



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Carrera de Hotelería

Plan de Tesis previa la Obtención del Título de Ingeniero de
Empresas Hoteleras

TEMA:

“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
LA HOSTERÍA CULTURA YUMBO CON CABAÑAS
FAMILIARES EN TULIPE-NANEGALITO
PROVINCIA DE PICHINCHA”

Autor:

Andy Cristóbal Ojeda Panta

Director:

Lcdo. Juan Cruz Albornoz

Co-Director:

Exp. César Acosta

Quito, 2012

DEDICATORIA

Éste Proyecto de Tesis va dedicado a mis padres, que siempre han sido el apoyo incondicional y mi guía, que todo hijo desea tener, gracias a ellos soy la persona quien soy y que me han inculcado a alcanzar todas mis metas que me he propuesto.

También va dedicado a todos mis profesores que me guiaron a lo largo de mi carrera a ser un profesional, ético y responsable con las obligaciones adquiridas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Tecnológica Equinoccial por haberme abierto las puertas y ser el camino para llegar a ser un profesional.

También agradezco a mi familia por todos los consejos recibidos a lo largo de estos cinco años de estudios.

Agradezco a la Facultad de Turismo y Preservación Ambiental, Hotelería y Gastronomía por darme la oportunidad de conocer los medios necesarios para ejercer los conocimientos adquiridos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1. Síntesis histórica.....	9
1.2. Clima.....	25
1.3. Ubicación geográfica y extensión.....	26
1.4. Población.....	27
1.5. Atractivos turísticos.....	28

CAPÍTULO II

2.- ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivo de la investigación.....	34
2.2. Objetivos específicos.....	35
2.3. Análisis de la demanda.....	35
2.3.1. Demanda histórica.....	35
2.3.2. Demanda actual.....	35
2.3.3. Demanda futura.....	36
2.3.4. Universo.....	36
2.4. Análisis de la Oferta.....	37
2.5. Perfil del consumidor.....	38
2.6. Muestra.....	39
2.7. Encuesta a aplicarse a los turistas.....	41
2.8. Encuesta para los habitantes de Tulipe.....	44
2.9. Interpretación de resultados.....	45
3. Conclusión de la Encuesta.....	61
4. Balance Oferta Demanda.....	62

CAPÍTULO III

3. PLAN DE MARKETING

3.1. Introducción.....	64
3.2. Análisis FODA.....	64
3.2.1. Las Fortalezas.....	64
3.2.2. Debilidades.....	66
3.2.3. Oportunidades.....	67
3.2.4. Amenazas.....	68
3.3. Mix De Marketing.....	68
3.3.1. Estrategias Producto.....	68
3.3.2. Estrategias Precio.....	72
3.3.3. Estrategias de Distribución.....	73
3.3.4. Estrategias Promoción.....	74

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Objetivos.....	78
4.2 Tamaño y localización del proyecto.....	78
4.2.1. Macro localización.....	78
4.2.2. Micro localización.....	79
4.3 Áreas del proyecto.....	79
4.4 Ingeniería del Proyecto.....	82
4.5 Equipamiento del proyecto.....	85
4.6 Normas de la buena práctica manufacturera.....	89
4.7. Proceso productivo.....	93
4.7.1.- Recepción de mercadería.....	93
4.7.2 Producción.....	93
4.7.3 Flujo grama del proceso productivo.....	96
4.7.4 Flujo grama de ama de llaves.....	97
4.7.5. Flujo grama de cocina.....	98
4.7.6. Flujo grama del restaurante.....	99

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1.- Organigrama Estructural.....	100
5.3.- Gestión del Talento Humano.....	101
5.4.- Descripción de Funciones.....	101
5.5.- Marco Legal de la Organización.....	105
5.5.1.- Permisos para operar.....	105
5.5.1.1.- Registro Actividad Turística.....	105
5.5.1.2.- Afