gran importancia para la economía de Pifo ya que existen varias haciendas dedicadas a la ganadería tanto para su autoconsumo como también para la venta de sus derivados principalmente la leche y los huevos y de esta forma brindan trabajo a diferentes familias de las comunidades cercanas; es indispensable recalcar que en lo que se refiere al valor de la producción es el ganado bovino quien ocupa el primer lugar, seguido por las aves y como tercer lugar el ganado porcino.⁵

Pifo cuenta con 124 hectáreas de bosques, 7964,28 hectáreas de áreas protegidas, 7046,19 hectáreas de pastos, y es por ello que se quiere convertir a la actividad forestal en un pilar económico; pero tomando en consideración que la conservación, restauración y el aprovechamiento sustentable de estos ecosistemas forestales sean prioritarios por tratarse de espacios protegidos y de esta forma la economía de Pifo mejore cada día más.⁶

Otra de las actividades económicas con las que cuenta la parroquia es la explotación minera principalmente la empresa Holcim es quien se dedica a la explotación pétreo en

5 Plan Integral de Desarrollo de la Parroquia de Pifo

6 Junta Parroquial de Pifo

la zona ya que son líderes en el abastecimiento de cementos y agregados como: arena, grava, piedra caliza, etc.

1.14. ATRACTIVOS TURISTICOS

Pifo posee atractivos turísticos tanto naturales como culturales muy significativos que ayudaran aún más al desarrollo económico de la zona entre estos tenemos:

Tabla No. 1

Nombre del atractivo: RESERVA ECOLÓGICA CAYAMBE - COCA					
Ubicación político administrativo	Clasificación				
Comuna:	Jerarquía:				
Localidad:	Categoría: Sitio Natural				
	Tipo: Sistema de Áreas Protegidas				
	Subtipo: Reserva Ecológica				
					
Accesibilidad - Principales vías de acceso					
Vía de Acceso: Cayambe - Coca	<table border="1"> <tr> <td>Tipo</td> <td rowspan="3"> Estado Se encuentra conservado ya que el control que ejercen los guarda-parques del INEFAN es intenso a pesar de la extensión de la reserva y la irresponsabilidad de algunos visitantes. </td> </tr> <tr> <td>4X4</td> </tr> <tr> <td>Tren</td> </tr> </table>	Tipo	Estado Se encuentra conservado ya que el control que ejercen los guarda-parques del INEFAN es intenso a pesar de la extensión de la reserva y la irresponsabilidad de algunos visitantes.	4X4	Tren
Tipo		Estado Se encuentra conservado ya que el control que ejercen los guarda-parques del INEFAN es intenso a pesar de la extensión de la reserva y la irresponsabilidad de algunos visitantes.			
4X4					
Tren					
Vía Terrestre: Si					
Vía Marítima: No					
Descripción del Atractivo					
<p>EXTENSIÓN La reserva tiene una extensión de 403.103 has. Esta reserva se extiende en parte de la provincia de Pichincha, Napo y Sucumbíos en Imbabura. Va desde la Codillera de los Andes hasta la Región Amazónica</p> <p>BIODIVERSIDAD Está ubicada en diez zonas de vida, siendo las que pertenecen a Pichincha las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bosque muy húmedo Montano Bajo (bmhMB) 					

- Bosque húmedo Montano Bajo (bhMB)
- Bosque muy húmedo Montano (bmhM)
- Formación pluvial Sub Alpina (bmhSA)
- Nival

El bosque muy húmedo Montano Bajo ocupa un sector restringido en la parte Sur de la Reserva, que va desde la población de Cabuya hasta el nacimiento del Río Cascabel. El terreno es muy accidentado, con fuertes pendientes, lo que provoca que se deslice la tierra. Son comunes los helechos, el aliso (*Alnusjorulensis*).

El Bosque húmedo Montano Bajo se sitúa en la franja de los flancos exteriores de la Cordillera Oriental, va de los 2000 a los 3000 msnm. A esta zona de vida pertenecen las cuencas superiores y medias de los ríos: Oyacachi, Papallacta y Capulicillo, existen plantas arbóreas cubiertas de plantas epífitas y trepadoras. El Bosque muy húmedo Montano, llega hasta los 3750 msnm, y en esta zona los árboles no alcanzan un buen desarrollo ya que sus copas se inclinan y se entretejen formando una tupida red vegetal. La formación pluvial Sub Alpina comprende la zona de páramo sobre los 4000 msnm., con un clima frío nublado, húmedo y con fuertes vientos. Los pajonales, achupallas son características de esta formación.

Nival, corresponde a las zonas de más de 4000 msnm., y precipitación anual de 500mm., corresponde a las zonas elevadas del Cayambe, el Puntas y el Sara Urdu.

Los musgos y líquenes son los representantes de la lora a estas alturas. Durante la visita de campo se realizó un transecto de 50 * 2m para determinar la flora, resultados obtenidos permiten apreciar la riqueza florística de la reserva. Los helechos predominan a los 3.806 m.s.n.m.

Blechnum loxwense, *Elaphoglossum* sp., *Lycopodium curvatifolium*, *Hymenophyllum* sp., son los géneros encontrados. Un arbusto parásito de flores amarillo brillante son frecuentes, la planta se llama *Gaiadendro Punctatum*, los arbustos de *Centropogon* sp., con flores rojas algo acampanadas fueron visitadas por los Colibríes “estrella ecuatoriana” *Oreotrochilus Chimborazo*.

Respecto a la fauna, al encontrarse la Reserva dentro de estas zonas de vida distribuidas entre los Andes y la Amazonía se puede afirmar que posee una riqueza faunística incalculable. En las zonas de altura intermedia y de mayor altura (caso de la Provincia de Pichincha) se destacan: la raposa *Didelphys marsupiales*, la cervicabra *Mazama Rufina*, el venado *Odocoileus virginianus* ustus, el oso de anteojos *Tapirus pinchaque*, la danta negra o la “Gran Bestia” *Tapirus pinchaque*, el lobo *Psudalopex Culpaeus*, puma *Felis* con color. Se han identificado 450 especies de aves en toda la reserva. Los guarda parques de la zona de Cayambe reportan que las aves más observadas en esta parte de la reserva son los Cóndores *Vultur gryphus*, perdices *Nothoprocta curvirostris* bandurrias *The risticus malanotis*. De inventarios recientes realizados en la reserva se sabe que las especies otras aves también se encuentran en esta zona de la reserva: el chupil *Podiceps occipitales*, el pato moteado *Anas flavirostris*, águila de pecho negro o huarro *Geranoaetus melanoleucus*, el halcón peregrino *Falco peregrinus*, ave que realiza migraciones anuales; la foca americana *Áulica americana*, el ligle *Vanellus resplandens*. Entre otros.

DESCRIPCION DEL TIPO DE PAISAJE:

Extensos páramos predominan en el Paisaje, las colinas cubiertas de pajonales contrastan con las quebradas o pequeños valles llenos de verdor y con mejor drenaje que albergan a bosques arbustivos de árboles achaparrados para defenderse del frío y el agua traída por la constante neblina y lluvias que azotan a esta zona.

Los helechos predominan en las orillas del camino de acceso dando un aspecto gratificante a la vista.

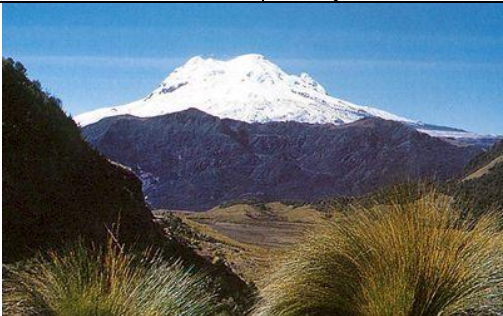
ATRATIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN

- Volcán Cayambe
- Nevado Sara Urcu
- Cerro Puntas
- Laguna de San Marcos, esta laguna está rodeada de bosque primario y secundario. A 45 Km. de la laguna está el sitio Dantocucho donde se puede observar dantas, en el límite entre Pichincha y Sucumbíos
- Laguna de Yuyos
- Laguna de Sucos

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Laguna de Boyeros ➤ Laguna de Nunalviro <p>Son parte de la Reserva de la Laguna de Puruhanta, el Volcán Reventador, la Cascada de San Rafael, Laguna de Papallacta, que están fuera de la Provincia de Pichincha.</p> <p>PERMISOS Y RESTRICCIONES Son prohibidas las actividades de caza y pesca. La extracción de flora y fauna sin el permiso respectivo. La quema y tala de bosques.</p> <p>ESTACIONES CIENTÍFICAS EXISTENTES No existen en la provincia. Sólo existen las guarderías o casas de los guarda parques</p> <p>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Los datos se tomaron a 0°6'41" de latitud norte y a 78°0'45" de longitud oeste y a 3.400 m.s.n.m.</p>					
Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	Si	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 2



Nombre del atractivo: RESERVA ECOLÓGICA ANTISANA	
Ubicación político administrativo	Clasificación
Comuna:	Jerarquía: Dos
Localidad:	Categoría: Sitio Natural
	Tipo: Sistema de Áreas Protegidas
	Subtipo: Reserva Ecológica
	

Accesibilidad - Principales vías de acceso					
Vía de Acceso: Pintag (QUITO)		Tipo	4X4	Estado El atractivo se encuentra bien conservado, letreros en sitios estratégicos son de vital ayuda para los visitantes.	
Vía Terrestre: Si					
Vía Marítima: No					
Descripción del Atractivo					
<p>La Reserva Ecológica Antisana se encuentra ubicada en las provincias de Pichincha y Napo, posee una superficie de 120.000 hectáreas. Su altitud es de 1.400 a 5.700 m.s.n.m.</p> <p>Su nombre es gracias al volcán Antisana que se ubica en la reserva el cual tiene una altura de 5.758m y está formado por dos conos; además se dice que es un volcán doble igual que el volcán Chimborazo, cuenta con gran riqueza hidrográfica gracias a sus enormes mantos de hielo. Sus lagunas en gran parte son de origen glaciar entre las cuales tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Micacocha: Es la más grande; además que es muy famosa por las truchas gigantes que se encuentran ahí. ➤ Tuminguina: También llamada Tambo. ➤ Cojango ➤ Muerte Pungo <p>Además la Reserva esta integrada también por bosques andinos, ríos en todos sus alrededores y en la parte oriental por vegetación típica de la Amazonía.</p> <p>FLORA Y FAUNA</p> <p>Su flora esta presente en tres tipos de formaciones principalmente que son: el páramo, las vertientes de cordillera y las húmedas tropicales. En donde se puede encontrar una gran variedad de especies vegetales como por ejemplo: chuquiraguas, orquídeas pajonales, musgos y especies madereras como el nogal, cedro, canelo etc. Entre sus atractivos naturales tenemos: los barrancos de El Isco, las cuevas de Jumandi entre otros. En lo que se refiere a fauna la reserva cuenta con una especie de pez único nativo llamado prenadilla, también podemos encontrar aquí al cóndor, el oso de anteojos, la pava de monte, el lobo de páramo, el puma, la lechuza, el guacamayo, el curiquire y un sin número de monos.</p>					
Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
En la reserva se pueden realizar actividades en conjunción con la naturaleza. Actividades al aire libre como excursionismo, pesca deportiva, caminatas, investigaciones científicas se pueden realizar.			Investigaciones Científicas		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	Si	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		
Otros				Otros	

Principales limitaciones para el uso turístico	
Falta de promoción turística.	

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 3


Nombre del atractivo: CERRO COTOURCO		
Ubicación político administrativo		Clasificación
Comuna: El Quinche		Jerarquía: Uno
Localidad: El Quinche		Categoría: Sitios Naturales
		Tipo: Montañas
		
Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo – El Quinche (QUITO)	Tipo Caballo	Estado Se encuentra conservado.
Vía Terrestre: Si	Motocross	
Vía Marítima: No		
Descripción del Atractivo		
<p>Es un volcán ya extinto, se encuentra ubicado a 15 Km al sur de la parroquia de El Quinche, sobresale la cordillera Oriental.</p> <p>Para llegar a este lugar se lo hace por caballo, en caminatas o para quienes gustan del motocross es una buena opción observando la belleza escénica que posee la zona en cuanto a flora y fauna.</p>		
Grado de explotación del lugar		
Actual	No existe mucha explotación turística	
Potencial		
Principales actividades turísticas		
Actuales		Potenciales
Caminatas, paseos a caballo, motocross y ciclismo de montaña.		Observación de flora y fauna.

Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	No	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 4

Nombre del atractivo: LAGUNA BOYEROS		
Ubicación político administrativo		Clasificación
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo		Categoría: Sitio Natural
		Tipo: Ambiente Lacustre
		Subtipo: Lagunas
		
Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo(QUITO)	Tipo 4X4	Estado El camino de acceso es de tierra sobre un lecho arenoso, el cual se mantiene en estado regular.
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		
Descripción del Atractivo		
<p>ORIGEN Se presume que esta laguna tiene origen volcánico, como producto de erupciones del Volcán Antisana y por precipitación pluvial se llenó de agua.</p> <p>DIMENSIONES Ocupa una extensión de 1.400m²</p> <p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTURA : 4205 metros TEMPERATURA : 12 °C PRECIPITACION : 750 milímetros cúbicos</p>		

CALIDAD DEL AGUA					
Color:	El agua de esta laguna es ligeramente verde esmeralda				
Turbiedad:	No presenta turbiedad				
Transparencia:	Completamente transparente				
Temperatura:	5°C				
BIODIVERSIDAD					
Extensos pajonales, hierbas y asociaciones de almohadilla se observaron alrededor de la laguna de Boyeros; Calamagrostis sp., Halenia weddeliana, Hypochaeris sp. musgos y líquenes sobre rocas y sobre el suelo de la ribera.					
DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE					
Esta laguna se encuentra dentro de la Reserva Ecológica Cayambe – Coca. Y es parte de un complejo lacustre, según la literatura, formado por 14 lagunas con diferente dimensión. Boyeros tiene forma circular y se encuentra dentro de una depresión pronunciada del terreno. Neblina, llovizna y frío intenso son los factores climáticos que imperan en la zona.					
DESCRIPCIÓN DE LAS RIBERAS					
Riberas propiamente dichas no tiene la laguna de Boyeros.					
Grado de explotación del lugar					
Actual	No existe mucha explotación turística				
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Se pueden realizar actividades relacionadas al ascensionismo y caminatas por el páramo para descubrir nuevas lagunas.			Ascensionismo		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	No	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	Si
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 5

Nombre del atractivo:		LAGUNA DE YUYOS	
Ubicación político administrativo		Clasificación	
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno	
Localidad: Pifo		Categoría: Sitio Natural	
		Tipo: Ambiente Lacustre	
		Subtipo: Lagunas	



Accesibilidad - Principales vías de acceso

Vía de Acceso: Pifo(QUITO)	Tipo 4X4 Tren	Estado El camino de acceso es de tierra sobre un lecho arenoso, el cual se mantiene en estado regular.
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		

Descripción del Atractivo

ORIGEN

Se presume que esta laguna tiene origen volcánico, como producto de erupciones del Volcán Antisana y por precipitación pluvial se llenó de agua.

DIMENSIONES

Esta laguna mide 150 m en sentido Norte – Sur y 300 m en sentido Este – Oeste.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA : 4205 metros
 TEMPERATURA : 12 °C
 PRECIPITACION : 750 milímetros cúbicos
 Latitud: 0°19'11"
 Longitud: 78°11'48"

CALIDAD DEL AGUA

Color: El agua de esta laguna es levemente café
 Turbiedad: No presenta turbiedad
 Transparencia: Completamente transparente
 Temperatura: 6°C

BIODIVERSIDAD

Existen pajonales, hierbas y asociaciones en almohadilla se observaron alrededor de la laguna; Calamagrostis sp., Halenia weddeliana, Hypochaeris sp., musgos y líquenes sobre rocas y sobre el suelo de la rivera.

DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE

Esta laguna se encuentra dentro de la Reserva Ecológica Cayambe – Coca y es parte de un complejo lacustre, según la literatura, formado por 14 lagunas con diferente dimensión. Yuyos tiene forma alargada y se encuentra dentro de una ligera depresión del terreno y a 60 m del camino de acceso.
 Neblina, llovizna y frío intenso son los factores climáticos que imperan en la zona.

DESCRIPCIÓN DE LAS RIBERAS

Solamente un área de 600 m² podría considerarse una rivera, la cual se ha formado por disminución del nivel del agua.

Grado de explotación del lugar					
Actual	No existe mucha explotación turística				
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Se pueden realizar actividades relacionadas al ascensionismo y caminatas por el páramo para descubrir nuevas lagunas.			Ascensionismo		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	No	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	Si
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		
Otros				Otros	
Principales limitaciones para el uso turístico					
Falta de promoción turística.					

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 6

Nombre del atractivo: BOSQUE LEÑOSO VÍA PIFO - PAPALLACTA	
Ubicación político administrativo	Clasificación
Comuna: Pifo	Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo	Categoría: Sitio Natural
	Tipo: Bosques
	Subtipo: Páramo
	

Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)	Tipo 4X4 Automóvil Bus	Estado El atractivo se encuentra en estado de conservación, puesto que su acceso es de forma restringida.
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		
Descripción del Atractivo		
<p>UBICACIÓN La carretera Quito a Baeza corre paralela a este bosque. El sitio se denomina Peñas Blancas. El río Cari huayco cruza el bosque de árboles de papel, quinua, yagual o pantza, todos estos sinónimos de <u>Polilepis incana</u>.</p> <p>EXTENSIÓN Este bosque es parte de la Hacienda Itucachi, propiedad privada, tiene una extensión aproximada de 15 hectáreas.</p> <p>DENSIDAD Este es un relicto de vegetación de bosque primario conformado principalmente por <u>Poliepsis incana</u>, y pocos árboles de sisin <u>Podocarpus sprucei</u> que ha sobrevivido a las presiones de los pobladores de la zona, ya que "los árboles de papel" son apetecidos para hacer cercas, como leña, para la elaboración de carbón. Esta extensión de bosque ha sobrevivido porque estaba protegida por la inaccesibilidad desde la carretera antigua al Oriente. Ahora la nueva carretera pasa por frente de él.</p> <p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA : 3620 metros TEMPERATURA : 14 °C PRECIPITACION : 750 milímetros cúbicos</p> <p>ESTRUCTURA El río Cari huayco, afluente del río Chalpi, atraviesa el bosque.</p> <p>ALTURA DEL BOSQUE. En este bosque los árboles alcanzan una altura de hasta los 15 metros.</p> <p>DIVERSIDAD DE ESPECIES. La formación ecológica predominante es el bosque húmedo Montano 'se encuentra en las estribaciones externas e internas del Callejón interandino y que recibe precipitaciones entre los 500 a 1000 mm/año. Debido a la intensa presión humana sobre estas tierras, casi no existe la cubierta vegetal original'. (Cañadas, 1984). Los árboles que se encuentran en este bosque están adaptados a las condiciones climáticas adversas, la congelación del agua y del suelo, la baja presión de oxígeno y las continuas precipitaciones en forma de lluvia o granizo, encontramos <u>Polilepis incana</u> sisin <u>Podocarpus sprucei</u> y capote <u>Gynoxis fuliginosa</u>. Los arbustos son achaparrados y pubescentes como los romerillos <u>Hypericum laricifolium</u>, chilca <u>Baccharis sp.</u>, piquil <u>Gynoxis buxifolia</u>. Dentro del bosque existe un microclima que permite que especies como orquídeas <u>Epidendrum sp.</u>, se desarrollen, zapatitos <u>Calceolaria sp.</u>, Bomarea sp, sigses <u>Courtaderia sp.</u>, musgos y líquenes cubren las ramas de árboles y arbustos.</p> <p>DIVERSIDAD DE FAUNA ASOCIADA. Durante la visita de campo no se observan representaciones de fauna, sin embargo el administrador de la Hacienda Itugachi dijo haber observado: Conejos <u>Sylvilagus brasiliensis</u>, zorros <u>Conepatus chinga</u>, una vez observó un venado <u>Odocoileus virginianun</u>, mirlos <u>Turdus</u></p>		

fuscater, patos Anas flavirostris, cóndor Vultur gryphus, azor Accipiter ventralis, búho Pulsatrix perspicillata, lechuza Tyto alba.

Dentro de la propiedad existe un criadero de truchas arco iris Oncorhynchus mykiss, las cuales se las comercializa.

DIVERSIDAD DE EPIFITAS.

Solamente los musgos y líquenes crecen como epifitos sobre los árboles y arbustos de este bosque leñoso.

CUERPOS DE AGUA ASOCIADOS.

El río Cari huayco que nace de los deshielos del Volcán Antisana atraviesa el bosque, este río de poco caudal tiene el agua cristalina, totalmente transparente, el día que se tomó la muestra de la temperatura el agua era de 8°C. El ancho del río es de 4 a 5 metro.

Arboles de papel, sisin, romerillos, sigses algunos zapatitos y bomareas crecen en las riberas. Las riberas no tienen un sitio apropiado para descansar.


PERMISOS Y RESTRICCIONES.

Este es un bosque que pertenece a una propiedad privada, siempre y cuando el administrador lo autorice se puede ingresar. Una vez autorizado el ingreso es necesario observar normas de conducta al interior del bosque, las cuales buscan preservar este relicto de vegetación andina. Por supuesto no se pueden extraer recursos faunísticos ni forestales, no se debe prender fuego, o cazar y, se tiene que sacar la basura y depositarla en un recipiente adecuado en la ciudad.

Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Aquí se pueden realizar actividades relacionadas al aire libre como por ejemplo: camping, cabalgatas a caballo y excursiones en la zona para disfrutar de su paisaje maravilloso.			Observación de flora y fauna.		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	No	Alimentación	Si	Guía	Si
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	Si
Cabañas	No	Senderos	No	Paseos	Si
Botes	No	Caballos	Si	Alimentación y venta víveres	Si
Camping	Si	Mirador	Si		
Principales limitaciones para el uso turístico					
Falta de promoción turística.					

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo


Tabla No. 7

Nombre del atractivo:		LA CHORRERA			
Ubicación político administrativo		Clasificación			
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno			
Localidad: Pifo		Categoría: Sitios Naturales			
		Tipo: Ríos y otros cursos de agua			
					
Accesibilidad - Principales vías de acceso					
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)		Tipo 4X4	Estado Conservado		
Vía Terrestre: Si					
Vía Marítima: No					
Descripción del Atractivo					
<p>La Chorrera es una pequeña cascada la cual se encuentra ubicada a 10 minutos de la entrada de Sigsipamba, justo en el antiguo molino conocido con el mismo nombre; su altura es aproximada de 4 metros; su agua es muy limpia y transparente ya que baja de los páramos y posteriormente da formación a un río. También se la conoce con el nombre de Tajamar y es un gran lugar para disfrutar de una gran variedad de flora y fauna por tratarse de un sitio no explotado turísticamente.</p>					
Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Observación de biodiversidad					
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	No	Alimentación	No	Guía	No

Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	Si
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	No		
Principales limitaciones para el uso turístico					
Falta de promoción turística.					

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 8

Nombre del atractivo:		PISCINA MUNICIPAL DE PIFO	
Ubicación político administrativo		Clasificación	
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno	
Localidad: Pifo		Categoría: Sitios Naturales	
		Tipo: Termas	
			
Accesibilidad - Principales vías de acceso			
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)		Tipo 4X4 Automóvil Bus	Estado Conservado
Vía Terrestre: Si			
Vía Marítima: No			
Descripción del Atractivo			
<p>Se encuentra ubicada en el centro de la parroquia de Pifo, sus aguas son muy frías puesto que provienen de vertientes naturales principalmente de la vertiente del Chantag, es administrada por la Administración Zonal del Valle de Tumbaco. Esta piscina es muy concurrida primordialmente los fines de semana básicamente por los pobladores de Pifo como sitio de esparcimiento.</p>			
Grado de explotación del lugar			
Actual		No existe mucha explotación turística	
Potencial			

Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Diversión					
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	Si	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	No	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	Si
Camping	No	Mirador	No		

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 9

Nombre del atractivo: LAS 700 GRADAS		
Ubicación político administrativo		Clasificación
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo		Categoría: Sitios Naturales
		Tipo: Lugares de observación de flora y fauna
		
Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)	Tipo 4X4 Automóvil Bus	Estado Conservado
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		
Descripción del Atractivo		
<p>Fueron construidas en 1966 en la presidencia de Velasco Ibarra, su nombre se debe a los 700 escalones que posee la cual se encuentra dividida por un descanso justo en las 350 gradas sitio donde pasa el río Guambi y en donde limita con la parroquia de Yaruquí.</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Aquí encontramos un tubo gigantesco de color naranja que atraviesa las gradas el cual sirve para abastecer de agua a toda la zona principalmente utilizada para el regadío de la agricultura.</p>		

BIODIVERSIDAD					
Aquí también podemos observar gran variedad en cuanto a vegetación por ejemplo encontramos: el sigce, la acacia, la cabuya blanca entre otras y en lo que se refiere a fauna tenemos: los mirlos, palomas, gorriones, etc.					
Grado de explotación del lugar					
Actual	No existe mucha explotación turística				
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Observación de flora y fauna típica del sector.					
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	Si
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	No
Botes	No	Caballos	Si	Alimentación y venta víveres	No
Camping	No	Mirador	Si		

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Ministerio de Turismo


Tabla No. 10

Nombre del atractivo: MIRADOR EL TABLÓN		
Ubicación político administrativo		Clasificación
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo		Categoría: Sitios Naturales
		Tipo: Lugares de observación de flora y fauna
		
Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)	Tipo 4X4 Automóvil Bus	Estado Conservado
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		

Descripción del Atractivo					
El Mirador del Tablón se encuentra ubicado en el barrio El Tablón, aquí se puede observar gran variedad de flora y fauna propicias del lugar; además desde este gran mirador podemos tener una maravillosa vista del Valle de Tumbaco, de la ciudad de Quito y hasta del volcán Pichincha.					
Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Observación de la biodiversidad de flora, fauna y paisajística.					
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	No	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	No	Mirador	Si		
Otros				Otros	

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo



Tabla No. 11

Nombre del atractivo: NAHUAL	
Ubicación político administrativo	Clasificación
Comuna: Pifo	Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo	Categoría: Sitios Naturales
	Tipo: Lugares de observación de flora y fauna
	

Accesibilidad - Principales vías de acceso					
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)		Tipo 4X4 Automóvil	Estado		
Vía Terrestre: Si			Bien conservado.		
Vía Marítima: No					
Descripción del Atractivo					
<p>UBICACIÓN GEOGRÁFICA</p> <p>Nahual se encuentra ubicada en el Km. 2 de la vía Pifo – Sangolquí, es una granja que ha sido diseñada para los turistas que les gusta convivir con la naturaleza, además tienen la oportunidad de realizar actividades agrícolas principalmente de los frutos que se cultivan en el lugar, también se pueden realizar deportes. Una de las cosas muy importantes con las que cuenta esta granja es que cuenta con energía alternativa y los materiales que han sido utilizados para su construcción son de la zona para evitar causar daños al medio ambiente.</p> <p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Nahual es un sitio donde se esta en contacto directo con la Madre Tierra y aprender así a respetarla y cuidarla, viviendo en armonía con ella. Poseen una Escuela de Educación al Aire Libre la cual cuenta con varios programas enfocados básicamente en fortalecer la capacidad de liderazgo, trabajo en grupo y la toma de decisiones.</p>					
Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Agroturismo, deportes, observación de flora y fauna.			Turismo de naturaleza		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	Si	Guía	Si
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	Si
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	Si
Botes	No	Caballos	Si	Alimentación y venta víveres	Si
Camping	Si	Mirador	No		

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 12


Nombre del atractivo:		CAPAC ÑAN	
Ubicación político administrativo		Clasificación	
Comuna: Pifo		Jerarquía: Dos	
Localidad: Pifo		Categoría: Sitios Naturales	
		Tipo: Caminos pintorescos	
			
Accesibilidad - Principales vías de acceso			
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)		Tipo 4X4	Estado
Vía Terrestre: Si			Conservado
Vía Marítima: No			
Descripción del Atractivo			
<p>Tomando la vía a Papallacta a las afueras de la parroquia de Pifo se encuentra el Capac Ñan el cual viene de la palabra quechua " vía principal ", el mismo que es el eje principal del sistema vial del Imperio Inca. El Camino del Inca nos permite saber las rutas que utilizaron los Yumbos cuando se dirigían hacia la Amazonía ecuatoriana, sus huellas aun están perpetuadas en varias partes del camino.</p> <p>El trayecto hacia el Camino del Inca es de 3 horas aproximadamente de ida y vuelta en el cual se puede disfrutar de gran diversidad de flora y fauna tanto de la parte cálida como del páramo, uno de los problemas con los que cuenta el atractivo es la falta de información turística y señalización que pueda facilitar a los turistas un recorrido más agradable.</p>			
Grado de explotación del lugar			
Actual	No existe mucha explotación turística		
Potencial			

Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Observación de biodiversidad.					
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	No	Alimentación	No	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	Si
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		
Principales limitaciones para el uso turístico					
Falta de promoción turística.					

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 13

Nombre del atractivo: HACIENDA DE CHANTAG		
Ubicación político administrativo		Clasificación
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo		Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas
		Tipo: Lugares Históricos
		
Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)	Tipo 4X4 Automóvil	Estado Conservado
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		
Descripción del Atractivo		
<p>La Hacienda de Chantag tiene el nombre en honor al general Chantag quien fue descendiente de Atahualpa. Tiene una gran importancia cultural pues en los tiempos de la Colonia el sitio fue visitado por Francisco de Orellana en su viaje hacia la Amazonía y en la cual se asentó una</p>		

comunidad de los padres jesuitas quienes construyeron esta hacienda conjuntamente con mano de obra indígena y diseñada por arquitectos españoles específicamente en el siglo XVII, pero cuando los jesuitas fueron expulsados del país esta hacienda fue adaptada primordialmente para ser utilizado como refugio para ellos y cuando tuvieron que huir los jesuitas cambio de dueño y sus límites también extendiéndose aproximadamente de Sigsipamba a San José de la parroquia de Puembo, en esos tiempos la hacienda era utilizada únicamente para producir productos agrícolas principalmente el maíz y la actividad ganadera.

Por último la hacienda es adquirida por Benjamín Ríos quien por 50 años la destina únicamente a la producción agrícola pero debido a la falta de mano de obra y de sus garantías económicas quedo destruida por varios años. En la actualidad la hacienda es administrada por 4 familias herederas las cuales la están reconstruyendo para poder exponer su magnifico diseño colonial al público amante de la naturales y del agroturismo.

La arquitectura de la hacienda está compuesta por un sistema de túneles subterráneos de ventilación que recorre por toda la casa, el cual se inicia desde los establos y patios posteriores, además la hacienda cuenta con sus propias vertientes de agua natural de la cual tienen beneficios no solo las instalaciones del lugar sino también la piscina municipal.

Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Agroturismo					
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	Si	Guía	Si
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	Si
Cabañas	No	Senderos	Si	Paseos	Si
Botes	No	Caballos	Si	Alimentación y venta víveres	Si
Camping		Mirador			

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 14

Nombre del atractivo:	LA TOLITA
Ubicación político administrativo	Clasificación
Comuna: Pifo	Jerarquía: Dos
Localidad: Pifo	Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales e históricas
	Tipo: Ruinas y lugares arqueológicos



Accesibilidad - Principales vías de acceso						
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)		Tipo	Estado			
Vía Terrestre: Si			4X4	Conservado		
Vía Marítima: No						
Descripción del Atractivo						
<p>La Tolita es sin duda uno de los elementos arqueológicos de mayor difusión geográfico del Ecuador, se trata de unos montículos artificiales de tierra y cangagua a los cuales se los conoce principalmente con el nombre de tolas; estos montículos pertenecen a distintas épocas y filiaciones culturales; y gracias a varias investigaciones realizadas en este atractivo se los puede identificar que fueron utilizados básicamente en uso ceremonial, además que probablemente serían los más antiguos en la historia aborígen prehispánica.</p> <p>La Tolita es la alineación que existe entre el Cotourco y el Panecillo de la ciudad de Quito. Sin duda este maravillo atractivo debería ser considerado como un patrimonio arqueológico de gran importancia para todos los ecuatorianos por su antigüedad.</p>						
Grado de explotación del lugar						
Actual		No existe mucha explotación turística				
Potencial						
Principales actividades turísticas						
Actuales			Potenciales			
Observación de Tolas			Investigaciones científicas			
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno						
Hospedaje rural	No	Alimentación	No	Guía	No	
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No	

Cabañas	No	Senderos	No	Paseos	No
Botes	No	Caballos	No	Alimentación y venta víveres	No
Camping	Si	Mirador	Si		
Principales limitaciones para el uso turístico					
Falta de promoción turística.					

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla No. 15

Nombre del atractivo: FIESTAS POPULARES DE PIFO		
Ubicación político administrativo		Clasificación
Comuna: Pifo		Jerarquía: Uno
Localidad: Pifo		Categoría: Folklore
		Tipo: Música y danza
		
Accesibilidad - Principales vías de acceso		
Vía de Acceso: Pifo (QUITO)	Tipo 4X4 Automóvil Bus	Estado Buen Estado
Vía Terrestre: Si		
Vía Marítima: No		
Descripción del Atractivo		
<p>La Parroquia de Pifo es muy conocida en toda la zona en lo que se refiere a sus fiestas, a las cuales asisten de diferentes lugares una de las más conocidas en la fiesta religiosa en honor a su patrono San Sebastián realizada el 20 de Enero de cada año, para la cual se realizan diferentes actividades como son: desfiles cívicos y de la confraternidad en los cuales participan las diferentes instituciones tanto educativas como comerciales de la parroquia con la elaboración de carros alegóricos y comparsas para que disfruten todos quienes asisten a los eventos, los chagras se dan cita a estos desfiles con sus mejores caballos; por la noche la quema de chamiza, en donde se exhiben y prenden grandes castillos y voladores, conjuntamente con bailes populares; además una de las actividades más concurridas y esperadas son las corridas de toros populares que están acompañadas básicamente con bandas de pueblo.</p>		

Grado de explotación del lugar					
Actual		No existe mucha explotación turística			
Potencial					
Principales actividades turísticas					
Actuales			Potenciales		
Desfiles de caballos en el pase del chagra, bailes populares, desfile de la confraternidad.			Mostrarla al mundo entero		
Equipamiento, servicios e instalaciones disponibles en el entorno					
Hospedaje rural	Si	Alimentación	Si	Guía	No
Muelle	No	Lancha	No	Arriendo Caballos	No
Cabañas	No	Senderos	No	Paseos	Si
Botes	No	Caballos	Si	Alimentación y venta víveres	Si
Camping	No	Mirador	No		
Principales limitaciones para el uso turístico					
Falta de promoción turística.					

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Ministerio de Turismo

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. CONCEPTO

“Es el instrumento que posibilita a la empresa conocer el mercado donde va a ofrecer sus productos y servicios, acercarse al mismo para comprenderlo y luego desarrollar su estrategia de marketing para satisfacerlo.”⁷

2.2. JUSTIFICACIÓN

El Estudio de Mercado tiene como propósito proveer toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto, como por ejemplo sobre la situación turística de la Parroquia de Pifo; ayudándonos así a determinar las oportunidades con las que cuenta el dicho producto o servicio a ofrecer para competir en el mercado turístico, a través de la oferta y demanda y sus niveles de aceptación, necesidades y expectativas de los turistas tanto nacionales como extranjeros, la cual es muy necesaria para la promoción y comercialización.

El Estudio de Mercado tiene como principal objetivo la obtención y análisis de información de manera sistemática para la identificación y solución de problemas existentes y fallas que se puedan presentar.

⁷ <http://sistemas.itp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia1/35.htm>

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. Objetivo General

Determinar el perfil del consumidor, cuantificar la oferta, la demanda, la oportunidad del mercado, segmentación y la aceptación de la población local ante la creación de las cabañas ecológicas.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar intereses, gustos, necesidades y preferencias de los turistas interesados en esta actividad turística.
- Definir los segmentos de mercado que visitan la Parroquia de Pifo.
- Analizar el grado de interés de los pobladores de Pifo en el desarrollo de la actividad turística.
- Determinar cuantos son y que características tiene la oferta y la competencia.
- Establecer el balance entre la oferta y la demanda turística.

2.4. TAMAÑO DEL MERCADO

Para determinar el tamaño del mercado de las cabañas ecológicas, que incluye principalmente a dos grupos específicos, nacionales y extranjeros; se ha tomado en cuenta los siguientes datos:

- De la población total del Distrito Metropolitano de Quito, de 1'4857.13; se tomo en cuenta aquella perteneciente a la Población Económica Activa (PEA) 786.088 hab. Con un promedio de salarios entere \$ 801 a \$ 1.753 mensuales, población

correspondiente al quintil 4 (212.244 hab.) y 5 (259.400 hab.), de acuerdo a la clasificación dada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, dando como resultado total de 471.644 personas.

- Por otra parte, de los 926.286 extranjeros que ingresan al Ecuador (2009), el 56,94% llegan a la ciudad de Quito, es decir 527.427 turistas, cuyos principales motivos de visita son: recreación, ocio y vacaciones, con un 49,75%, negocio y motivos profesionales, un 29,29% y visita a parientes y amigos un 17,7%, dando un total de 96,74% turistas. Los mismos que fueron tomados en cuenta como parte de la población, ya que podrían ser posibles huéspedes de las cabañas ecológicas, equivaliendo a 510.233 turistas.
- En cuanto a las actividades que realizan principalmente, el 47,8% se dedican a la observación de flora y fauna, el 20,52% a la contemplación de la naturaleza y el 31,68 a la visita de sitios arqueológicos, históricos y religiosos. De estos se tomó en consideración los primeros grupos antes mencionados, pues dichas actividades se relacionan directamente con los servicios recreacionales que brindan las cabañas ecológicas, dando un total de 63,32%, es decir 348.591 turistas extranjeros.
- Por lo tanto el tamaño del mercado que se ha determinado, sumando las 471.644 personas que corresponden a nacionales y los 348.591 a turistas extranjeros, es de 820.235 personas.

2.5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para establecer el mercado objetivo en el que esta enfocado la idea de negocio se utilizó la siguiente segmentación, divididos en dos grupos específicamente:

1.- Turista Nacionales

2.- Turistas Extranjeros

2.5.1. Turistas Nacionales

2.5.1.1. Segmentación Geográfica:

País: Ecuador, 13´187.387 hab.

Provincia: Pichincha, 2´20.764 hab.

Ciudad: Quito, 1´485.713 hab.

2.5.1.2. Segmentación Demográfica:

Género: Sin restricción

Edad: 18 – 45 años (786.088 PEA de Quito)

Ocupación: Trabajadores públicos, privados, independientes, estudiantes

Educación: Secundaria, superior, post grado

Nacionalidad: ecuatorianos

Ingresos: \$ 801 en adelante (quintil 4 y 5)

Ciclo de Vida: Indiferente

2.5.1.3. Segmentación Socioeconómica:

Estrato Social: Medio, medio alto y alto, (quintil 4: 212.244 personas)

y (quintil 5: 259.400 personas).

2.5.1.4. Segmentación Psicográfica:

Personalidad: Respetuosos a la naturaleza, tolerantes, modernos, aventureros, extrovertidos, etc.

Estado de Vida: Gustan de realizar turismo, visitar nuevos lugares, realizar actividades de recreación diferentes y variadas, disfrutan el contacto con la naturaleza, disponen de tiempo libre para compartir con sus familias y amigos lejos de la monotonía de la ciudad.

2.5.2. Turistas Extranjeros

2.5.2.1. Segmentación Geográfica:

País: Sin restricción

Provincia: Turistas que llegan principalmente a la Provincia de Pichincha

Ciudad: Turistas que llegan a la Ciudad de Quito, 527.427 persona

2.5.2.2. Segmentación Demográfica:

Género: Sin restricción

Edad: Sin restricción

Ocupación: Trabajadores públicos, privados, independientes, estudiantes

Nacionalidad: Sin restricción

Ciclo de Vida: Indiferente

2.5.2.3. Segmentación Psicográfica:

Personalidad: Respetuosos a la naturaleza, tolerantes, modernos, aventureros, extrovertidos, etc.

Estilo de Vida: Visitan diferentes lugares del mundo para conocerlos y

primordialmente para realizar actividades turísticas de todo tipo. De preferencia el turismo alternativo: de aventura, ecoturismo, turismo de naturaleza. Disfrutan el contacto con la naturaleza. Viajan al exterior por lo menos una vez al año. Sus motivos de visita son por ocio, recreacionales y vacacionales, visita a familiares y amigos, investigación y negocios en general.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

2.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

2.6.1. Tamaño de la muestra para los turistas

Para determinar el tamaño de la muestra, se elaboró la fórmula para poblaciones infinitas según Fisher, uno de los expertos en lo que se refiere a la investigación de mercados superando los 100.000, puesto que la población es de 820.235 personas. Con un margen de confiabilidad del 82% y una estimación del error del 5%. La probabilidad de éxito y de fracaso será de 50% para cada una.

UNIVERSOS INFINITOS

$$n = \frac{z^2 (p) (q)}{e^2}$$

- Para aplicar esta fórmula se tomó en consideración los siguientes

elementos:

n= Número de elementos de la muestra.
P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.
z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido, luego
 $z = 1.96$
e = Margen de error permitido (a determinar por el director del estudio).

- Cuando el valor de P y Q no se conozca, o cuando la encuesta se realice sobre diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser diferentes, es bueno tomar el caso más favorable, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, lo cual ocurre para $P = Q = 50$, luego, $P = 50$ y $Q = 50$.

$$n = \frac{z^2 (p) (q)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.82)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = 331 \text{ unidades}$$

- De las 331 unidades muestrales, serán aplicadas 233 a turistas nacionales y a extranjeros 98.

2.6.2. Tamaño de la muestra para los pobladores de Pifo

Para establecer el tamaño de la muestra de los pobladores de la Parroquia de Pifo, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas; es decir menos de 100.000 habitantes, ya que nuestro universo es de 12.388 personas, número total de la

población de la Parroquia de Pifo, de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda realizado en el 2001.

UNIVERSOS FINITOS

$$n = \frac{z^2 (p) (q) (N)}{E^2 (N-1) + z^2 (P) (Q)}$$

Para aplicar esta fórmula se tomó en consideración los siguientes elementos:

Número de elementos de la muestra	n= ¿?
Número de elementos del universo	N= 12.388
Nivel de confiabilidad	Z= 95% Factor= 1.96
Probabilidad de éxito	P= 50%
Probabilidad de fracaso	Q= 50%
Margen de error permitido	E= 5%

Como no se conocen los valores de P y Q, y ya que la muestra se hace sobre diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser diversos, se considero necesario tomar el caso en el que necesite el máximo tamaño de la muestra, por lo que se asigno: P= 50% y Q= 50%.

$$n = \frac{1.95^2 (50) (50) (12.388)}{5^2 (12.388-1) + 1.95^2 (50) (50)}$$

$$n = \frac{117'763.425}{319.181,25}$$

n= 369 unidades

2.7. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

2.7.1. Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

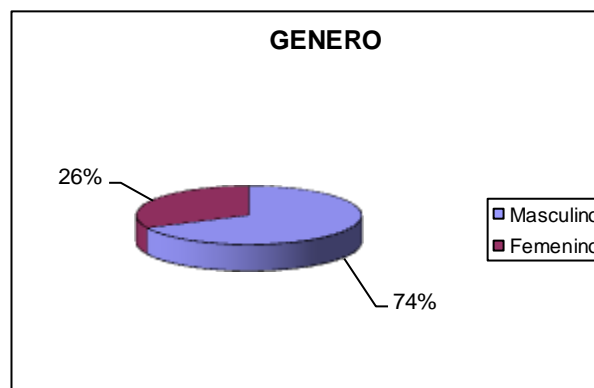
Cuadro No. 1

GENERO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	246	74%
Femenino	85	26%
Total	331	100 %

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 1



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

En el gráfico podemos darnos cuenta que el 74% de los encuestados pertenecen al género masculino, mientras que el 26% restante al femenino, esto se debe a la casualidad al momento de la realización de la encuesta pero es importante recalcar que los servicios que se ofrecerán en las cabañas ecológicas son para ambos géneros.

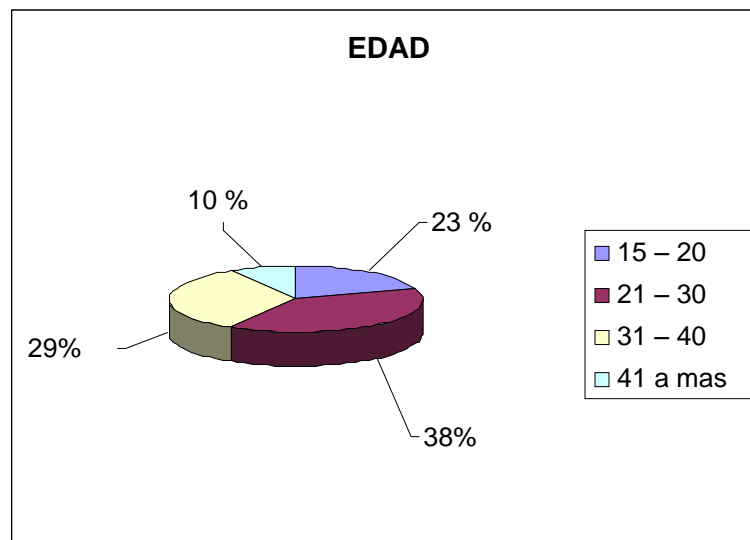
Cuadro No. 2

EDAD

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
15 – 20	75	23%
21 – 30	125	38%
31 – 40	96	29%
41 a mas	35	10%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 2



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

En el cuadro podemos observar que la mayoría de los encuestados se encuentran entre las edades de 21 a 30 años, seguidos por el rango de edad de 31 a 40 años. Esto nos demuestra que la gran parte del mercado de nuestro proyecto está conformado básicamente por jóvenes que cuentan con un trabajo estable y buenos salarios económicos y que gracias a ello pueden acceder a los servicios turísticos que brindan las Cabañas Ecológicas.

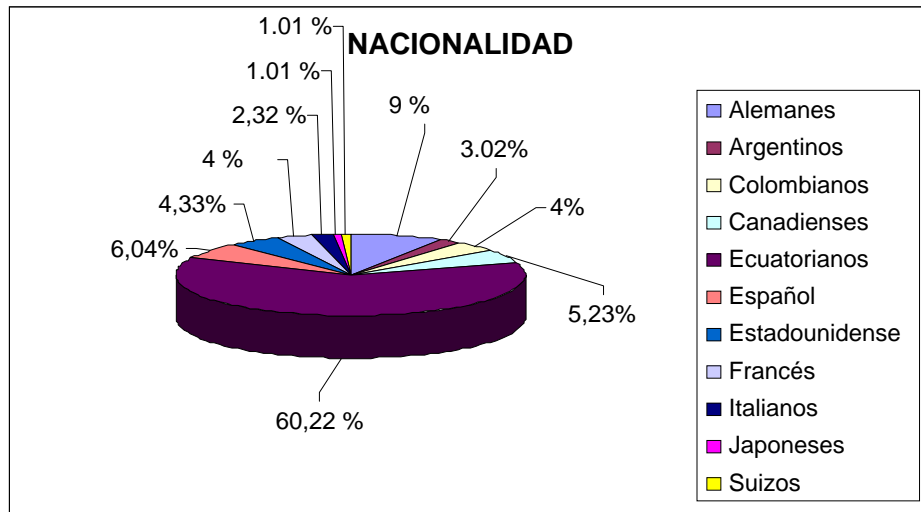
Cuadro No. 3

NACIONALIDAD

NACIONALIDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alemanes	29	9%
Argentinos	10	3,02%
Colombianos	15	4%
Canadienses	18	5,23%
Ecuatorianos	200	60,22%
Español	20	6,04%
Estadounidense	16	4,33%
Francés	15	4%
Italianos	8	2,32%
Japoneses	5	1,01%
Suizos	5	1,01%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 3



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según los resultados el 60,22% corresponde a ecuatorianos, quienes serán nuestra demanda nacional de las cabañas ecológicas, el 9% corresponde a alemanes, el 6,04% a españoles, el 5,23% a canadienses, el 4,33% a estadounidenses, el 4% a colombianos, el 3,02% a franceses, el 2,32% a italianos y argentinos y el 1,01% a japoneses y suizos.

Pregunta N° 1 **¿Qué destinos Turísticos prefiere usted visitar?**

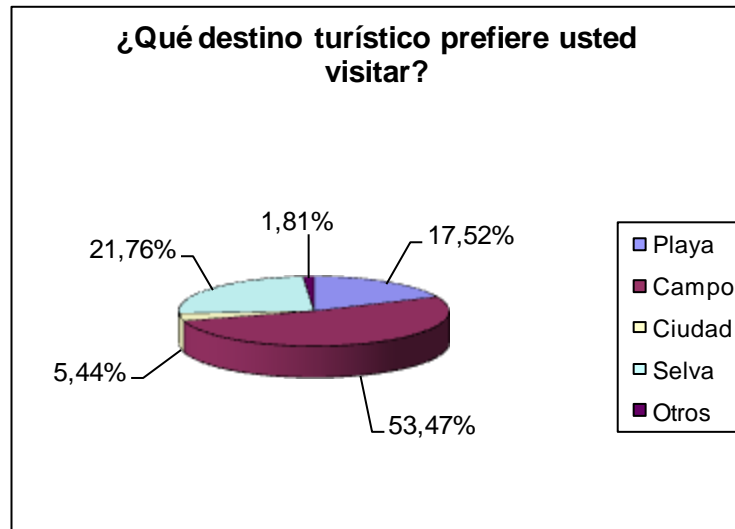
Cuadro No. 4

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Playa	58	17,52%
Campo	177	53,47%
Ciudad	18	5,44%
Selva	72	21,76%
Otros	6	1,81%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 4



Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Como se observa en el gráfico el primer destino que les gusta visitar a los encuestados es el campo con un porcentaje de 53,47%, esto nos permite determinar una mediana aceptación del entorno natural y nos demuestra una gran acogida del turismo alternativo relacionado con el campo; seguido de la selva con 21,76%, la playa con 17,52%, la ciudad con 5,44% y tan solo el 1,81% determinaron otros lugares.

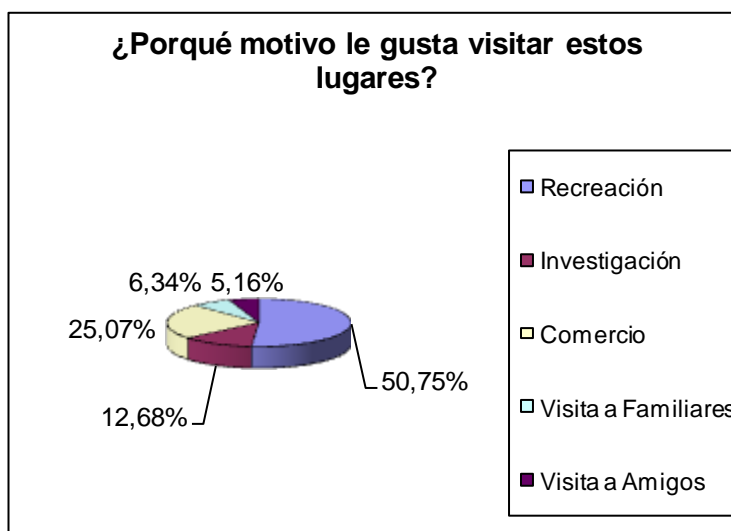
Pregunta N° 2 ¿Porqué motivo le gusta visitar estos lugares?

Cuadro No. 5

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Recreación	168	50,75%
Investigación	42	12,68%
Comercio	83	25,07%
Visita a Familiares	21	6,34%
Visita a Amigos	17	5,16%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 5



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Como nos podemos dar cuenta en el gráfico la mayoría de personas visita estos lugares por recreación con un porcentaje de 50,75%, seguidos por comercio con 25,07%, investigación con 12,68%, visita a familiares con 6,34% y visita a amigos con 5,16%.

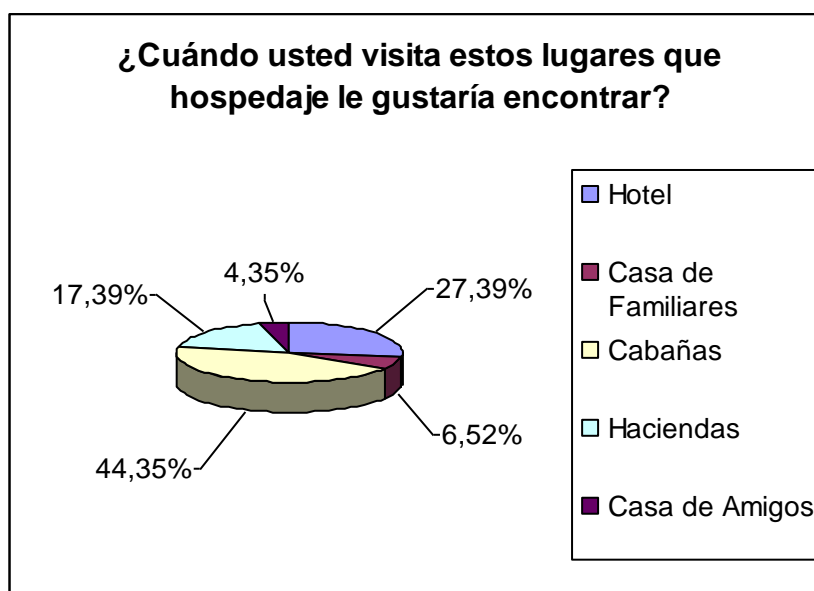
Pregunta N° 3 **¿Cuándo usted visita estos lugares que hospedaje le gustaría encontrar?**

Cuadro No. 6

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hotel	86	27,39%
Casa de Familiares	25	6,52%
Cabañas	155	44,35%
Haciendas	50	17,39%
Casa de Amigos	15	4,35%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 6



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Como vemos en el gráfico el tipo de hospedaje preferido por los encuestados son las cabañas ecológicas con un 44,35%, beneficiando de esta forma a nuestro proyecto puesto que conformado por cabañas, seguido por los hoteles con un 27,39%, haciendas con 17,39%, casa de familiares 6,52%, casa de amigos con un 4,35%.

Pregunta N° 4 **¿Cual es el tiempo de estadía en este lugar?**

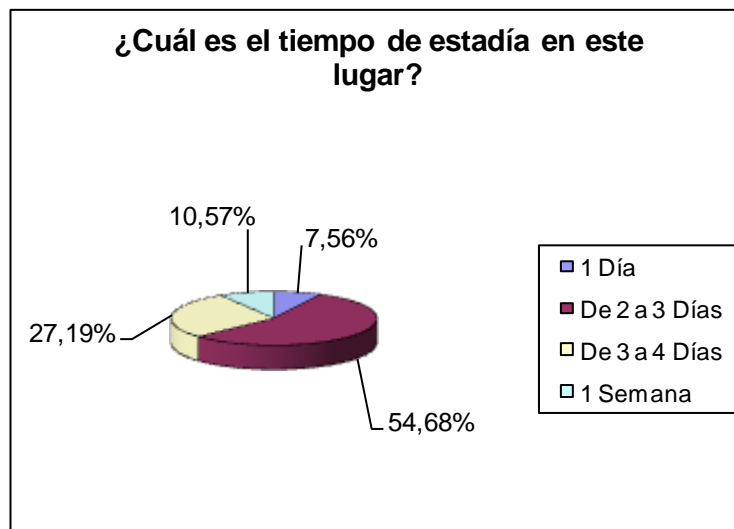
Cuadro No. 7

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 Día	35	10,57%
De 2 a 3 Días	181	54,68%
De 3 a 4 Días	90	27,19%
1 Semana	25	7,56%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 7



Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Según el gráfico el 54,68% de las personas encuestadas prefieren estar de 2 a 3 días en las cabañas ecológicas, o más días beneficiándonos ya que podrían realizar varias actividades en el establecimiento y se irían gustosos y con ganas de regresar.

Pregunta N° 5 **¿Cuándo visita estos lugares con quien lo hace?**

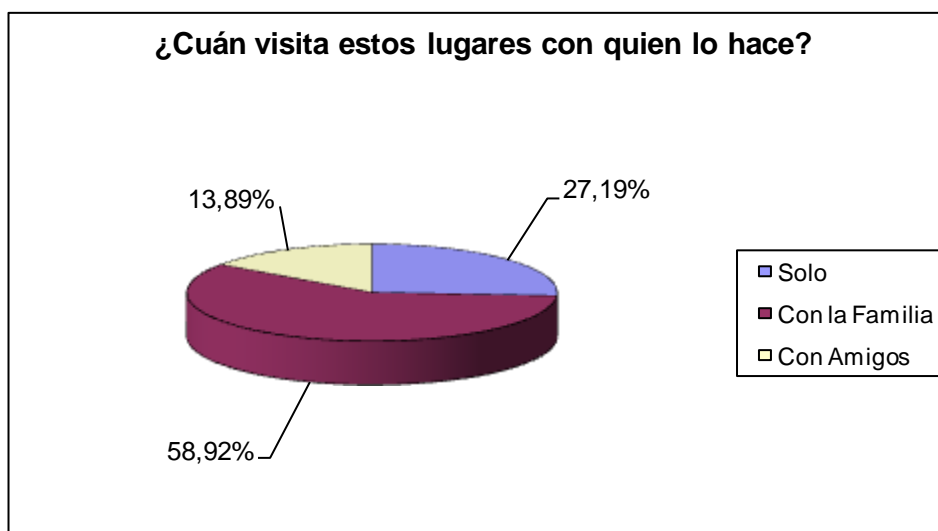
Cuadro No. 8

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Solo	90	27,19%
Con la Familia	195	58,92%
Con Amigos	46	13,89%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 8



Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Como vemos en el gráfico el 58,92% de las personas van con sus familias, lo que nos beneficia económicamente a nuestro proyecto porque tendríamos más clientes, también llegan solos en un 27,19% y con 13,89% llegan con amigos.

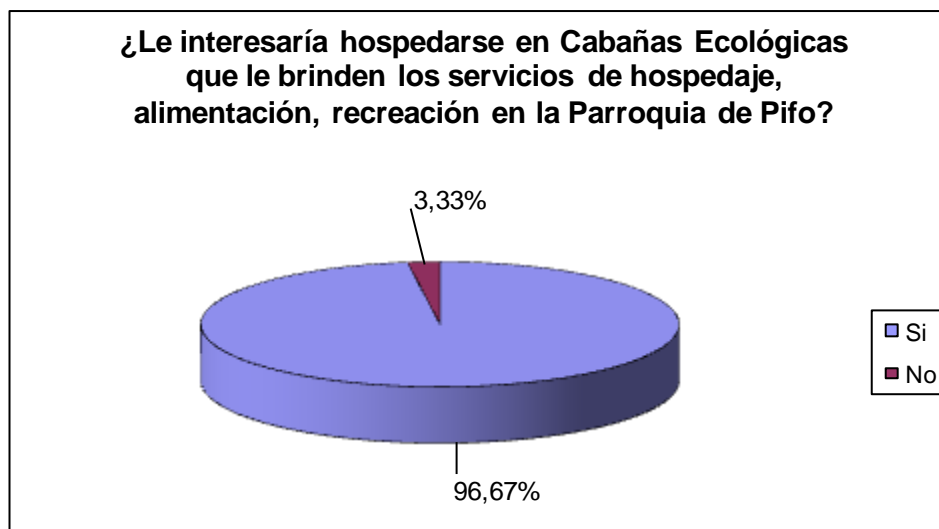
Pregunta N° 6 **¿Le interesaría hospedar en cabañas ecológicas que le brinden los servicios de hospedaje, alimentación, recreación en la Parroquia de Pifo?**

Cuadro No. 9

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	320	96,67%
No	11	3,33%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 9



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Como vemos en el gráfico el 96,67% tiene una gran aceptación de la construcción de las cabañas ecológicas que cuente con servicios de hospedaje, alimentación y recreación en la Parroquia de Pifo.

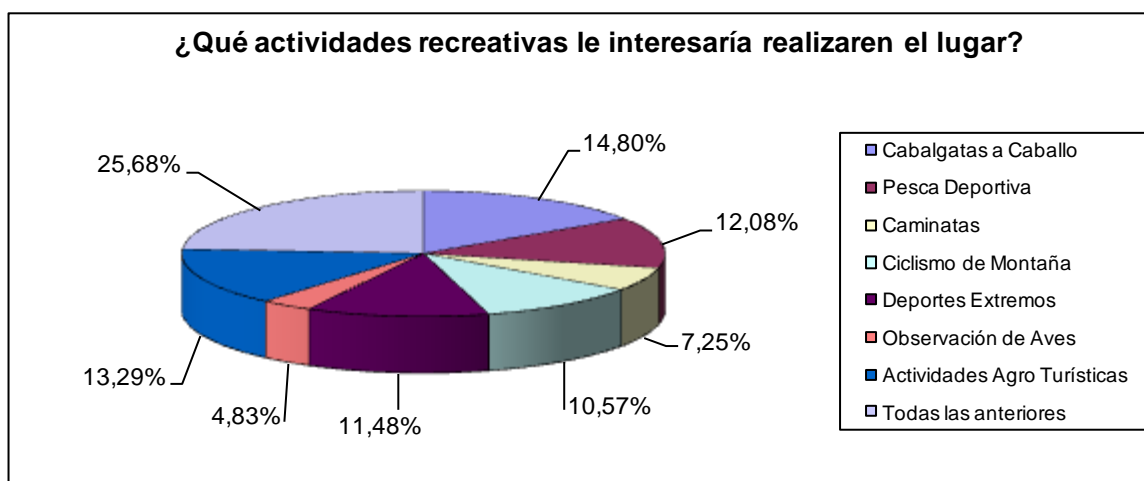
Pregunta N° 7 **¿Qué actividades recreativas le interesaría realizar en el lugar?**

Cuadro No. 10

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cabalgatas a Caballo	36	14,80%
Pesca Deportiva	30	12,08%
Caminatas	14	7,25%
Ciclismo de Montaña	25	10,57%
Deportes Extremos	28	11,48%
Observación de Aves	8	4,83%
Actividades Agro Turísticas	34	13,29%
Todas las anteriores	55	25,68%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 10



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según el gráfico el 25,68% de todas las personas encuestadas les gustaría realizar todas las actividades en un solo lugar como son cabalgatas a caballo, pesca deportiva, caminatas, ciclismo de montaña, deportes extremos, observación de aves y actividades agro turísticas, y lo importante es que las cabañas ecológicas podrán satisfacer con todas las exigencias y gustos de quienes desearán estar en nuestro establecimiento.

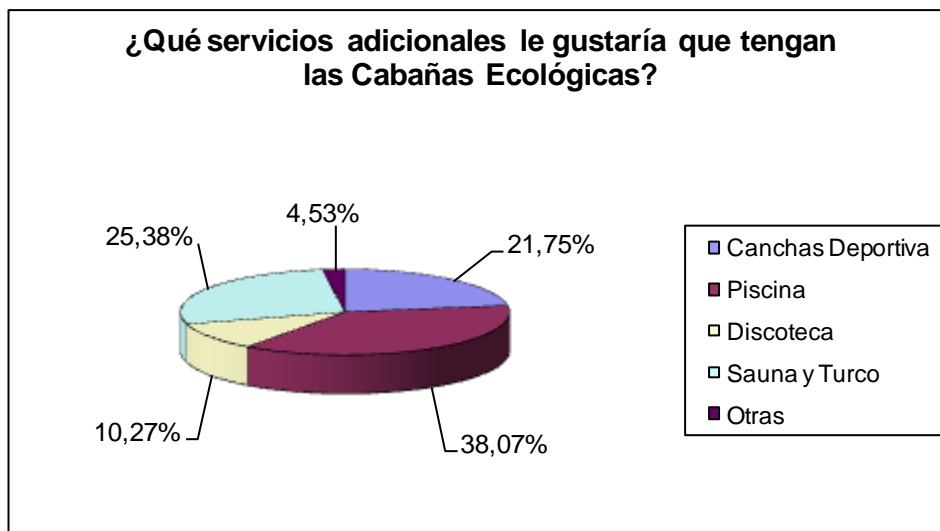
Pregunta N° 8 ¿Qué servicio adicionales le gustaría que tengan las cabañas ecológicas?

Cuadro No. 11

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Canchas Deportiva	72	21,75%
Piscina	126	38,07%
Discoteca	34	10,27%
Sauna y Turco	84	25,38%
Otras	15	4,53%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 11



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según el gráfico nos podemos dar cuenta que la mayoría de los encuestados, el 38,07% desean que en el lugar haya una piscina, por este motivo es recomendable contar con una piscina temperada, para que los turistas se sientan a gusto por el clima del lugar; además sería bueno contar con un sauna y turco ya que ocupó el segundo lugar con un 25,38%, y canchas deportivas con un 21,75%.

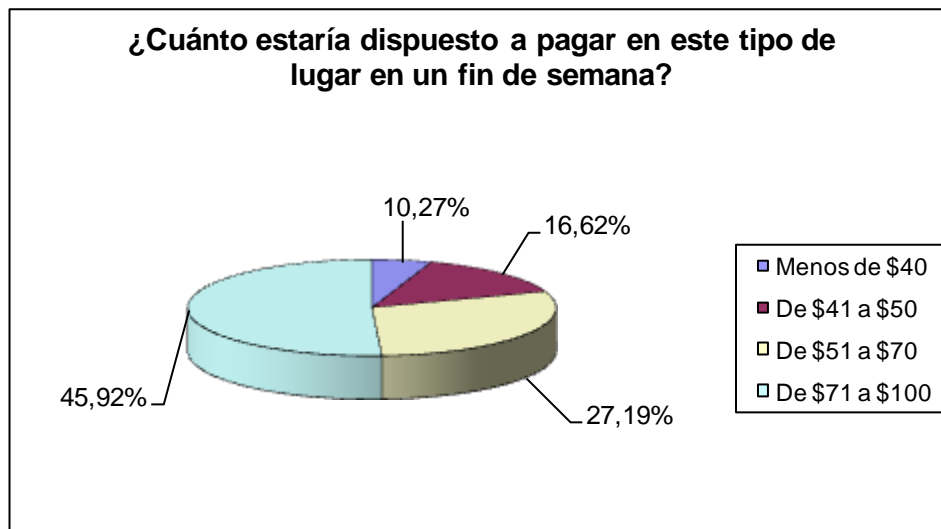
Pregunta Nº 9 **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en este tipo de lugar en un fin de semana?**

Cuadro No. 12

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de \$40	34	10,27%
De \$41 a \$50	55	16,62%
De \$51 a \$70	90	27,19%
De \$71 a \$100	152	45,92%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 12



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según el cuadro podemos ver que con todos los servicios con los que contarán las cabañas ecológicas los encuestados en un 45,92% determinaron pagar por un fin de semana de \$71 a \$100 proporcionándonos una gran acogida y sabiendo que nos producirá muchos beneficios económicos el proyecto.

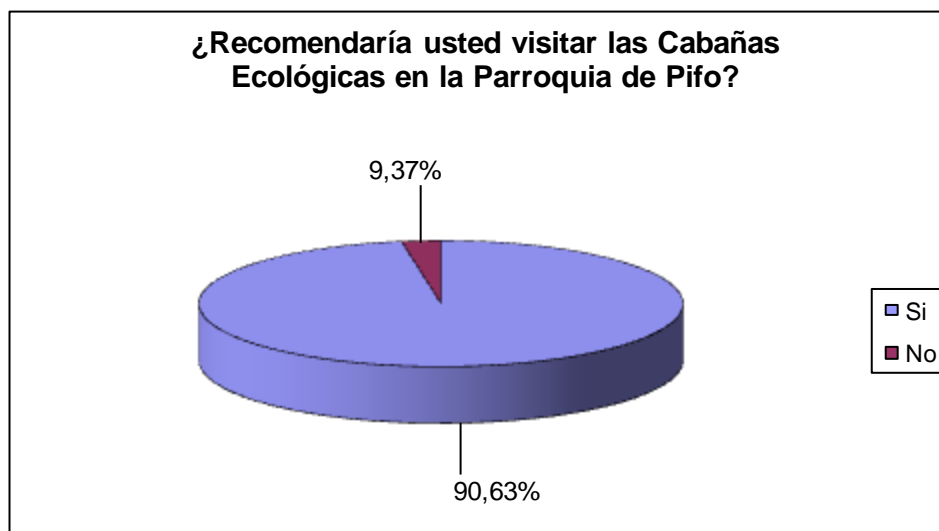
Pregunta N° 10 **¿Recomendaría usted visitar las cabañas ecológicas en la Parroquia de Pifo?**

Cuadro No. 13

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	300	90,63%
No	31	9,37%
Total	331	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 13



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

El 90,63% de las personas encuestadas consideraron que si recomendarían, beneficiándonos este resultado para poder atraer más personas a nuestro establecimiento para que puedan disfrutar de todos los servicios turísticos que ofrecemos y nos ayudarían a convertir a nuestras cabañas ecológicas en una gran empresa turística.

2.7.2. Encuesta aplicada a los pobladores de la Parroquia de Pifo

Pregunta N° 1 **¿Considera usted que las autoridades de la parroquia están favoreciendo al desarrollo turístico?**

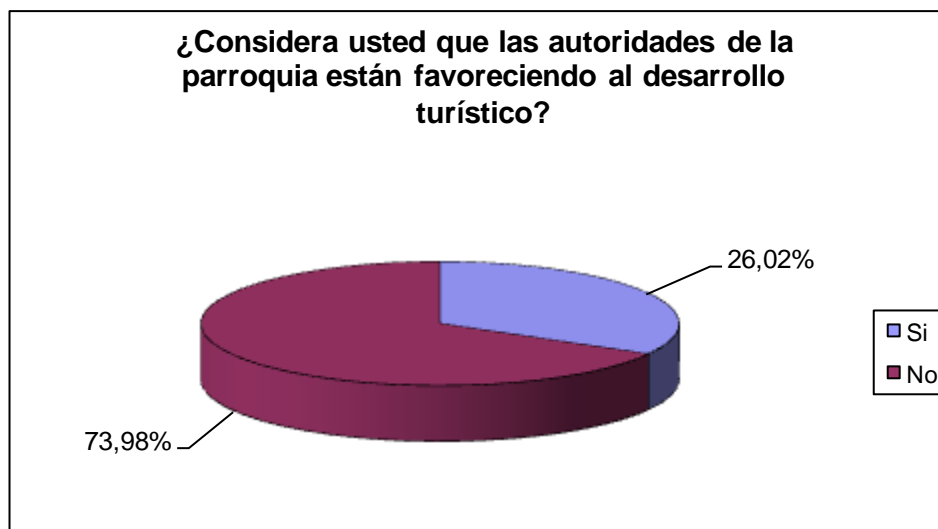
Cuadro No. 14

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	96	26,02%
No	273	73,98%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 14



Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

El 73,98% de las personas encuestadas en la Parroquia de Pifo consideran que las autoridades no están favoreciendo en el desarrollo turístico, esto nos indica que se debería trabajar más conjuntamente con las autoridades para dar mejores beneficios a los pobladores.

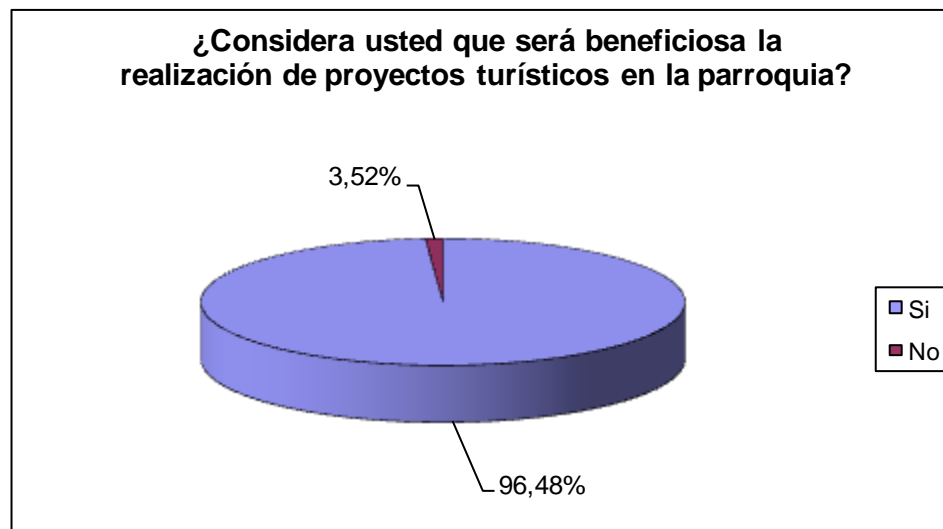
Pregunta N° 2 **¿Considera usted que será beneficiosa la realización de proyectos turísticos en la parroquia?**

Cuadro No. 15

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	356	96,48%
No	13	3,52%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 15



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

El 96,48% de las personas encuestadas consideran que los proyectos turísticos beneficiarían mucho al desarrollo económico de la parroquia ya sea porque crearían más fuentes de trabajo o porque la parroquia se daría a conocer principalmente de turistas extranjeros ayudando mucho con la economía del sector y tan solo el 3,52% opinan que no beneficiaría a la parroquia la creación de proyectos turísticos ya que piensan que se incrementaría la delincuencia.

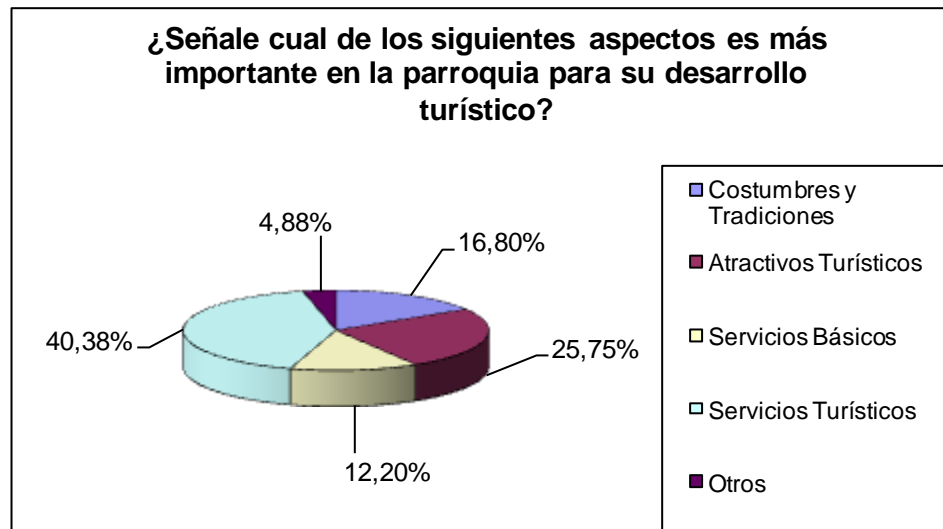
Pregunta N° 3 **¿Señale cual de los siguientes aspectos es mas importe en la parroquia para su desarrollo turístico?**

Cuadro No. 16

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Costumbres y Tradiciones	62	16,80%
Atractivos Turísticos	95	25,75%
Servicios Básicos	45	12,20%
Servicios Turísticos	149	40,38%
Otros	18	4,88%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 16



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según los resultados el 40,38% de las personas encuestadas son más importantes los servicios turísticos como hospedaje, alimentación, recreación, etc., seguido de atractivos turísticos con el 25,75%, las costumbres y tradiciones con un 16,80%, los servicios básicos con un 12,20%, lo que indica que la creación de las Cabañas Ecológicas ayudará mucho a la parroquia en su desarrollo económico.

Pregunta N° 4 **¿Considera usted que la elaboración de unas cabañas ecológicas ayudarían en el desarrollo turístico y económico de la parroquia?**

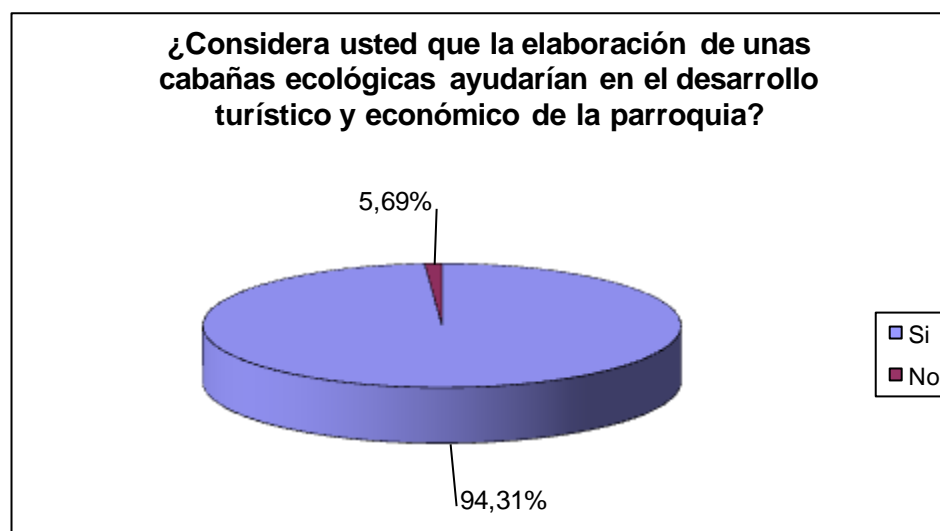
Cuadro No. 17

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	348	94,31%
No	21	5,69%
Total	369	100,00%

Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 17



Elaborado por: Wendy Soria

Fuente: Encuestas

El 94,31% de las personas encuestadas consideran que si beneficiaría mucho la creación de las Cabañas Ecológicas en la parroquia de Pifo ya que incrementarían las fuentes de empleo para los pobladores del sector, y además mejoraría el desarrollo económico de la parroquia, y tan solo el 5,69% de las personas creen que no ayudaría porque tan solo se beneficiarían un sector de la población.

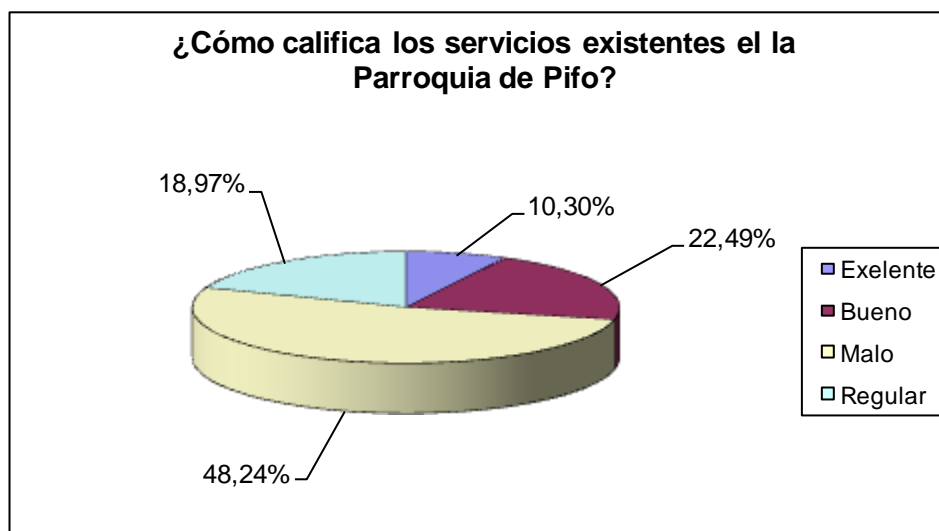
Pregunta N° 5 **¿Cómo califica los servicios existentes en la Parroquia de Pifo?**

Cuadro No. 18

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	38	10,30%
Bueno	83	22,49%
Malo	178	48,24%
Regular	70	18,97%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 18



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

El 48,24% de las personas encuestadas califican de malo los servicios existentes en la Parroquia de Pifo, esto nos indica que si les gustará mucho las cabañas ecológicas ya que contarán con todos los servicios turísticos para satisfacer con todas las necesidades a los turistas que gustan de la naturaleza.

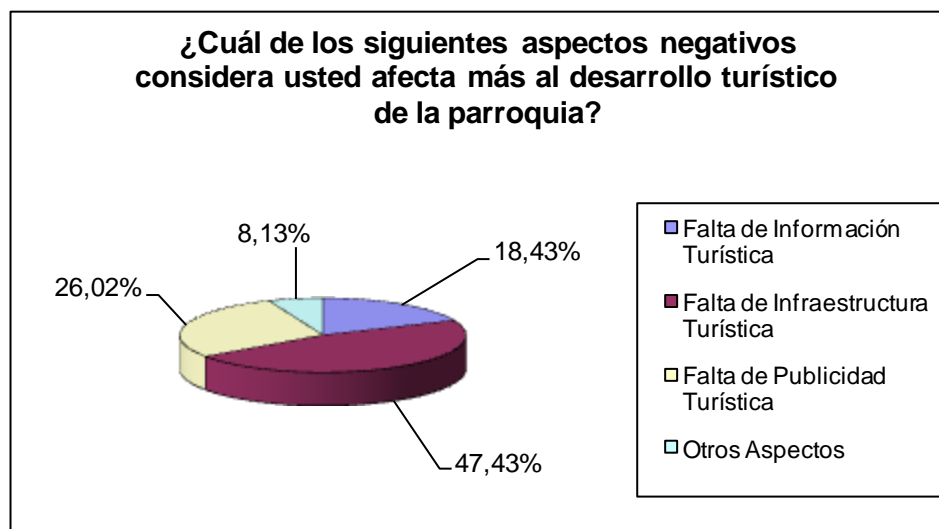
Pregunta N° 6 **¿Cuál de los siguientes aspectos negativos considera usted afecta más al desarrollo turístico de la Parroquia?**

Cuadro No. 19

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Falta de Información Turística	68	18,43%
Falta de Infraestructura Turística	175	47,43%
Falta de Publicidad Turística	96	26,02%
Otros Aspectos	30	8,13%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 19



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según el gráfico podemos ver que 47,43% de la población de Pifo, consideran que la falta de infraestructura turística afecta mucho en el desarrollo turístico de la parroquia, por lo tanto será de gran importancia la creación de las Cabañas Ecológicas, pues no cuentan con hoteles.

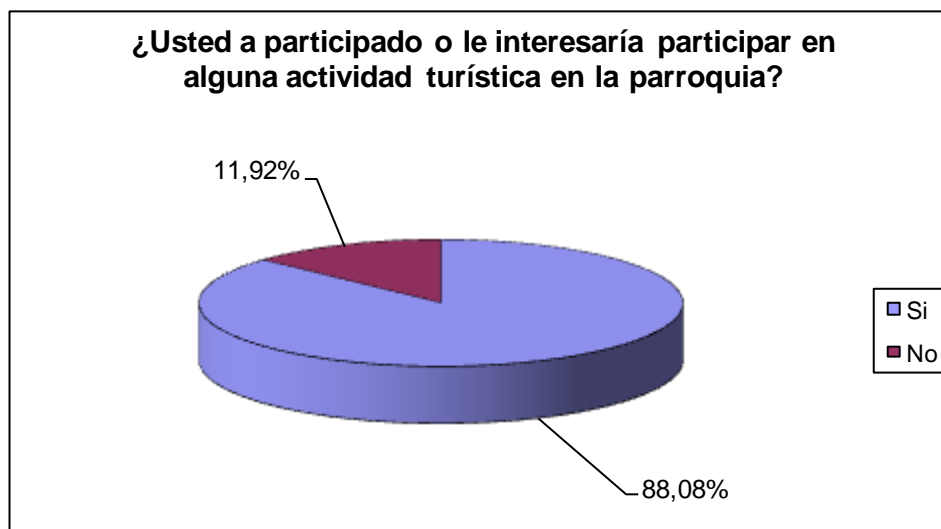
Pregunta N° 7 ¿Usted a participado o le interesaría participar en alguna actividad turística en la parroquia?

Cuadro No. 20

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	325	88,08%
No	44	11,92%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 20



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Según los resultados el 88,08% de la población de Pifo ha participado o le interesaría participar en alguna actividad turística en la parroquia principalmente porque consideran que sería de gran beneficio en el desarrollo de la misma, y tan solo el 11,92% no le interesaría participar porque no están relacionados con esta actividad.

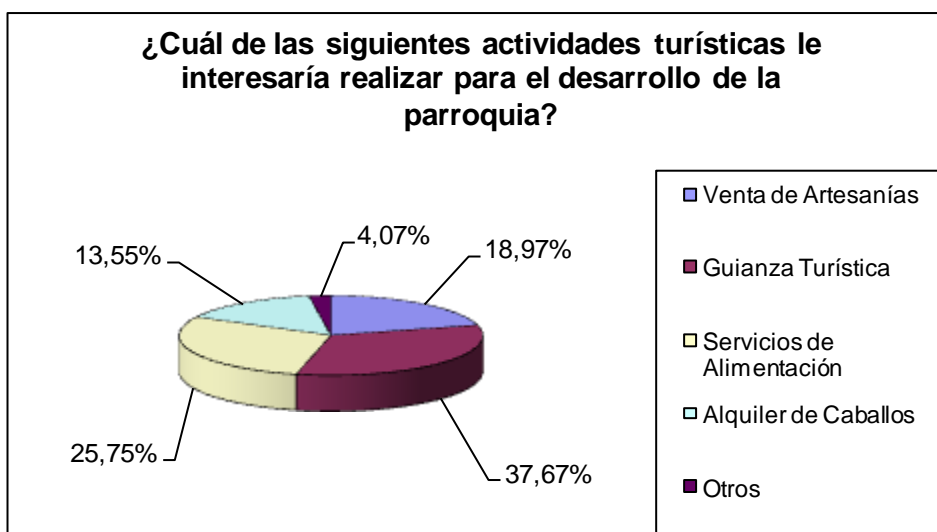
Pregunta N° 8 **¿Cuál de las siguientes actividades turísticas le interesaría realizar para el desarrollo de la parroquia?**

Cuadro No. 21

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Venta de Artesanías	70	18,97%
Guianza Turística	139	37,67%
Servicios de Alimentación	95	25,75%
Alquiler de Caballos	50	13,55%
Otros	15	4,07%
Total	369	100%

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Gráfico No. 21



Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Encuestas

Para el 37,67% de las personas encuestadas la actividad turística en la que les interesaría participar es la guianza turística, seguido con el 25,75% de servicios de alimentación, venta de artesanías con el 18,97%; el 13,55% de alquiler de caballos.

2.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.⁸

2.8.1. Demanda Turística

Se conoce como demanda turística al conjunto de servicios turísticos solicitados por el consumidor (turista) de acuerdo a sus características y su perfil.

2.8.2. Demanda Histórica

Para el análisis de la demanda histórica se utilizó datos del año 2010 de La Junta Parroquial de Pífo y se obtuvo los siguientes datos:

Cuadro No. 22

<u>VARIABLE</u>	<u>CANTIDAD</u>
Turistas	3.980
Visitantes	12.900
Total	16.880

Elaborado por: Junta Parroquia de Pífo, 2010

⁸ BACA, Gabriel; Evaluación de Proyectos: Cuarta Edición, México 2001

2.8.3. Demanda Futura

Para saber cuál será la demanda que captará el proyecto, nos basaremos en la cantidad obtenida de la demanda histórica que la obtuvimos de la investigación realizada con La Junta Parroquial de Pifo.

2.8.4. Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda se realiza en base a la tendencia que ha tenido la demanda histórica de la Parroquia de Pifo, con la siguiente fórmula:

$$Y = y + \left(\frac{\sum xy}{\sum x^2} \right) x$$

Para el año 2011 se aplica el año 1 como factor de tiempo a definir, para poder trabajar con este dato para nuestra demanda actual.

$$Y_{2011} = 16.880 + (16.880 / 7,2) (1) = \mathbf{19.224}$$

La demanda del año 2011 es de 19.224, la cual es la cantidad con la que empezaremos a desarrollar las proyecciones.

- Para el año 2012 se aplicará el año 1 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2012} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (1) = \mathbf{21.894}$$

- Para el año 2013 se aplicará el año 2 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2013} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (2) = \mathbf{43.788}$$

- Para el año 2014 se aplicará el año 1 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2014} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (3) = \mathbf{65.682}$$

- Para el año 2015 se aplicará el año 1 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2015} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (4) = \mathbf{87.576}$$

- Para el año 2016 se aplicará el año 5 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2016} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (5) = \mathbf{109.470}$$

- Para el año 2017 se aplicará el año 6 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2017} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (6) = \mathbf{131.364}$$

- Para el año 2018 se aplicará el año 7 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2018} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (7) = \mathbf{153.258}$$

- Para el año 2019 se aplicará el año 8 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2019} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (8) = \mathbf{175.152}$$

- Para el año 2020 se aplicará el año 9 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2020} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (9) = \mathbf{197.046}$$

- Para el año 2021 se aplicará el año 10 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2021} = 19.224 + (19.224 / 7,2) (10) = \mathbf{218.940}$$

Cuadro No. 23

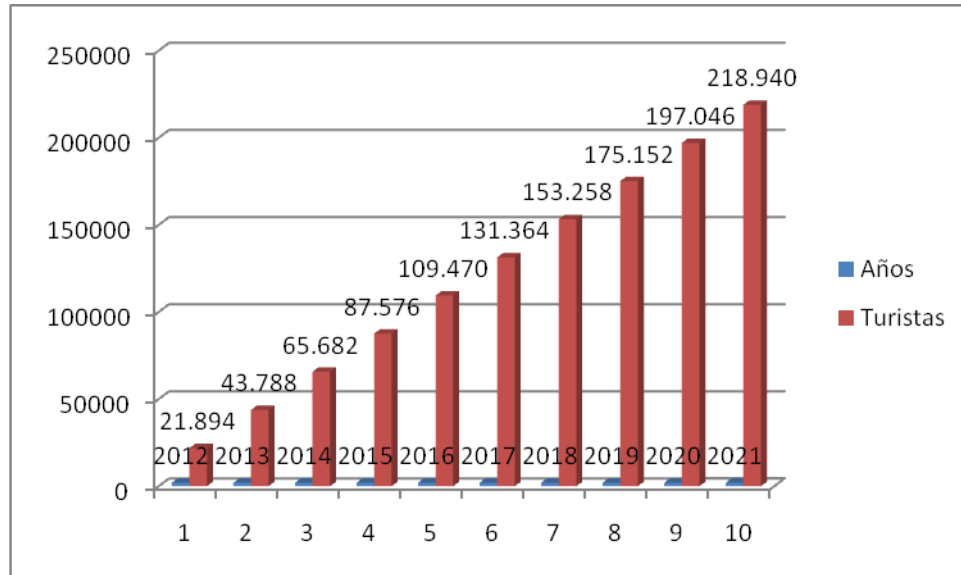
DEMANDA FUTURA

Años	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Turistas	21.894	43.788	65.682	87.576	109.470	131.364	153.258	175.152	197.046	218.940

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Gráfico No. 22

TENDENCIA DE LA DEMANDA



Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Por medio de este cuadro podemos apreciar la demanda futura que tendrá la parroquia de Pifo.

2.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.⁹

El motivo por el cual se desea poner en marcha este proyecto, es la necesidad de implementar un lugar con todas las características turísticas con las que va a contar las Cabañas Ecológicas como por ejemplo: canchas deportivas, piscina, senderos señalizados, espacios agro turísticos, entre otros y por tratarse de un lugar de esparcimiento que cumplirá con todas las medidas ambientales exigidas para la protección ambiental único en la Parroquia de Pifo; específicamente para satisfacer con todas las necesidades requeridas por los turistas.

Y tomando en cuenta que ayudará básicamente al desarrollo turístico, social y económico de la zona al producir nuevas fuentes de empleo ya que cuenta con importantes atractivos turísticos y culturales.

2.9.1. Oferta Turística

Oferta Turística es el conjunto de servicios turísticos colocados en el mercado. Para el análisis de la oferta se ha encontrado en la Parroquia de Pifo 1 establecimiento hotelero:

⁹ BACA, Gabriel; Evaluación de Proyectos: Cuarta Edición, México 2001

Cuadro No. 24

NOMBRE	CAPACIDAD	OFERTA TOTAL	SERVICIOS	PRECIO
Hostería “Chanta”	20 pax	7.300 pax	Alojamiento Alimentación	\$ 20,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Fuente: Hostería Chanta

2.9.2. Oferta Histórica

Se ha considerado como oferta histórica a la Hostería Chanta como el establecimiento hotelero existente en la Parroquia de Pifo.

2.9.3. Oferta Competitiva

Oferta Competitiva son todos los bienes y servicios que inciden como competencia directa ya que brindan servicios iguales o semejantes a los del proyecto en sí.

- **Competencia Indirecta:** Para las Cabañas Ecológicas son de 1 establecimiento hotelero porque brindan servicios similares a los nuestros.

Cuadro No. 25

ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	PLAZAS AL AÑO
Hostería "Chanta"	20	7300
Total Oferta Competitiva al Año		7.300

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Fuente: Hostería Chanta

2.9.4. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se realiza en base a los datos obtenidos por el único establecimiento que ofrece similares servicios en la Parroquia de Pifo, utilizando la siguiente fórmula:

$$Y = a + b (x)$$

Para el año 2011 se aplica el año 1 como factor de tiempo a definir, para poder trabajar con este dato para nuestra oferta actual.

$$Y_{2011} = 7.300 + 20 (1) = \mathbf{7.320}$$

La oferta del año 2011 es de 8.838, la cual es la cantidad con la que empezaremos a desarrollar las proyecciones.

- Para el año 2012 se aplicará el año 1 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2012} = 7.320 + 20 (1) = \mathbf{7.340}$$

- Para el año 2013 se aplicará el año 2 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2013} = 7.340 + 20 (2) = \mathbf{14.720}$$

- Para el año 2014 se aplicará el año 1 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2014} = 7.340 + 20 (3) = \mathbf{22.080}$$

- Para el año 2015 se aplicará el año 4 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2015} = 7.340 + 20 (4) = \mathbf{29.440}$$

- Para el año 2016 se aplicará el año 5 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2016} = 7.340 + 20 (5) = \mathbf{36.800}$$

- Para el año 2017 se aplicará el año 6 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2017} = 7.340 + 20 (6) = \mathbf{44.160}$$

- Para el año 2018 se aplicará el año 7 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2018} = 7.340 + 20 (7) = \mathbf{51.520}$$

- Para el año 2019 se aplicará el año 8 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2019} = 7.340 + 20 (8) = \mathbf{58.880}$$

- Para el año 2020 se aplicará el año 9 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2020} = 7.340 + 20 (9) = \mathbf{66.240}$$

- Para el año 2021 se aplicará el año 10 como factor de tiempo a definir

$$Y_{2021} = 7.340 + 20 (10) = \mathbf{73.600}$$

Cuadro No. 26

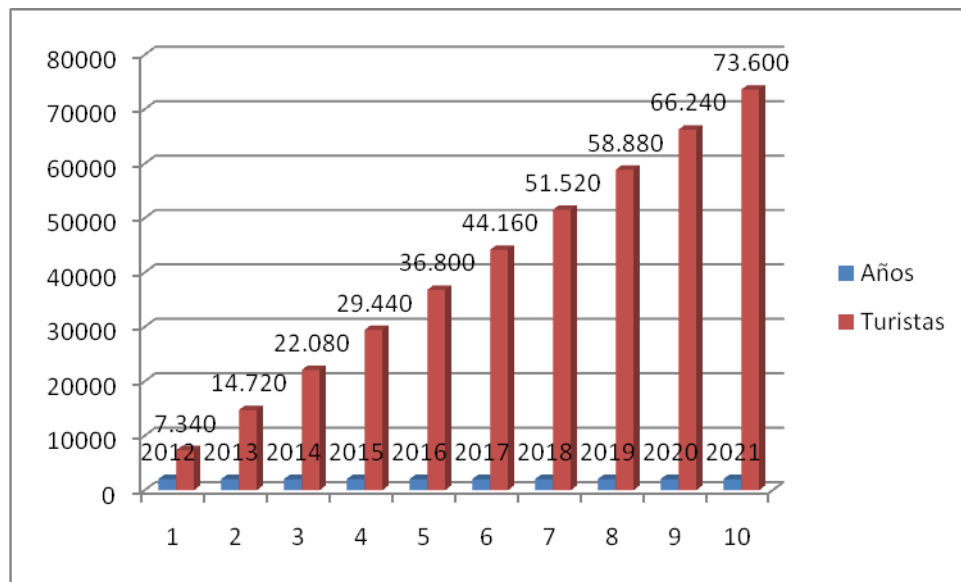
OFERTA FUTURA

Años	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Turistas	7.340	14.720	22.080	29.440	36.800	44.160	51.520	58.880	66.240	73.600

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Gráfico No. 23

TENDENCIA DE LA OFERTA



Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

2.10. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Es importante tomar en cuenta que en la actualidad todas las empresas enfrentan una gran variedad de competidores y las cabañas ecológicas no son la excepción ya que

aunque no cuentan con competencia directa si tienen competencia indirecta y es por ello de vital importancia brindar un producto y/o servicio diferenciado. Pero para lograr este objetivo es necesario conocer y sobretodo analizar a nuestra competencia; mejorando sus servicio y dándoles un valor agregado que los distinga básicamente en nuestro caso de los establecimientos hoteleros con los que cuenta en la actualidad la Parroquia de Pifo para llegar al éxito deseado.

Hostería Chanta

La Hostería Chanta brinda los servicios de alojamiento y alimentación, tiene capacidad para 20 personas y 30 en su restaurante, principalmente llegan comerciantes de entre 31 a 40 años que están de pasada por la parroquia y familias, su propietario indico que los meses más concurridos son en enero por tratarse de las festividades de la parroquia y en agosto y septiembre por temporada de vacaciones en la sierra ecuatoriana, además indico que su permanencia es de 3 días aproximadamente.

2.11. BALANCE OFERTA – DEMANDA

2.11.1. Determinación de la Demanda Insatisfecha

Principalmente para realizar el cálculo de la demanda insatisfecha, se va a analizar la oferta actual y la demanda actual (año 2011), y de estos datos se obtiene la diferencia, y por consiguiente se define que la demanda insatisfecha es de: 9.580 Turistas.

Cuadro No. 27

ESTABLECIMIENTO	OFERTA ACTUAL	DEMANDA ACTUAL	OPORTUNIDAD DE MERCADO O DEMANDA INSATISFECHA
Hostería "Chanta"	7.300		
TOTAL	7.300	16.880	9.580

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

2.11.2. Participación del Proyecto

Las Cabañas Ecológicas poseen una capacidad instalada para acoger a 21 personas por día, ya que de acuerdo a su infraestructura la cual está distribuida de la siguiente manera:

- **Alojamiento:** 7 cabañas cada una con una capacidad para 3 personas.
- **Restaurante:** con capacidad para 45 personas.

Por lo tanto en base a la capacidad instalada establecida, las cabañas ecológicas pueden alojar y ofrecer sus servicios a 160 turistas a la semana; 640 turistas al mes y 7.680 turistas al año, por lo captará el 80% de la demanda total insatisfecha.

CAPÍTULO III

3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

3.1. CONCEPTO

“Es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa como el de producción o el financiero, asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación. En un escenario cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y la falta de previsión. Por ello el Plan de Marketing se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa.”¹⁰

3.2. OBJETIVOS

- Considerar que la participación del mercado de nuestra empresa es de 7.680.
- Posicionar el producto en el mercado, manteniendo precios justos, ofreciendo una nueva alternativa de alojamiento en la Parroquia de Pifo, con servicios de calidad y diferenciados.
- Promocionar la Parroquia de Pifo en el mercado nacional e internacional como destino turístico sustentable.

¹⁰ Cobra Marcos Flavio Azwarg, Marketing de Servicios, Conceptos y Estrategias.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.3. MISIÓN

Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge, es una empresa dedicada a ofrecer el servicio de alojamiento, alimentación, recreaciones, transporte y actividades ecoturísticas, que incentiven el desarrollo sostenible económico, social y sobretodo ambiental con servicios e infraestructura de calidad; a un precio justo acorde a la economía del país, pero principalmente que garantice una experiencia integral y satisfactoria para los turistas y pobladores de la Parroquia de Pifo.

3.4. VISIÓN

La Parroquia de Pifo, en el año 2020, será un destino turístico reconocido nacionalmente e internacionalmente como un modelo a seguir por su forma de proteger el ecosistema; es indispensable recalcar que contará con infraestructura apropiada al entorno la cual permitirá atender a los turistas nacionales e internacionales brindando un servicio de calidad.

Sin duda las Cabañas Ecológicas llegarán a constituirse en una de las más reconocidas empresas de turismo alternativo de la ciudad de Quito, principalmente basándonos en el turismo de naturaleza y agroturismo mediante la prestación de servicios de calidad en alojamiento, alimentación, recreación y transporte, con la finalidad de que nuestros turistas se sientan a gusto y en completa armonía con actividades relacionadas básicamente con la naturaleza; tomando en cuenta que nuestro personal estará en

constante capacitación y mejorando constantemente nuestras instalaciones y equipos de trabajo para que podamos ofrecer la mejor atención del sector.

3.5. FILOSOFÍA

Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge, ofrece a los turistas un servicio de alta calidad, brindando un trato familiar, amable y sobretodo personalizado, garantizando principalmente que la estadía del visitante sea completamente placentera e inolvidable.

3.5.1. Valores Corporativos

- **Respeto.-** Comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona. Procurar un ambiente de trabajo en armonía entre todos los miembros de la organización. Además de ser un agente modelo en la conservación ambiental con respeto a la competencia, pero sobretodo aprovechando responsablemente los recursos para el desarrollo de los servicios turísticos a ofrecer.
- **Honestidad.-** Empezar actuaciones bajo criterios de discernimiento ético en la gestión institucional, transparencia en todas las actividades que realiza la empresa y cada uno de nuestros servicios brindados a todos nuestros clientes.
- **Solidaridad.-** Cooperación permanente y continua en el desarrollo en los procesos de la organización y en las relaciones interpersonales con clientes y usuarios, establecer vínculos en el que se sientan como propios los sentimientos de cada miembro de nuestra organización.

- **Cooperación.-** Tener un espíritu de cuerpo, incentivando la superación común y promoviendo el trabajo en equipo para obtener mejores resultados en toda la organización.
- **Puntualidad.-** Cumplir los horarios establecidos por la organización, obteniendo un buen desempeño dentro de la empresa y concluyendo todas las actividades designadas a tiempo.
- **Lealtad.-** Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional, sentimiento de fidelidad y franqueza entre las relaciones de los sentimientos de cada miembro de la organización para que todos trabajen correctamente y no exista discordia entre compañeros de trabajo.
- **Orden.-** Colocar cada cosa en su lugar con el fin de mantener un área de trabajo ordenada y sobretodo bien presentada, con la finalidad de brindar una buena imagen a los visitantes.
- **Responsabilidad.-** Desarrollar con efectividad las tareas encomendadas, cumpliendo las normas y políticas que establece la empresa para su buen funcionamiento en la prestación de servicios turísticos.
- **Eficiencia.-** Se entregan resultados de calidad en base a la planificación institucional.
- **Compromiso.-** Demostrar vocación de servicio y sentido de pertenencia frente a la Entidad, ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente.
- **Competitividad.-** Aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias

del mercado dentro de un mundo globalizado.

3.5.2. Políticas Empresariales

De Personal.- Nuestro personal deberá llevar el uniforme correctamente o un distintivo diseñado exclusivamente por la empresa que de a conocer básicamente la imagen corporativa de la empresa, durante su horario de trabajo.

Financieras.- La empresa deberá realizar periódicamente análisis y evaluaciones financieras, permitiendo un adecuado manejo de la compañía.

De Calidad.- La empresa deberá mejorar constantemente los servicios turísticos que ofrece, la infraestructura, los equipos de trabajo, y capacitar continuamente a todo su personal a fin de brindar el mejor servicio de alta calidad en el sector.

Ambientales.- La empresa promoverá el respeto a la naturaleza, asegurando la conservación y preservación de los recursos turísticos para su continuo aprovechamiento en el desarrollo de las todas las actividades que se realizarán en las Cabañas Ecológicas.

3.6. OBJETIVOS CORPORATIVOS

3.6.1. Corto Plazo

- Dar a conocer a las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge “y posicionarlas en el mercado como un destino turístico tanto nacional como internacional.
- Ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros una alternativa de turismo

sustentable nueva en el sector que beneficie a los pobladores de Pifo, sin sacrificar sus recursos tanto naturales como culturales.

- Poseer un eficiente control tanto de calidad de productos como de servicios, lo cual nos pueda distinguir de la competencia.

3.6.2. Mediano Plazo

- Conseguir la participación significativa de la población de la Parroquia de Pifo, dándoles constantemente capacitaciones mediante la concientización de los beneficios del turismo sustentable y el cuidado por el medio ambiente, obteniendo de esta manera un mejor servicio hacia los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- Ampliar la demanda de turistas tanto nacionales como extranjeros en los atractivos turísticos de la Parroquia de Pifo, estableciendo publicidad adecuada para incrementar la recordación de la Cabañas Ecológicas en los clientes y posesionar la marca.
- Desarrollar nuevos conceptos de Cabañas Turísticas, la cual es la Cabaña Ecológica que se encarga de cuidar y sobretodo conservar el medio ambiente y el ecosistema en sí.

3.6.3. Largo Plazo

- Convertir a las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge, en una organización altamente competitiva y sobretodo con proyección de crecimiento para establecerse en zonas importantes del Ecuador.

- Llegar a ser la mejor empresa hotelera y turística de la zona, con la finalidad de introducimos en la mente del consumidor para obtener básicamente su fidelidad.
- Ofrecer un servicio de alta calidad, el cual no solo satisfaga las necesidades del consumidor sino que también lleve a la empresa a convertirse en modelo a seguir en todo el país.

3.7. ANÁLISIS SITUACIONAL (FODA)

El análisis FODA sirve para determinar todos los puntos que posee a favor y en contra la creación de las Cabañas Ecológicas en la Parroquia de Pifo, vistos tanto desde una perspectiva interna, a través de la definición de las fortalezas, debilidades de la empresa y desde el punto de vista externa con las oportunidades y amenazas; de esta forma se podrá tener una visión más amplia del entorno comercial y administrativo, facilitando el emprendimiento de objetivos claros y precisos para poder desarrollar la planeación estratégica de marketing que envuelva a todos los componentes básicos de las Cabañas Ecológicas.

3.7.1. Ámbito Interno

Fortalezas

Las fortalezas se considera a las capacidades internas de la empresa que ayudan en el cumplimiento de todas las actividades y así mismo para su formulación se debe tomar en cuenta aspectos tales como: económicos, políticos, financieros, sociales y tecnológicos.

- Las Cabañas Ecológicas cuentan con una infraestructura natural propia del sector.
- Capacitación periódica al recurso humano.
- Comodidad y amplitud en cada una de las Cabañas Ecológicas.
- Ser una empresa generadora de empleo tanto a profesionales de todo el país como a pobladores de la comunidad con altos conocimientos del sector.
- El direccionamiento estratégico fortalecerá el liderazgo en el entorno de la organización.
- Brindar a los turistas diferentes alternativas de recreación y contacto con el medio ambiente.
- Tiene una gran variedad de atractivos turísticos y culturales.
- Riqueza en Biodiversidad.
- Proveedores de la comunidad con precios cómodos.
- Inexistencia de competencia directa.
- Segmento de mercado amplio.

Debilidades

Las debilidades son todas las carencias de elementos, capacidades externas que afectan en el desempeño de la empresa.

- Migración de los pobladores principalmente a la ciudad de Quito.
- Por ser una empresa nueva en el mercado, no posee una cuantía de clientes establecida.
- Las Cabañas Ecológicas no contarán con todas las comodidades existentes en la

ciudad.

- Por ser una organización que tiene principalmente la innovación se puede cometer algunos errores o no poseer el éxito total deseado, a pesar que el estudio de mercado suministra datos positivos.

3.7.2. Ámbito Externo

Oportunidades

Las oportunidades son todos los elementos externos que establecen una convivencia de tiempo, ámbito y lugar.

- Todas las personas que laboren en las Cabañas Ecológicas obtendrán mayor experiencia y cada vez podrán ir mejorando el servicio turístico con la zona.
- Mercado turístico en crecimiento.
- Los turistas prefieren estar en contacto directo con la naturaleza y todas las actividades que se pueden realizar en ella, para poder estar más alejados del ruido y la contaminación que tienen las grandes ciudades.
- Escasa competencia directa en todo el sector.
- Situación geográfica del Ecuador.
- Destino turístico nuevo, diferenciado y sobretodo económico.
- Mayores oportunidades de mercado e inversión.
- El clima y belleza paisajística agradable en cualquier época del año, cuenta con ecosistema de páramo en el cual habitan diversas especies de aves, mamíferos,

anfibios y reptiles ayudando así a la conservación de varias especies que se encuentran en peligro de extinción tales como el cóndor y el ojo de anteojos.

- Gran riqueza natural y cultural.
- Construcción del aeropuerto cerca del lugar.

Amenazas

Las amenazas permiten establecer un obstáculo a la acción de la organización, ya que se refieren al entorno externo de la empresa.

- Los proveedores de los productos no cumplan al tiempo establecido con las entregas.
- Falta de promoción turística nacional e internacional.
- La inestabilidad económica y política del país.
- La imagen del Ecuador a nivel nacional e internacional es muy frágil especialmente en el aspecto turístico.
- Migración de los pobladores de la Parroquia de Pifo.
- Deterioro de los atractivos turísticos naturales principalmente en el caso de que no exista un manejo adecuado de la actividad turística.
- Inestabilidad del proyecto creada por decisiones del gobierno nacional.

❖ **CUADROS DE VALORACIÓN DEL FODA**

Cuadro No. 28

Oportunidades y Fortalezas

FORTALEZAS	Infraestructura natural	Capacitación periódica	Comodidad y amplitud en cabañas	Empresa generadora de empleo	El direccionamiento estratégico fortalecerá el liderazgo	Diferentes alternativas de recreación	Variedad de atractivos turísticos y culturales	Riqueza en Biodiversidad	Precios cómodos	Inexistencia de competencia directa	Segmento de mercado amplio	TOTAL	PRIORIDAD
	OPORTUNIDADES												
Personal obtendrá mayor experiencia	8	9	5	6	6	5	7	7	6	8	5	72	9
Mercado turístico en crecimiento	9	8	7	9	6	8	8	8	9	8	7	87	2
Contacto directo con la naturaleza	10	6	7	8	6	8	9	8	7	7	5	81	8
Escasa competencia directa	8	6	9	9	4	8	8	9	7	10	8	86	3
Situación geográfica del Ecuador	8	7	7	8	6	9	8	8	8	8	8	85	4
Destino turístico nuevo, diferenciado y sobretodo económico	8	7	9	8	7	9	8	8	8	10	8	90	1
Mayores oportunidades de mercado e inversión	8	8	6	10	8	7	7	7	8	8	8	85	5
Clima y belleza paisajística agradable en cualquier época del año	7	6	7	8	5	8	9	9	6	8	9	82	7
Gran riqueza natural y cultural	9	6	6	8	7	8	10	10	7	7	6	84	6
Construcción del aeropuerto cerca del lugar	7	8	8	10	8	8	8	8	9	9	8	90	1
TOTAL	82	71	71	84	63	78	82	82	75	83	72		

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que por tratarse de un destino turístico nuevo, diferenciado y sobretodo económico y también gracias a la construcción del aeropuerto cerca del lugar se consolidará en una empresa generadora de empleo principalmente para los habitantes de la parroquia.

Cuadro No. 29

Amenazas y Debilidades

DEBILIDADES	DEBILIDADES				TOTAL	PRIORIDAD
	Migración de los pobladores	No posee una cuantía de clientes establecida	Sin comodidades de la ciudad	Por ser empresa nueva se puede cometer errores		
AMENAZAS						
Proveedores no entreguen a tiempo los pedidos	8	6	5	8	27	2
Falta de promoción turística	7	9	6	8	30	1
La inestabilidad económica y política del país	5	4	5	8	22	4
Imagen de Ecuador es muy frágil a nivel internacional	4	4	4	6	18	7
Migración de los pobladores de la Parroquia de Pifo	9	5	5	4	23	3
Deterioro de los atractivos turísticos naturales	6	4	4	6	20	5
Inestabilidad del proyecto creada por decisiones del gobierno nacional	4	5	4	6	19	6
TOTAL	35	31	28	38		

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que la falta de promoción turística es un problema muy grande para la empresa y que por tratarse de una empresa nueva innovadora se podrían cometer errores o no tener el éxito deseado a pesar que el estudio de mercado suministra datos positivos.

3.7.3. Análisis del FODA

En lo que se refiere al análisis FODA de la Parroquia de Pifo, podemos decir que en lo que se refiere al ámbito interno las fortalezas son mayores que las debilidades y en el ámbito externo las oportunidades son mayores que las amenazas; es por esta razón que la parroquia de Pifo es un área favorable principalmente para el desarrollo de nuestras Cabañas Ecológicas.

- En el ámbito interno, nos damos cuenta que el desarrollo del proyecto será plenamente mantenido por una excelente ubicación geográfica, ya que la Parroquia de Pifo se encuentra a tan solo treinta y cinco minutos del Distrito Metropolitano de Quito. Esto nos permitirá primordialmente captar un buen segmento de turistas, considerando que la ciudad de Quito es una de las más visitadas por turistas nacionales como también por turistas extranjeros. Otra de las fortalezas con las que cuenta la Parroquia de Pifo es que cuenta con una gran diversidad de atractivos naturales que no sido explotados todavía y lo importante es que aún están en estado natural, demostrando que la Parroquia de Pifo posee aún aire libre de contaminación, bosques vírgenes, atractivos turísticos que si son bien manejados serían una excelente opción para el

desarrollo de la actividad turística que ayudará con fuentes de ingresos para la población de Pifo principalmente. La Parroquia de Pifo ofrece diferentes actividades turísticas en un solo sector tales como: observación de aves, caminatas a caballo, pesca deportiva, agroturismo, ciclismo de montaña, deportes extremos, entre otras fortalezas.

- Una de las debilidades que tiene la Parroquia de Pifo es que no cuenta con una infraestructura turística acorde a las necesidades de los turistas para poder brindar un servicio de calidad, siendo las Cabañas Ecológicas su primer establecimiento turístico que pueda cubrir con todos los requerimientos tanto de turistas nacionales como extranjeros. Otra de las debilidades sería la migración de los pobladores hacia la gran ciudad lo cual nos podría afectar un poco por no poder contar con personal que conozca de la zona para brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

- En lo que se refiere al ámbito externo, las oportunidades son mayores que las amenazas beneficiándonos mucho más ya que el turismo en el sector se desarrollaría de mejor manera siempre y cuando se aprovechen de manera correcta todos los recursos con los que cuenta la parroquia en sí, considerando básicamente que el turismo ecológico tiene una gran acogida por la mayoría de turistas a nivel mundial. Otra oportunidad es que todas las personas que laboren en el proyecto tendrán la oportunidad de capacitarse en lo que se refiere al

turismo ayudando aun más al desarrollo turístico de la parroquia y de su economía. Además que con la construcción del aeropuerto tenemos el mercado turístico en crecimiento ya que se podrá tener aun más turistas a nuestro proyecto beneficiando a toda la población del sector. El clima y belleza paisajística agradable en cualquier época del año, cuenta con ecosistema de páramo en el cual habitan diversas especies de aves, mamíferos, anfibios y reptiles ayudando así a la conservación de varias especies que se encuentran en peligro de extinción tales como el cóndor y el ojo de anteojos.

- En cuanto a las amenazas tomamos en cuenta la principal que sería el deterioro del medio ambiente, como también la falta de promoción turística, la inestabilidad política del país, pero tenemos que tomar en cuenta que todas estas amenazas serán combatidas con el mayor número de oportunidades que nos ayudarán principalmente en el desarrollo turístico de nuestro proyecto.

3.8. PROPUESTA MERCADOLÓGICA

El cual determina una mezcla de mercado fundamentándose básicamente en las cuatro

P:

1. Producto
2. Precio
3. Plaza o Canales de Distribución

4. Promoción y Publicidad

3.8.1. Producto

“Producto es cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o necesidad”.¹¹

En el caso de nuestras Cabañas Ecológicas el producto pasaría a ser el servicio de alojamiento, alimentación, recreación y transporte que se va a ofrecer. Además que nuestro producto cuenta con una gran diferencia con respecto a los cuatro establecimientos que son nuestra competencia por la diferenciación de servicio, el personal altamente especializado y capacitado, el ambiente y sobretodo el contacto con el medio ambiente.

3.8.1.1. Descripción del Producto

Pifo´s Lodge es una hostería que se encuentra ubicada en la Parroquia de Pifo a treinta y cinco minutos aproximadamente de la ciudad de Quito, está constituida por cabañas ecológicas estilo rústico con capacidad para 40 personas las cuales podrán realizar diversas actividades turísticas recreacionales relacionadas básicamente con el contacto con la naturaleza, agroturismo, deportes extremos, entre otras opciones, que les ayudarán a salir de la rutina diaria permitiéndoles tener relajación, distracción y porque no decir aventura también, pero principalmente tomarán conciencia de la conservación

¹¹ Philip Kotler, John Bowen, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo

correcta del medio ambiente con charlas que se les brindará durante las diferentes actividades a realizar.

1. - Nombre

"Pifo´s Lodge"

2. - Color

En Las Cabañas Ecológicas Pifo´s Lodge se han tomado colores que prevalecerán principalmente por sus significadas como son:

- **Verde.-** moderado, equilibrado, tradicional, ecológico
- **Café.-** armonía
- **Amarillo.-** inteligencia, innovación, precaución
- **Naranja.-** energía

3.- Marca

La marca es Pifo´s Lodge la cual deberá posicionarse en el mercado, la misma que representará prestigio, calidad alta, eficiencia, eficacia, pero sobretodo mucha responsabilidad en todas las actividades a realizar.

- **Razón Social.-** Cabañas Ecológicas "Pifo´s Lodge".

- **Categoría.-** Cabañas Ecológicas de Primera Categoría.
- **Ubicación.-** Las Cabañas Ecológicas están ubicadas a 35 Km. al Nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, en la Parroquia de Pifo, aproximadamente a treinta y cinco minutos.

Las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge” ofrecerá a todos sus huéspedes los servicios de:

Producto de Las Cabañas Ecológicas

- 7 cabañas cada una con una capacidad para 3 personas con baño privado.
- Restaurante
- Recepción
- Servicios Complementarios de: alquiler de caballos, transporte, pesca deportiva, servicio de guianza, agroturismo, ciclismo de montaña.

Producto del Servicio de Restaurante

- Menú
- Desayunos
- Almuerzos
- Cenas
- Entradas: empanadas, choclos con queso
- Platos Fuertes: trucha ahumada, seco de pollo y carne, estofado de pescado,

fritada, Hornado, llapingachos, locro de papa, seco de chivo, aguado de gallina, arroz con concha y camarón, ceviche de camarón, cazuela de pescado, caldo de patas, bolas de verde Yaguarlocro, etc.

- Bebidas: jugos naturales, agua natural, agua con gas, gaseosas, cervezas.

3.8.1.2. Estrategias del Producto

- Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge serán un producto único, nuevo y diferenciado en la Parroquia de Pifo, el cual no cuenta con una competencia directa y está a pocos minutos de la ciudad de Quito, ubicado en una zona que posee gran variedad en lo que se refiere a recursos naturales los cuales aun conservan estado y paisaje natural no explotado; además que permitirán que los turistas tengan la oportunidad de convivir con la naturaleza, disfrutando de todo el entorno que los rodea y sobretodo fuera de la contaminación de la ciudad.
- El restaurante contará con personal capacitado, el cual impartirá una explicación breve del plato a servir.
- Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge estarán bien equipadas, de primer orden, con diseño rústico e innovador.
- En la apertura de las cabañas se brindará bocaditos de cortesía de algunos platos del menú del restaurante.
- El establecimiento ofrecerá agroturismo para que los turistas puedan participar en actividades como son cosecha de productos agrícolas, ordeño, elaboración de

lácteos, alimentación de animales, etc.

- Las instalaciones interiores de las cabañas ecológicas contarán con ilustraciones turísticas en los diferentes objetos a utilizar.
- La atención de Las Cabañas Ecológicas será las 24 horas y contará con servicio altamente personalizado y capacitado constantemente, con el fin de satisfacer con todas las necesidades y expectativas de los turistas que llegarán hacia nuestro establecimiento.
- En lo que se refiere a las actividades turísticas que podrán realizar nuestros turistas tenemos varias alternativas muy interesantes de acuerdo a las preferencias de los huéspedes como son: turismo ecológico, de aventura, cultural y deportivo; ya que el establecimiento brindará servicios netamente naturales como caminatas hacia las lagunas de Boyeros y Yuyos, miradores naturales, observación de aves, actividades deportivas y culturales como: cabalgatas a caballo al Cerro Cotourco, pesca deportiva, visita al pueblo de Pifo, a las 700 gradas, al Mirador del Tablón, Hacienda de Chantag, a la cascada La Chorrera, y en lo que se refiere a turismo de aventura tenemos: ciclismo de montaña, motocross, entre otros.
- El área de restaurante ofrecerá diversidad de platos típicos del Ecuador, utilizando básicamente materia prima de las cosechas que proporciona la hacienda, brindando un servicio de calidad eficiente y sobretodo rápido satisfaciendo así los requerimientos de los clientes.

3.8.1.3. Descripción de cada Producto o Servicio

RECREACIÓN

Paquetes Turísticos en Las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”

Se han realizado diferentes paquetes turísticos para que los turistas dependiendo su tiempo de estadía en nuestro establecimiento, incluyendo alojamiento, alimentación, recreación y transporte.

➤ **Para 1 día tenemos:**

1 Día de Diversión

Para quienes desean para 1 día en nuestras instalaciones les ofrecemos el mejor paquete de la zona, pues contará con una mezcla de aventura con deportes extremos como: ciclismo de montaña o motocross ya que contamos con especialistas en el tema; realizarán actividades deportivas ya que contamos con canchas de fútbol, vóley, mesas de ping-pong y juegos de salón; además realizarán caminatas de observación hacia alguno de los atractivos turísticos del sector dependiendo cual elijan. Tendrán un box lunch, cabe recalcar que contarán con un guía especializado en la zona.

➤ De 2 días tenemos:

Tour Paz, Amor y Diversión

Primer Día

Destinado primordialmente para realizar recorridos por los diferentes senderos de la hostería para la observación de aves, dirigiéndonos hacia las lagunas de Boyeros y Yuyos y los miradores naturales cercanos. Después se realizará un almuerzo campestre es decir al aire libre claro esta con todas las precauciones del caso para no causar ningún problema ambiental, se visitaran las diferentes áreas de cultivos con los que cuenta la hacienda para que observen y aprendan las etapas de siembra y cosecha de los productos de la zona, además podrán visitar los establos alimentar a los animales para posteriormente terminar el día con una cabalgata a caballo por la zona.

Segundo Día

Este día será de elección del turista poniéndole a su disposición varias alternativas como son: actividades deportivas (canchas de futbol, vóley, ping-pong), de aventura (ciclismo de montaña, motocross), pesca deportiva, visita a los diferentes atractivos turísticos: pueblo de Pifo, 700 gradas, Mirador del Tablón, Hacienda de Chantag, Cascada La Chorrera, Bosque leñoso vía Pifo – Papallacta, Capac Ñan (camino del Inca), etc.

➤ De 3 días tenemos:

Tour del Cielo

Primer Día

- Desayuno
- Recorrido hacia La Chorrera es una pequeña cascada la cual se encuentra ubicada a 10 minutos de la entrada de Sigsipamba, justo en el antiguo molino conocido con el mismo nombre; su altura es aproximada de 4 metros; su agua es muy limpia y transparente ya que baja de los páramos y posteriormente da formación a un río. También se la conoce con el nombre de Tajanar y es un gran lugar para disfrutar de una gran variedad de flora y fauna por tratarse de un sitio no explotado turísticamente.
- Almuerzo: Plato típico Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Tarde libre para conocer y poder disfrutar de las instalaciones de la hacienda.
- Cena

Segundo Día

- Desayuno
- Recorrido hacia Capac Ñan el cual viene de la palabra quechua " Vía Principal", el mismo que es el eje principal del sistema vial del Imperio Inca. El Camino del Inca nos permite saber las rutas que utilizaron los Yumbos cuando se dirigían

hacia la Amazonía ecuatoriana, sus huellas aun están perpetuadas en varias partes del camino.

- Almuerzo: Plato típico Trucha, Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Por la tarde nos dirigiremos hacia La Tolita que es sin duda uno de los elementos arqueológicos de mayor difusión geográfico del Ecuador, se trata de unos montículos artificiales de tierra y cangagua a los cuales se los conoce principalmente con el nombre de tolas; estos montículos pertenecen a distintas épocas y filiaciones culturales.
- Cena

Tercer Día

- Desayuno
- Por la mañana podrán realizar las diferentes actividades deportivas y de aventura.
- Almuerzo: Plato típico Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Disfrutarán al máximo de las instalaciones piscina, sauna y turco y un masaje especial de la casa para los turistas.
- Cena

➤ **Para 4 días tenemos:**

Tour Pasión al Aire Libre

Primer Día

- Desayuno
- Por la mañana podrán realizar las diferentes actividades deportivas y de aventura.
- Almuerzo: Plato típico Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Recorrido hacia La Chorrera es una pequeña cascada la cual se encuentra ubicada a 10 minutos de la entrada de Sigsipamba, justo en el antiguo molino conocido con el mismo nombre; su altura es aproximada de 4 metros; su agua es muy limpia y transparente ya que baja de los páramos y posteriormente da formación a un río. También se la conoce con el nombre de Tajanar y es un gran lugar para disfrutar de una gran variedad de flora y fauna por tratarse de un sitio no explotado turísticamente.
- Cena

Segundo Día

- Desayuno

- En la mañana nos dirigiremos hacia La Tolita que es sin duda uno de los elementos arqueológicos de mayor difusión geográfica del Ecuador, se trata de unos montículos artificiales de tierra y cangagua a los cuales se los conoce principalmente con el nombre de tolas; estos montículos pertenecen a distintas épocas y filiaciones culturales.
- Almuerzo: Plato típico Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Por la tarde se realizarán recorridos por los diferentes senderos de la hostería para la observación de aves, dirigiéndonos hacia las lagunas de Boyeros y Yuyos y los miradores naturales cercanos.
- Cena

Tercer Día

- Desayuno
- Por la mañana se visitará Nahual que se encuentra ubicada en el Km. 2 de la vía Pifo – Sangolquí, es una granja que ha sido diseñada para los turistas que les gusta convivir con la naturaleza, además tienen la oportunidad de realizar actividades agrícolas principalmente de los frutos que se cultivan en el lugar, también se pueden realizar deportes. Una de las cosas muy importantes con las que cuenta esta granja es que cuenta con energía alternativa y los materiales que han sido utilizados para su

construcción son de la zona para evitar causar daños al medio ambiente.

- Almuerzo: Plato típico Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Por la tarde visitaran las diferentes áreas de cultivos con los que cuenta la hacienda para que observen y aprendan las etapas de siembra y cosecha de los productos de la zona, además podrán visitar los establos alimentar a los animales para posteriormente terminar el día con una cabalgata a caballo por la zona.
- Cena

Cuarto Día

- Desayuno
- La mañana contará con una mezcla de aventura con deportes extremos como: ciclismo de montaña o motocross ya que contamos con especialistas en el tema; realizaran actividades deportivas ya que contamos con canchas de futbol, vóley, mesas de ping-pong y juegos de salón.
- Almuerzo: Plato típico Fritada, Hornado, Churrasco de acuerdo al gusto del turista.
- Tarde libre para que los turistas disfruten de las instalaciones.
- Cena

3.8.2. Precio

“Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar sea este un bien o un servicio”.¹²

Para lo que se refiere a la toma de decisiones de los precios, se tomo en cuenta básicamente la investigación de mercados realizada en el capítulo anterior, considerando importante el establecimiento de precios y de esta forma poder bajar costos, obteniendo una mayor participación en el mercado.

Cuadro No. 30

Precio de Las Cabañas Ecológicas

Actividad	Precio	
	Niños	Adultos
Alojamiento	\$ 7,50	\$ 15,00

Elaborado por: Wendy Soria

Cuadro No. 31

Precio de Servicios Complementarios

Actividad	Precio
Paseos a Caballo	\$ 4,00
Pesca Deportiva	\$ 3,00
Ciclismo de Montaña	\$ 3,00
MotoCross	\$ 10,00

Elaborado por: Wendy Soria

12 BACA, Gabriel: Evaluación de Proyectos Pag. 41

Cuadro No. 32

Precio de los paquetes turísticos

Producto	Precio
1 Día de Diversión	\$ 40,00
Tour Paz, Amor y Diversión	\$ 53,59
Tour del Cielo	\$ 71,08
Tour Pasión al Aire Libre	\$ 100,00

Elaborado por: Wendy Soria

Cuadro No. 33

CARTA	
DESAYUNOS	
<i>Desayuno Americano</i>	<i>3.57</i>
<i>Desayuno Especial de la hostería</i>	<i>4.62</i>
ENTRADAS	
<i>Empanada de morocho</i>	<i>1.41</i>
<i>Empanada de verde</i>	<i>1.20</i>
<i>Bolón de Verde</i>	<i>0.95</i>
<i>Cevichocho</i>	<i>1.24</i>
<i>Choclos con queso</i>	<i>0.90</i>
<i>Quimbolitos</i>	<i>1.07</i>

PLATOS FUERTES	
<i>Trucha Ahumada</i>	2.96
<i>Estofado de pescado</i>	2.73
<i>Seco de pollo o carne</i>	3.36
<i>Fritada</i>	4.83
<i>Hernado</i>	4.83
<i>Lapingachos</i>	2.33
<i>Seco de chivo</i>	2.46
<i>Arroz con concha y camarón</i>	4.85
<i>Ceviche de camarón</i>	3.19
<i>Cazuela de pescado</i>	2.65
SOPAS Y CALDOS	
<i>Locro de papa</i>	1.26
<i>Caldo de pata</i>	1.72
<i>Bolas de verde</i>	2.10
<i>Yaguarsocro</i>	3.02
<i>Aguado de gallina</i>	3.34
<i>Chupé de pescado</i>	1.95
POSTRES	
<i>Frutillas con Crema</i>	1.74
<i>Duraznos con Crema</i>	1.74
<i>Arroz con leche</i>	1.18
<i>Morocho</i>	1.20
<i>Higos con queso</i>	1.22

BEBIDAS	
<i>Jugos Naturales</i>	0.88
<i>Agua Natural</i>	0.53
<i>Agua con Gas</i>	0.79
<i>Gaseosas</i>	0.70
<i>Cerveza grande</i>	1.58

Elaborado por: Wendy Soria

3.8.2.1. Estrategia Competitiva del Precio

- Pifo's Lodge a escogido la estrategia de valor medio alto implicando un servicio de alta calidad, tomando en cuenta que nuestra empresa se distinguirá básicamente por brindar un servicio de calidad en todas sus áreas para que los turistas se sientan satisfechos de la decisión de hospedarse aquí.
- Con la finalidad de penetrar rápidamente en el mercado durante el primer año los precios se mantendrán y ya para el segundo año tendremos un incremento mínimo de 3% a 5% con motivo de la alza de precios de los productos utilizados, una de las cosas que se ha tomado en cuenta son los proveedores es por ello que se le exigirá calidad y varios requisitos y buenos precios para ofrecer los mejores servicios en nuestra hostería y de esta forma nos recomienden. Cabe recalcar que la primera opción en cuanto a proveedores siempre la tendrán los de la zona.

- Una de las estrategias que tendremos en nuestra organización será gracias a la fidelidad de nuestros clientes y para ellos habrá una tarjeta de descuentos exclusiva, principalmente para quienes lleguen al lugar a partir de las dos veces; es decir se les otorgara un 10% de descuentos en alojamiento y restaurante del valor que marque su factura.
- Tomando en cuenta que en la actualidad la mayoría de turistas se manejan mucho con el dinero plástico Pifo's Lodge tomará alianzas con las tarjetas de crédito más usadas en nuestro país como son Diners Club, Mastercard, Visa, y American Express.

3.8.3. Plaza

Tiene como finalidad colocar el producto o servicio lo más próximo posible del consumidor para que éste lo pueda adquirir en forma simple y rápida, 4 elementos configuran la política de distribución y son los siguientes:

- Canales de distribución.- Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- Planificación de la distribución.- La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- Distribución física.- Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- Merchandising.- Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta.

Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

3.8.3.1. Estrategias de Plaza

La naturaleza intangible de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución, y para nuestra estrategia de mercado tomaremos uso de los siguientes canales de distribución y de los cuales estamos seguros tendremos resultados de éxito en nuestras Cabañas Ecológicas.

- Páginas Web Interactivas.- En las cuales nuestros futuros clientes podrán acceder a toda la información sobre nuestras Cabañas Ecológicas, las actividades turísticas que ofrecemos, nuestros tours, el menú del restaurante, entre otras cosas, para que se decidan por nuestros servicios.
- Representante de Ventas.- Contaremos con una persona que se encargará de hablar con nuestros posibles clientes para ofrecerles todos nuestros servicios y productos.
- Agencias de Viajes.- Lugar en el cual el cliente tendrá la oportunidad de reservar para contratar nuestros servicios, nosotros tendremos convenios con algunas agencias de viajes principalmente en las ciudades de Quito y Guayaquil.

3.8.3.2. Comercialización del Producto Turístico

Principalmente para que nuestro proyecto sobre las Cabañas Ecológicas tengan mucho éxito es necesario fijar una política de comercialización necesariamente que se señale que se trata de una nueva alternativa de turismo sustentable, nuestra hacienda cuenta

con un sitio de alojamiento, alimentación, recreación y transporte en el cual podrán disfrutar de nuestros servicios clientes que lleguen solos u acompañados, sin restricción de edades; nuestras cabañas ecológicas serán muy acogedoras y uno de los aspectos más importantes es la atención al cliente que será de primera clase ya que nuestro personal estará en constante capacitación para obtener cultura de servicio y calidad, y poniendo a todos nuestros clientes en primer plano ya que son ellos los que nos darán mucho prestigio ante las demás personas y así conseguir posicionarnos en el mercado como una de las mejores empresas en el país.

3.8.4. Promoción y Publicidad

3.8.4.1. Promoción

“Comprende un conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir a las personas que integran los mercados objetivos de la empresa, como así también a los canales de comercialización”.¹³

3.8.4.1.1. Objetivos de la Promoción

1. Posicionar la marca en el mercado principalmente a través de los medios de comunicación (televisión, radio y prensa escrita).
2. Estimular la primera compra.
3. Alcanzar liquidez a corto plazo.

¹³ Kotler, Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Prentice Hall, 1985

4. Captar la preferencia del consumidor.
5. Establecer un puente entre la empresa y el mercado.
6. Destacar características positivas y neutralizar las negativas.

La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

- Publicidad
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas
- La venta personal

3.8.4.1.2. Selección de la Audiencia

La promoción turística de nuestras Cabañas Ecológicas estará dirigida a todos los turistas nacionales y extranjeros sin restricción de edades.

3.8.4.1.3. Selección de un Mensaje

Paz, Amor y Diversión junto a la naturaleza

3.8.4.1.4. Slogan

“Diversión al máximo junto a nosotros”, frase con la que se pretende motivar a la demanda tanto nacional como extranjera para que visiten nuestras Cabañas Ecológicas.

3.8.4.2. Publicidad

“Es una de las formas de la comunicación que se establece entre la empresa y el consumidor, como parte de comunicaciones”.¹⁴

Su objetivo es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio.

Los medios publicitarios más utilizados son los diarios, revistas, radio, televisión, cine, vía pública y transportes, los cuales tienen impacto que llega a un determinado público con condiciones técnicas acordes con los fines creativos de realización y los objetivos de audiencia que se han establecido para la campaña.

3.8.4.3. Medios de Publicidad

Un medio es un vehículo que permite hacer llegar un mensaje a un receptor determinado.

El mensaje es el responsable absoluto de poder persuadir a la audiencia y mover a comprar el producto o servicio publicitario. Los medios masivos se suelen clasificar en función del canal o canales que emplean para crear y difundir sus contenidos.

¹⁴ <http://alfonsogu.com/2007/11/04/%C2%BFcuales-son-las-4p-del-marketing-marketing-mix/>

Cada uno de ellos determina la utilización de unos códigos y unas condiciones de decodificación que los publicitarios deben tener en cuenta. Los medios publicitarios son los siguientes:

- **Medios gráficos:** prensa diaria, revistas y dominicales
- **Medios auditivos:** radio
- **Medios audiovisuales:** televisión y cine
- **Medio on line:** Internet
- **Medio exterior**

3.8.4.3.1. Estrategias de Medio de Publicidad

- Se creó una página Web para la empresa con toda la información necesaria sobre las cabañas ecológicas, las actividades turísticas y las promociones del restaurante.
- Las guías turísticas, páginas amarillas y sitios turísticos más visitados del internet, serán otra de las opciones publicitarias.
- Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge estarán promocionadas a través de publicidad impresa mediante trípticos, afiches que incluirán toda la información sobre los servicios que ofrecemos.
- Se anunciará en las radioemisoras más escuchadas en nuestro país.
- Se dejará volantes en diferentes puntos estratégicos de la ciudad de Quito para tener mayor acogida.

- Se realizarán alianzas estratégicas con agencias de viaje de la ciudad que puedan ser de gran ayuda.
- En sitios turísticos de la ciudad estará una persona encargada de entregar trípticos y bípticos de las cabañas ecológicas con una breve explicación de la misma.
- La Empresa emprenderá campañas publicitarias en las diferentes ferias turísticas que se realicen en el país.
- Se presentaran spots publicitarios sobre las cabañas ecológicas antes de iniciar cada película en Cineplex, de ViaVentura en Tumbaco.
- Se realizarán talleres de socialización y validación del logo de la empresa, para emprender el desarrollo promocional de la misma.
- 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.

3.8.4.4. Promoción de Ventas

“Tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa”.¹⁵

¹⁵ <http://alfonsogu.com/2007/11/04/%C2%BFcuales-son-las-4p-del-marketing-marketing-mix/>

Además el propósito fundamental de la promoción es conseguir una respuesta más sólida y rápida del consumidor e integrar el esfuerzo publicitario con la acción concreta de la venta.

Esta herramienta de comunicación tiene un gran potencial de desarrollo ya que puede obtener resultados casi inmediatos; es menos costosa que los medios publicitarios; es importante destacar que la promoción no reemplaza la publicidad sino que se complementan.

3.8.4.4.1. Objetivos

- Lograr la fidelidad del producto o servicio.
- Fortalecer la imagen del producto o servicio.
- Aumentar la cantidad y frecuencia del consumo.
- Permite dirigir la comunicación del producto o servicio al segmento de mercado elegido en forma eficaz y obtener resultados de corto plazo.

3.8.4.4.2. Estrategias de Ventas

- El día de la inauguración se les hará un descuento del 20% en el restaurante.
- En fechas especiales como cumpleaños no se cobrará el menú en el restaurante al presentar la cédula, y se le hará un descuento del 20% en el alojamiento.
- Se premiará con un paquete turístico gratis al cliente más frecuente.
- Se ubicará 1 Isla para ventas en el Centro Comercial ViaVentura.

- Se entregará cupones y gratuidades a los intermediarios.

3.8.4.5. Relaciones Públicas

“Son acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables o haciendo frente a los mismos si llegan a tener lugar”.¹⁶

3.8.4.5.1. Estrategias de Relaciones Públicas

- Se realizará un rótulo en la entrada de la vía principal de Pifo totalmente visible, entendible y llamativo.
- Las cartas del menú del restaurante, y demás información turística que se encuentre en las instalaciones se escribirán en español e inglés.
- Se pedirá ciertos datos a fin de conocer la fecha de cumpleaños para halagarlos y poderles llamar a ofrecer las promociones para estas ocasiones.
- Cualquier inconformidad e inquietud del cliente será atendido de forma inmediata para la satisfacción del mismo.

¹⁶ Wilensky, Alberto, Marketing Estratégico

3.9. PRESUPUESTO DE PLAN DE MEDIOS

Cuadro No. 34

MEDIO	COSTO TOTAL
AUDITIVO	
Radio Canela	
Cuña de 90 minutos (1 semanal, inicia un mes antes de la inauguración de las cabañas)	211,20
Menciones en Cineplex	300,00
Menciones en vivo (1 semanal, inicia un mes antes de la inauguración de las cabañas)	120,00
GRÁFICO	
Publicación revista La Familia (1 semanal, inicia un mes antes de la inauguración de las cabañas)	154,56
Publicación Revista Turística Brújula (1 mensual, inicia tres mes antes de la inauguración de las cabañas)	60,60
Tarjetas de Presentación (1000)	130,00
Diseño e impresión de Bópticos (1000)	150,00
Volantes (1000)	80,00
Diseño e impresión de Trípticos (1000)	150,00
Rótulo (caja de luz 3X1)	320,00
Páginas amarillas	352,00
INTERNET	
Diseño y creación de la página Web	450,00
TOTAL	2.478,36

Elaborado por: Wendy Soria

3.10. PRESUPUESTO DE MARKETING

Cuadro No. 35

MEDIO	COSTO TOTAL
Estrategias de Producto	
100 bocaditos de cortesía para la inauguración del restaurante	160,00
Estrategia Competitiva del Precio	
100 tarjetas de descuento	75,00
Estrategias de Plaza	
1 Representante de ventas contratada por 1 mes	400,00
Estrategias de Ventas	
Paquete turístico (Que se premiara al cliente más frecuente)	100,00
Isla y pago de empleado por 3 meses	1950,00
TOUR PASIÓN AL AIRE LIBRE	
Cupones y gratuidades para intermediarios	250,00
Estrategias de Relaciones Públicas	
Rótulo	280,00
Plan de Medios	
	2.478,36
TOTAL DE MARKETING	5.693,36

Elaborado por: Wendy Soria

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Puntualizar cada uno de los equipos, accesorios y materiales que se necesitan para el funcionamiento de las Cabañas Ecológicas.
- Determinar el tamaño exacto de la infraestructura de las Cabañas Ecológicas, a través de un adecuado análisis del sitio, en donde estarán ubicadas tanto la parte administrativa, operativa y las áreas de recreación, con la finalidad de tener una correcta organización de la empresa.
- Dimensionar cada uno de los servicios, su capacidad y sus características.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1. Macro Localización



El Proyecto de las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”, se encuentra ubicado en la

provincia de Pichincha, en el Cantón Quito, al Nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia de Pifo. Y por encontrarse a 35 km de la ciudad de Quito cuenta con un alto potencial turístico, para satisfacer con todas las necesidades de turistas nacionales y extranjeros. Es indispensable mencionar que este gran potencial turístico que posee la ciudad beneficiará muchísimo a nuestro proyecto ya que la capital dispone de servicios turísticos indispensables para todos los turistas como son: hoteles, restaurantes, aeropuerto, sitios de recreación turística para toda clase de edades, agencias de viajes y sobretodo con transporte turístico de alta calidad. Además que por estar ubicado en la sierra ecuatoriana se goza de un clima exquisito y posee suelos aptos para la agricultura y ganadería.

4.2.2. Micro Localización

Las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”, estarán ubicadas en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, al Nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, en la Parroquia de Pifo, en el sector de Yacu pamba, lugar que ha sido elegido por sus características ambientales y turísticas atractivas para los turistas nacionales y extranjeros.

El terreno es irregular, existen varias quebradas, vertientes y pequeñas pendientes, cuenta con exuberante vegetación propia del sector, y lo importante es que se encuentran en estado natural, ya que no han sido turísticamente explotadas.

4.2.3. Factores para la Localización

Es importante tomar en cuenta varios aspectos para la determinación de la ubicación de

este proyecto:

4.2.3.1. Atractivos Turísticos

El proyecto se encuentra ubicado en un sector netamente turístico, además que la zona cuenta con atractivos turísticos naturales no explotados que nos benefician aún más los cuales poseen una belleza escénica, y también por todos los atractivos culturales, costumbres y tradiciones con los que cuenta La Parroquia de Pifo.

4.2.3.2. Infraestructura Básica

En lo que se refiere a infraestructura básica es importante indicar que la Parroquia de Pifo cuenta con agua potable, luz eléctrica, servicio telefónico, alcantarillado, servicio policial, y servicio médico.

4.2.3.3. Vialidad

En la actualidad si existe una buena carretera desde la ciudad de Quito hasta La Parroquia de Pifo, estará en constante cuidado y mantenimiento porque es una de las vías principales al nuevo aeropuerto.

4.2.3.4. Disponibilidad de la Mano de Obra

Es indispensable recalcar que la mayoría de personas de la Parroquia de Pifo donde se realizará el proyecto se dedican principalmente a la agricultura y ganadería, beneficiando muchísimo a crear nuevas fuentes de trabajo en el sector ya que se podrían emplear en su mayoría a los pobladores del sector, considerando que nuestra empresa estará

enfocada en el agroturismo; además tomando en cuenta que algunas de las actividades turísticas a ser explotadas son las cabalgatas a caballos y pesca deportiva y casi todas las personas del pueblo tienen conocimientos en estas actividades y conocen la zona lo que nos beneficiaría a nosotros también.

4.2.3.5. Medios y Costos de Transporte

Existen varias formas para llegar hacia nuestras Cabañas Ecológicas, desde la ciudad de Quito, tomando en cuenta que esta sería la mejor opción para extranjeros, desde el oriente ecuatoriano de la vía que viene desde Papallacta, desde Cayambe; es decir podrán venir desde todo el país hacia nuestro proyecto y desde el extranjero también.

4.2.3.6. Disponibilidad del Terreno

Es importante indicar que para la construcción de estas Cabañas Ecológicas, se cuenta con terreno propio, es La Hacienda “San Jorge”, que posee una extensión de 100 hectáreas.

4.2.4. Descripción del Proyecto

El proyecto a realizar tiene como nombre: “*Cabañas Ecológicas Pifo’s Lodge*”, no posee categoría específica en el reglamento de Turismo Ecológico.

- **Cantidad:** 7 Cabañas.
- **Plazas:** 4 Habitaciones Dobles, 7 Habitaciones Simples y 3 Habitaciones Matrimoniales.
- **Capacidad:** 21 Personas.

- **Distribución:** 7 Cabañas de 100 mts².

4.2.5. Descripción de los Servicios a Prestarse

Se pretende ofrecer un producto diferenciado y accesible en La Parroquia de Pifo, una combinación de servicios turísticos, infraestructura turística, recorridos por los diferentes senderos, actividades recreacionales y transporte con alta calidad tanto para turistas nacionales como extranjeros en donde obtengan la mejor atención posible para que su estadía sea totalmente agradable; principalmente dirigido a turistas que vienen de grandes ciudades con vidas cotidianas apartados totalmente de la naturaleza y el aire puro.

4.2.5.1. Servicio de Alojamiento

En lo que se refiere al servicio de alojamiento Pifo's Lodge contará con cabañas muy bien equipadas; es decir con todo lo necesario para que nuestros huéspedes se sientan completamente a gusto y cómodos, su decoración será con estilo rústico para estar acorde al entorno que los rodea; y por estar ubicadas en la parte más alta de Pifo es decir con páramo las cabañas ecológicas tendrán pequeñas chimeneas, Pifo's Lodge cuenta con 7 cabañas independientes con diseño arquitectónico rústico, para poder brindar un ambiente muy acogedor, cada una de las cabañas incluirá: baño privado, agua caliente, una sala estar y chimenea.

4.2.5.2. Servicio de Alimentación

Para el servicio de alimentación el restaurante contará con una variedad de platos típicos

del Ecuador, principalmente en los cuales se pueda utilizar los productos de la zona como son: lácteos, legumbres, hortalizas, papas, etc. En el restaurante se ofrecerá: desayunos, almuerzos, cenas y deliciosos postres. Otra de las cosas importantes a mencionar es que el restaurante prestará sus servicios las 24 horas del día para brindar una mejor atención a sus clientes.

4.2.5.3. Servicio de Recreación

Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge ofrece servicios de recreación para satisfacer todas las necesidades de los turistas tanto nacionales y extranjeros relacionados con:

1. Actividades Agro Turísticas

En lo que se refiere a actividades agro turísticas todos los turistas podrán disfrutar observando y sobretodo participando de las diferentes jornadas ganaderas que se viven a diario las cuales serán guiadas por personal capacitado en el área, primordialmente experimentarán el proceso de ordeño, elaboración de quesos, alimentación de animales, etc. Además participarán en procesos de siembras y cosechas ya que la hacienda posee zonas agrícolas de gran importancia por contar con limo arenoso, lo que permite el cultivo de una gran diversidad de productos como son: habas, papas, maíz, cebada, trigo, además de árboles frutales y plantas medicinales entre otros.

2. Actividades de Turismo de Naturaleza

Todos los turistas podrán escoger diversas actividades relacionadas con caminatas a distintos atractivos turísticos a los que hemos denominado con los siguientes

nombres:

- **Caminata hacia la vida:** Esta caminata es muy interesante y está destinada a personas que gustan mucho de la naturaleza y el aire libre, y además que una de sus prioridades es las caminatas largas para disfrutar de gran biodiversidad de flora y fauna, su destino final es el bosque leñoso vía Pifo-Papallacta que se encuentra a una altura de 3.620 m.s.n.m., el cual es un bosque primario principalmente conformado por Polilepis Incana y varios árboles de Sin Podocarpus que han podido sobrevivir de la deforestación que se ha dado en la zona puesto que su madera es muy apetecida para la elaboración del carbón. Donde se pueden realizar actividades relacionadas al aire libre como por ejemplo: camping, cabalgatas a caballo y excursiones en la zona para disfrutar de su paisaje maravilloso.
- **Caminata del amor:** Esta caminata va hacia La Chorrera la cual es una pequeña cascada la cual se encuentra ubicada a 10 minutos de la entrada de Sigsipamba, justo en el antiguo molino conocido con el mismo nombre; su altura es aproximada de 4 metros; su agua es muy limpia y transparente ya que baja de los páramos y posteriormente da formación a un río.
- **Caminata por el cielo:** En esta caminata todos los turistas podrán disfrutar de la biodiversidad del entorno, su destino final será La Laguna de Boyeros la cual tiene forma circular y se encuentra dentro de una depresión pronunciada del terreno; neblina, llovizna y frío intenso que son los principales factores climáticos que imperan en la zona. En el cual se puede realizar

actividades como ascenso a la laguna en un camino de tierra sobre un lecho arenoso, el cual mantiene un estado regular casi todo el año y caminatas por el páramo para admirar el paisaje de la zona.

1.- Deportes Extremos

Los turistas que disfrutan de la aventura y la adrenalina podrán realizar actividades relacionadas a esta como son: ciclismo de montaña, motocross, ascenso de montañas entre otras.

2.- Otras Actividades

Para turistas que disfrutan de actividades tranquilas las cuales podrán realizar entre familia tenemos: pesca deportiva, cabalgatas a caballo, visita al pueblo de Pifo, al Mirador del Tablón, al Cerro Cotourco, a Las 700 gradas, a La Hacienda de Chantag, entre otras.

4.2.6. Desarrollo de las Áreas del Proyecto Cabañas Ecológicas “Pifo´s Lodge”

Las Cabañas Ecológicas Pifo´s Lodge contarán con distintas áreas como son:

- Área de Administración
- Área de Alojamiento
- Área de Restaurante
- Área de Recreación
- Área de Parqueadero

4.2.6.1. Área de Administración

El Área Administrativa estará ubicada en la parte central de las Cabañas Ecológicas con la finalidad de brindar un mejor servicio a todos los clientes y por comodidad de ellos y contará con 4 partes específicas como son:

- 1. Counter y Recepción.-** Destinado principalmente para recibir a todos los huéspedes, para realizar el check in, check out, distribución de cabañas, y lugar de información de todos los servicios con los que cuenta la hacienda y sus diferentes paquetes turísticos.
- 2. Administración.-** Oficina principal del administrador de las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge, y de contabilidad.
- 3. Oficina de Reuniones.-** Lugar destinado específicamente para reuniones del personal de la empresa, capacitación, creación de nuevos paquetes turísticos.
- 4. Sala de Espera.-** Lugar destinado para que los huéspedes puedan esperar a gusto a ser atendidos.

4.2.6.2. Área de Alojamiento

El Área de Alojamiento esta compuesto por 7 cabañas ecológicas totalmente cómodas, que poseen 7 habitaciones simples, 4 habitaciones dobles y 3 habitaciones matrimoniales dispuestas de la siguiente manera:

Habitaciones Simples

- 1 cama de 1 ¹/₂ plaza

- 1 velador
- 1 silla de madera
- 1 cómoda pequeña

Habitaciones Dobles

- 2 camas de 1 ¹/₂ plazas
- 1 velador
- 1 silla de madera
- 1 cómoda grande

Habitaciones Matrimoniales

- 1 cama de 2 plazas
- 1 velador
- 1 sillón
- 1 cómoda grande

Además todas las cabañas ecológicas están compuestas por:

- 1 mesa de madera pequeña
- 2 sillas de madera
- 1 mesa con cafetera
- 1 baño con ducha

4.2.6.3. Área de Restaurante

El Área de Restaurante está destinada para brindar el servicio de alimentación básicamente, está distribuido de la siguiente forma:

- Restaurante con capacidad para 40 personas, repartidas en 6 mesas para 4 personas y 2 mesas para 5 personas y 1 mesa para 6 personas, con vista panorámica primordialmente hacia los jardines de la hacienda, tendrá baños privados para hombres y mujeres.

4.2.6.4. Área de Recreación

En el Área de Recreación básicamente estarán ubicados los juegos infantiles, canchas deportivas, la piscina, la sauna y el turco.

4.2.6.5. Área de Parqueadero

El Área de Parqueadero estará ubicada en el ingreso hacia las cabañas ecológicas para no causar ninguna molestia a los huéspedes; además contará con una capacidad para 25 vehículos.

4.2.7. Ingeniería del proyecto

4.2.7.1. Diseño de Servicios

Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge estará conformada por 10 cabañas para

prestar varios servicios, a continuación detallados:

Cuadro No. 36

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	AREA M ²	AREA TOTAL M ²
1	Cabañas Múltiples Counter y Recepción Administración (Gerencia) Oficina de Reuniones Sala de Espera Cocina Baños Bodega	300	300
7	Cabañas de Alojamiento 7 Cabañas Familiares con 1 baños.	100	700
2	Cabañas para el personal 2 Cabañas con 2 baños.	70	140
TOTAL			1.140 m²

Elaborado por: Wendy Soria

Material para la construcción del proyecto de Cabañas Ecológicas

Para la construcción de Las Cabañas Ecológicas se utilizará la especie que menos impacto ambiental pueda causar en este caso será con madera de laurel y techo de teja con hormigón, para la decoración interior de las cabañas de alojamiento, área administrativa, restaurante, counter y recepción será primordialmente con artículos de madera esto para dar un ambiente completamente rústico al lugar. Todas las áreas tanto de alojamiento, de alimentación, administración, parqueadero y recreación estarán

conectadas por senderos turísticos es decir con información y detalles descritos para que todos los turistas puedan desplazarse correctamente por la hacienda; es importante recalcar que todo los senderos interactivos estarán rodeados de lindos jardines para dar más armonía al sector.

4.2.7.2. Dimensiones de las áreas

4.2.7.2.1. Área de Restaurante

Cuadro No. 37

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	ÁREA
Restaurante 45 pax	m ²	90
Caja	m ²	4
Cocina	m ²	40
Baños	m ²	20
Bodega	m ²	16
Áreas de Descanso	m ²	20
Bar	m ²	10
TOTAL		200 m²

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.7.2.2. Área de Administración

Cuadro No. 38

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	ÁREA
Counter y Recepción	m ²	10
Administración (Gerencia)	m ²	15
Oficina de Reuniones	m ²	10
Sala de Espera	m ²	5
TOTAL		40 m²

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.7.2.3. Área de Actividades Recreativas

La Hacienda “San Jorge” para deleite y distracción de todos sus visitantes cuenta con: área de pesca deportiva, una caballería que alberga a 20 Caballos, un establo con 30 toros y 60 Vacas lecheras y sus respectivas crías, el área de producción de lácteos donde los visitantes podrán aprender a elaborar quesos, cuentan con espacios libres, canchas deportivas y senderos interactivos.

Cuadro No. 39

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	ÁREA
Caballería	m ²	150
Pesca Deportiva	m ²	200
Establo	m ²	250
Áreas Libres	m ²	4.000
Áreas de Producción	m ²	60
TOTAL		4.660 m²

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8. Descripción del Equipamiento y Mobiliario

4.2.8.1. Maquinaria y Equipo de Cocina

Cuadro No. 40

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Cocina Industrial (6 qmdrs., plancha y horno)
1	Afilador de tijeras y cuchillos
1	Armario mixto congel. Y refert. (2 puertas)
1	Aplastador de papas industrial
1	Batidor s-s 20"

2	Calderos (40sm)
2	Campana extractor de olores
4	Cilindros de gar de 45 kg.
1	Estanterías
2	Extintores de 5lb.
1	Horno industrial
1	Refrigeradora
1	Procesador de Alimentos
1	Congelador vertical 1.60m*065*2
2	Licadoras 1 velocidad
1	Extractor de jugos
1	Molino eléctrico de grano
1	Paila de (60sm)
1	Picador de papas
1	Microondas mw-1521
1	Lavadora de Ropa
1	Secadora de Ropa

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.2. Equipos de Computación

Cuadro No. 41

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Computadora Portátil
1	Computadora incluye impresora

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.3. Equipo de Oficina

Cuadro No. 42

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Cajas Registradoras
1	Sumadora

1	Telefax
1	Equipo de sonido
2	Parlantes
1	Amplificador
1	Teléfonos Inalámbricos

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.4. Muebles y Enseres de Las Cabañas Ecológicas

Cuadro No. 43

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
7	Camas de 2 plazas
14	Camas de 1y media plazas
7	Colchones de 2 plazas
14	Colchones de 1 y media plazas
28	Veladores
28	Sillas de Madera
7	Sillones
7	Cómodas pequeñas
7	Cómodas grandes
7	Baterías sanitarias
7	Mesas pequeñas de madera
7	Mesas medianas de madera
7	Cafeteras

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.5. Muebles y Enseres de Recepción y Counter

Cuadro No. 44

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Archivador

1	Mesa de Centro
1	Recibidor
2	Sillones

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.6. Muebles y Enseres del Área Administrativa

Cuadro No. 45

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Escritorio con silla
1	Archivador
1	Mesa para computadora
1	Lámpara
3	Sillas de Oficina

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.7. Muebles y Enseres de Restaurante

Cuadro No. 46

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Barra de bar
1	Espejo barra
4	Lámparas
9	Mesas
45	Sillas
4	Taburetes bar

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.8. Muebles y Enseres de Cocina

Cuadro No. 47

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Lavadora de 2 pozos en acero inoxidable
2	Muebles de cocina
2	Mesas de trabajo de acero inoxidable
2	Sillas cocina
2	Lámparas
2	Mesas de apoyo

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.9. Menaje del Restaurante

Cuadro No. 48

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
CRISTALERÍA	
12	Azucareras
80	Copas agua Peldar
60	Copas av lisa helado 125AL
80	Vaso Lexington rocks 45AL
60	Vaso Cervezero AV liso 55AL
12	Jarras para agua Arc. 2ltrs.
3	Tetera lisa 860 ccc Actualite
12	Pimenteros
CUBERTERÍA	
60	Cuchara café
60	Cuchara sopera
60	Cuchillo trincherero
60	Tenedor trincherero
12	Paleta de mantequilla
LOZA	
50	Plato para café Actualite
60	Plato tendido Actualite
50	Plato postre Actualite
12	Juego de aderezos

60	Plato trinchero Actualite
50	Plato tasa café Actualite
50	Tasa para café apilable
20	Banana Split AV lisa

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.10. Menaje de Cabañas

Cuadro No. 49

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
28	Sabanas de 1 y media plazas
14	Sabanas de 2 plazas
28	Sobrecamas
45	Cobijas
25	Almohadas
25	Juegos de toallas
25	Rodapiés

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.8.11. Utensilios de Cocina

Cuadro No. 50

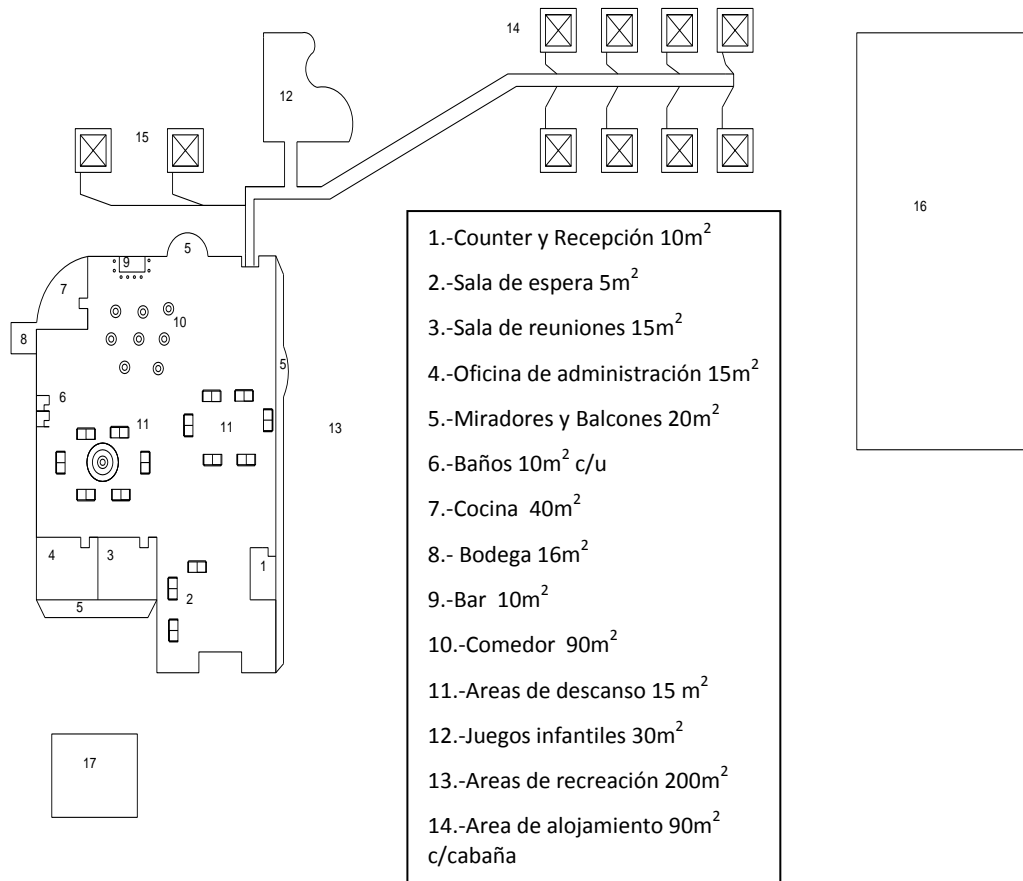
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Abrelatas Actualite
2	Bandeja 14"16
3	Bowl 5ltrs.
3	Bowl 3ltrs.
1	Bowl 2ltrs.
2	Bowl 2ltrs. de plástico
2	Bowl 6ltrs. de plástico
1	Cedazo #5
1	Colador sencillo

3	Cucharon de 6 onzas
2	Cucharon de 8 onzas
2	Cucharon de 12 onzas
1	Cucharon 32 onzas
1	Cuchareta sólida de 38,1sm.
3	Cuchillo 3p/carnicero
3	Cuchillo normal
3	Escurreidores de plástico
3	Espátula normal plástica
3	Espátula para plancha
3	Espátula de alta temperatura
3	Jarras de batidos
1	Juego de cernidores
2	Olla 12ltrs.
3	Olla 9ltrs.
1	Olla presión 12ltrs.
2	Pailas 30cm. Diámetro
3	Pelador de papas
3	Pinzas
2	Porta cuchillos
1	Prensa para ajos
2	Rallador S-S 4 lados
5	Recipientes para especias
2	Sacabocados doble 2,5/3,1 SMS
2	Sartén 40mm
2	Sartén Work 32cm.
2	Sartén antiadherente
1	Set cucharas medidoras N-A
3	Tablas para picar 38"color

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4.2.9. Diseño de las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”

Gráfico No. 24



CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1. CONCEPTO

Es uno de los aspectos más representativos de la empresa, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito del negocio son mayores.

5.2. CUADRO DE NÚMERO DE PUESTOS

Cuadro No. 51

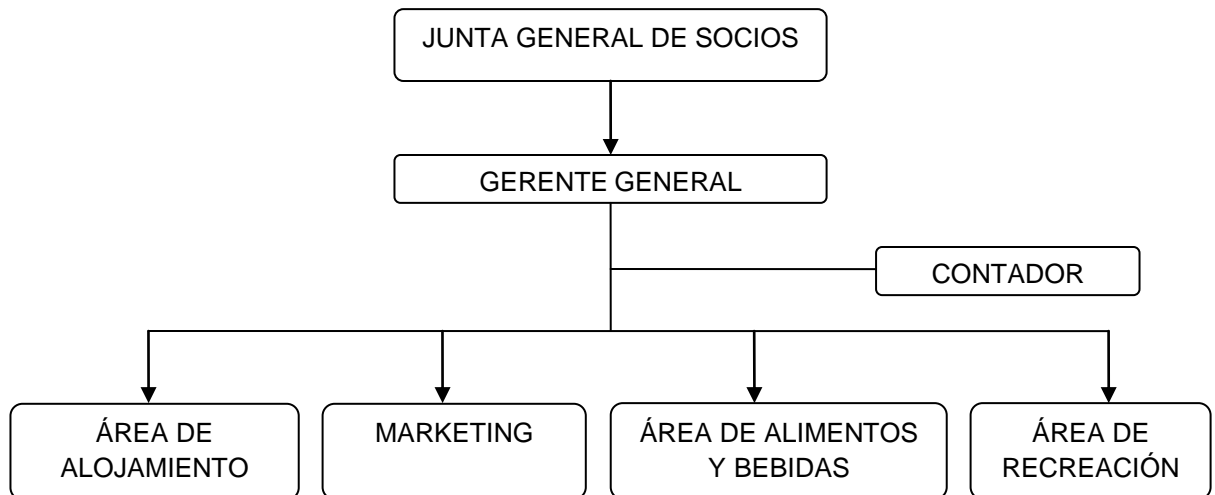
CARGO	N° DE PERSONAS
Administrador	1
Contador	1
Recepcionista	2
Camarera	3
Jardinero	1
Jefe de Marketing	1
Cocinero	2
Ayudante de cocina	1
Mesero	2
Guía Turístico	2
Chofer	1
Guardia	2

Elaborado por: Wendy Soria

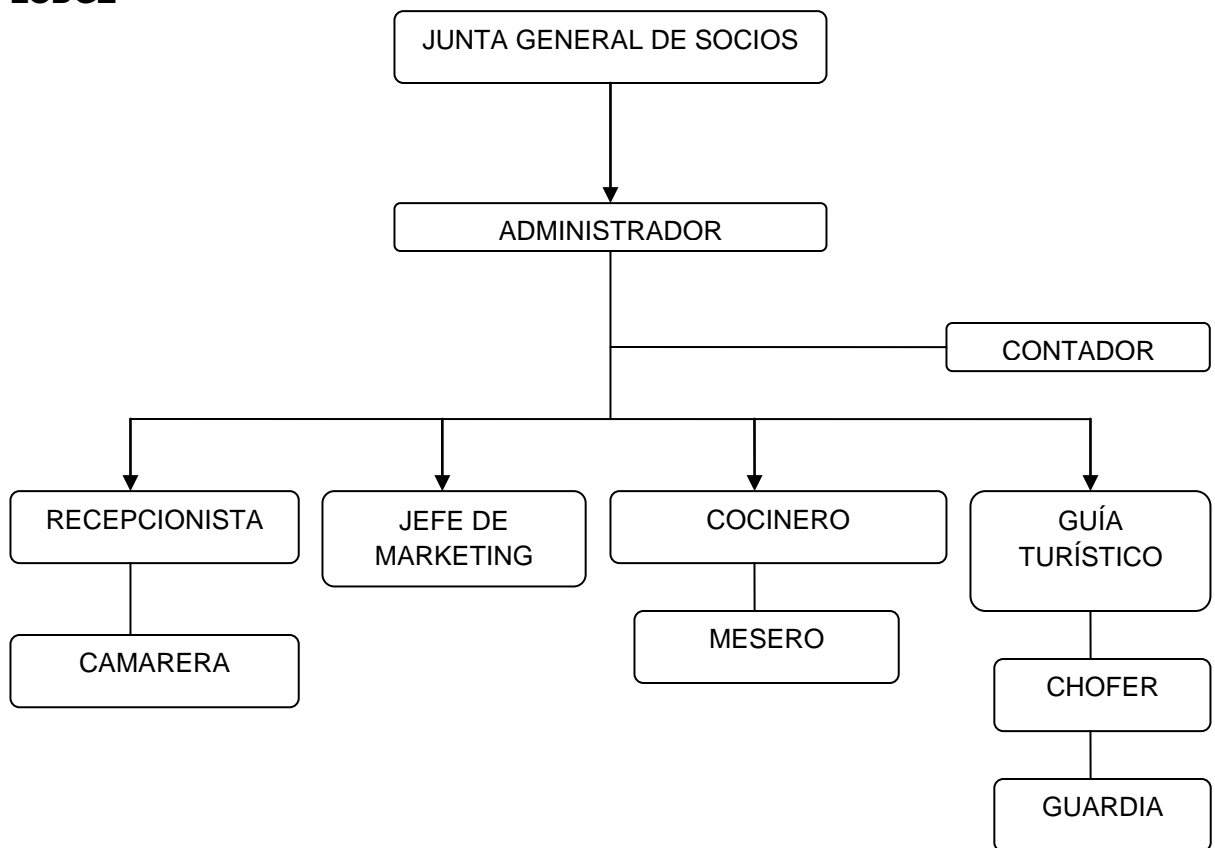
5.3. RAZÓN SOCIAL

La Razón social de Las Cabañas Ecológicas será: “Pifo’s Lodge” CIA. Ltda., el cual tendrá que ser aprobado por la Superintendencia de Compañías.

5.4. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS “PIFO’S LODGE”



5.5. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS “PIFO’S LODGE”



Nuestra empresa Pifo's Lodge tendrá el organigrama de la siguiente manera: la Junta de Socios como el ente regulador, seguido por el Administrador quien será la persona encargada de verificar todas las operaciones de las diferentes áreas de la empresa, además tendrá relación directa con el contador, él cual tiene como función tener al día las cuentas de la empresa; la recepcionista tiene relación directa con la camarera, en lo que se refiere a el área de marketing contamos con un jefe de marketing que está encargado de las ventas también, posteriormente tenemos a un cocinero que tiene relación con el mesero y por ultimo contamos con el área de recreación en la que tenemos guías, chofer y guardia.

5.6. REQUERIMIENTOS PARA EL PERSONAL

5.6.1. Personal Administrativo

La empresa de Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge cuenta con personal altamente capacitados y tienen como principal objetivo trabajar en conjunto por el bienestar de la empresa para colocarse en el primer lugar del sector en la actividad turística, a continuación describiremos todos los requerimientos que necesitan tener en cada uno de los puestos:

5.6.1.1. Junta General de Socios

La Junta General de Socios es considerado el ente regulador de la empresa, en nuestro caso está constituido por tres socios, los cuales tienen que estar de acuerdo en todas las decisiones a tomar en bienestar para la organización. Se tendrán que reunir por lo

menos y vez cada seis meses o si lo desean podrán reunirse en cualquier momento si alguno de los socios lo ve necesario, ellos serán quien designen al gerente general o administrador para la empresa quien será la persona encargada de darles los estados financieros a todos los socios.

5.6.1.2. Administrador

El Administrador será la persona profesionalmente capacitada para administrar y dirigir la empresa turística, el cual deberá contar con un título en administración en empresas turísticas, hoteleras y preservación ambiental. Se encargará de gestionar los procesos administrativos y operativos de la empresa, buscando principalmente la calidad de los servicios ofrecidos, deberá apoyar en el trabajo de todas las áreas con las que cuenta la organización para que sus empleados realicen un buen trabajo; además es el encargado de tomar decisiones para el buen manejo de nuestras Cabañas Ecológicas y tiene como principal funciones las siguientes:

Funciones

1. Representante legal de la empresa.
2. Establecer objetivos estratégicos para la organización.
3. Nombra o renueva a los empleados de la empresa.
4. Establece metas y estándares de calidad.
5. Organiza, planifica, ejecuta y controla el trabajo en toda la empresa.
6. Entrega reportes financieros de la empresa a todos los socios.
7. Selecciona a los proveedores.
8. Supervisa el funcionamiento de todos los empleados.

9. Asegura la satisfacción de los clientes.
10. Realiza comentarios mensuales de los clientes.
11. Reduce gastos de la empresa innecesarios.
12. Coordina programas de capacitación para todos los empleados.

5.6.1.3. Contador

El contador deberá tener conocimientos contables con título en administración contable o general, estará encargado de entregar los informes financieros mensuales al administrador, tendrá que preparar presupuestos y estadísticas.

Funciones

1. Realiza los pagos de remuneración mensual a todos los empleados de la organización.
2. Paga los impuestos de ley periódicamente de la empresa.
3. Realiza inventarios mensuales sobre los activos existentes en la empresa.
4. Coordina el manejo de cuentas bancarias de la empresa conjuntamente con la gerencia general.
5. Formula recomendaciones sobre operaciones de sistemas de contabilidad.

5.6.2. Personal Operativo

Todas las personas que trabajen en nuestra empresa deberán estar altamente capacitadas en cada una de las áreas y funciones a desempeñar, deberán conocer todos los servicios a brindar, es indispensable recalcar que se tomará mucho en cuenta la presencia, la responsabilidad, la honorabilidad, disciplina entre otras cosas.

5.6.2.1. Recepcionista

La recepcionista será la persona encargada de recibir a los turistas, tendrá contacto directo con todos los clientes, tendrá que realizar el check in y el check out, registrará los pagos por los consumos de los servicios obtenidos en las cabañas ecológicas, realizará el cierre de caja y entrega de informes a la administración, las funciones a realizar son las siguientes:

Funciones

1. Supervisar el trabajo de la camarera.
2. Resolverá quejas y cualquier tipo de problemas que se presenten en las habitaciones de los huéspedes.
3. Acogerá y dará la bienvenida a todos los turistas que lleguen hacia nuestras cabañas ecológicas.
4. Conoce todos los servicios turísticos que ofrece las cabañas ecológicas para poder explicar y conducir correctamente a los turistas.
5. Realiza el check in y check out a todos los turistas que arriban a las cabañas ecológicas.
6. Deberá controlar las reservaciones y reporte de todas las cabañas disponibles.
7. Deberá proveer toda clase de información que requieran los turistas sobre las cabañas ecológicas.
8. Deberá conocer los atractivos turísticos que tiene la parroquia, para poder colaborar al momento que lo deseen los turistas.

5.6.2.2. Camarera

La camarera es la persona encargada de la limpieza, organización e higiene de las cabañas ecológicas; además tiene que hacer inventarios de blancos sus principales funciones son las siguientes:

Funciones

1. Realizar la limpieza de todas las cabañas ecológicas.
2. Entregar a la administración los posibles objetos materiales encontrados en cualquiera de las cabañas ecológicas.
3. Esta encargada de dotar a las habitaciones de todos los insumos necesarios para ofrecer un buen servicio a los huéspedes.
4. Verificar que el stock de la limpieza sea el suficiente.
5. Realizar inventario de blancos constantemente para tener todo correctamente.
6. Hacer aseo diario de cada una de las habitaciones así no estén ocupadas para mantener limpio todo el tiempo.
7. Realizar el lavado y planchado de blancos adecuadamente.
8. Brindar el mejor servicio de calidad a todos los huéspedes.

5.6.2.3. Cocinero

El cocinero es la persona encargada de dirigir el área de la cocina y el restaurante en sí para su correcto funcionamiento, deberá tener título de chef profesional, es el responsable de la preparación de los alimentos dentro de las normas de calidad; además

elabora especificaciones estándar de todo lo que se refiere a compras de alimentos y bebidas para cada uno de los menús de el restaurante, con la finalidad de ofrecer el mejor servicio a todos los turistas, desempeña las siguientes funciones:

Funciones

1. Encargado de realizar inventarios semanales de los productos de consumo para el restaurante.
2. Deberá administrar el presupuesto asignado para el área de alimentos y bebidas.
3. Es la persona responsable de la elaboración y actualización del menú del restaurante.
4. Encargado de supervisar el buen desempeño de los meseros del restaurante y de delegar funciones específicas a los mismos.
5. Debe ser experto en realizar platos típicos nacionales e internacionales.
6. Debe verificar que todos los equipos del área estén funcionando correctamente.
7. Deberá cuidar de la higiene de los alimentos a ser utilizados para el menú del restaurante.
8. Deberá revisar, clasificar y almacenar correctamente las compras realizadas semanalmente.
9. Verificar que todos los alimentos estén en perfecto estado para la elaboración de los distintos platos a servir.

5.6.2.4. Mesero

Es la persona encargada en recibir las órdenes de pedidos en el restaurante, servirlos y cobrarles la factura, deberá estilizar los platos, cubiertos y vasos, deberá realizar la limpieza y arreglo del restaurante antes y después de la atención.

Funciones

1. Acomodar y atender toda clase de necesidad del turista durante el servicio prestado.
2. Entrega el menú a los clientes y sugiere platos en especial con sus diferentes ingredientes de acuerdo a los requerimientos de los clientes.
3. Conoce la elaboración de las recetas del menú con la finalidad de poder sugerir adecuadamente a los clientes.
4. Toma la orden del cliente y procura que la entrega del pedido sea lo más pronto posible.
5. Deberá realizar el montaje de la mesa antes de que lleguen los clientes.
6. Inspecciona los platos antes de servirlos para saber que estén correctamente y el cliente este complacido con la orden solicitada.
7. Brinda la mejor atención a todos los clientes con estándares de calidad.

5.6.2.5. Guía Turístico

Persona profesional con título de guía turístico con conocimientos de la zona, dominio mínimo en idioma inglés, tendrá capacidad para conducir grupos extensos, será la persona encargada en informar a los turistas sobre las diferentes actividades de

recreación que brindan las cabañas ecológicas.

Funciones

1. Estará encargado en crear las diferentes rutas para los turistas.
2. Se encargará de dar toda la información sobre los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia y sus alrededores.
3. Deberá orientar adecuadamente al chofer hacia los diferentes lugares a conocer.
4. Deberá hacer cumplir todas las normativas impuestas por la empresa al momento de la guianza turística.
5. Asesora si es el caso de las diferentes promociones establecidas por su departamento.
6. Promover la integración de los turistas hacia el medio ambiente y su preservación.
7. Asegurará la satisfacción de los turistas durante las diferentes actividades turísticas realizadas y su estadía en las cabañas ecológicas.
8. Cumplir con el itinerario y horarios establecidos.
9. Realizar actividades turísticas que disminuyan con el impacto ambiental en la zona.
10. Ofrecer servicio de guianza cuando el turista lo requiera.
11. Velará por el bienestar de los turistas y sobretodo por su seguridad.
12. Deberá saber un sobre primeros auxilios en casos de emergencia y así lo requiera algún turista durante la guianza.

5.6.2.6. Chofer

Persona encargada de la transportación de los turistas durante su estadía en las cabañas ecológicas, además tiene a su cargo el vehículo del proyecto.

Funciones

1. Deberá ayudar a los turistas con sus equipajes para ayudarlos a acomodarse en las cabañas ecológicas.
2. Se encarga principalmente de la transportación de los turistas desde su lugar de origen hacia el destino requerido.
3. Deberá estar altamente capacitado sobre mecánica ya que se pueden presentar eventualidades con el vehículo automotriz.
4. Deberá tener conocimiento sobre los lugares turísticos visitados para brindar un mejor servicio turístico a los turistas.

5.6.2.7. Guardia

Es la persona encargada de mantener el orden pero sobretodo la seguridad de las cabañas ecológicas y de todas las personas que están dentro de ellas tanto turistas como empleados.

Funciones

1. Deberá mantener el orden y seguridad del lugar.
2. Coordina la entrada y salida de los vehículos de los turistas.
3. Conoce perfectamente todas las áreas de las cabañas ecológicas y realizará

visitas constantes en todas las instalaciones para proteger a todas las personas que se encuentran en el lugar.

4. Cuidará de todos los vehículos que se encuentren dentro de nuestras instalaciones durante su estancia.

5.6.3. Reclutamiento del Personal

Se define como reclutamiento del personal al conjunto de procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente capacitados y calificados para ocupar un determinado cargo dentro de una organización. También se considera como el proceso de identificar e interesar a candidatos para llenar las vacantes actuales y futuras de la organización, este proceso se realizará a través de Prensa Escrita e Internet.

5.6.3.1. Selección del Personal

Consiste en seleccionar a las personas más idóneas, aptas y sobretodo capacitado para ocupar alguno de los puestos de la empresa de los currículums vitas que se recibieron de la convocatoria realizada por el Administrador siguiendo el proceso que a continuación se describe:

Proceso de Selección del Personal de Pifo´s Lodge

1. Recepción de Currículums
2. Pre clasificación de Currículums
3. Verificación de la información de los Currículums
4. Entrevista Personal

5. Decisión de selección del personal

6. Contratación

- **Entrevista**

La persona encargada de la entrevista personal a los futuros empleados y de su selección será el Administrador, él cual tendrá que evaluar las competencias, características y capacidad de cada aspirante.

- **Entrenamiento**

Es indispensable indicar que todos los empleados que laborarán en nuestra empresa deberán tener un entrenamiento, es decir; deberán saber toda la información acerca de los servicios turísticos que brinda la empresa, sus políticas empresariales pero sobretodo de las obligaciones que tendrán que cumplir en cada uno de los puestos a desempeñar.

- **Motivación**

A la administración de la empresa le interesa mucho el desempeño laboral de sus trabajadores, y para quienes se desenvuelvan de mejor manera les darán reconocimientos económicos como por ejemplo: bonos de compras, regalarías de electrodomésticos, días libres, entre otros.

- **Capacitación**

Este es uno de los puntos más importantes para la alta gerencia ya que es necesario brindar a todo el personal de la empresa capacitaciones constantemente sobre temas

relacionados con los cargos que desempeñan en cada área, calidad de servicio, preservación ambiental, servicio al cliente, entre otros.

5.6.4. Ordenamiento Jurídico

5.6.4.1. Compañía de Responsabilidad Limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, y que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá las palabras, COMPAÑÍA LIMITADA o su abreviatura CIA. LTDA.

La empresa de Las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge será de responsabilidad limitada, en nuestro caso contará con tres socios capitalistas, los mismos que aportarán un determinado aporte económico para la inversión inicial del proyecto, los cuales conformarán La Junta General de Socios y serán los señores:

Cuadro No. 52

NOMBRES Y APELLIDOS	Nº. C.I.	APORTACIÓN
Sr. Jorge Salazar	170564295-5	Terreno Caballos \$ 40.000
Sr. Bladimir Salazar	179120229-3	Terreno Vacas y Toros \$ 40.000
Sr. Alex Salazar	170564295-0	Terreno Borregos \$ 40.000

Elaborado por: Wendy Soria
Fuente: Ing. Jorge Salazar

5.6.4.2. Requisitos

La escritura de constitución deberá ser otorgada por los tres socios que aportarán para la creación de la empresa turística Pifo's Lodge en la misma que se expresará lo siguiente:

1. Nombres, apellidos y estado civil de cada uno de los socios, si fueran personas naturales, a la razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos la nacionalidad y el domicilio.
2. La razón social de la compañía.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía.
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de la participación de cada uno de los socios de la empresa suscrita y pague un numérico o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de funcionarios que tengan la representación legal.
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la.
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen convenientes establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto por la ley.

Cabe recalcar que la aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por parte del administrador de las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge.

5.6.4.3. Instituciones, Leyes y Requisitos a cumplir

Es indispensable tomar en cuenta ciertos aspectos legales para el funcionamiento de la hostería; para poder dar cumplimiento de las entidades de control tales como:

- Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Ilustre Municipio de Quito
- Ministerio de Turismo
- Cámara Provincial de Turismo de Pichincha (CAPTUR)
- Cuerpo de Bomberos
- Dirección Metropolitana de Ambiente
- Intendencia de Policía

Después de que la empresa esté inscrita en la Superintendencia de Compañías se deberá obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), como documento requerido y exclusivamente necesario para los demás entes de control en nuestro país.

5.6.4.4. SRI

Es obligatorio que la empresa se inscriba de forma obligatoria al SRI, obteniendo el RUC primordialmente para poder iniciar de la empresa las actividades económicas de forma

permanente, y de esta forma estar sujeto a tributación en el país. Y para poder obtener el RUC, se debe presentar los siguientes documentos:

1. Copia de la Cédula de Identidad y la plantilla de luz y agua.
2. Declaración y comprobantes de pago de toda clase de tributos.
3. Comprobantes de retenciones efectuados en la fuente, que debe entregar el agente de retención.
4. Certificado de no adeudar al Fisco a los Municipios.
5. Facturas, notas de venta, recibos y más documentos contables, que otorgan los contribuyentes.
6. Plantillas de sueldos.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Se debe tomar en cuenta que para el proceso de la administración tributaria el Registro Único de Contribuyentes constituye el número de identificación de todas las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias mediante el certificado del RUC. Las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- La primera obligación es obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento que sirve para realizar transacciones comerciales en forma legal. Y es importante indicar que los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro

de los treinta días hábiles.

- La segunda obligación que se debe realizar es actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en el mismo.

5.6.4.5. Ilustre Municipio de Quito

El Ilustre Municipio de Quito es la entidad encargada de autorizar la ubicación, los permisos de suelos, entre otros, esto según el lugar donde se localizará el negocio. En lo que se refiere a compañías turísticas se deberá realizar un pago por concepto en la ventanilla única para trámites turísticos donde se adquiere el formulario de permiso de funcionamiento, la cual es la única licencia anual de funcionamiento e incluye el aporte anual al CAPTUR, el permiso sanitario de funcionamiento, la patente Municipal, la Tasa de Turismo y la Tasa de Certificado Ambiental del G.P.A.

5.6.4.6. Patente Municipal

La Patente Municipal es un permiso otorgado para poder ejercer actividades comerciales mediante el pago de un impuesto anual dictado en la Ley de Régimen Municipal, Art. 382. Para la adquisición de la patente se requiere los siguientes requisitos:

1. Escritura de constitución de la Compañía original y copia.
2. Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
3. Copia de la Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación actualizada del representante legal de la empresa.

4. Dirección completa donde funciona la empresa.
5. RUC actualizado de la empresa.
6. Formulario de declaración de la Patente.

Es indispensable indicar que el Ilustre Municipio de Quito realiza una inspección respectiva sobre la cotización de la infraestructura turística de la empresa y sobre el mobiliario de la misma. Y una vez aprobado esto se pagará el impuesto sobre activos totales.

5.6.4.7. Control Sanitario

Es importante tomar en cuenta que según lo dispuesto en el Art. 4 literal 9 del Reglamento de Tasas por Control Sanitario y Permisos de Funcionamiento, todo establecimiento que trate con alimentos y bebidas, deben tener un permiso Sanitario de Funcionamiento ante el Ministerio de Salud Pública a través de la Dirección de Salud Provincial de Pichincha y el Centro de Salud de la Parroquia, y por lo cual deberán cumplir con los siguientes requisitos indispensables:

1. Copia del Certificado de Salud, que consiste en la revisión médica de todos los trabajadores de la empresa, ya que aquí se prepararán alimentos.
2. Copia del RUC.
3. Original de la Plantilla de Inspección con el cumplimiento de mejoras.

5.6.4.8. Formulario de Línea de Fábrica

Es necesario llenar este formulario y se lo puede adquirir en la ventanilla de recaudación del Municipio en la Zona Norte al cual se deberá adjuntar lo siguiente:

1. Copia de la Cédula de Identidad y la Papeleta de Votación del representante legal de la empresa.
2. Copia de Pago del Impuesto Predial del edificio, casa u terreno.

5.6.4.9. Formulario de Línea de Suelo

Para este formulario es indispensable realizar un escrito de hoja simple dirigido al Administrador de la Zona Norte, solicitando al mismo el uso de suelo para el establecimiento, detallando la actividad, nombre de la empresa y dirección competente en donde se va a realizar el negocio, en el cual se deberá adjuntar los siguientes documentos:

1. Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación del representante legal.
2. Copia de Línea de Fábrica.

5.6.4.10. Cuerpo de Bomberos

Para el Cuerpo de Bomberos se debe presentar una solicitud de inspección de la Hostería, para la inspección del establecimiento se verificará que posea:

- Salida de Emergencia
- Instalaciones entubadas

- Señalización
- Extintores

Y ya una vez que se haya realizado la inspección correspondiente, el Cuerpo de Bomberos emitirá un certificado de Funcionamiento.

5.6.4.11. Dirección Metropolitana del Ambiente

La Dirección Metropolitana del Ambiente requiere varios requisitos indispensables a presentar para poder obtener la licencia Ambiental para la hostería y son los siguientes:

1. Solicitud para la calificación de Impacto Ambiental para el Director del Ambiente, a la cual se le deberá adjuntar:

- Una copia de los informes de regularización urbana y factibilidad otorgada por la Administración Zonal de Quito.
- Descripción detallada de las medidas preventivas y/o correctivas para aislamiento acústico (garantía que las emisiones de ruido no sean escuchadas en el ambiente externo), de las instalaciones: puertas, ventanas, entre otros.
- Una copia del permiso de Funcionamiento.

5.6.4.12. Independencia de Policía

La Independencia de Policía solicita varios requisitos legales indispensables para el funcionamiento del establecimiento los cuales son:

1. RUC.
2. Patente Municipal.
3. Cédula de Identificación del representante legal de la empresa.
4. Certificado del Cuerpo de Bomberos.
5. Pago de \$ 8.000 por concepto de permiso de funcionamiento.

5.6.4.13. Afiliación al CAPTUR

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para la filiación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.

Es importante llenar el formulario de solicitud a la CAPTUR, y se debe adjuntar los siguientes documentos, tanto para personas naturales como también para personas jurídicas:

Personas Naturales

1. Copia del RUC.
2. Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
3. Copia de la Cédula de Identidad del representante legal de la empresa. En el caso de extranjeros se requiere una copia del permiso de ejercer la actividad

turística en el país.

4. Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado).

Personas Jurídicas

1. Copia del nombramiento del Gerente o Presidente de la empresa.
2. Copia del RUC.
3. Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
4. Copia del último aumento de capital, en el caso de que hubiese alguno.
5. Copia de la escritura de Constitución de la Compañía.
6. Cancelar la cuota de afiliación, por tres meses de adelanto.

5.6.5. Políticas de Trabajo

5.6.5.1. Normas Básicas de Conducta

- Es indispensable que los empleados de la empresa se presenten a prestar sus servicios en perfectas condiciones de aseo y pulcritud, portando correctamente su uniforme de trabajo; además todas las personas que laboran en el área de restaurante no podrán portar joyas (a excepción de su sortija de matrimonio en el caso de que fuesen casados), tampoco podrán ostentar tatuajes visibles.
- Los trabajadores de la empresa deberán mantener totalmente aseado las instalaciones de las Cabañas Ecológicas.
- Los empleados de la empresa deberán mostrar mucho respeto hacia todos los turistas, alta gerencia, proveedores y demás personas que lleguen a Las

Cabañas Ecológicas.

- Es indispensable que los empleados mantengan su sonrisa frente a los turistas y saludarlos de forma cordial.
- Será importante que todos los empleados mantengan apagados sus celulares durante sus horarios de trabajo para que no se distraigan y puedan realizar correctamente sus diferentes actividades dentro de su trabajo.
- Por último no se permitirá que los empleados hablen mal de la empresa, sino al contrario que digan todo lo bueno que está ofrece, ya que se verán beneficiados ellos mismos.

5.6.5.2. Reglas de Actitud ante el Trabajo

- Es indispensable que exista una muy buena comunicación entre las diferentes áreas de trabajo.
- Es importante que los empleado mantengan un ambiente amable, que exista cooperación entre todos, claro está todo esto dentro de un marco de respeto hacia sus compañeros de trabajo y especialmente hacia todos los turistas.
- Los empleados de la empresa deben procurar mantener una actitud dinámica hacia el desarrollo personal y empresarial.
- Todos los empleados de la empresa deben conservar una actitud de constante de superación con la finalidad de mantener parámetros de excelencia para la empresa.
- Todos los turistas merecen tener una atención exclusiva y personalizada para que se sientan a gusto y de esta forma poder satisfacer todas sus necesidades y

sus expectativas.

5.6.5.3. Apariencia Personal

Femenino

- En lo que se refiere al aseo personal deberán usar: desodorante, perfume discreta y sobretodo un baño diario.
- Podrá usar maquillaje discreto.
- El cabello deberá siempre estar recogido para mantener una apariencia impecable.
- Sus uñas y manos deben estar siempre aseadas, podrán usar esmalte pero con colores claros o simplemente transparente.
- Su uniforme debe llevarlo de forma impecable.

Masculino

- En lo que se refiere al aseo personal deberán usar: desodorante, loción discreta y sobretodo un baño diario.
- Su cabello deberá ser un corte normal y cómodo, no podrán tener cabello largo.
- El empleado debe afeitarse diariamente.
- Deberá usar zapatos limpios.
- Sus manos deben estar bien limpias y sus uñas bien cortadas.
- Sus medias deben ser acorde al uniforme de trabajo y muy bien combinadas.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

En base a todos los estudios que han realizado para el proyecto de construcción de las Cabañas Ecológicas Pifo's Lodge es necesario e importante hacer un Estudio Financiero para determinar el monto de inversión necesario y determinar todos los recursos que demandará la realización del proyecto y de esta forma determinar también su factibilidad.

6.1. OBJETIVOS

- Establecer la Factibilidad Financiera, solvencia y liquidez que tendrá el proyecto, por medio de los diferentes indicadores que se encargarán de evaluar esta actividad turística.
- Determinar si la inversión que se realizará será la más adecuada en base a su correcto funcionamiento, mediante la elaboración de documentos financieros, como con el Estado de Resultados, Balance General, Flujo de Caja, Punto de Equilibrio, TIR, Valor Actual Neto, entre los principales.

6.2. INVERSIÓN

“La inversión es el monto de recursos financieros integrados por capital propio de la empresa y préstamos para destinarlo a las actividades productivas con el fin de obtener beneficio o utilidad”.¹⁷

¹⁷ MALDONADO, P. Hernán: Manual de Contabilidad. Pág. 156

6.3. INVERSIÓN INICIAL

A continuación se detallará los diferentes componentes que conformarán la inversión necesaria para la creación de nuestro proyecto y su correcto funcionamiento.

Cuadro No. 53

INVERSIÓN INICIAL	
Descripción	Total
Activos Fijos	\$ 131.887,22
Activos Diferidos	\$ 4.898,36
Capital de Trabajo	\$ 38.320,98
Total de la Inversión	\$ 175.106,56

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.3.1. Estructura de la Inversión

Para obtener el valor de la Estructura de la Inversión es necesario realizar la sumatoria del total tanto de los activos con los del capital de trabajo.

Cuadro No. 54

Inversión	FUENTE		Monto USD
	Propio	Préstamo Banco Proamérica	
Inversión Fija	\$ -	\$ 136.785,58	\$ 136.785,58
Capital de Trabajo	\$ 38.320,98	\$ -	\$ 38.320,98
Total	\$ 38.320,98	\$ 136.785,58	\$ 175.106,56

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Y del total de los activos se restó el valor del capital propio, constituido por 3 socios con un total de 120.000 dólares y la diferencia constituye el valor del préstamo a realizarse en

la institución financiera elegida en este caso en el Banco Proamérica.

Cuadro No. 55

PRESTAMO	
Monto para Préstamo	\$ 175.106,56
Aportación de los Socios	\$ 120.000
Total para Préstamo	\$ 55.106,56

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4. INVERSIÓN REQUERIDA

Se considera inversión requerida a todos los recursos que se necesitan primordialmente para la instalación y operación del proyecto en sí, en los cuales incluye lo que son los activos fijos y los activos diferidos; ya que son necesarios para la iniciación de las diferentes operaciones de la empresa, e incluyen lo que es el capital de trabajo.

6.4.1. Activos Fijos

“Se refiere a la adquisición de activos de larga duración que permite la operación del negocio: terrenos, edificios e instalaciones, vehículos, maquinarias y equipos, muebles y enseres”.¹⁸

6.4.1.1. Terreno

En nuestro caso la Hacienda “San Jorge” cuenta con una extensión de 100 hectáreas, evaluados por el Municipio de Quito en 120.000 dólares, para determinar el valor real de

¹⁸ MALDONADO, P. Hernán: Manual de Contabilidad. Pág. 156

terreno a utilizar en la construcción de las Cabañas Ecológicas y sus diferentes áreas disponibles se realizaron una regla de tres.

Cuadro No. 56

ÁREAS DE LA EMPRESA	m²
Área de Alojamiento, Restaurante, Administración	1.140,00
Área de Recreación	4.660,00
Total de áreas a Utilizar	5.800

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

El total del terreno a ocupar para la construcción del proyecto de Cabañas Ecológicas es de 5.800 m² lo cual equivale a 6.960 dólares de acuerdo a la evaluación realizada por el Municipio de Quito en el lugar.

6.4.1.2. Edificio

En lo que se refiere a la infraestructura del edificio e sí se cuenta con un total de 1.140 metros cuadrados, en donde específicamente están: las áreas de alojamiento, restaurante, y la administración, la cual tendrá un costo de 70.000 dólares.

6.4.1.3. Vehículo

La empresa cuenta con una furgoneta KIA del 2008, para 15 personas, su valor está en 20.000 dólares.

6.4.1.4. Maquinaria y Equipos de Cocina

Se refieren a todos los equipos del área de alimentación, que tienen un valor de 13.465,95 dólares.

Cuadro No. 57

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cocina Industrial (6 qmdrs., plancha y horno)	1.700,00	1.700,00
1	Afilador de tijeras y cuchillos	5,65	5,65
1	Armario mxtocongl. Y refgert. (2 puertas)	2.500,00	2.500,00
1	Aplastador de papas industrial	58,56	58,56
1	Batidor s-s 20"	92,15	92,15
2	Calderos (40sm)	48,12	96,24
2	Campana extractor de olores	1.100,00	2.200,00
4	Cilindros de gar de 45 kg.	145,00	580,00
1	Estanterías	30,00	30,00
2	Extintores de 5lb.	45,00	90,00
1	Horno industrial	1.200,00	1.200,00
1	Refrigeradora	800,00	800,00
1	Procesador de Alimentos	250,00	250,00
1	Congelador vertical 1.60m*065*2	1.800,00	1.800,00
2	Licadoras 1 velocidad	85,00	170,00
1	Extractor de jugos	72,00	72,00
1	Paila de (60sm)	35,00	35,00
1	Picador de papas	26,35	26,35
1	Microondas mw-1521	120,00	120,00
1	Lavadora de Ropa	860,00	860,00
1	Secadora de Ropa	780,00	780,00
TOTAL			\$ 13.465,95

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

6.4.1.5. Equipos de Oficina

Específicamente son todos los equipos que se utilizan en el área de administración,

counter y recepción que tienen un valor de 1.622,10 dólares.

Cuadro No. 58

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cajas Registradoras	500,00	500,00
1	Sumadora	55,50	55,50
1	Telefax	142,60	142,60
1	Equipo de sonido	420,00	420,00
2	Parlantes	122,00	244,00
1	Amplificador	180,00	180,00
1	Teléfonos Inalámbricos	80,00	80,00
TOTAL			\$ 1.622,10

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Fuente: Salgado Navarrete S.C.

6.4.1.6. Muebles y Enseres

Son todos los muebles que se encuentran en las diferentes áreas del proyecto como

son:

1. Muebles y Enseres de las Cabañas Ecológicas con un valor de 8.631,00 dólares.

Cuadro No. 59

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
7	Camas de 2 plazas	140,00	980,00
14	Camas de 1y media plazas	110,00	1.540,00
7	Colchones de 2 plazas	130,00	910,00
14	Colchones de 1 y media plazas	90,00	1.260,00
28	Veladores	25,00	700,00
28	Sillas de Madera	15,00	420,00
7	Sillones	45,00	315,00
7	Cómodas pequeñas	48,00	336,00
7	Cómodas grandes	65,00	455,00
7	Baterías sanitarias	90,00	630,00
7	Mesas pequeñas de madera	60,00	420,00
7	Mesas medianas de madera	80,00	560,00

7	Cafeteras	15,00	105,00
TOTAL			\$ 8.631,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

2. Muebles y Enseres de Recepción y Counter con un valor de 1.070,00 dólares.

Cuadro No. 60

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Archivador	220,00	220,00
1	Mesa de Centro	200,00	200,00
1	Recibidor	350,00	350,00
2	Sillones	150,00	300,00
TOTAL			\$ 1.070,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

3. Muebles y Enseres del Área Administrativa con un valor de 364,50 dólares.

Cuadro No. 61

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio con silla	170,00	170,00
1	Archivador	75,00	75,00
1	Mesa para computadora	25,00	25,00
1	Lámpara	15,00	15,00
3	Sillas de Oficina	26,50	79,50
TOTAL			\$ 364,50

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

➤ En total de Muebles y Enseres a utilizar en el proyecto es de 10.065,50 dólares.

6.4.1.7. Menaje y Utilería

El menaje y la utilería son todos los implementos a utilizar en el área de alojamiento y de restaurante.

1. Menaje de Cabañas con un valor de 2.512,50 dólares.

Cuadro No. 62

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
28	Sábanas de 1 y media plazas	12,50	350,00
14	Sábanas de 2 plazas	15,00	210,00
28	Sobrecamas	30,00	840,00
45	Cobijas	10,00	450,00
25	Almohadas	5,00	125,00
25	Juegos de toallas	15,50	387,50
25	Rodapiés	6,00	150,00
TOTAL			\$ 2.512,50

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Fuente: Salgado Navarrete S.C.

2. Menaje del restaurante con un valor de 1.275,30 dólares.

Cuadro No. 63

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CRISTALERÍA			
12	Azucareras	3,00	36,00
80	Copas agua Peldar	0,75	60,00
60	Copas av lisa helado 125AL	0,33	19,80
80	Vaso Lexington rocks 45AL	0,43	34,40
60	Vaso Cervecerero AV liso 55AL	0,55	33,00
12	Jarras para agua Arc. 2ltrs.	3,25	39,00
3	Tetera lisa 860 ccc Actualite	9,20	27,60
12	Pimenteros	1,45	17,40
CUBERTERÍA			
60	Cuchara café	0,44	26,40
60	Cuchara sopera	1,00	60,00
60	Cuchillo trincherero	0,85	51,00
60	Tenedor trincherero	0,85	51,00
12	Paleta de mantequilla	0,70	8,40

LOZA			
50	Plato para café Actualite	1,70	85,00
60	Plato tendido Actualite	4,25	255,00
50	Plato postre Actualite	2,75	137,50
12	Juego de aderezos	8,50	102,00
60	Plato trincherero Actualite	2,52	151,20
50	Plato tasa café Actualite	1,48	74,00
50	Tasa para café apilable	1,54	77,00
20	Banana Split AV lisa	1,28	25,60
TOTAL			\$ 1.275,30

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

3. Utensilios de cocina

Cuadro No. 64

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Abrelatas Actualite	40,00	40,00
2	Bandeja 14"16	5,55	11,10
3	Bowl 5ltrs.	16,20	48,60
3	Bowl 3ltrs.	12,50	37,50
1	Bowl 2ltrs.	11,00	11,00
2	Bowl 2ltrs. de plástico	5,40	10,80
2	Bowl 6ltrs. de plástico	9,20	18,40
1	Cedazo #5	5,30	5,30
1	Colador sencillo	12,95	12,95
3	Cucharon de 6 onzas	2,60	7,80
2	Cucharon de 8 onzas	2,95	5,90
2	Cucharon de 12 onzas	3,65	7,30
1	Cucharon 32 onzas	10,25	10,25
1	Cuchareta sólida de 38,1sm.	1,90	1,90
3	Cuchillo 3p/carnicero	7,89	23,67
3	Cuchillo normal	5,80	17,40
3	Escurreidores de plástico	4,60	13,80
3	Espátula normal plástica	1,79	5,37

3	Espátula para plancha	7,77	23,31
3	Espátula de alta temperatura	9,00	27,00
3	Jarras de batidos	3,30	9,90
1	Juego de cernidores	3,20	3,20
2	Olla 12ltrs.	11,90	23,80
3	Olla 9ltrs.	11,20	33,60
1	Olla presión 12ltrs.	115,30	115,30
2	Pailas 30cm. Diámetro	15,90	31,80
3	Pelador de papas	1,76	5,28
3	Pinzas	2,15	6,45
2	Porta cuchillos	1,69	3,38
1	Prensa para ajos	3,10	3,10
2	Rallador S-S 4 lados	4,10	8,20
5	Recipientes para especias	1,90	9,50
2	Sacabocados doble 2,5/3,1 SMS	1,75	3,50
2	Sartén 40mm	35,80	71,60
2	Sartén Work 32cm.	18,50	37,00
2	Sartén antiadherente	30,00	60,00
1	Set cucharas medidoras N-A	3,61	3,61
3	Tablas para picar 38"color	16,35	49,05
TOTAL			\$ 817,62

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Fuente: Salgado Navarrete S.C.

4. Utilería con un valor de 122,00 dólares.

Cuadro No. 65

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Escobas	2,50	\$ 10,00
4	Trapeadores	2,50	\$ 10,00
4	Basureros grandes	8,00	\$ 32,00
20	Basureros pequeños	3,50	\$ 70,00
TOTAL			\$ 122,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Fuente: Salgado Navarrete S.C.

➤ En total de Menaje y Utilería a utilizar en el proyecto es de 4.727,42 dólares.

6.4.1.8. Equipos de Computación

Nuestra empresa cuenta con una inversión de 1.950,00 dólares de equipos de computación.

Cuadro No. 66

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora Portátil	1.100,00	1.100,00
1	Computadora incluye impresora	850,00	850,00
TOTAL			\$ 1.950,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: Salgado Navarrete S.C.

Cuadro No. 67

ACTIVOS FIJOS	
Terreno	\$ 6.960,00
Edificio	\$ 70.000,00
Vehículo KIA (Furgoneta para 15 personas)	\$ 20.000,00
Maquinaria y Equipos de Cocina	\$ 13.465,95
Equipos de Oficina	\$ 1.622,10
Muebles y Enseres	\$ 13.161,75
Menaje y Utilería	\$ 4.727,42
Equipos de Computación	\$ 1.950,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 131.887,22

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.2. Depreciación

Tabla No. 16

6.4.2.1. Equipos de Computación

2011

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	1 Computadoras incluye impresora	850,00	283,33	23,61
22/07/2010	1 Impresora Laser a 100	100,00	33,33	2,78
22/07/2010	1 Computadora Portátil a 1,100	1.100,00	366,67	30,56
TOTAL		2.050,00	683,33	56,94

6.4.2.2. Vehículo

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	Furgoneta KIA del 2008 para 15 pax. A 18.000	18.000,00	1800,00	150,00
TOTAL		18.000,00	1.800,00	150,00

6.3.2.3. Edificio

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	Edificio	50.000,00	2500,00	208,33
TOTAL		50.000,00	2.500,00	208,33

6.4.2.4. Equipo de Oficina

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	1 Teléfono Inalámbricos	80,00	8,00	0,67
22/07/2010	1 Sumadora	55,50	5,55	0,46
22/07/2010	2 Parlantes a \$122 c/u	244,00	24,40	2,03
22/07/2010	1 Amplificador	180,00	18,00	1,50
22/07/2010	1 Telefax	142,60	14,26	1,19
22/07/2010	1 Equipo de Sonido	420,00	42,00	3,50
22/07/2010	1 Cajas Registradoras	500,00	50,00	4,17
TOTAL		1.622,10	162,21	13,52

6.4.2.5. Muebles y Enseres

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	Camas de 2 plazas	140,00	14,00	1,17
22/07/2010	Camas de 1y media plazas	110,00	11,00	0,92
22/07/2010	Colchones de 2 plazas	130,00	13,00	1,08
22/07/2010	Colchones de 1 y media plazas	90,00	9,00	0,75
22/07/2010	Veladores	25,00	2,50	0,21
22/07/2010	Sillas de Madera	15,00	1,50	0,13

22/07/2010	Sillones	45,00	4,50	0,38
22/07/2010	Cómodas pequeñas	48,00	4,80	0,40
22/07/2010	Cómodas grandes	65,00	6,50	0,54
22/07/2010	Baterías sanitarias	90,00	9,00	0,75
22/07/2010	Mesas pequeñas de madera	60,00	6,00	0,50
22/07/2010	Mesas medianas de madera	80,00	8,00	0,67
22/07/2010	Cafeteras	15,00	1,50	0,13
22/07/2010	Archivador	220,00	22,00	1,83
22/07/2010	Mesa de Centro	200,00	20,00	1,67
22/07/2010	Recibidor	350,00	35,00	2,92
22/07/2010	Sillones	150,00	15,00	1,25
22/07/2010	Escritorio con silla	170,00	17,00	1,42
22/07/2010	Mesa para computadora	25,00	2,50	0,21
22/07/2010	Lámpara	15,00	1,50	0,13
22/07/2010	3 Sillas de Oficina	26,50	2,65	0,22
TOTAL		2.069,50	206,95	17,25

6.4.2.6. Maquinaria y Equipos

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	Cocina Industrial (6 qmdrs., plancha y horno)	1.700,00	170,00	14,17
22/07/2010	Afilador de tijeras y cuchillos	5,65	0,57	0,05
22/07/2010	Armario mxtocongl. Y refgert. (2 puertas)	2.500,00	250,00	20,83
22/07/2010	Aplastador de papas industrial	58,56	5,86	0,49
22/07/2010	Batidor s-s 20"	92,15	9,22	0,77
22/07/2010	Calderos (40sm)	48,12	4,81	0,40
22/07/2010	Campana extractor de olores	1.100,00	110,00	9,17
22/07/2010	Cilindros de gar de 45 kg.	145,00	14,50	1,21
22/07/2010	Estanterías	30,00	3,00	0,25
22/07/2010	Extintores de 5lb.	45,00	4,50	0,38
22/07/2010	Horno industrial	1.200,00	120,00	10,00
22/07/2010	Refrigeradora	800,00	80,00	6,67
22/07/2010	Procesador de Alimentos	250,00	25,00	2,08
22/07/2010	Congelador vertical 1.60m*065*2	1.800,00	180,00	15,00
22/07/2010	Licuadoras 1 velocidad	85,00	85,01	7,08
22/07/2010	Extractor de jugos	72,00	7,20	0,60
22/07/2010	Paila de (60sm)	35,00	3,50	0,29
22/07/2010	Picador de papas	26,35	2,64	0,22
22/07/2010	Microondas mw-1521	120,00	12,00	1,00
22/07/2010	Lavadora de Ropa	860,00	86,00	7,17

22/07/2010	Secadora de Ropa	780,00	78,00	6,50
TOTAL		9.907,83	1.166,78	104,31

6.4.2.7. Menaje y Utilería

FECHA	DETALLE	V. HISTOR.	D. ANUAL	D. MENS.
22/07/2010	Azucareras	3,00	0,30	0,03
22/07/2010	Copas agua Peldar	0,75	0,08	0,01
22/07/2010	Copas av lisa helado 125AL	0,33	0,03	0,00
22/07/2010	Vaso Lexington rocks 45AL	0,43	0,04	0,00
22/07/2010	Vaso Cervecero AV liso 55AL	0,55	0,06	0,00
22/07/2010	Jarras para agua Arc. 2ltrs.	3,25	0,33	0,03
22/07/2010	Tetera lisa 860 ccc Actualite	9,20	0,92	0,08
22/07/2010	Pimenteros	1,45	0,15	0,01
22/07/2010	Cuchara café	0,44	0,04	0,00
22/07/2010	Cuchara sopera	1,00	0,10	0,01
22/07/2010	Cuchillo trincherero	0,85	0,09	0,01
22/07/2010	Tenedor trincherero	0,85	0,09	0,01
22/07/2010	Paleta de mantequilla	0,70	0,07	0,01
22/07/2010	Plato para café Actualite	1,70	0,17	0,01
22/07/2010	Plato tendido Actualite	4,25	0,43	0,04
22/07/2010	Plato postre Actualite	2,75	0,28	0,02
22/07/2010	Juego de aderezos	8,50	0,85	0,07
22/07/2010	Plato trincherero Actualite	2,52	0,25	0,02
22/07/2010	Plato tasa café Actualite	1,48	0,15	0,01
22/07/2010	Tasa para café apilable	1,54	0,15	0,01
22/07/2010	Banana Split AV lisa	1,28	0,13	0,01
22/07/2010	Abrelatas Actualite	40,00	4,00	0,33
22/07/2010	Bandeja 14"16	5,55	0,56	0,05
22/07/2010	Bowl 5ltrs.	16,20	1,62	0,14
22/07/2010	Bowl 3ltrs.	12,50	1,25	0,10
22/07/2010	Bowl 2ltrs.	11,00	1,10	0,09
22/07/2010	Bowl 2ltrs. de plástico	5,40	0,54	0,05
22/07/2010	Bowl 6ltrs. de plástico	9,20	0,92	0,08
22/07/2010	Cedazo #5	5,30	0,53	0,04
22/07/2010	Colador sencillo	12,95	1,30	0,11
22/07/2010	Cucharón de 6 onzas	2,60	0,26	0,02
22/07/2010	Cucharón de 8 onzas	2,95	0,30	0,02
22/07/2010	Cucharón de 12 onzas	3,65	0,37	0,03
22/07/2010	Cucharón 32 onzas	10,25	1,03	0,09
22/07/2010	Cuchareta sólida de 38,1sm.	1,90	0,19	0,02

22/07/2010	Cuchillo 3p/carnicero	7,89	0,79	0,07
22/07/2010	Cuchillo normal	5,80	0,58	0,05
22/07/2010	Escurreidores de plástico	4,60	0,46	0,04
22/07/2010	Espátula normal plástica	1,79	0,18	0,01
22/07/2010	Espátula para plancha	7,77	0,78	0,06
22/07/2010	Espátula de alta temperatura	9,00	0,90	0,08
22/07/2010	Jarras de batidos	3,30	0,33	0,03
22/07/2010	Juego de cernidores	3,20	0,32	0,03
22/07/2010	Olla 12ltrs.	11,90	1,19	0,10
22/07/2010	Olla 9ltrs.	11,20	1,12	0,09
22/07/2010	Olla presión 12ltrs.	115,30	11,53	0,96
22/07/2010	Pailas 30cm. Diámetro	15,90	1,59	0,13
22/07/2010	Pelador de papas	1,76	0,18	0,01
22/07/2010	Pinzas	2,15	0,22	0,02
22/07/2010	Porta cuchillos	1,69	0,17	0,01
22/07/2010	Prensa para ajos	3,10	0,31	0,03
22/07/2010	Rallador S-S 4 lados	4,10	0,41	0,03
22/07/2010	Recipientes para especias	1,90	0,19	0,02
22/07/2010	Sacabocados doble 2,5/3,1 SMS	1,75	0,18	0,01
22/07/2010	Sartén 40mm	35,80	3,58	0,30
22/07/2010	Sartén Work 32cm.	18,50	1,85	0,15
22/07/2010	Sartén antiadherente	30,00	3,00	0,25
22/07/2010	Set cucharas medidoras N-A	3,61	0,36	0,03
22/07/2010	Tablas para picar 38" color	16,35	1,64	0,14
22/07/2010	Sábanas de 1 y media plazas	12,50	1,25	0,10
22/07/2010	Sábanas de 2 plazas	15,00	1,50	0,13
22/07/2010	Sobrecamas	30,00	3,00	0,25
22/07/2010	Cobijas	10,00	1,00	0,08
22/07/2010	Almohadas	5,00	0,50	0,04
22/07/2010	Juegos de toallas	15,50	1,55	0,13
22/07/2010	Rodapiés	6,00	0,60	0,05
TOTAL		593,63	59,36	4,99

TOTAL GENERAL	84.243,06	6.578,64	555,34
----------------------	------------------	-----------------	---------------

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.3. Activos Diferidos

Se conoce como activos diferidos a todos los valores que representan a activos constituidos principalmente por los servicios o derechos adquiridos por la empresa, que son necesarios para poder poner en marcha el proyecto en sí, y además constituyen también todos aquellos gastos capitalizables, los cuales beneficiaran a la empresa en periodos futuros relativamente largos. Para nuestra empresa se han tomado en cuenta como activos diferidos a los rubros tales como:

- Estudios Previos a la creación de la empresa
- Gastos Pre operacionales
- Promoción y Publicidad
- Gastos de Constitución de la empresa

Cuadro No. 68

ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios de Factibilidad	\$ 300,00
Gastos Pre operacionales	\$ 700,00
Promoción y Publicidad	\$ 2.098,36
Gastos de Constitución de la Empresa	\$ 1.800,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 4.898,36

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.3.1. Mano de Obra Directa

Cuadro No. 69

MANO DE OBRA DIRECTA											
Cargo	Número de Personas	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IEES Patronal	Fondos de Reserva 8,33%	Vacaciones	Total Beneficios Ley Unitario	Costo Total Mes	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Recepcionista	2	350,00	29,17	16,67	39,03	29,16	14,58	128,60	957,20	2.871,60	11.486,40
Camarrera	3	350,00	29,17	16,67	39,03	29,16	14,58	128,60	1435,80	4.307,40	17.229,60
Guía	2	600,00	50,00	16,67	66,90	49,98	25,00	208,55	1617,10	4.851,30	19.405,20
Chofer	1	350,00	29,17	16,67	39,03	29,16	14,58	128,60	478,60	1.435,80	5.743,20
Guardia	2	350,00	29,17	16,67	39,03	29,16	14,58	128,60	957,20	2.871,60	11.486,40
Cocinero	2	650,00	54,17	16,67	72,475	54,15	27,08	224,54	1749,08	5.247,24	20.988,96
Ayudante de Cocina	1	350,00	29,17	16,67	39,03	29,16	14,58	128,60	478,60	1.435,80	5.743,20
Mesero	2	400,00	33,33	16,67	44,6	33,32	16,67	144,59	1089,18	3.267,54	13.070,16
TOTAL	15	3.400,00	283,33	133,36	379,10	283,22	141,67	1220,68	8.762,76	26.288,28	105.153,12

Fuente: Remuneraciones Mínimas Sectoriales y Código de Trabajo – Ministerio de Trabajo
Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.3.2. Mano de Obra del Personal Administrativo

Cuadro No. 70

MANO DE OBRA DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO											
Cargo	Número de Personas	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IEES Patronal	Fondos de Reserva 8,33%	Vacaciones	Total Beneficios Ley Unitario	Costo Total Mes	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Administrador	1	1000,00	83,33	16,67	111,50	83,30	41,67	336,47	1336,47	4.009,41	16.037,64
Jefe de Marketing	1	700,00	58,33	16,67	78,05	58,31	29,17	240,53	940,53	2.821,59	11.286,36
Contador	1	600,00	50,00	16,67	66,90	49,98	25,00	208,55	808,55	2.425,65	9.702,60
TOTAL	3	2.300,00	191,67	50,01	256,45	191,59	95,83	785,55	3.085,55	9.256,65	37.026,60

Fuente: Remuneraciones Mínimas Sectoriales y Código de Trabajo – Ministerio de Trabajo
 Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.3.3. Mano de Obra Indirecta

Cuadro No. 71

MANO DE OBRA INDIRECTA											
Cargo	Número de Personas	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IEES Patronal	Fondos de Reserva 8,33%	Vacaciones	Total Beneficios Ley Unitario	Costo Total Mes	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Jardinero	1	350,00	29,17	16,67	39,025	29,16	14,58	128,60	478,60	1.435,80	5.743,20
TOTAL	1	350,00	29,17	16,67	39,03	29,16	14,58	128,60	478,60	1.435,80	5.743,20

Fuente: Remuneraciones Mínimas Sectoriales y Código de Trabajo – Ministerio de Trabajo
Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.3.4. Materiales Indirectos

Cuadro No. 72

SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mes	Valor Anual
Detergente y Jabón	10	1,50	15,00	180,00
Cloro	10	1,50	15,00	180,00
Fundas de Basura (Paquete de 12)	15	1,00	15,00	180,00
Desinfectantes	7	2,50	17,50	210,00
Total			62,50	750,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez
Fuente: La Barra Licorería S.A.

6.4.3.5. Suministros de Oficina

Cuadro No. 73

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mes	Valor Anual
Hojas Embretadas	500	0,05	25,00	300,00
Hojas Papel Boom	1.000	0,01	10,00	120,00
Esteros	50	0,20	10,00	120,00
Lápices	25	0,15	3,75	45,00
Borradores	10	0,15	1,50	18,00
Tinta líquida blanca	4	1,00	4,00	48,00
Grapas	1	2,50	2,50	30,00
Folders	50	0,25	12,50	150,00
Total			69,25	831,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.4.3.6. Servicios Básicos

Cuadro No. 74

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mes	Valor Anual
Energía Eléctrica	500	0,13	65,00	780,00
Agua Potable	200	0,80	160,00	1.920,00
Teléfono Celular	2	20,00	40,00	480,00
Total			265,00	3.180,00

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.5. FINANCIAMIENTO

El proyecto será financiado por tres socios, los cuales son dueños de la Hacienda “San Jorge”, y que además participarán con el siguiente aporte económico:

Cuadro No. 75

SOCIOS	APORTACIÓN
Sr. Jorge Salazar	\$ 40.000
Sr. Bladimir Salazar	\$ 40.000
Sr. Alex Salazar	\$ 40.000
TOTAL	\$ 120.000

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

Crédito:

Para poder cubrir el resto del dinero que se va a necesitar para la realización del proyecto se va a realizar un préstamo en el Banco Proamérica, con un interés del 18,50%.

6.6. TABLA DE AMORTIZACIÓN

“Se denomina amortizaciones a la cuota fija por periodo que se carga al gasto de éste como consecuencia de inversiones o gastos anticipados realizados, cuyo uso o servicio no es imputable a un solo periodo o ejercicio económico, permitiéndolo a la empresa la realización de sus activos diferidos y gastos en función del tiempo transcurrido”.¹⁹

¹⁹ MALDONADO, Palacios Hernán. Manual de Contabilidad. Pág. 88

Tabla No. 17

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO BANCARIO

MONTO USD.	55.106,56	SERVICIO MENSUAL	SERVICIO ANUAL
TASA INTERES	18,50%	\$ 1.010,75	\$ 12.128,95
PLAZO (años)	10		
CAPITALIZ.	12		
COMISIÓN			
FORMA PAGO	ANUAL		
FECHA INICIO	02/08/2011		

PERIODO	INTERES	CAPITAL	CUOTA
TOTAL PRIMER AÑO	10.021,98	2.106,97	12.128,95
TOTAL SEGUNDO AÑO	9.597,38	2.531,56	12.128,95
TOTAL TERCER AÑO	9.087,22	3.041,73	12.128,95
TOTAL CUARTO AÑO	8.474,24	3.654,70	12.128,95
TOTAL QUINTO AÑO	7.737,74	4.391,20	12.128,95
TOTAL SEXTO AÑO	6.852,82	5.276,12	12.128,95
TOTAL SEPTIMO AÑO	5.789,57	6.339,37	12.128,95
TOTAL OCTAVO AÑO	4.512,05	7.616,89	12.128,95
TOTAL NOVENO AÑO	2.977,09	9.151,86	12.128,95
TOTAL DECIMO AÑO	1.132,79	10.996,15	12.128,95

PROM. MENSUAL PRIMER AÑO	835,16	175,58	1.010,75
PROM. MENSUAL SEGUNDO AÑO	799,78	210,96	1.010,75

COMISIÓN*	5%	2755,328
IMPUESTO SOLCA*	2%	1102,131

* Se descuentan a la entrega del crédito

6.7. DETALLE DE COSTOS Y GASTOS

“Los Costos son aquellos valores de adquisición p producción de un bien o servicio”.²⁰

“Los Gastos son aquellas utilizaciones necesarias y efectivas de bienes o servicios que la empresa debe efectuar para cumplir las actividades de la empresa”.²¹

El detalle de Costos y Gastos es aquel el cual abarca todos los egresos con los que cuenta la empresa en sus diferentes actividades turísticas, con la finalidad de poder mantener el funcionamiento de la misma.

Y es así como dentro de los Costos y Gastos Operacionales podemos encontrar los salarios y sueldos de todo el personal que labora en la empresa en las diversas áreas de trabajo, rubro por concepto de publicidad y promoción, los gastos administrativos, entre otros.

Además encontraremos los gastos por concepto de depreciaciones de los activos fijos, como edificio, equipos de oficina, equipos de computación, menaje y utilería, etc.

²⁰ ZAPATA, Pedro. Contabilidad General, Segunda Edición. Pág. 141

²¹ ZAPATA, Pedro. Contabilidad General, Segunda Edición. Pág. 141

6.7.1. Costos de Operación Proyectados

Los costos de operación proyectados fueron calculados con el porcentaje de inflación del 2009 y el 2010 que es de 3,30%.

Cuadro No. 76

COSTOS DE OPERACIÓN PROYECTADOS										
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DIRECTOS										
Mano de Obra Directa	\$ 105.153,12	\$ 108.623,17	\$ 112.207,74	\$ 115.910,59	\$ 119.735,64	\$ 123.686,92	\$ 127.768,59	\$ 131.984,95	\$ 136.340,45	\$ 140.839,69
Subtotal de Costos Directos	\$ 105.153,12	\$ 108.623,17	\$ 112.207,74	\$ 115.910,59	\$ 119.735,64	\$ 123.686,92	\$ 127.768,59	\$ 131.984,95	\$ 136.340,45	\$ 140.839,69
COSTOS INDIRECTOS										
Materiales Indirectos:										
Suministros de Limpieza	\$ 750,00	\$ 774,75	\$ 800,32	\$ 826,73	\$ 854,01	\$ 882,19	\$ 911,30	\$ 941,38	\$ 972,44	\$ 1.004,53
Suministros de Oficina	\$ 831,00	\$ 858,42	\$ 886,75	\$ 916,01	\$ 946,24	\$ 977,47	\$ 1.009,72	\$ 1.043,05	\$ 1.077,47	\$ 1.113,02
Servicios Básicos	\$ 3.180,00	\$ 3.284,94	\$ 3.393,34	\$ 3.505,32	\$ 3.621,00	\$ 3.740,49	\$ 3.863,93	\$ 3.991,44	\$ 4.123,16	\$ 4.259,22
Mano de Obra Indirecta	\$ 5.743,20	\$ 5.932,73	\$ 6.128,51	\$ 6.330,75	\$ 6.539,66	\$ 6.755,47	\$ 6.978,40	\$ 7.208,69	\$ 7.446,57	\$ 7.692,31
Gastos Indirectos:										
Depreciación de Activos Fijos	\$ 6.578,64	\$ 6.578,64	\$ 6.578,64	\$ 6.578,64	\$ 6.579,14	\$ 6.579,14	\$ 6.579,14	\$ 6.579,14	\$ 6.579,14	\$ 6.579,14
Subtotal de Costos Indirectos	\$ 17.082,84	\$ 17.429,48	\$ 17.787,56	\$ 18.157,45	\$ 18.540,05	\$ 18.934,76	\$ 19.342,50	\$ 19.763,69	\$ 20.198,78	\$ 20.648,23
COSTOS ADMINISTRATIVOS										

Personal Administrativo	\$ 37.026,60	\$ 38.248,48	\$ 39.510,68	\$ 40.814,53	\$ 42.161,41	\$ 43.552,74	\$ 44.989,98	\$ 46.474,65	\$ 48.008,31	\$ 49.592,58
Útiles de Aseo (\$60 mensuales)	\$ 720,00	\$ 743,76	\$ 768,30	\$ 793,66	\$ 819,85	\$ 846,90	\$ 874,85	\$ 903,72	\$ 933,54	\$ 964,35
Útiles de Oficina y Papelería (\$45,00 mensuales)	\$ 540,00	\$ 557,82	\$ 576,23	\$ 595,24	\$ 614,89	\$ 635,18	\$ 656,14	\$ 677,79	\$ 700,16	\$ 723,26
Provisiones Varias (10% de Sueldos y Salarios)	\$ 14.792,29	\$ 15.280,44	\$ 15.784,69	\$ 16.305,59	\$ 16.843,67	\$ 17.399,51	\$ 17.973,70	\$ 18.566,83	\$ 19.179,53	\$ 19.812,46
Subtotal de Costos Administrativos	\$ 53.078,89	\$ 54.830,50	\$ 56.639,90	\$ 58.509,02	\$ 60.439,82	\$ 62.434,33	\$ 64.494,66	\$ 66.622,99	\$ 68.821,55	\$ 71.092,66
COSTOS DE VENTAS										
Útiles de Oficina y Papelería (\$35,00 mensuales)	\$ 420,00	\$ 433,86	\$ 448,18	\$ 462,97	\$ 478,25	\$ 494,03	\$ 510,33	\$ 527,17	\$ 544,57	\$ 562,54
Presupuesto de Marketing	\$ 37.218,32	\$ 38.446,52	\$ 39.715,26	\$ 41.025,86	\$ 42.379,72	\$ 43.778,25	\$ 45.222,93	\$ 46.715,29	\$ 48.256,89	\$ 49.849,37
Subtotal de Costos de Ventas	\$ 37.638,32	\$ 38.880,38	\$ 40.163,44	\$ 41.488,83	\$ 42.857,96	\$ 44.272,27	\$ 45.733,26	\$ 47.242,46	\$ 48.801,46	\$ 50.411,91
COSTO FINANCIERO										
Intereses del Financiamiento (18,5% anual)	\$ 10.021,98	\$ 9.597,38	\$ 9.087,22	\$ 8.474,24	\$ 7.737,74	\$ 6.852,82	\$ 5.789,57	\$ 4.512,05	\$ 2.977,09	\$ 1.132,79
Subtotal de Costo Financiero	\$ 10.021,98	\$ 9.597,38	\$ 9.087,22	\$ 8.474,24	\$ 7.737,74	\$ 6.852,82	\$ 5.789,57	\$ 4.512,05	\$ 2.977,09	\$ 1.132,79
COSTOS TOTALES	\$ 222.975,15	\$ 230.333,33	\$ 237.934,33	\$ 245.786,16	\$ 253.897,11	\$ 262.275,71	\$ 270.930,81	\$ 279.871,53	\$ 289.107,29	\$ 298.647,83

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.7.2. Costos

Al analizar los costos de la empresa nos vamos a dar cuenta que existe una parte que permanece siempre de forma constante sin importar cual sea el volumen de producción y se acumulan con el simple transcurso del tiempo, y esto se trata de una serie de gastos con la finalidad de mantener a la empresa produciendo a los cuales llamamos Costos Fijos, como por ejemplo las depreciaciones, entre otras. Gracias a una recta podremos representar los Gastos Totales de la empresa de cualquier volumen de producción y ventas con la siguiente ecuación:

$$Y = a + bx$$

Considerando que los Costos Totales estarán conformados siempre por una parte fija “a”, y por otra variable determinada “b”, atribuible a cada unidad de producto elaborada y vendida, o sea equivalente a “bx”. En lo que se refiere al factor de variabilidad “b”, se lo puede encontrar en la práctica a través de la fórmula que veremos a continuación:

$$B = \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Unidades Vendidas}}$$

Y de acuerdo a esto nos da un Costo Variable por cada unidad de producto elaborado y vendido, y es por esto que en la fórmula aparece multiplicando a “x”, o sea el volumen de producción y ventas.

6.7.2.1. Costo de Ventas de Alojamiento

Cuadro No. 77

	Precio	Cap. Máxima
Habitación Simple	\$ 7,50	7
Habitación Doble	\$ 15,00	4
Habitación Matrimonial	\$ 20,00	3
Cap. Máxima diaria		21

COSTO DE VENTAS DE ALOJAMIENTO												
MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Habitación Simple	1.162,50	1.050,00	1.162,50	1.125,00	1.162,50	1.125,00	1.162,50	1.162,50	1.125,00	1.162,50	1.125,00	1.162,50
Habitación Doble	2.325,00	2.100,00	2.325,00	2.250,00	2.325,00	2.250,00	2.325,00	2.325,00	2.250,00	2.325,00	2.250,00	2.325,00
Habitación Matrimonial	1.860,00	1.680,00	1.860,00	1.800,00	1.860,00	1.800,00	1.860,00	1.860,00	1.800,00	1.860,00	1.800,00	1.860,00
TOTAL MENSUAL	5.347,50	4.830,00	5.347,50	5.175,00	5.347,50	5.175,00	5.347,50	5.347,50	5.175,00	5.347,50	5.175,00	5.347,50
VENTA TOTAL ANUAL	62.962,50											
30% Estimado anual	18.888,75											

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.7.2.2. Costo de Ventas de Restaurante

Cuadro No. 78

	Precio Prom.	30% del total pax	costo diario
Desayuno Americano	\$ 1,70	6	10,71
Desayuno Especial de la hostería	\$ 2,20	6	13,86
Empanada de Morocho	\$ 0,67	6	4,221
Empanadas de Verde	\$ 0,57	6	3,59
Bolón de verde	\$ 0,45	6	2,84
Cevichochos	\$ 0,59	6	3,72
Choclos con Queso	\$ 0,43	6	2,71
Quimbolitos	\$ 0,51	6	3,21
Trucha ahumada	\$ 1,41	6	8,88
Estofado de Pescado	\$ 1,30	6	8,19
Seco de Pollo o Carne	\$ 1,60	6	10,08
Fritada	\$ 2,30	6	14,49
Hornado	\$ 2,30	6	14,49
Llapingachos	\$ 1,11	6	6,99
Seco de Chivo	\$ 1,17	6	7,37
Arroz con concha y camarón	\$ 2,31	6	14,55
Ceviche de camarón	\$ 1,52	6	9,58
Cazuela de pescado	\$ 1,26	6	7,94
Locro de papa	\$ 0,60	6	3,78
Caldo de pata	\$ 0,82	6	5,17
Bolas de verde	\$ 1,00	6	6,30
Yaguarlocro	\$ 1,44	6	9,07
Aguado de gallina	\$ 1,59	6	10,02
Chupé de pescado	\$ 0,93	6	5,86
Jugos Naturales	\$ 0,50	6	3,15
Agua Natural	\$ 0,30	6	1,89
Agua con Gas	\$ 0,45	6	2,84
Gaseosas	\$ 0,40	6	2,52
Cerveza	\$ 0,90	6	5,67
Frutillas con Crema	\$ 0,83	6	5,23
Duraznos con Crema	\$ 0,83	6	5,23
Arroz con leche	\$ 0,56	6	3,53
Morocho	\$ 0,57	6	3,59
Higos con queso	\$ 0,58	6	3,65
Costos diario de la empresa			214,137
Costo de los 7 meses (31días)			46467,729
Costo de los 4 meses (30días)			25696,44
Costo 1 mes (28días)			5995,836
Costo anual de la empresa			\$ 78.160,01

**COSTO DE VENTAS DE
RESTAURANTE**

DÍAS	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
Desayuno Americano	\$ 332,01	\$ 299,88	\$ 332,01	\$ 321,30	\$ 332,01	\$ 321,30	\$ 332,01	\$ 332,01	\$ 321,30	\$ 332,01	\$ 321,30	\$ 332,01
Desayuno Especial de la hostería	\$ 429,66	\$ 388,08	\$ 429,66	\$ 415,80	\$ 429,66	\$ 415,80	\$ 429,66	\$ 429,66	\$ 415,80	\$ 429,66	\$ 415,80	\$ 429,66
Empanada de Morocho	\$ 130,85	\$ 118,19	\$ 130,85	\$ 126,63	\$ 130,85	\$ 126,63	\$ 130,85	\$ 130,85	\$ 126,63	\$ 130,85	\$ 126,63	\$ 130,85
Empanadas de Verde	\$ 111,32	\$ 100,55	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32
Bolón de verde	\$ 87,89	\$ 79,38	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89
Cevichos	\$ 115,23	\$ 104,08	\$ 115,23	\$ 111,51	\$ 115,23	\$ 111,51	\$ 115,23	\$ 115,23	\$ 111,51	\$ 115,23	\$ 111,51	\$ 115,23
Choclos con Queso	\$ 83,98	\$ 75,85	\$ 83,98	\$ 81,27	\$ 83,98	\$ 81,27	\$ 83,98	\$ 83,98	\$ 81,27	\$ 83,98	\$ 81,27	\$ 83,98
Quimbolitos	\$ 99,60	\$ 89,96	\$ 99,60	\$ 96,39	\$ 99,60	\$ 96,39	\$ 99,60	\$ 99,60	\$ 96,39	\$ 99,60	\$ 96,39	\$ 99,60
Trucha ahumada	\$ 275,37	\$ 248,72	\$ 275,37	\$ 266,49	\$ 275,37	\$ 266,49	\$ 275,37	\$ 275,37	\$ 266,49	\$ 275,37	\$ 266,49	\$ 275,37
Estofado de Pescado	\$ 253,89	\$ 229,32	\$ 253,89	\$ 245,70	\$ 253,89	\$ 245,70	\$ 253,89	\$ 253,89	\$ 245,70	\$ 253,89	\$ 245,70	\$ 253,89
Seco de Pollo o Carne	\$ 312,48	\$ 282,24	\$ 312,48	\$ 302,40	\$ 312,48	\$ 302,40	\$ 312,48	\$ 312,48	\$ 302,40	\$ 312,48	\$ 302,40	\$ 312,48

Fritada	\$ 449,19	\$ 405,72	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19
Hornado	\$ 449,19	\$ 405,72	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19	\$ 434,70	\$ 449,19
Llapingachos	\$ 216,78	\$ 195,80	\$ 216,78	\$ 209,79	\$ 216,78	\$ 209,79	\$ 216,78	\$ 216,78	\$ 209,79	\$ 216,78	\$ 209,79	\$ 216,78
Seco de Chivo	\$ 228,50	\$ 206,39	\$ 228,50	\$ 221,13	\$ 228,50	\$ 221,13	\$ 228,50	\$ 228,50	\$ 221,13	\$ 228,50	\$ 221,13	\$ 228,50
Arroz con concha y camarón	\$ 451,14	\$ 407,48	\$ 451,14	\$ 436,59	\$ 451,14	\$ 436,59	\$ 451,14	\$ 451,14	\$ 436,59	\$ 451,14	\$ 436,59	\$ 451,14
Ceviche de camarón	\$ 296,86	\$ 268,13	\$ 296,86	\$ 287,28	\$ 296,86	\$ 287,28	\$ 296,86	\$ 296,86	\$ 287,28	\$ 296,86	\$ 287,28	\$ 296,86
Cazuela de pescado	\$ 246,08	\$ 222,26	\$ 246,08	\$ 238,14	\$ 246,08	\$ 238,14	\$ 246,08	\$ 246,08	\$ 238,14	\$ 246,08	\$ 238,14	\$ 246,08
Locro de papa	\$ 117,18	\$ 105,84	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18
Caldo de pata	\$ 160,15	\$ 144,65	\$ 160,15	\$ 154,98	\$ 160,15	\$ 154,98	\$ 160,15	\$ 160,15	\$ 154,98	\$ 160,15	\$ 154,98	\$ 160,15
Bolas de verde	\$ 195,30	\$ 176,40	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30
Yaguarloco	\$ 281,23	\$ 254,02	\$ 281,23	\$ 272,16	\$ 281,23	\$ 272,16	\$ 281,23	\$ 281,23	\$ 272,16	\$ 281,23	\$ 272,16	\$ 281,23
Aguado de gallina	\$ 310,53	\$ 280,48	\$ 310,53	\$ 300,51	\$ 310,53	\$ 300,51	\$ 310,53	\$ 310,53	\$ 300,51	\$ 310,53	\$ 300,51	\$ 310,53
Chupé de pescado	\$ 181,63	\$ 164,05	\$ 181,63	\$ 175,77	\$ 181,63	\$ 175,77	\$ 181,63	\$ 181,63	\$ 175,77	\$ 181,63	\$ 175,77	\$ 181,63
Jugos Naturales	\$ 97,65	\$ 88,20	\$ 97,65	\$ 94,50	\$ 97,65	\$ 94,50	\$ 97,65	\$ 97,65	\$ 94,50	\$ 97,65	\$ 94,50	\$ 97,65
Agua Natural	\$ 58,59	\$ 52,92	\$ 58,59	\$ 56,70	\$ 58,59	\$ 56,70	\$ 58,59	\$ 58,59	\$ 56,70	\$ 58,59	\$ 56,70	\$ 58,59
Agua con Gas	\$ 87,89	\$ 79,38	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89	\$ 85,05	\$ 87,89
Gaseosas	\$ 78,12	\$ 70,56	\$ 78,12	\$ 75,60	\$ 78,12	\$ 75,60	\$ 78,12	\$ 78,12	\$ 75,60	\$ 78,12	\$ 75,60	\$ 78,12
Cerveza	\$ 175,77	\$ 158,76	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77

Frutillas con Crema	\$ 162,10	\$ 146,41	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10
Duraznos con Crema	\$ 162,10	\$ 146,41	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10	\$ 156,87	\$ 162,10
Arroz con leche	\$ 109,37	\$ 98,78	\$ 109,37	\$ 105,84	\$ 109,37	\$ 105,84	\$ 109,37	\$ 109,37	\$ 105,84	\$ 109,37	\$ 105,84	\$ 109,37
Morocho	\$ 111,32	\$ 100,55	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32	\$ 107,73	\$ 111,32
Higos con queso	\$ 113,27	\$ 102,31	\$ 113,27	\$ 109,62	\$ 113,27	\$ 109,62	\$ 113,27	\$ 113,27	\$ 109,62	\$ 113,27	\$ 109,62	\$ 113,27
TOTAL MENSUAL	\$ 6.638,25	\$ 5.995,84	\$ 6.638,25	\$ 6.424,11	\$ 6.638,25	\$ 6.424,11	\$ 6.638,25	\$ 6.638,25	\$ 6.424,11	\$ 6.638,25	\$ 6.424,11	\$ 6.638,25
COSTO TOTAL ANUAL	\$ 78.160,01											

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.7.2.3. Costo de Ventas de Recreación

Cuadro No. 79

	Precio Prom.	Cap. Máxima	Costo diario
Paseos a Caballo	\$ 2,00	3	6,3
Pesca Deportiva	\$ 1,50	3	4,725
Ciclismo de Montaña	\$ 1,50	3	4,725
MotoCross (2 Horas)	\$ 5,00	3	15,75
1 Día de Diversión	\$ 10,00	3	31,50
Tour Paz, Amor y Diversión	\$ 27,80	3	87,56
Tour del Cielo	\$ 34,54	3	108,81
Tour Pasión al Aire Libre	\$ 52,81	3	166,34
Costo diario de la empresa			425,70
Costo de los 7 meses (31días)			92377,68
Costo de los 4 meses (30días)			51084,43
Costo 1 mes (28días)			11919,70
Costo anual de la empresa			\$ 155.381,81

COSTO DE VENTAS DE RECREACION

DÍAS	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
Paseos a Caballo	\$ 195,30	\$ 176,40	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30
Pesca Deportiva	\$ 146,48	\$ 132,30	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48
Ciclismo de Montaña	\$ 146,48	\$ 132,30	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48	\$ 141,75	\$ 146,48
MotoCross	\$ 488,25	\$ 441,00	\$ 488,25	\$ 472,50	\$ 488,25	\$ 472,50	\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 472,50	\$ 488,25	\$ 472,50	\$ 488,25
1 Día de Diversión	\$ 976,50	\$ 882,00	\$ 976,50	\$ 945,00	\$ 976,50	\$ 945,00	\$ 976,50	\$ 976,50	\$ 945,00	\$ 976,50	\$ 945,00	\$ 976,50
Tour Paz, Amor y Diversión	\$ 2.714,28	\$ 2.451,61	\$ 2.714,28	\$ 2.626,72	\$ 2.714,28	\$ 2.626,72	\$ 2.714,28	\$ 2.714,28	\$ 2.626,72	\$ 2.714,28	\$ 2.626,72	\$ 2.714,28
Tour del Cielo	\$ 3.373,03	\$ 3.046,60	\$ 3.373,03	\$ 3.264,22	\$ 3.373,03	\$ 3.264,22	\$ 3.373,03	\$ 3.373,03	\$ 3.264,22	\$ 3.373,03	\$ 3.264,22	\$ 3.373,03
Tour Pasión al Aire Libre	\$ 5.156,51	\$ 4.657,49	\$ 5.156,51	\$ 4.990,17	\$ 5.156,51	\$ 4.990,17	\$ 5.156,51	\$ 5.156,51	\$ 4.990,17	\$ 5.156,51	\$ 4.990,17	\$ 5.156,51
TOTAL MENSUAL	\$ 13.196,81	\$ 11.919,70	\$ 13.196,81	\$ 12.771,11	\$ 13.196,81	\$ 12.771,11	\$ 13.196,81	\$ 13.196,81	\$ 12.771,11	\$ 13.196,81	\$ 12.771,11	\$ 13.196,81
TOTAL COSTO ANUAL	\$155.381,81											

TOTAL COSTO ANUALES	\$278.184,60
----------------------------	---------------------

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.7.3. Volumen de Producción y Ventas

En el Punto de Equilibrio las ventas consiguen cubrir básicamente los Costos Totales, eso quiere decir que en esos puntos se cumple que:

$$X = \frac{a}{1 - b}$$

Gracias a esta fórmula podremos tener siempre la cantidad de dólares de producto que a de elaborar y vender la empresa para mantener su punto de equilibrio.

6.8. Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio es una situación en la que la empresa produce y vende un volumen determinado exactamente necesario el cual le ayudará a cubrir la totalidad de todos los costos y gastos que posee la empresa con la finalidad de no tener pérdidas tan solo ganancias para la misma.

Es lógico determinar que si la empresa consigue producir y vender un volumen superior al del punto de equilibrio estimado obtendrá claras ganancias beneficiando hacia a todo el proyecto, y de otra forma si no logra alcanzar el punto de equilibrio determinado sufrirá pérdidas para la organización total en sí.

$$\begin{aligned} \text{Ventas en punto de Equilibrio} &= \text{Costos Fijos} \times \frac{1}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}} \\ \text{Ventas en punto de Equilibrio} &= \$17.082,84 \times \frac{1}{1 - \frac{\$143.439,72}{\$793.044,60}} \end{aligned}$$

$$\text{Ventas en punto de Equilibrio} = \$17.082,84 \times \frac{1}{0,82}$$

$$\text{Ventas en punto de Equilibrio} = \$ 20.854,91$$

El nivel de ventas para no ganar, ni perder es de \$ 20.854,91, este es el punto de equilibrio para la empresa.

$$\text{Porcentaje de Costo Variable} = \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de Costo Variable} = \frac{\$143.439,72}{\$793.044,60} \times 100 = 18\%$$

Los costos variables en el punto de equilibrio son \$ 20.854,91 X 9% = \$3.772,07

Comprobación del Punto de Equilibrio

	Ventas	\$20.854,91
(-)	Costos Variables	\$ 3.772,07
=	Utilidad Bruta en Ventas	\$17.082,84
(+)	Costos Fijos	\$17.082,84
=	Utilidad Neta	\$ -

Aplicación del Punto de Equilibrio

En la práctica, el punto de equilibrio sirve para calcular el volumen de las ventas que debe realizar una empresa para obtener un porcentaje de utilidad

determinada. La formula es la siguiente:

Ventas = Ventas en punto de equilibrio + Porcentaje de Utilidad deseado + %
de Costo variables

Ventas = \$ 20.854,91 + 10% \$ 20.854,91 + 18% \$ 20.854,91

Ventas = \$ 20.854,91 + \$ 2.085,49 + \$ 3.772,07

Ventas = \$ 26.712,48

APLICACIÓN

Ventas		\$ 26.712,48
(-) Costos Variables		1.059,47
= Utilidad Bruta en Ventas		\$ 25.653,01
(+) Costos Fijos		\$ 17.082,84
= Utilidad Neta		\$ 8.570,17

Tabla No. 18

MARGEN DE UTILIDAD				
<u>Utilidad neta</u>	=	<u>\$ 133.871,83</u>	0,17	17%
Ventas		\$ 793.044,60		
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS (ROA)				
<u>Utilidad neta</u>	=	<u>\$ 133.871,83</u>	1,02	102%
Total Activos		\$ 131.887,22		
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO				
<u>Utilidad neta</u>	=	<u>\$ 133.871,83</u>	1,12	112%
Ventas		\$ 120.000		

Elaborado por: Wendy Soria

6.9. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El TIR o Tasa Interna de Retorno de una inversión, está definida básicamente como la Tasa de Interés con la cual el valor actual neto o valor presente (VAN o VPN) la cual es equivalente a cero. Tomando en cuenta que el VAN o VPN será calculado a partir del flujo de caja anual, y para lo cual será importante trasladar todas las cantidades futuras hacia el presente. Además considerando que el TIR es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN:

➤ Tasa de Interés

La Tasa de Interés es el porcentaje en el cual está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinado que se refiere al precio del dinero en el mercado financiero. Además la tasa de interés esta fijada por el Banco Central de cada país hacia los otros bancos y estos a su vez la fijan a las personas en base a los préstamos otorgados; en lo cual una tasa de interés alta incentiva al ahorro y una tasa de interés baja incentiva básicamente al consumo.

➤ Flujo de Caja

En el ámbito financiero el Flujo de Caja o Flujo de Efectivo es la corriente monetaria, de valores positivos como también de negativos, y que una vez actualizada a una cierta tasa de descuento, concretamente a una Tasa de

Costo del Capital o Tasa de Corte y comparada contra la Inversión Inicial de un determinado Proyecto de Inversión, y que dará lugar al Valor Actual Neto. Si se comparará al inicio del proyecto el Flujo de Caja actualizado, conocido como Valor Actual Bruto contra la Inversión Inicial y estos resultados son iguales en valores absolutos pero de signo opuesto, estas se anularán entre sí, el resultado del VAN será básicamente equivalente a cero, dando de esta forma la Tasa Interna de Retorno.

6.10. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto o también conocido como Valor Presente Neto es un término que proviene de la expresión inglesa *Net Present Value*, sus iniciales en inglés son NPV y en español VAN; el cual es un procedimiento que ayuda a calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. Además es importante indicar que el método permite también descontar una determinada tasa de interés equivalente para todo tipo de período. La obtención del VAN constituye además una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos; así como para la administración financiera de la empresa. Con la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+i)^n}$$

Y tomando en cuenta que la fórmula que nos va a permitir calcular el Valor Presente Neto es detallada a continuación:

- La inversión del proyecto, I, se tomar negativamente, ya que corresponde a un desembolso de dinero; N es el número de períodos considerados, Qn son los flujos de caja estimados; i es el tipo de interés, cuando se iguala el VAN a cero y por consiguiente i pasa a llamarse TIR o tasa interna de Retorno.

Tabla No. 19

CALCULO VALOR ACTUAL NETO (VAN)				
$VAN = \frac{FNE}{(1+CO)^n} \text{ Menos Inversión}$				
FCO= Flujo de Caja Operacional				
CO= Tasa de Oportunidad de Capital				
Calculo del TMAR (TASA MINIMA DE RETORNO)				
TASA DE DESCUENTO				
Riesgo País				
8,18%	+	Inflación	+	Tasa Pasiva
		1,34%		4,57%
TMAR	=		14,09%	
TASA = 14,09%				
				1,1409
		$\frac{\$ 15.087,09}{1,1409}$	\$	13.223,85
(1+0,13) ¹	1,141			
		$\frac{\$ 46.104,36}{1,30165281}$	\$	35.419,86
(1+0,13) ²	1,141			
		$\frac{\$ 14.613,78}{1,485055691}$	\$	9.840,56
(1+0,13) ³	1,141			

(1+0,13)4	1,141	<u>\$ 20.849,76</u> 1,694300038	\$	12.305,82
(1+0,13)5	1,141	<u>\$ 60.678,50</u> 1,933026913	\$	31.390,41
(1+0,13)6	1,141	<u>\$ 105.300,56</u> 2,2054	\$	47.746,90
(1+0,13)7	1,141	<u>\$ 155.183,07</u> 2,516129913	\$	61.675,30
(1+0,13)8	1,141	<u>\$ 210.835,49</u> 2,870652618	\$	73.445,14
(1+0,13)9	1,141	<u>\$ 272.813,37</u> 3,275127572	\$	83.298,55
(1+0,13)10	1,141	<u>\$ 341.722,18</u> 3,736593047	\$	91.452,88
		TOTAL	\$	459.799,27
		INVERSION	\$	175.106,56
		VAN	\$	284.692,71

6.11. CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo se considera al conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes, principalmente para realizar la operación del proyecto en sí de forma normal y correcta durante un ciclo productivo para la empresa. Además el capital de trabajo sólo se usa para financiar la operación de un negocio y para dar

margen a poder recuperar la cartera de ventas.

Cuadro No. 80

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	Valor Mensual	Valor Trimestral	Valor Anual
Mano de Obra Directa	8762,76	26288,28	105153,12
Mano de Obra Indirecta	478,60	1435,80	5743,20
Personal Administrativo	3085,55	9256,65	37026,60
Suministros de Oficina	69,25	207,75	831,00
Servicios Básicos	265,00	795,00	3180,00
Imprevistos	50,00	150,00	600,00
Suministros de Limpieza	62,50	187,50	750,00
Total	\$ 12.773,66	\$ 38.320,98	\$ 153.283,92

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.12. VENTAS

6.12.1. Ventas de Alojamiento

Para poder sacar las ventas mensuales se ha realizado una multiplicación de la tarifa de acuerdo al tipo de habitaciones por el número de habitaciones por el 30 y/o 31 días de cada mes del año, y de esto se tomo el 30% estimado de ocupación con la que se estima contar en las cabañas ecológicas principalmente considerando los fines de semana.

6.12.2. Ventas de Restaurante

Fue indispensable tomar en cuenta como datos, los distintos grupos de alimentos con sus tarifas promedio por el número de pax, y por el 0,50 que se ha tomado como referencia para la rotación y los días respectivos de

cada mes del año.

6.12.3. Rotación

Se toma como rotación a la cantidad de personas que ingresan a la empresa y que posteriormente se van desvinculando de la misma por diferentes razones.

6.12.4. Ventas de Recreación

Para las ventas de recreación se toma como datos referenciales a las diferentes actividades turísticas que se pueden realizar en los diferentes paquetes turísticos con los que cuenta la empresa tales como: paseos a caballo, ciclismo de montaña, pesca deportiva, MotoCross, estos multiplicados por el precio de cada uno de estos servicios, esto por el número de personas diarias que utilizarán el servicio y por último por los días del mes dependiendo si termina en 30 o 31 días y de esto podremos tener el valor mensual de las ventas.

Además para las ventas también se tomo como referencia que para la apertura del establecimiento se abrirá los 365 días del año y que para el área de alojamiento principalmente el promedio de alojamiento sería de 3 noches primordialmente y un porcentaje del 30% de ocupación mensual en lo que se refiere al primer año.

VENTAS DE ALOJAMIENTO

Cuadro No. 81

	Costo + 100%	Cap. Máxima
Habitación Simple	\$ 15,00	7
Habitación Doble	\$ 30,00	4
Habitación Matrimonial	\$ 40,00	3
Cap. Máxima diaria	\$ 28,33	21

VENTAS DE ALOJAMIENTO												
MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Habitación Simple	3.255,00	2.940,00	3.255,00	3.150,00	3.255,00	3.150,00	3.255,00	3.255,00	3.150,00	3.255,00	3.150,00	3.255,00
Habitación Doble	3.720,00	3.360,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00
Habitación Matrimonial	3.720,00	3.360,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00	3.600,00	3.720,00
TOTAL MENSUAL	10.695,00	9.660,00	10.695,00	10.350,00	10.695,00	10.350,00	10.695,00	10.695,00	10.350,00	10.695,00	10.350,00	10.695,00
VENTA TOTAL ANUAL	125.925,00											
30 % Estimado anual	37.777,50											

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

VENTAS DE RESTAURANTE

Cuadro No. 82

	100% Precio Prom.	Cap. Máxima	Venta Diario
Desayuno Americano	\$ 3,40	6	21,42
Desayuno Especial de la hostería	\$ 4,40	6	27,72
Empanada de Morocho	\$ 1,34	6	8,44
Empanadas de Verde	\$ 1,14	6	7,18
Bolón de verde	\$ 0,90	6	5,67
Cevichochos	\$ 1,18	6	7,43
Choclos con Queso	\$ 0,86	6	5,42
Quimbolitos	\$ 1,02	6	6,43
Trucha ahumada	\$ 2,82	6	17,77
Estofado de Pescado	\$ 2,60	6	16,38
Seco de Pollo o Carne	\$ 3,20	6	20,16
Fritada	\$ 4,60	6	28,98
Hornado	\$ 4,60	6	28,98
Llapingachos	\$ 2,22	6	13,99
Seco de Chivo	\$ 2,34	6	14,74
Arroz con concha y camarón	\$ 4,62	6	29,11
Ceviche de camarón	\$ 3,04	6	19,15
Cazuela de pescado	\$ 2,52	6	15,88
Locro de papa	\$ 1,20	6	7,56
Caldo de pata	\$ 1,64	6	10,33
Bolas de verde	\$ 2,00	6	12,60
Yaguarlocro	\$ 2,88	6	18,14
Aguado de gallina	\$ 3,18	6	20,03
Chupé de pescado	\$ 1,86	6	11,72
Jugos Naturales	\$ 1,00	6	6,30
Agua Natural	\$ 0,60	6	3,78
Agua con Gas	\$ 0,90	6	5,67
Gaseosas	\$ 0,80	6	5,04
Cerveza	\$ 1,80	6	11,34
Frutillas con Crema	\$ 1,66	6	10,46
Duraznos con Crema	\$ 1,66	6	10,46
Arroz con leche	\$ 1,12	6	7,06
Morocho	\$ 1,14	6	7,18
Higos con queso	\$ 1,16	6	7,31
Venta diario de la empresa			428,27
Venta de los 7 meses (31días)			92935,46
Venta de los 4 meses (30días)			51392,88
Venta 1 mes (28días)			11991,67
Ventas anual de la empresa			\$ 156.320,01

VENTAS DE RESTAURANTE

DÍAS	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
Desayuno Americano	\$ 664,02	\$ 599,76	\$ 664,02	\$ 642,60	\$ 664,02	\$ 642,60	\$ 664,02	\$ 664,02	\$ 642,60	\$ 664,02	\$ 642,60	\$ 664,02
Desayuno Especial de la hostería	\$ 859,32	\$ 776,16	\$ 859,32	\$ 831,60	\$ 859,32	\$ 831,60	\$ 859,32	\$ 859,32	\$ 831,60	\$ 859,32	\$ 831,60	\$ 859,32
Empanada de Morocho	\$ 261,70	\$ 236,38	\$ 261,70	\$ 253,26	\$ 261,70	\$ 253,26	\$ 261,70	\$ 261,70	\$ 253,26	\$ 261,70	\$ 253,26	\$ 261,70
Empanadas de Verde	\$ 222,64	\$ 201,10	\$ 222,64	\$ 215,46	\$ 222,64	\$ 215,46	\$ 222,64	\$ 222,64	\$ 215,46	\$ 222,64	\$ 215,46	\$ 222,64
Bolón de verde	\$ 175,77	\$ 158,76	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77
Cevichochos	\$ 230,45	\$ 208,15	\$ 230,45	\$ 223,02	\$ 230,45	\$ 223,02	\$ 230,45	\$ 230,45	\$ 223,02	\$ 230,45	\$ 223,02	\$ 230,45
Choclos con Queso	\$ 167,96	\$ 151,70	\$ 167,96	\$ 162,54	\$ 167,96	\$ 162,54	\$ 167,96	\$ 167,96	\$ 162,54	\$ 167,96	\$ 162,54	\$ 167,96
Quimbolitos	\$ 199,21	\$ 179,93	\$ 199,21	\$ 192,78	\$ 199,21	\$ 192,78	\$ 199,21	\$ 199,21	\$ 192,78	\$ 199,21	\$ 192,78	\$ 199,21
Trucha ahumada	\$ 550,75	\$ 497,45	\$ 550,75	\$ 532,98	\$ 550,75	\$ 532,98	\$ 550,75	\$ 550,75	\$ 532,98	\$ 550,75	\$ 532,98	\$ 550,75
Estofado de Pescado	\$ 507,78	\$ 458,64	\$ 507,78	\$ 491,40	\$ 507,78	\$ 491,40	\$ 507,78	\$ 507,78	\$ 491,40	\$ 507,78	\$ 491,40	\$ 507,78
Seco de Pollo o Carne	\$ 624,96	\$ 564,48	\$ 624,96	\$ 604,80	\$ 624,96	\$ 604,80	\$ 624,96	\$ 624,96	\$ 604,80	\$ 624,96	\$ 604,80	\$ 624,96
Fritada	\$ 898,38	\$ 811,44	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38
Hornado	\$ 898,38	\$ 811,44	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38	\$ 869,40	\$ 898,38
Llapingachos	\$ 433,57	\$ 391,61	\$ 433,57	\$ 419,58	\$ 433,57	\$ 419,58	\$ 433,57	\$ 433,57	\$ 419,58	\$ 433,57	\$ 419,58	\$ 433,57
Seco de Chivo	\$ 457,00	\$ 412,78	\$ 457,00	\$ 442,26	\$ 457,00	\$ 442,26	\$ 457,00	\$ 457,00	\$ 442,26	\$ 457,00	\$ 442,26	\$ 457,00
Arroz con concha y camarón	\$ 902,29	\$ 814,97	\$ 902,29	\$ 873,18	\$ 902,29	\$ 873,18	\$ 902,29	\$ 902,29	\$ 873,18	\$ 902,29	\$ 873,18	\$ 902,29
Ceviche de	\$ 593,71	\$ 536,26	\$ 593,71	\$ 574,56	\$ 593,71	\$ 574,56	\$ 593,71	\$ 593,71	\$ 574,56	\$ 593,71	\$ 574,56	\$ 593,71

camarón												
Cazuela de pescado	\$ 492,16	\$ 444,53	\$ 492,16	\$ 476,28	\$ 492,16	\$ 476,28	\$ 492,16	\$ 492,16	\$ 476,28	\$ 492,16	\$ 476,28	\$ 492,16
Locro de papa	\$ 234,36	\$ 211,68	\$ 234,36	\$ 226,80	\$ 234,36	\$ 226,80	\$ 234,36	\$ 234,36	\$ 226,80	\$ 234,36	\$ 226,80	\$ 234,36
Caldo de pata	\$ 320,29	\$ 289,30	\$ 320,29	\$ 309,96	\$ 320,29	\$ 309,96	\$ 320,29	\$ 320,29	\$ 309,96	\$ 320,29	\$ 309,96	\$ 320,29
Bolas de verde	\$ 390,60	\$ 352,80	\$ 390,60	\$ 378,00	\$ 390,60	\$ 378,00	\$ 390,60	\$ 390,60	\$ 378,00	\$ 390,60	\$ 378,00	\$ 390,60
Yaguarlocro	\$ 562,46	\$ 508,03	\$ 562,46	\$ 544,32	\$ 562,46	\$ 544,32	\$ 562,46	\$ 562,46	\$ 544,32	\$ 562,46	\$ 544,32	\$ 562,46
Aguado de gallina	\$ 621,05	\$ 560,95	\$ 621,05	\$ 601,02	\$ 621,05	\$ 601,02	\$ 621,05	\$ 621,05	\$ 601,02	\$ 621,05	\$ 601,02	\$ 621,05
Chupé de pescado	\$ 363,26	\$ 328,10	\$ 363,26	\$ 351,54	\$ 363,26	\$ 351,54	\$ 363,26	\$ 363,26	\$ 351,54	\$ 363,26	\$ 351,54	\$ 363,26
Jugos Naturales	\$ 195,30	\$ 176,40	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30	\$ 189,00	\$ 195,30
Agua Natural	\$ 117,18	\$ 105,84	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18	\$ 113,40	\$ 117,18
Agua con Gas	\$ 175,77	\$ 158,76	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77	\$ 170,10	\$ 175,77
Gaseosas	\$ 156,24	\$ 141,12	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24
Cerveza	\$ 351,54	\$ 317,52	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54
Frutillas con Crema	\$ 324,20	\$ 292,82	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20
Duraznos con Crema	\$ 156,24	\$ 141,12	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24	\$ 151,20	\$ 156,24
Arroz con leche	\$ 351,54	\$ 317,52	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54	\$ 340,20	\$ 351,54
Morocho	\$ 324,20	\$ 292,82	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20
Higos con queso	\$ 324,20	\$ 292,82	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20	\$ 313,74	\$ 324,20
TOTAL MENSUAL	\$ 14.108,47	\$ 12.743,14	\$ 14.108,47	\$ 13.653,36	\$ 14.108,47	\$ 13.653,36	\$ 14.108,47	\$ 14.108,47	\$ 13.653,36	\$ 14.108,47	\$ 13.653,36	\$ 14.108,47
VENTA TOTAL ANUAL	\$ 166.115,88											

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

VENTAS DE RECREACION

Cuadro N0. 83

	100% Precio Prom.	Cap. Máxima	Venta diario
Paseos a Caballo	\$ 4,00	6	22,68
Pesca Deportiva	\$ 3,00	6	17,01
Ciclismo de Montaña	\$ 3,00	6	17,01
MotoCross (2 Horas)	\$ 10,00	6	56,70
1 Día de Diversión	\$ 40,00	6	226,80
Tour Paz, Amor y Diversión	\$ 53,59	6	303,87
Tour del Cielo	\$ 71,08	6	403,05
Tour Pasión al Aire Libre	\$ 100,00	6	567,00
Ventas diario de la empresa			1614,11
Venat de los 7 meses (31dias)			350262,50
Venta de los 4 meses (30dias)			193693,55
Venta 1 mes (28dias)			45195,16
Venta anual de la empresa			\$ 589.151,22

VENTAS DE RECREACION

DÍAS	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
Paseos a Caballo	\$ 703,08	\$ 635,04	\$ 703,08	\$ 680,40	\$ 703,08	\$ 680,40	\$ 703,08	\$ 703,08	\$ 680,40	\$ 703,08	\$ 680,40	\$ 703,08
Pesca Deportiva	\$ 527,31	\$ 476,28	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31
Ciclismo de Montaña	\$ 527,31	\$ 476,28	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31	\$ 510,30	\$ 527,31
MotoCross	\$ 1.757,70	\$ 1.587,60	\$ 1.757,70	\$ 1.701,00	\$ 1.757,70	\$ 1.701,00	\$ 1.757,70	\$ 1.757,70	\$ 1.701,00	\$ 1.757,70	\$ 1.701,00	\$ 1.757,70
1 Día de Diversión	\$ 7.030,80	\$ 6.350,40	\$ 7.030,80	\$ 6.804,00	\$ 7.030,80	\$ 6.804,00	\$ 7.030,80	\$ 7.030,80	\$ 6.804,00	\$ 7.030,80	\$ 6.804,00	\$ 7.030,80
Tour Paz, Amor y Diversión	\$ 9.419,87	\$ 8.508,27	\$ 9.419,87	\$ 9.116,00	\$ 9.419,87	\$ 9.116,00	\$ 9.419,87	\$ 9.419,87	\$ 9.116,00	\$ 9.419,87	\$ 9.116,00	\$ 9.419,87
Tour del Cielo	\$ 12.494,43	\$ 11.285,30	\$ 12.494,43	\$ 12.091,39	\$ 12.494,43	\$ 12.091,39	\$ 12.494,43	\$ 12.494,43	\$ 12.091,39	\$ 12.494,43	\$ 12.091,39	\$ 12.494,43
Tour Pasión al Aire Libre	\$ 17.577,00	\$ 15.876,00	\$ 17.577,00	\$ 17.010,00	\$ 17.577,00	\$ 17.010,00	\$ 17.577,00	\$ 17.577,00	\$ 17.010,00	\$ 17.577,00	\$ 17.010,00	\$ 17.577,00
TOTAL MENSUAL	\$ 50.037,50	\$ 45.195,16	\$ 50.037,50	\$ 48.423,39	\$ 50.037,50	\$ 48.423,39	\$ 50.037,50	\$ 50.037,50	\$ 48.423,39	\$ 50.037,50	\$ 48.423,39	\$ 50.037,50
VENTA TOTAL ANUAL	\$589.151,22											

TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 793.044,60
-----------------------------	----------------------

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.13. ESTADO DE RESULTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este estado nos sirve básicamente para analizar de forma detallada las cuentas registradas que se producen tanto de ingresos como de egresos también y de esta forma determinar si ha habido ganancia u pérdida en el ejercicio económico realizado para nuestro proyecto, que para este caso se obtuvo una utilidad neta de \$ 133.871,83 durante el primer año de funcionamiento del proyecto.

Y para esto se tomaron en cuenta como datos: el 3,30% de la inflación de los costos, el 3,30 % de la inflación en los precios y el 2% de incremento de la producción de la empresa.

Cuadro No. 84

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS										
Inflación Costos	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%
Inflación Precio	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%
% Incremento Producción	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	793.044,60	864.418,61	942.216,28	1.027.015,75	1.119.447,17	1.220.197,41	1.330.015,18	1.449.716,55	1.580.191,03	1.722.408,23
(-) Costo de Ventas	371.414,06	383.670,72	396.331,86	409.410,81	422.921,36	436.877,77	451.294,73	466.187,46	481.571,65	497.463,51
(=)Utilidad en Ventas	421.630,54	480.747,89	545.884,43	617.604,94	696.525,80	783.319,64	878.720,45	983.529,09	1.098.619,39	1.224.944,72
(-) Salarios	147.922,92	152.804,38	157.846,92	163.055,87	168.436,71	173.995,12	179.736,96	185.668,28	191.795,34	198.124,58
(-) Gastos Administrativos	16.052,29	16.582,02	17.129,22	17.694,49	18.278,41	18.881,59	19.504,69	20.148,34	20.813,24	21.500,07
(-) Otros Gastos	37.638,32	38.880,38	40.163,44	41.488,83	42.857,96	44.272,27	45.733,26	47.242,46	48.801,46	50.411,91
(-) Gastos Financieros	10.021,98	9.597,38	9.087,22	8.474,24	7.737,74	6.852,82	5.789,57	4.512,05	2.977,09	1.132,79
(=)Utilidad Antes de Impuestos	209.995,03	262.883,73	321.657,63	386.891,51	459.214,98	539.317,83	627.955,96	725.957,95	834.232,27	953.775,36
(-) 15% Participación	31.499,25	39.432,56	48.248,64	58.033,73	68.882,25	80.897,67	94.193,39	108.893,69	125.134,84	143.066,30
(=)Utilidad Antes de Impuestos	178.495,77	223.451,17	273.408,99	328.857,78	390.332,73	458.420,15	533.762,57	617.064,26	709.097,43	810.709,06
(-) 25% Impuestos	44.623,94	55.862,79	68.352,25	82.214,45	97.583,18	114.605,04	133.440,64	154.266,06	177.274,36	202.677,26
(=) Utilidad Neta	133.871,83	167.588,38	205.056,74	246.643,34	292.749,55	343.815,12	400.321,93	462.798,19	531.823,07	608.031,79
Reserva Legal 10%	13.387,18	16.758,84	20.505,67	24.664,33	29.274,95	34.381,51	40.032,19	46.279,82	53.182,31	60.803,18

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.14. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Flujo de Caja Proyectado reporta los ingresos y todos los pagos realizados en efectivo por la empresa en un periodo determinado.

Además es importante recalcar que se explica en este de forma detallada las causas de los cambios en efectivo proporcionando de tal forma toda la información necesaria sobre las diferentes actividades operativas, financieras y de inversión del proyecto realizado.

El Flujo de Caja permite obtener el VAN y TIR precisamente, y para el cual en este caso se obtuvo un VAN de \$ 284.692,71 y un TIR del 32%.

Cuadro No. 85

FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑOS 0	AÑOS 1	AÑOS 2	AÑOS 3	AÑOS 4	AÑOS 5	AÑOS 6	AÑOS 7	AÑOS 8	AÑOS 9	AÑOS 10
INGRESOS											
ACTIVIDADES OPERATIVAS											
SALDO INICIAL		0,00	15.087,09	61.191,45	75.805,23	96.654,99	157.333,49	262.634,05	417.817,12	628.652,61	901.465,98
(+) VENTAS	0	793.044,60	864.418,61	942.216,28	1.027.015,75	1.119.447,17	1.220.197,41	1.330.015,18	1.449.716,55	1.580.191,03	1.722.408,23
(=) SUB TOTAL	0	793.044,60	864.418,61	942.216,28	1.027.015,75	1.119.447,17	1.220.197,41	1.330.015,18	1.449.716,55	1.580.191,03	1.722.408,23
ACTIVIDADES FINANCIAMIENTO											
(+) CRÉDITO BANCARIO	55.106,56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) CAPITAL	120.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(=) SUB TOTAL	175.106,56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ACTIVIDADES INVERSIÓN											
(=) TOTAL DE INGRESOS	175.106,56	793.044,60	864.418,61	942.216,28	1.027.015,75	1.119.447,17	1.220.197,41	1.330.015,18	1.449.716,55	1.580.191,03	1.722.408,23
EGRESOS											
ACTIVIDADES OPERATIVAS											
(-) COSTOS DE VENTAS	0	371.414,06	383.670,72	396.331,86	409.410,81	422.921,36	436.877,77	451.294,73	466.187,46	481.571,65	497.463,51
(-) COSTOS OPERATIVOS	0	222.975,15	230.333,33	237.934,33	245.786,16	253.897,11	262.275,71	270.930,81	279.871,53	289.107,29	298.647,83

(-) SALARIOS	0	147.922,92	152.804,38	157.846,92	163.055,87	168.436,71	173.995,12	179.736,96	185.668,28	191.795,34	198.124,58
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	0	16.052,29	16.582,02	17.129,22	17.694,49	18.278,41	18.881,59	19.504,69	20.148,34	20.813,24	21.500,07
(-) OTROS GASTOS	0	37.638,32	38.880,38	40.163,44	41.488,83	42.857,96	44.272,27	45.733,26	47.242,46	48.801,46	50.411,91
(-) PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	0	0	31.499,25	39.432,56	48.248,64	58.033,73	68.882,25	80.897,67	94.193,39	108.893,69	125.134,84
(-) IMPUESTO A LA RENTA	0	0	44.623,94	55.862,79	68.352,25	82.214,45	97.583,18	114.605,04	133.440,64	154.266,06	177.274,36
(=) SUB TOTAL	0	796.002,74	898.394,03	944.701,12	994.037,05	1.046.639,72	1.102.767,90	1.162.703,17	1.226.752,11	1.295.248,72	1.368.557,10
ACTIVIDADES FINANCIAMIENTO											
(+) CRÉDITO BANCARIO	0	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95
(+) PAGO DE DIVIDENDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(=) SUB TOTAL	0	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95	12.128,95
ACTIVIDADES INVERSIÓN											
(+) TERRENOS	6.960,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) EDIFICIOS	70.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) MAQUINARIA Y EQUIPOS	13.465,95	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) MUEBLES Y ENSERES	13.161,75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) MENAJE Y UTILERÍA	4.727,42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) EQUIPOS DE	1.622,10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

OFICINA												
(+) VEHICULO		20.000,00										
(+)EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		1.950,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) ACTIVOS DIFERIDOS		4.898,36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) CAPITAL DE TRABAJO		38.320,98	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(=) SUB TOTAL		175.106,56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(=) TOTAL DE EGRESOS		175.106,56	808.131,69	910.522,97	956.830,06	1.006.165,99	1.058.768,67	1.114.896,85	1.174.832,11	1.238.881,05	1.307.377,67	1.380.686,04
	Inversión											
(=) FLUJO NETO	-175.106,56		15.087,09	46.104,36	14.613,78	20.849,76	60.678,50	105.300,56	155.183,07	210.835,49	272.813,37	341.722,18
(=) FLUJO ACUMULADO		0	15.087,09	61.191,45	75.805,23	96.654,99	157.333,49	262.634,05	417.817,12	628.652,61	901.465,98	1.243.188,17

Tasa de Descuento	14%
TIR Financiera	32%
	-175.106,56 15.087,09 46.104,36 14.613,78 20.849,76 60.678,50 105.300,56 155.183,07 210.835,49 272.813,37 341.722,18
TIR Inversionista	41%
	-120.000,00 15.087,09 46.104,36 14.613,78 20.849,76 60.678,50 105.300,56 155.183,07 210.835,49 272.813,37 341.722,18
Valor Actual Neto \$	284.692,71

Elaborado por: Wendy Soria Álvarez

6.15. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.15.1. Valor Actual Neto (VAN)

La evaluación financiera realizada a la empresa nos permitirá conocer si el proyecto a implementar tendrá rentabilidad o no. El Valor Actual Neto es la diferencia que existe entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al período de hoy; es decir nos permitirá trasladar los flujos de efectivo de la inversión al tiempo de hoy, es así como en este proyecto el VAN es de: \$ 342.830,73; y este valor nos ayudará a saber el total líquido en efectivo a recibir entre todos los años siguientes de la creación del proyecto.

6.15.2. Tasa Interna de Retorno Financiera (TIR)

La Tasa Interna de Retorno Financiera o TIR es aquella tasa que hace que el valor actual neto del proyecto sea igual a cero. Y es así como para nuestra empresa la Tasa Interna de Retorno Financiera es del 32%.

6.15.3. Tasa Interna de Retorno del Inversionista

Con esta tasa se sabe en porcentaje cuanto es el que gana el inversionista, es así como en nuestro proyecto la tasa de retorno del inversionista es del 41%.

6.15.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

Nos podremos dar cuenta claramente el periodo de tiempo en el cual se podrá recupera la inversión para el proyecto en sí.

Y es así como la inversión de las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge” se

recuperará en: Periodo de recuperación es de 5 años con 8 meses.

Cuadro No. 86

Periodo de recuperación	1 año	15.087,09	\$ 262.634,05	12 meses
	2 año	46.104,36	\$ 175.106,56	8 mes
	3 año	14.613,78		
	4 año	20.849,76		
	5 año	60.678,50		
	6 año	105.300,56		

CALCULO RELACION BENEFICIO COSTOS

$$RB/C = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$$

AÑO	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 793.044,60	\$ 808.131,69
2	\$ 864.418,61	\$ 910.522,97
3	\$ 942.216,28	\$ 956.830,06
4	\$ 1.027.015,75	\$ 1.006.165,99
5	\$ 1.119.447,17	\$ 1.058.768,67
6	\$ 1.220.197,41	\$ 1.114.896,85
7	\$ 1.330.015,18	\$ 1.174.832,11
8	\$ 1.449.716,55	\$ 1.238.881,05
9	\$ 1.580.191,03	\$ 1.307.377,67
10	\$ 1.722.408,23	\$ 1.380.686,04

Cuadro No. 87

INGRESOS ACTUALIZADOS			
	TASA =	14,09%	1,14
(1+0,13) ¹	$\frac{\$ 793.044,60}{1,14}$	\$ 695.104,39	
		1,1409	

(1+0,13)2	1,14	<u>\$ 864.418,61</u> 1,30165281	\$ 664.093,07
(1+0,13)3	1,14	<u>\$ 942.216,28</u> 1,485055691	\$ 634.465,29
(1+0,13)4	1,14	<u>\$ 1.027.015,75</u> 1,694300038	\$ 606.159,31
(1+0,13)5	1,14	<u>\$ 1.119.447,17</u> 1,933026913	\$ 579.116,18
(1+0,13)6	1,14	<u>\$ 1.220.197,41</u> 2,2054	\$ 553.279,55
(1+0,13)7	1,14	<u>\$ 1.330.015,18</u> 2,516129913	\$ 528.595,59
(1+0,13)8	1,14	<u>\$ 1.449.716,55</u> 2,870652618	\$ 505.012,88
(1+0,13)9	1,14	<u>\$ 1.580.191,03</u> 3,275127572	\$ 482.482,29
(1+0,13)10	1,14	<u>\$ 1.722.408,23</u> 3,736593047	\$ 460.956,87
TOTAL INGRESOS ACTUALIZADOS			\$ 5.709.265,42

Cuadro No. 88

EGRESOS ACTUALIZADOS				
		TASA =	14,09%	1,1409
(1+0,13)1	1,14	<u>\$ 808.131,69</u> 1,1409	\$ 708.328,24	
(1+0,13)2	1,14	<u>\$ 910.522,97</u> 1,30165281	\$ 699.512,93	
(1+0,13)3	1,14	<u>\$ 956.830,06</u> 1,485055691	\$ 644.305,85	

(1+0,13)4	1,14	<u>\$ 1.006.165,99</u> 1,694300038	\$ 593.853,49
(1+0,13)5	1,14	<u>\$ 1.058.768,67</u> 1,933026913	\$ 547.725,78
(1+0,13)6	1,14	<u>\$ 1.114.896,85</u> 2,2054	\$ 505.532,65
(1+0,13)7	1,14	<u>\$ 1.174.832,11</u> 2,516129913	\$ 466.920,29
(1+0,13)8	1,14	<u>\$ 1.238.881,05</u> 2,870652618	\$ 431.567,74
(1+0,13)9	1,14	<u>\$ 1.307.377,67</u> 3,275127572	\$ 399.183,74
(1+0,13)10	1,14	<u>\$ 1.380.686,04</u> 3,736593047	\$ 369.503,99
TOTAL EGRESOS ACTUALIZADOS			\$ 5.366.434,69

Cuadro No. 89

CALCULO RELACION BENEFICIO COSTOS	
	$RB/C = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$
RB/C =	$\frac{5709265,42}{\$ 5.366.434,69 + \$ 175.106,56}$
RB/C =	$\frac{\$ 5.709.265,42}{\$ 5.541.541,25}$
RB/C =	$\$ 1,03$

1.- Cuando la Relación Beneficio Costo es $>$ mayor que 1 significa que la inversión es rentable es decir va tener beneficio.

2.- Cuando la Relación Beneficio Costo es $=$ igual que 1 significa que es Indiferente realizar o no el proyecto.

3.- Cuando la Relación Beneficio Costo es $<$ menor que 1 el proyecto no es rentable por lo tanto se desecha.

INTERPRETACION

El proyecto se considera rentable realizar porque la Relación Beneficio Costo es mayor que 1.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

INTRODUCCIÓN

Al empezar el estudio sobre un proyecto de inversión es importante tomar en cuenta todos los efectos externos que puede producir hacia el ámbito geográfico, especialmente natural; ya que se podrían efectuar cambios irreversibles a su entorno habitual de forma positiva u negativa. Y por ello para poder realizar este capítulo se a recopilado información relevante para poder evaluarla, con la finalidad de presentar un trabajo completo con información detallada y correcta sobre el ambiente en el área donde se va a realizar el proyecto en sí, es indispensable tomar en cuenta como primer plano el estado actual del sitio, todos los recursos naturales con los que cuenta el lugar, sin dejar de considerar el medio físico, biológico y sobretodo sociocultural.

Es indispensable que se tome en cuenta y se detallen todos los impactos positivos y negativos que se presentan en el sitio, será importante hacer hincapié cada uno de los procesos a analizar, en cuanto a su diseño, instalación, ejecución y operación para las diferentes áreas con las que contará Las Cabañas Ecológicas Pifo´s Lodge.

Además si es necesario se tomará todas las medidas para mitigación para evitar u reducir impactos negativos que perjudiquen al desarrollo correcto de la ejecución

del proyecto, tomando soluciones claras y efectivas, con la finalidad de que nuestro proyecto sea adecuado para el desarrollo socio-económico de la zona.

7.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO AMBIENTAL

- Incentivar la educación ambiental en la zona y los diferentes programas de control ambiental de todas las actividades recreativas a desarrollar en el proyecto, dirigiéndolas básicamente a la conservación de los recursos naturales disfrutando correctamente de los mismos.
- Determinar los impactos ambientales que podría causar la creación de las cabañas ecológicas, para poder mitigar correctamente y dar soluciones a los diferentes impactos negativos que se podrían presentar.
- Proteger los recursos naturales con los que contamos ya que son nuestro atractivo paisajístico-escénico, turístico y sobretodo económico.

7.2. DEFINICIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

Impacto Ambiental es considerado como una alteración, modificación o cambio en el ambiente originado o producido por los efectos de la actividad humana; aunque debe quedar explícito, que el término impacto no implica negatividad, ya que puede ser positivo y/o negativo.

7.3. IMPORTANCIA DE EVALUAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES

La Evaluación de Impactos Ambientales es considerada como un proceso formal que se emplea básicamente para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo, puesto que detalla el medio físico y socio-

económico en el que se encuentra la empresa.

Pasos de la Evaluación del Impacto Ambiental

1. Un examen previo, para decidir si un proyecto necesita un estudio de impacto y hasta cual será su nivel de detalle.
2. Un estudio preliminar, el cual ayudará a identificar los impactos; es decir su magnitud, significado y sobretodo la importancia de este ante el proyecto.
3. Una determinación del alcance de los impactos con la finalidad de poder garantizar que la Evaluación de Impactos Ambiental pueda brindar una información necesaria y clara.
4. Una investigación minuciosa para predecir y/o evaluar el impacto ambiental.

Este proceso involucra el contraste de diversas opciones:

- La propuesta de medidas moderadas.
- La preparación de un informe denominado Declaración de Impacto Ambiental.
- El seguimiento y la evaluación.

Y ya una vez terminado el proyecto se realiza la auditoria medioambiental respectiva sobre el terreno, para poder establecer hasta que punto se ajustan a la realidad los pronósticos de la Evaluación de Impactos Ambiental, y es así como el término de auditoria medioambiental se aplica en la regulación voluntaria de las prácticas empresariales en función de los valores predeterminados de su impacto ambiental.

7.4. VENTAJAS DE UN ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

- Impulsa el desarrollo de una cultura ecológica.
- Ayuda a conservar el medio ambiente y certifica una mejor calidad de vida para la comunidad actual y también la futura.
- Logra una perfecta planificación de los proyectos a realizar, con la finalidad de prolongar su vida útil.
- Estimula el uso adecuado de los recursos económicos, aprovechando correctamente los recursos naturales que posee la zona en donde se realizará el proyecto en sí.

7.5. SITUACIÓN ACTUAL Y FACTORES AMBIENTALES

El estado actual del ambiente y sus recursos naturales son los siguientes:

7.5.1. Medio Físico

7.5.1.1. Ubicación del Proyecto

Se encuentra ubicada a 35 Km. al Nororiente del Distrito Metropolitano de Quito; el terreno en el cual se realizará el proyecto posee una extensión de 100 hectáreas.

7.5.1.2. Suelo

Los suelos de esta parroquia son considerados como zonas agrícolas importantes. Estos suelos son además considerados de tipo H es decir negros, con presencia de limo o limo arenoso.

Cuadro No. 90

USO DEL SUELO		
USO DEL SUELO	HECTÁREAS	PORCENTAJE
Formación Natural	8.184,83	31,90%
Bosques	1,24	0,04%
Espacios Cultivados	1.267,50	4,90%
Pastos	7.046,19	27,50%
Áreas Urbanas	355,59	1,40%
Quebradas	832,61	3,20%
Áreas Protegidas	7.964,28	31,04%
Total	25.652,24	100%

Fuente: Junta Parroquial de Pifo, Plan Integral de Pifo,2001

La economía de la parroquia de Pifo se basa principalmente en la producción agropecuaria considerándose como su principal fuente de empleo para la gran parte de los pifeños; pero son las empresas florícolas las que ayudan aun más a la economía de la parroquia pues utilizan mano de obra del lugar y por ser este producto tan apetecido en el exterior existen varias empresas dedicadas a su producción; además tomando en cuenta que los suelos de Pifo y sus sectores aledaños son aptos para este cultivo. Entre estas empresas tenemos: Flor Pifo, Agroplantas, Florexcor, Vallesflores, etc.

Además por ser una tierra lo suficientemente fértil se ha logrado cultivar productos como: frutillas, babaco, limón, brócoli, manzana, granadilla, tomate de árbol, entre sus principales productos. La Parroquia de Pifo cuenta con 1.24 hectáreas de bosques, 7964,28 hectáreas de áreas protegidas, 7046,19 hectáreas de pastos, y es por ello que se quiere convertir a la actividad forestal en un pilar económico; pero tomando en consideración que la conservación, restauración y el aprovechamiento sustentable de estos ecosistemas forestales sean prioritarios por

tratarse de espacios protegidos y de esta forma la economía de Pifo mejore cada día más.

7.5.1.3. Clima

La temperatura promedio es de 12° C con una precipitación pluviométrica anual de entre 500 a 100 mm., siendo su promedio cuantificado de 960mm.

7.5.1.4. Aire

Al no poseer grandes fuentes de contaminación de CO₂, debido a los bajos índices demográficos y bajo tránsito de vehículos y al ser una zona natural, rodeada de árboles, su aire es altamente puro.

7.5.1.5. Agua

La Parroquia de Pifo posee en su zona geohidrológica, tres cuencas las cuales son: Río Guarmi Huaico, Río Cari Huayco, Río Guambi y el Río Ayahuaico; entre las cuencas cerradas están las lagunas de Yuyos y Boyeros, además a nivel de la parroquia existen 12 aprovechamientos hidráulicos: 4 son de uso agroindustrial; 8 destinados a los servicio de agua potable de consumo humano. Los acuíferos de la parroquia, presentan condiciones de subexplotación. Esto nos ayudará a realizar un planteamiento al Estado y al Municipio sobre la necesidad de descentralización de la EMAPQ que da un pésimo servicio a la Parroquia.

La mayor dotación de aguas en Pifo son subterráneas y superficiales. En el nororiente de la parroquia, que pertenece al Eje Neovolcánico, se ubican los principales cuerpos de aguas subterráneas, siendo la zona donde se lleva a cabo

su mayor explotación debido a la alta precipitación pluvial de la zona y por ser el área de mayor desarrollo socioeconómico de Parroquia, además existen vertientes de agua como son la Moya y Chantag las mismas que son aprovechadas por los pobladores de la zona.

Al noroeste de la parroquia donde se encuentra la zona montañosa oriental, se caracteriza por la alta precipitación pluvial, existiendo vertientes importantes que desembocan en el río Guambi y Ayahuaico, con un sistema de afluentes superficiales dentro de esta región. Sin embargo, por el bajo nivel de desarrollo socioeconómico de esta zona y por la dificultad técnica y financiera que implica la construcción de infraestructura para la utilización del recurso, los acuíferos de esta gran porción del territorio pifeños se clasifican como subexplotados. Es indispensable mencionar que no existen plantas de tratamiento de aguas residuales para atender el problema de contaminación de agua en la Parroquia de Pifo.

7.5.2. Medio Biológico

7.5.2.1. Flora y Fauna

Se ubica en uno de los sectores con abundante vegetación, además existe una fauna muy amplia y se puede apreciar animales domésticos, silvestres, aves insectos, reptiles y anfibios. Debido a las condiciones climáticas que presenta la zona tenemos diversidad de fauna y flora detallada a continuación.

Tabla No. 20

FAUNA		FLORA	
Especie	Nombre Científico	Especie	Nombre Científico
Conejo de Monte	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Ortiga	<i>Urtica sp.</i>
Lobo	<i>Psudalopex culpaes</i>	Chilca	<i>Braccharis sp.</i>
Sacha cuy	<i>Cavia tschudii</i>	Helecho	<i>Dicksonia sp.</i>
Venado	<i>Odocoileus virginianos</i>	Romero	<i>Rosmarinus oficinales</i>
Oso de anteojos	<i>Tapirus pinchaque</i>	Ruda	<i>Ruta graveofens</i>
Culebra	<i>Ofidium</i>	Marco	<i>Franceira artesoides</i>
Halcón peregrino	<i>Falco peregrinus</i>	Hierba mora	<i>Solanum interandinum</i>
Sapos	<i>Bufo haematiticus</i>	Menta	<i>Mentha piperita</i>
Ardillas	<i>Microscirus mimulis</i>	Manzanilla	<i>Matricaria chamomilia</i>
Rana marsupial	<i>Gastrotheca pseustes</i>	Cedrón	<i>Limpia citriodora</i>
Zorrillo	<i>Carepatus semistratus</i>	Penco	<i>Agave</i>
Quinde	<i>Ensifera ensifera</i>	Floripondio	<i>Brugmansia arborea</i>
Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>	Arrayan	<i>Myrcianthes discolor</i>
Mirlo	<i>Thurdus fuscater</i>	Quishuar	<i>Buddleja americana</i>
Gallinazo	<i>Vultur gryphus</i>	Cabuya	<i>Furcraea andina</i>
Mariposa	<i>Papilionidae</i>	Sigze	<i>Arundo nítida</i>
Escarabajo pelotero	<i>Escarabidae</i>	Malva	<i>Malva peruviana</i>
Mosca	<i>Tabanidae</i>	Paico	<i>Tagetes</i>
Raposa	<i>Marmosa murina</i>	Hizo	<i>Delea coerulea</i>

Fuente: www.fichas.infojardin.com

7.5.2.2. Hábitats Naturales

La flora y fauna que bordea del lugar son propias de la zona, especialmente representado por aves silvestres, también esta rodeado por elevaciones y quebradas que resaltan la belleza escénica del lugar.

7.5.3. Medio Socio-cultural

7.5.3.1. Población

Principalmente se encuentran conformadas por 3 personas que viven en la hacienda y el resto de instalaciones ya mencionadas anteriormente.

7.5.3.2. Roles por grupos edad y género

Generalmente compuesta por tres adultos y un niño.

7.5.3.3. Actividades

Existe plenamente actividad turística por medio de las caminatas, paseos a caballo, deportes extremos y pesca deportiva.

7.5.3.4. Patrimonio Cultural

No existe la presencia de algún patrimonio cultural en la propiedad donde se desarrolla el proyecto en sí.

7.6. CONTAMINACIÓN DEL AIRE

El deterioro del aire constituye un problema en el país; el cual se presenta por diversa circunstancias como son: la cantidad de industrias que arrojan desechos y emanaciones de gas tóxico como son el monóxido de carbono (CO), dióxido de carbono (CO₂), dióxido de azufre y hollín; y el número de automotores que circulan.

7.6.1. Soluciones para evitar la Contaminación Ambiental

- Las personas que se encuentren en las cabañas ecológicas no deberán quemar hojas y basura dentro de la hacienda, ni en sus alrededores, ya que esta combustión produciría contaminación hacia la atmosfera y también originaría incendios forestales.
- Será importante que los visitantes eviten fumar en lugares cerrados.
- Es indispensable mantener todos los aparatos tales como las estufas de gas y los calefones.

- Se deberá colocar diversas jardineras en la parte posterior de las instalaciones con la finalidad de purificar el aire y crear un ambiente sano y puro.
- Se reciclará materiales orgánicos en nuestras instalaciones.
- Se contará con una buena aireación en las diferentes áreas de las cabañas.

7.7. CONTAMINACIÓN DEL AGUA

La contaminación del agua es producida por los residuos industriales, aguas residuales las cuales van deteriorando su calidad, y la hacen no apta para el consumo humano normal ya que podrían crear enfermedades en los visitantes y el personal que labora en nuestras cabañas.

7.7.1. Soluciones para evitar la Contaminación del Agua y ahorrarla

- Se realizará tratamientos de las aguas hervidas provenientes de la cocina y de todos los servicios higiénicos con los que cuentan las cabañas.
- Se a tomado en cuenta para evitar la contaminación del agua en nuestras cabañas que todos los productos de limpieza serán utilizados en cantidades racionales y lo importante que estos productos no sean alcalinos.
- Se ha decidido instalar en todos los desagües unas pequeñas mallas con la finalidad de poder separar los residuos de basura y el líquido.
- Colocaremos en cada uno de los tanques de inodoro una botella con el objetivo de de poder ahorrar un litro de agua cada vez que se tire de la válvula.

- Será importante hacer un mantenimiento adecuado de las tuberías cambiando los empaques que se encuentren en mal estado para evitar goteos desperdiciando de esta forma el agua.
- Se instalará dispensadores de agua en todas las duchas, lavaderos e inodoros para ahorro y beneficio del agua.

7.8. CONTAMINACIÓN DEL SUELO

La pérdida del suelo es considerado como el proceso de degradación más importante debido a la acción del agua, el viento, la acción de los vehículos, la compactación producida por la maquinaria, el pisoteo de los humanos y de los animales también, en conclusión por las diferentes acciones de los procesos erosivos que se dan en la hacienda.

7.8.1. Soluciones para evitar la Contaminación del Suelo

- Será deberá realizar rotación de los cultivos que se realizan en las tierras de la hacienda.
- Será necesario evitar la deforestación, y al contrario realizar actividades de la misma.
- Se utilizará abonos para las plantas.
- Se utilizará para los rellenos y las diversas adecuaciones de las cabañas y demás instalaciones los escombros provenientes de las construcciones.
- No se utilizará pesticidas que puedan alterar el PH del suelo, con la finalidad de dar seguridad a quienes se encargan de los cultivos ya que pueden ser muy peligrosos.
- Se controlará que los visitantes realicen sus caminatas estrictamente por

los senderos que se encuentran entre las cabañas y demás áreas de la hacienda.

Se controlará la maleza que se puede dar dentro de nuestra hacienda y las plagas que se puedan dar en dentro de ella.

- Se ubicará basureros en toda la hacienda y para caminatas largas se dará fundas plásticas a todos los visitantes para evitar que boten los desperdicios en el suelo.

7.9. ACCIONES SOCIO-ECONÓMICAS

- Las acciones para evitar la contaminación ayuda a tener un uso práctico sobre los recursos naturales y de todo el medio ambiente que nos rodea.
- Es muy importante para nuestro establecimiento los beneficios económicos que pueda tener ya que se controlaría los costos por el ahorro en cuanto a los servicios de luz, agua y suministros.
- El poder contar con cultivos propios de calidad de varios productos a utilizar en el restaurante de la hacienda y los que se va a adquirir a proveedores que manejan cultivos orgánicos permitirá ofrecer productos de alta calidad.

7.10. MITIGACIÓN DEL ENTORNO SOCIO-CULTURAL

- Estar comprometidos en colaborar en todo lo que requiera la comunidad y que nos sea posible.
- Es importa que no se incida en cambio culturales, de costumbres y tradiciones de la comunidad.
- Se utilizará la mano de obra de la comunidad en cuanto a la construcción

de las cabañas ecológicas, senderos turísticos y demás instalación del proyecto.

- La población local deberá estar relacionada en la mayor parte de actividades relacionadas con el turismo ecológico, para mejorar su participación económica y que los beneficie aún más, esto a través de talleres y charlas, para motivar a la comunidad; con la finalidad de crear nuevas fuentes de empleo.

7.11. MITIGACIÓN CON RESPECTO A LA FLORA Y FAUNA

- Se va a realizar una señalización turística adecuada en todos los senderos y demás lugares de las cabañas ecológicas.
- Se va hacer educación ambiental a todos los turistas que llegarán a las cabañas ecológicas antes de cada recorrido.
- Se utilizará productos fungicidas y repelentes que sean biodegradables.
- Será prohibido cazar, herir, extraer o introducir especies en nuestras instalaciones.

7.12. MITIGACIÓN CON RESPECTO AL PAISAJE

- Será importante que todos los materiales que se utilicen en la construcción de las cabañas ecológicas, senderos y demás instalaciones tengan armonía con las viviendas de la zona y del paisaje de la región.
- Será indispensable crear lugares adecuados y de carácter escénico con la finalidad de que los turistas se sientan a gusto y que se los conserve.

7.13. MITIGACIÓN DE IMPACTOS NEGATIVOS

- Se reciclará todos los desechos orgánicos utilizándolos como abono para las plantas.
- Se evitará el uso de sustancias químicas que sean tóxicas en desinfectantes.
- Se tratará de no hacer uso de envolturas plásticas que no sean biodegradables.
- Se tomará mucho cuidado con las áreas verdes del establecimiento.

7.14. MITIGACIÓN DE DESPERDICIOS

Es muy necesario hacer mitigación de desperdicios ya que nos permitirá controlar, disminuir todos los efectos que puede producir la contaminación en el ambiente.

- Será importante almacenar correctamente la basura para que su recolección sea muy fácil para quienes se encargan de este trabajo.
- Contaremos con un buen sistema de reciclaje para todo lo que son desechos orgánicos y sólidos.
- Es necesario que la basura se mantenga bien cubierta para evitar que los animales puedan esparcirla en nuestras instalaciones creando malos olores y posibles enfermedades.

7.15. RECICLAJE

- Nos ayudará a ahorrar recursos.
- Evitará la deforestación en toda el área.
- Se podrá lograr un ahorro notable en cuanto a la energía.

- Claramente se disminuirá la contaminación ambiental.
- Permitirá disminuir el pago de impuestos por concepto de recolección de basura.

7.15.1. Materiales que se reciclarán

- En diferentes lugares de nuestras instalaciones se encuentran destinados contenedores de basura separados por colores de acuerdo a los residuos valorizables como por ejemplo: cristal, plásticos, cartón, latas, aceites, materiales textiles, metales, pilas, y demás materiales de naturaleza tóxica o que puedan ser peligrosos; posteriormente se los traslada a una pequeña planta de reciclaje para su correcto almacenamiento.

CAPÍTULO VIII

8. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y BIBLIOGRAFÍA

8.1. CONCLUSIONES

- La Parroquia de Pifo goza de una gran riqueza turística en lo que se refiere a la parte cultural como también natural que podría ser más comercializada. Convirtiendo así en ventajas positivas para potencializar principalmente el desarrollo de ecoturismo en la zona y de esta manera aumentaría la situación económica de la población por tratarse de una iniciativa nueva.

- El análisis situacional nos permitió establecer situaciones favorables como desfavorables, pero gracias a ello se determinaron directrices apropiadas al resto del plan, potencializando todas las oportunidades y fortalezas encontradas; y después de realizar el estudio de mercado y su análisis respectivo se pudo determinar una gran aceptación de los servicios a ofrecer, como también que existe en la actualidad una gran demanda insatisfecha en la zona.

- Al elaborar el estudio organizacional de la empresa se determinó los parámetros necesarios con la finalidad de tener un correcto funcionamiento para poder ofrecer los mejores servicios satisfaciendo las necesidades de todos los clientes y crecer cada día más, en nuestro caso huéspedes de

las Cabañas Ecológicas “Pifo’s Lodge”; tomando en consideración su estructura, su visión, misión, el personal, etc., orientada siempre a cumplir su papel principal como empresa que brinda servicios turísticos de alojamiento, alimentación y recreación, y en nuestro caso especializada en el ecoturismo o turismo de naturaleza y el agroturismo, ya que se busca brindar esparcimiento, relajación y descanso, en medio de la naturaleza.

- Gracias al correcto desarrollo del Estudio de Marketing se pudo desarrollar estrategias de marketing adecuadas para viabilizar la promoción y comercialización de nuestros servicios turísticos que ofrecemos, orientados básicamente a alcanzar el mercado meta que se fijó para las cabañas, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados como empresa y llegando a la conciencia de los clientes potenciales.
- Fue importante establecer un marco legal para la empresa, que cumpla con todos los requisitos necesarios para su correcta constitución, con la finalidad de que la empresa pueda desarrollarse en un futuro tranquilamente y de forma abierta bajo la legislación que establece la constitución del Ecuador.
- Fue necesario establecer en el estudio ambiental diferentes matrices y analizarlas y de ello se crearon importantes planes de mitigación del impacto ambiental, para poder desarrollar turismo sustentable y responsable en la zona; principalmente que no puedan afectar al entorno natural.

- Con el estudio financiero que se realizó para la empresa se pudo demostrar un crecimiento favorable lo cual a permitió establecer indicadores positivos llegando a determinar la factibilidad económica del proyecto y su total consolidación en el mercado actual.

8.2. RECOMENDACIONES

- Se necesario actualizar periódicamente todos los datos utilizados en la elaboración de este proyecto, con la finalidad de que tenga una mayor credibilidad para su consolidación futura y de esta forma poder brindar una mejor seguridad y confiabilidad en todas las decisiones en cuanto a la inversión y el financiamiento.
- Es importante capacitar constantemente a la comunidad de la importancia del ecoturismo en la zona como una nueva alternativa con el fin de aprovechar correctamente los recursos culturales y naturales con los que se cuenta en la parroquia para poder brindar excelentes servicios a los turistas que lleguen al lugar.
- Se recomienda a las autoridades competentes del sector público relacionadas directamente con el turismo, mejorar el registro de ingreso de turistas tanto nacionales como extranjeros para poder identificar claramente los perfiles de los consumidores, sus segmentos de mercado y de su variación, con la finalidad de poder promover de mejor manera los

paquetes turísticos y que estos sean más alternativos y llamativos, para satisfacer con todas sus necesidades y requerimientos.

- Se deberá mantener estándares de calidad en todos los procesos que se llevarán a cabo dentro de la empresa, para poder asegurar un servicio eficaz y de alta calidad que pueda satisfacer las necesidades de quienes nos visitan y nos pueda generar mayor promoción turística a sus conocidos para el bien de toda la empresa.

- Para realizar este proyecto se debe tomar en cuenta todos los parámetros necesarios e indispensables que marquen todos los requisitos que se deben cumplir por parte de la empresa turística para su correcto funcionamiento y su buen manejo a nivel administrativo.

8.3. BIBLIOGRAFÍA

INFORMACIÓN DE LIBROS

- ✓ Baca, Gabriel; Evaluación de Proyectos: Cuarta Edición, México 2001.
- ✓ Cobra, Marcos; Flavio, Azwarg, Marketing de Servicios, Conceptos y Estrategias.
- ✓ Espín, C., Alicia Margarita, Estudio de Factibilidad para la creación de un Restaurante de Comida Ecuatoriana con Entretenimiento y Promoción de la Cultura Ecuatoriana en la Ciudad de Quito, Junio

2010.

- ✓ Gavela C., Paulina, Construcción de Cabañas Ecológicas a los alrededores de la Cascada 'Pailón del Diablo', Parroquia Río Verde, Cantón Baños de Agua Santa para el Desarrollo Turístico del Sector, Febrero 2006.
- ✓ Gómez, Nelson, Guía Turística del Ecuador, impreso por EDIGUIAS C. Ltda., Quito-Ecuador, 2001.
- ✓ Hernández, Díaz, Edgar, Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación, Editorial Trillas, Mayo 2004.
- ✓ Kotler, Philip, Tercera Edición Marketing para Turismo, Editorial Esther, 2005.
- ✓ Kotler, Philip, Fundamentos de Mercadotecnia, Prentice Hall, 1985.
- ✓ Legislación y Normativa Ambiental, Ministerio del Ambiente, 2003, Edición Especial.
- ✓ Ley de Gestión Ambiental del Ecuador, Ministerio del Ambiente, 2004.
- ✓ Luzuriaga, Jorge, Diseño para la Elaboración del Plan de Tesis, Quito-Ecuador, 2002.
- ✓ Maldonado, P. Hernán: Manual de Contabilidad.
- ✓ Plan de Desarrollo Participativo 2002 – 2012 de la Parroquia de Pifo, Consejo Provincial.
- ✓ Plan de Manejo de la Reserva Ecológica Cayambe Coca, elaborado por la Fundación Antisana, 1998.
- ✓ Plan Integral de Desarrollo de la Parroquia de Pifo.
- ✓ Plan de Desarrollo Sustentable, Inventario y Categorización de

Atractivos, Ministerio de Turismo.

- ✓ Philip Kotler, John Bowen, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo.
- ✓ Valls, Joseph Francesc, Gestión de Empresas de Turismo y Ocio: El Arte de provocar la satisfacción, Editorial Gestión 2000.
- ✓ Wilensky, Alberto, Marketing Estratégico.
- ✓ Wearing, Stephen; Neil, John, Ecoturismo: Impacto, Tendencias y Posibilidades, Editorial Síntesis 2000.
- ✓ Zapata, Pedro. Contabilidad General, Segunda Edición.

INFORMACIÓN DE ENTIDADES

- ✓ Ministerio de Turismo
- ✓ Municipio de Quito
- ✓ Biblioteca Municipal
- ✓ Superintendencia de Compañías

INFORMACIÓN DE INTERNET

- ✓ <http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia1/t35.htm>
- ✓ <http://alfonsogu.com/2007/11/04/%C2%BFcuales-son-las-4p-del-marketing-marketing-mix/>
- ✓ <http://www.joyasdequito.com>, Parroquias Rurales de Pichincha, Pifo
- ✓ <http://www.sri.gov.ec>
- ✓ <http://www.quito.gov.ec>

- ✓ <http://www.region.com>
- ✓ <http://www.monografías.com>
- ✓ <http://www.vivecuador.com>
- ✓ <http://www.gestiopolis.com>
- ✓ <http://www.turismo.gov.ec>

ANEXOS

Alimentación

DESAYUNOS

Desayuno Americano	
Pan	0,15
Café en agua ó leche / chocolate	0,40
Jugo Natural	0,70
2 Huevos (revueltos, tortilla, duros, tibios)	0,60
Mantequilla	0,20
Mermelada	0,20
Costo Total	\$ 2,25
Precio Sugerido	\$ 3,57

Desayuno Americano	
Pan	0,15
Café en agua ó leche / chocolate	0,40
Jugo Natural	0,70
2 Huevos (revueltos, tortilla, duros, tibios)	0,60
Mantequilla	0,20
Mermelada	0,20
Frutas Picadas	0,85
Porción de Queso	0,30
Costo Total	\$ 3,40
Precio Sugerido	\$ 4,62

Recetas Estándar

ENTRADAS

Nombre del Plato: Empanadas de Morocho		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Carne de cerdo	gr.	350	2,40
Morocho	gr.	750	0,95
Cebolla blanca	gr.	45	0,35
Zanahoria	gr.	300	0,40
Huevos	u.	3	0,40
Ajo	gr.	25	0,25
Arveja	gr.	250	0,45
Aceite	ml.	600	1,70
Total			\$ 6,90
Total Costo Pax			\$ 0,69
Precio Sugerido			\$ 1,41

Nombre del Plato: Empanadas de Verde		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Carne molida especial	gr.	750	3,50
Plátano Verde	u.	10	0,50
Cebolla blanca	gr.	50	0,45
Pimientos	gr.	50	0,35
Huevos	u.	3	0,45
Pasas	gr.	50	0,30
Aceite	gr.	50	0,15
Total			\$ 5,70
Total Costo Pax			\$ 0,57
Precio Sugerido			\$ 1,20

Nombre del Plato: Bolón de Verde		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Plátano verde	gr.	400	1,60
Queso	gr.	380	1,65
Mantequilla	gr.	250	1,25
Total			\$ 4,50
Total Costo Pax			\$ 0,45
Precio Sugerido			\$ 0,95

Nombre del Plato: Cevichochos		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Chochos	gr.	600	2,35
Limón	gr.	65	0,40
Naranja	gr.	90	0,85
Culantro	gr.	30	0,10
Aceite de oliva	ml.	6	0,40
Salsa de tomate	gr.	350	0,65
Cebolla paiteña	gr.	400	1,10
Total			\$ 5,85
Total Costo Pax			\$ 0,59
Precio Sugerido			\$ 1,24

Nombre del Plato: Choclos con Queso		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Choclos	u.	10	3,00
Queso	gr.	500	2,30
Total			\$ 5,30
Total Costo Pax			\$ 0,53
Precio Sugerido			\$ 0,90

Nombre del Plato: Quimbolitos		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Harina de trigo	gr.	150	0,30
Harina de maíz	gr.	150	0,30
Queso	gr.	200	1,00
Huevos	u.	9	1,35
Mantequilla	gr.	200	0,70
Polvo de hornear	gr.	15	0,15
Hoja de achira	u.	10	0,35
Azúcar	gr.	200	0,25
Pasas	gr.	60	0,70
Total			\$ 5,10
Total Costo Pax			\$ 0,51
Precio Sugerido			\$ 1,07

PLATOS FUERTES

Nombre del Plato: Trucha ahumada		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Truchas	u.	10	12,80
Plátano verde	u.	6	0,30
Comino	gr.	20	0,15
Aceite	ml.	130	0,50
Ajo	gr.	20	0,35
Total			\$ 14,10
Total Costo Pax			\$ 1,41
Precio Sugerido			\$ 2,96

Nombre del Plato: Estofado de Pescado		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Pescado	gr.	3000	6,00
Porción de Arroz	lb.	4	3,20
Ajo	gr.	30	0,70
Limón	u.	8	0,80
Cerveza	cm ³ .	300	0,85
Sal y comino	gr.	100	0,85
Cebolla paiteña	gr.	80	0,25
Pimientos	gr.	100	0,35
Total			\$ 13,00
Total Costo Pax			\$ 1,30
Precio Sugerido			\$ 2,73

Nombre del Plato: Estofado de Pollo ó Carne		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Pollo ó Carne	gr.	5000	7,50
Porción de Arroz	lb.	4	3,20
Ajo	gr.	30	0,70
Limón	u.	8	0,80
Sal y comino	gr.	100	0,85
Cebolla paiteña	gr.	80	0,25
Pimientos	gr.	100	0,35
Papas	gr.	2000	1,50
Tomate riñón	gr.	1000	1,00
Total			\$ 16,15
Total Costo Pax			\$ 1,60
Precio Sugerido			\$ 3,36

Nombre del Plato: Fritada / Hornado		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Carne de Cerdo	gr.	5000	10,00
Cebolla blanca	gr.	100	0,90
Ajo	gr.	50	0,90
Cebolla paiteña	gr.	125	0,45
Papas	gr.	2000	1,50
Agua	cm ³ .	500	0,30
Tomate	gr.	500	0,50
Choclos	u.	10	2,00
Maduro	u.	10	1,00
Tostado	gr.	500	3,00
Lechuga	gr.	500	1,30
Ají	gr.	40	0,30
Sal y comino	gr.	100	0,85
Total			\$ 23,00
Total Costo Pax			\$ 2,30
Precio Sugerido			\$ 4,83

Nombre del Plato: Llapingachos		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Papas	gr.	550	0,40
Queso	gr.	180	0,85
Chorizo	gr.	900	6,70
Cebolla blanca	u.	30	0,25
Lechuga	gr.	60	0,55
Huevos	u.	10	1,50
Achiote en aceite	ml.	300	0,85
Total			\$ 11,10
Total Costo Pax			\$ 1,11
Precio Sugerido			\$ 2,33

Nombre del Plato: Seco de Chivo		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Carne de borrego	gr.	3500	8,70
Laurel	gr.	10	0,25
Cebolla paiteña	gr.	300	0,80
Clavo de olor	gr.	10	0,25
Ajo	gr.	20	0,35

Zanahoria	gr.	80	0,25
Cerveza	ml.	500	0,85
Panela	gr.	15	0,20
Total			\$ 11,65
Total Costo Pax			\$ 1,17
Precio Sugerido			\$ 2,46

Nombre del Plato: Arroz con concha y camarón		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Arroz	gr.	470	0,60
Concha	lb.	900	14,20
Camarón	gr.	460	4,90
Plátano verde	u.	4	0,40
Cebolla paiteña	gr.	35	0,20
Comino	gr.	20	0,15
Pimiento verde	gr.	100	0,35
Pimiento rojo	gr.	100	1,35
Achiote en aceite	ml.	230	0,70
Ají	gr.	5	0,10
Culantro	gr.	30	0,15
Total			\$ 23,10
Total Costo Pax			\$ 2,31
Precio Sugerido			\$ 4,85

Nombre del Plato: Ceviche de camarón		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Camarón	gr.	950	11,90
Aceite	ml.	5	0,20
Limón	gr.	135	0,35
Naranja	gr.	130	0,40
Tomate	gr.	450	0,60
Cebolla paiteña	gr.	600	1,40
Culantro	gr.	65	0,35
Total			\$ 15,20
Total Costo Pax			\$ 1,52
Precio Sugerido			\$ 3,19

Nombre del Plato: Cazuela de pescado		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Corvina	gr.	1100	7,90
Plátano verde	gr.	400	0,40
Orégano	gr.	40	0,35
Maní	gr.	380	0,80
Comino	gr.	30	0,25
Harina de trigo	gr.	50	0,20
Cebolla paiteña	gr.	450	1,15
Pimiento verde	gr.	450	1,15
Cilantro	gr.	50	0,20
Perejil	gr.	50	0,20
Total			\$ 12,60
Total Costo Pax			\$ 1,26
Precio Sugerido			\$ 2,65

SOPAS Y CALDOS

Nombre del Plato: Locro de papa		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Papa	gr.	3300	2,50
Comino	gr.	5	0,15
Cebolla blanca	gr.	200	0,50
Paico	gr.	5	0,10
Ajo	gr.	25	0,20
Crema de leche	gr.	250	1,00
Culantro	gr.	35	0,20
Queso	gr.	200	1,00
Achiote en aceite	ml.	100	0,30
Total			\$ 5,95
Total Costo Pax			\$ 0,60
Precio Sugerido			\$ 1,26

Nombre del Plato: Caldo de pata		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Pata de res	gr.	3000	5,90
Comino	gr.	8	0,20
Mote	gr.	600	0,95
Achiote en aceite	ml.	35	0,10

Perejil	gr.	50	0,20
Leche	gr.	600	0,50
Cebolla blanca	gr.	150	0,35
Total			\$ 8,20
Total Costo Pax			\$ 0,82
Precio Sugerido			\$ 1,72

Nombre del Plato: Bolas de verde		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Plátano verde	u.	35	0,20
Chicharrón	gr.	650	4,95
Manteca de cerdo	gr.	450	0,95
Cebolla blanca	gr.	450	1,00
Huevos	u.	5	0,75
Arroz	gr.	250	1,20
Hueso de res	gr.	550	0,90
Achiote en aceite	ml.	70	0,20
Total			\$ 10,15
Total Costo Pax			\$ 1,00
Precio Sugerido			\$ 2,10

Nombre del Plato: Yaguarlocro		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Menudo de borrego	gr.	1400	7,50
Sangre	gr.	320	1,20
Papa	gr.	2500	1,60
Culantro	gr.	70	0,80
Leche	ml.	550	0,45
Achiote en aceite	ml.	10	0,05
Cebolla blanca	gr.	50	0,15
Cebolla paiteña	gr.	200	0,60
Orégano	gr.	40	0,35
Ajo	gr.	40	0,35
Tomate riñon	gr.	100	0,20
Aguacate	gr.	600	1,10
Total			\$ 14,35
Total Costo Pax			\$ 1,44
Precio Sugerido			\$ 3,02

Nombre del Plato: Aguado de gallina		Número de Pax: 5 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Gallina	gr.	1200	3,80
Cebolla blanca	gr.	150	0,45
Cebolla paiteña	gr.	220	0,65
Culantro	gr.	70	0,80
Papa	gr.	500	0,50
Ajo	gr.	65	0,60
Apio	gr.	500	0,50
Comino	gr.	10	0,25
Papanabo	gr.	350	0,40
Perejil			
Total			\$ 7,95
Total Costo Pax			\$ 1,59
Precio Sugerido			\$ 3,34

Nombre del Plato: Chupé de pescado		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Pescado	gr.	700	6,45
Maní	gr.	180	0,50
Papa	gr.	750	0,70
Leche	ml.	277	0,30
Cebolla blanca	gr.	155	0,50
Culantro	gr.	75	0,80
Total			\$ 9,25
Total Costo Pax			\$ 0,93
Precio Sugerido			\$ 1,95

POSTRES

Nombre del Plato: Frutillas ó Duraznos con Crema		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Frutillas ó Durazno	gr.	2500	7,00
Crema	gr.	1000	1,30
Total			\$ 8,30
Total Costo Pax			\$ 0,83
Precio Sugerido			\$ 1,74

Nombre del Plato: Arroz con leche		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Arroz blanco	gr.	300	1,25
Leche	ml.	1000	1,10
Pasas	gr.	150	0,70
Canela	gr.	10	0,35
Azúcar	gr.	250	0,80
Mantequilla	gr.	25	0,45
Huevos	u.	2	0,30
Vainilla	gr.	5	0,65
Total			\$ 5,60
Total Costo Pax			\$ 0,56
Precio Sugerido			\$ 1,18

Nombre del Plato: Morochó		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Morochó	gr.	600	2,60
Leche	ml.	2000	1,00
Azúcar	gr.	100	0,40
Canela	gr.	25	0,60
Pasas	gr.	50	1,10
Total			\$ 5,70
Total Costo Pax			\$ 0,57
Precio Sugerido			\$ 1,20

Nombre del Plato: Higos con queso		Número de Pax: 10 pax	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo
Higos	gr.	1000	3,00
Canela	gr.	100	2,10
Panela	gr.	145	0,70
Total			\$ 5,80
Total Costo Pax			\$ 0,58
Precio Sugerido			\$ 1,22

ENCUESTA

Genero Femenino _____ Masculino _____

Edad
15 – 20 _____ 21 – 30 _____ 31 – 40 _____ 41 a mas _____

Nacionalidad _____

1.- QUE DESTINOS TURÍSTICOS PREFIERE USTED VISITAR?

- PLAYA _____
- CAMPO _____
- CIUDAD _____
- SELVA _____
- OTROS _____

2.- PORQUÉ MOTIVO LE GUSTA VISITAR ESTOS LUGARES?

- RECREACIÓN _____
- INVESTIGACIÓN _____
- COMERCIO _____
- VISITA A FAMILIARES _____
- VISITA A AMIGOS _____

3.- CUANDO USTED VISITA ESTOS LUGARES QUE HOSPEDAJE LE GUSTARÍA ENCONTRAR?

- HOTEL _____
- CASA DE FAMILIARES _____
- CABAÑAS _____
- HACIENDAS _____
- CASA DE AMIGOS _____

4.- CUAL ES EL TIEMPO DE ESTADÍA EN ESTE LUGAR?

- 1 DÍA _____
- DE 2 A 3 DÍAS _____
- DE 3 A 4 DÍAS _____
- 1 SEMANA _____

5.- CUÁNDO VISITA ESTOS LUGARES CON QUIEN LO HACE?

- SOLO _____
- CON LA FAMILIA _____
- CON AMIGOS _____

6.- LE INTERESARÍA HOSPEDARSE EN CABAÑAS ECOLÓGICAS QUE LE BRINDEN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTACIÓN, RECREACIÓN EN LA PARROQUIA DE PIFO?

SI _____ NO _____

7.- QUÉ ACTIVIDADES RECREATIVAS LE INTERESARÍA REALIZAR EN EL LUGAR?

- CABALGATAS A CABALLO _____
- PESCA DEPORTIVA _____
- CAMINATAS _____
- CICLISMO DE MONTAÑA _____
- DEPORTES EXTREMOS _____
- OBSERVACIÓN DE AVES _____
- ACTIVIDADES AGRO TURÍSTICAS _____
- TODAS LAS ANTERIORES _____

8.- QUÉ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA QUE TENGAN LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS?

- CANCHAS DEPORTIVAS _____
- PISCINA _____
- DISCOTECA _____
- SAUNA Y TURCO _____
- OTRAS _____

9.- CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR EN ESTE TIPO DE LUGAR EN UN FIN DE SEMANA?

- MENOS DE \$40
- \$41 – \$50
- \$51 – \$70
- \$71 – \$100

10.- RECOMENDARÍA UD. VISITAR LAS CABAÑAS ECOLÓGICAS EN LA PARROQUIA DE PIFO?

SI _____ NO _____

ENCUESTA

1.- Considera Ud. que las autoridades de la parroquia están favoreciendo al desarrollo turístico?

Si _____

No _____

2.- Considera Ud. que será beneficiosa la realización de proyectos turísticos en la parroquia?

Si _____

No _____

3.- Señale cual de los siguientes aspectos es mas importante en la parroquia para su desarrollo turístico?

Costumbres y Tradiciones _____

Servicios Básicos _____

Atractivos Turísticos _____

Servicios Turísticos _____

Otros _____

4.- Considera Ud. que la elaboración de unas cabañas ecológicas ayudarían en el desarrollo turístico y económico de la parroquia?

Si _____

No _____

5.- Cómo califica los servicios existentes en la Parroquia de Pifo?

- Excelente _____
- Bueno _____
- Malo _____
- Regular _____

6.-Cuál de los siguientes aspectos negativos considera Ud. afecta más al desarrollo turístico de la Parroquia?

- Falta de Información Turística _____
- Falta de Infraestructura Turística _____
- Falta de Publicidad Turística _____
- Otros Aspectos _____

7.- Usted ha participado o le interesaría participar en alguna actividad turística en la parroquia?

Si _____

No _____

8.-Cuál de las siguientes actividades turísticas le interesaría realizar para el desarrollo de la parroquia?

- Venta de Artesanías _____
- Guianza Turística _____
- Servicios de Alimentación _____
- Alquiler de Caballos _____
- Otros _____

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO BANCARIO

PERIODO	F. PAGO	INTERES	CAPITAL	CUOTA	SALDO
0					55.106,56
1	22/07/2011	849,56	161,19	1.010,75	54.945,37
2	21/08/2011	847,07	163,67	1.010,75	54.781,70
3	20/09/2011	844,55	166,19	1.010,75	54.615,51
4	20/10/2011	841,99	168,76	1.010,75	54.446,75
5	19/11/2011	839,39	171,36	1.010,75	54.275,39
6	19/12/2011	836,75	174,00	1.010,75	54.101,39
7	18/01/2012	834,06	176,68	1.010,75	53.924,71
8	17/02/2012	831,34	179,41	1.010,75	53.745,31
9	18/03/2012	828,57	182,17	1.010,75	53.563,13
10	17/04/2012	825,76	184,98	1.010,75	53.378,15
11	17/05/2012	822,91	187,83	1.010,75	53.190,32
12	16/06/2012	820,02	190,73	1.010,75	52.999,59
13	16/07/2012	817,08	193,67	1.010,75	52.805,93
14	15/08/2012	814,09	196,65	1.010,75	52.609,27
15	14/09/2012	811,06	199,69	1.010,75	52.409,59
16	14/10/2012	807,98	202,76	1.010,75	52.206,82
17	13/11/2012	804,86	205,89	1.010,75	52.000,93
18	13/12/2012	801,68	209,06	1.010,75	51.791,87
19	12/01/2013	798,46	212,29	1.010,75	51.579,58
20	11/02/2013	795,19	215,56	1.010,75	51.364,02
21	13/03/2013	791,86	218,88	1.010,75	51.145,13
22	12/04/2013	788,49	222,26	1.010,75	50.922,88
23	12/05/2013	785,06	225,68	1.010,75	50.697,19
24	11/06/2013	781,58	229,16	1.010,75	50.468,03
25	11/07/2013	778,05	232,70	1.010,75	50.235,33
26	10/08/2013	774,46	236,28	1.010,75	49.999,05
27	09/09/2013	770,82	239,93	1.010,75	49.759,12
28	09/10/2013	767,12	243,63	1.010,75	49.515,50
29	08/11/2013	763,36	247,38	1.010,75	49.268,11
30	08/12/2013	759,55	251,20	1.010,75	49.016,92
31	07/01/2014	755,68	255,07	1.010,75	48.761,85
32	06/02/2014	751,75	259,00	1.010,75	48.502,85
33	08/03/2014	747,75	262,99	1.010,75	48.239,86
34	07/04/2014	743,70	267,05	1.010,75	47.972,81
35	07/05/2014	739,58	271,16	1.010,75	47.701,64
36	06/06/2014	735,40	275,35	1.010,75	47.426,30
37	06/07/2014	731,16	279,59	1.010,75	47.146,71

38	05/08/2014	726,85	283,90	1.010,75	46.862,81
39	04/09/2014	722,47	288,28	1.010,75	46.574,53
40	04/10/2014	718,02	292,72	1.010,75	46.281,81
41	03/11/2014	713,51	297,23	1.010,75	45.984,58
42	03/12/2014	708,93	301,82	1.010,75	45.682,76
43	02/01/2015	704,28	306,47	1.010,75	45.376,29
44	01/02/2015	699,55	311,19	1.010,75	45.065,10
45	03/03/2015	694,75	315,99	1.010,75	44.749,10
46	02/04/2015	689,88	320,86	1.010,75	44.428,24
47	02/05/2015	684,94	325,81	1.010,75	44.102,43
48	01/06/2015	679,91	330,83	1.010,75	43.771,60
49	01/07/2015	674,81	335,93	1.010,75	43.435,66
50	31/07/2015	669,63	341,11	1.010,75	43.094,55
51	30/08/2015	664,37	346,37	1.010,75	42.748,18
52	29/09/2015	659,03	351,71	1.010,75	42.396,47
53	29/10/2015	653,61	357,13	1.010,75	42.039,34
54	28/11/2015	648,11	362,64	1.010,75	41.676,70
55	28/12/2015	642,52	368,23	1.010,75	41.308,47
56	27/01/2016	636,84	373,91	1.010,75	40.934,56
57	26/02/2016	631,07	379,67	1.010,75	40.554,89
58	27/03/2016	625,22	385,52	1.010,75	40.169,37
59	26/04/2016	619,28	391,47	1.010,75	39.777,90
60	26/05/2016	613,24	397,50	1.010,75	39.380,40
61	25/06/2016	607,11	403,63	1.010,75	38.976,76
62	25/07/2016	600,89	409,85	1.010,75	38.566,91
63	24/08/2016	594,57	416,17	1.010,75	38.150,74
64	23/09/2016	588,16	422,59	1.010,75	37.728,15
65	23/10/2016	581,64	429,10	1.010,75	37.299,05
66	22/11/2016	575,03	435,72	1.010,75	36.863,33
67	22/12/2016	568,31	442,44	1.010,75	36.420,89
68	21/01/2017	561,49	449,26	1.010,75	35.971,64
69	20/02/2017	554,56	456,18	1.010,75	35.515,45
70	22/03/2017	547,53	463,22	1.010,75	35.052,24
71	21/04/2017	540,39	470,36	1.010,75	34.581,88
72	21/05/2017	533,14	477,61	1.010,75	34.104,27
73	20/06/2017	525,77	484,97	1.010,75	33.619,30
74	20/07/2017	518,30	492,45	1.010,75	33.126,85
75	19/08/2017	510,71	500,04	1.010,75	32.626,81
76	18/09/2017	503,00	507,75	1.010,75	32.119,06
77	18/10/2017	495,17	515,58	1.010,75	31.603,49
78	17/11/2017	487,22	523,53	1.010,75	31.079,96
79	17/12/2017	479,15	531,60	1.010,75	30.548,37
80	16/01/2018	470,95	539,79	1.010,75	30.008,58
81	15/02/2018	462,63	548,11	1.010,75	29.460,46

82	17/03/2018	454,18	556,56	1.010,75	28.903,90
83	16/04/2018	445,60	565,14	1.010,75	28.338,76
84	16/05/2018	436,89	573,86	1.010,75	27.764,90
85	15/06/2018	428,04	582,70	1.010,75	27.182,20
86	15/07/2018	419,06	591,69	1.010,75	26.590,51
87	14/08/2018	409,94	600,81	1.010,75	25.989,70
88	13/09/2018	400,67	610,07	1.010,75	25.379,63
89	13/10/2018	391,27	619,48	1.010,75	24.760,15
90	12/11/2018	381,72	629,03	1.010,75	24.131,13
91	12/12/2018	372,02	638,72	1.010,75	23.492,40
92	11/01/2019	362,17	648,57	1.010,75	22.843,83
93	10/02/2019	352,18	658,57	1.010,75	22.185,26
94	12/03/2019	342,02	668,72	1.010,75	21.516,54
95	11/04/2019	331,71	679,03	1.010,75	20.837,51
96	11/05/2019	321,24	689,50	1.010,75	20.148,01
97	10/06/2019	310,62	700,13	1.010,75	19.447,88
98	10/07/2019	299,82	710,92	1.010,75	18.736,95
99	09/08/2019	288,86	721,88	1.010,75	18.015,07
100	08/09/2019	277,73	733,01	1.010,75	17.282,06
101	08/10/2019	266,43	744,31	1.010,75	16.537,74
102	07/11/2019	254,96	755,79	1.010,75	15.781,95
103	07/12/2019	243,31	767,44	1.010,75	15.014,51
104	06/01/2020	231,47	779,27	1.010,75	14.235,24
105	05/02/2020	219,46	791,29	1.010,75	13.443,96
106	06/03/2020	207,26	803,48	1.010,75	12.640,47
107	05/04/2020	194,87	815,87	1.010,75	11.824,60
108	05/05/2020	182,30	828,45	1.010,75	10.996,15
109	04/06/2020	169,52	841,22	1.010,75	10.154,93
110	04/07/2020	156,56	854,19	1.010,75	9.300,74
111	03/08/2020	143,39	867,36	1.010,75	8.433,38
112	02/09/2020	130,01	880,73	1.010,75	7.552,65
113	02/10/2020	116,44	894,31	1.010,75	6.658,34
114	01/11/2020	102,65	908,10	1.010,75	5.750,24
115	01/12/2020	88,65	922,10	1.010,75	4.828,15
116	31/12/2020	74,43	936,31	1.010,75	3.891,84
117	30/01/2021	60,00	950,75	1.010,75	2.941,09
118	01/03/2021	45,34	965,40	1.010,75	1.975,69
119	31/03/2021	30,46	980,29	1.010,75	995,40
120	30/04/2021	15,35	995,40	1.010,75	0,00
TOTAL		19.619,36	4.638,53	24.257,89	


S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001141

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
1	Cocina Industrial (6 qmdrs., plancha y horno)		1.700,00	1.700,00
1	Afilador de tigeras y cuchillos		5,65	5,65
1	Armario mxtoconglt. Y refgert. (2 puertas)		2.500,00	2.500,00
1	Aplastador de papas industrial		58,56	58,56
1	Batidor s-s 20"		92,15	92,15
2	Calderos (40sm)		48,12	96,24
2	Campana extractor de olores		1.100,00	2.200,00
4	Cilindros de gar de 45 kg.		145,00	580,00
1	Estanterías		30,00	30,00
2	Extintores de 5lb.		45,00	90,00
1	Horno Industrial		1.200,00	1.200,00
1	Refrigeradora		800,00	800,00
1	Procesador de Alimentos		250,00	250,00
TOTAL USD\$				9.802,60
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE  VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE

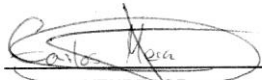
S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001142

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@puntonet.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		
Entrega:		Válido hasta:		
		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
1	Extractor de jugos		72,00	72,00
1	Paila de (60sm)		35,00	35,00
1	Picador de papas		26,35	26,35
1	Microondas mw-1521		120,00	120,00
1	Lavadora de Ropa		860,00	860,00
1	Secadora de Ropa		780,00	780,00
7	Camas de 2 plazas		140,00	980,00
14	Camas de 1y media plazas		110,00	1.540,00
7	Cochones de 2 plazas		130,00	910,00
14	Cochones de 1 y media plazas		90,00	1.260,00
28	Veladores		25,00	700,00
28	Sillas de Madera		15,00	420,00
7	Sillones		45,00	315,00
TOTAL USD\$				8.018,35
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE		
		 VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE

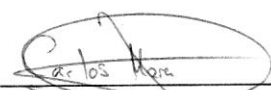
S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001145

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
7	Mesas medianas de madera		80,00	560,00
7	Cafeteras		15,00	105,00
1	Archivador		220,00	220,00
1	Mesa de Centro		200,00	200,00
1	Recibidor		350,00	350,00
2	Sillones		150,00	300,00
1	Escritorio con silla		170,00	170,00
1	Archivador		75,00	75,00
1	Mesa para computadora		25,00	25,00
1	Lámpara		15,00	15,00
3	Sillas de Oficina		26,50	79,50
12	Azucareras		3,00	36,00
80	Copas agua Peldar		0,75	60,00
TOTAL USD\$				2.195,50
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE  VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE


S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001146

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@puntonet.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		
Entrega:		Válido hasta:		
		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
3	Tetera lisa 860 ccc Actualite		9,20	27,60
12	Pimenteros		1,45	17,40
60	Cuchara café		0,44	26,40
60	Cuchara sopera		1,00	60,00
60	Cuchillo trincherero		0,85	51,00
60	Tenedor trincherero		0,85	51,00
12	Paleta de mantequilla		0,70	8,40
50	Plato para café Actualite		1,70	85,00
60	Plato tendido Actualite		4,25	255,00
50	Plato postre Actualite		2,75	137,50
12	Juego de aderesos		8,50	102,00
60	Plato trincherero Actualite		2,52	151,20
50	Plato tasa café Actualite		1,48	74,00
TOTAL USD\$				1.046,50
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE		
				
		VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE

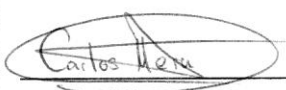
S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001147

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
50	Tasa para café apilable		1,54	77,00
20	Banana Split AV lisa		1,28	25,60
1	Abrelatas Actualite		40,00	40,00
2	Bandeja 14"16		5,55	11,10
3	Bowl 5ltrs.		16,20	48,60
3	Bowl 3ltrs.		12,50	37,50
1	Bowl 2ltrs.		11,00	11,00
2	Bowl 2ltrs. de plástico		5,40	10,80
2	Bowl 6ltrs. de plástico		9,20	18,40
1	Cedazo #5		5,30	5,30
1	Colador sensillo		12,95	12,95
3	Cucharon de 6 onzas		2,60	7,80
2	Cucharon de 8 onzas		2,95	5,90
TOTAL USD\$				311,95
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE  VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE

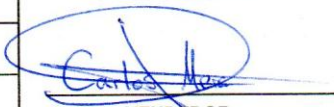
S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001148

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
2	Cucharon de 12 onzas		3,65	7,30
1	Cucharon 32 onzas		10,25	10,25
1	Cuchareta sólida de 38,1sm.		1,90	1,90
3	Cuchillo 3p/carnisero		7,89	23,67
3	Cuchillo normal		5,80	17,40
3	Escurreidores de plástico		4,60	13,80
3	Espátula normal plástica		1,79	5,37
3	Espátula para plancha		7,77	23,31
3	Espátula de alta temperatura		9,00	27,00
3	Jarras de batidos		3,30	9,90
1	Juego de semidores		3,20	3,20
2	Olla 12lts.		11,90	23,80
3	Olla 9lts.		11,20	33,60
TOTAL USD\$				200,50
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE		
				
		VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE


S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001149

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
1	Olla presión 12ltrs.		115,30	115,30
2	Pailas 30cm. Dfámetro		15,90	31,80
3	Pelador de papas		1,76	5,28
3	Pinsas		2,15	6,45
2	Porta cuchillos		1,69	3,38
1	Prensa para ajos		3,10	3,10
2	Rallador S-S 4 lados		4,10	8,20
5	Recipientes para especias		1,90	9,50
2	Sacabocados doble 2,5/3,1 SMS		1,75	3,50
2	Sartén 40mm		35,80	71,60
2	Sartén Work 32cm.		18,50	37,00
2	Sartén antiadherente		30,00	60,00
1	Set cucharas medidoras N-A		3,61	3,61
TOTAL USD\$				358,72
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE  VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE

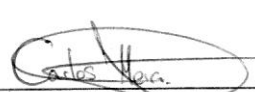
S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001150

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
3	Tablas para picar 38"color		16,35	49,05
28	Sabanas de 1 y media plazas		12,50	350,00
14	Sabanas de 2 plazas		15,00	210,00
28	Sobrecamas		30,00	840,00
45	Cobijas		10,00	450,00
25	Almohadas		5,00	125,00
25	Juegos de toallas		15,50	387,50
25	Rodapiés		6,00	150,00
4	Escobas		2,50	10,00
4	Trapeadores		2,50	10,00
4	Basureros grandes		8,00	32,00
20	Basureros pequeños		3,50	70,00
1	Barra de bar		350,00	350,00
TOTAL USD\$				3.033,55
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE		
		 VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE


S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001151

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
1	Espejo barra		20,00	20,00
4	Lámparas		15,00	60,00
9	Mesas		48,00	432,00
45	Sillas		4,85	218,25
4	Taburetes bar		15,00	60,00
1	Lavadora de 2 pozos en acero inoxidable		1.000,00	1.000,00
2	Muebles de cocina		190,00	380,00
2	Mesas de trabajo de acero inoxidable		250,00	500,00
2	Sillas cocina		8,00	16,00
2	Lámparas		5,00	10,00
2	Mesas de apoyo		25,00	50,00
1	Computadora Portátil		1.100,00	1.100,00
1	Computadora incluye impresora		850,00	850,00
TOTAL USD\$				4.696,25
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE  VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE

S.N. SALGADO NAVARRETE S.C.

RUC: 1791748395001

PROFORMA

Nº 0001152

Dirección: Tumbaco, Eugenio Espejo Lote 9 y Vía Interoceánica
 Teléfono: 2372-441 * Fax: 2376-590 * Email: salgadon@punto.net.ec
 Quito - Ecuador

Ciudad y Fecha:		Quito, 16 de Marzo del 2011		
Señor (es):		Wendy Soria Alvarez		
Dirección:		Tumbaco	Telf.: 2371-132	
Solicitado por:		Wendy Soria Alvarez		Válido hasta:
Entrega:		Forma de Pago:		
Código	DESCRIPCION	Cant.	P. Unit.	V. TOTAL
1	Cajas Registradoras		500,00	500,00
1	Sumadora		55,50	55,50
1	Telefax		142,60	142,60
1	Equipo de sonido		420,00	420,00
2	Parlantes		122,00	244,00
1	Amplificador		180,00	180,00
1	Teléfonos inalámbricos		80,00	80,00
TOTAL USD\$				1.622,10
OBSERVACIONES:		ATENTAMENTE  VENDEDOR		

DEL 1101 AL 1600 OCTUBRE/2010

BLANCO / CELESTE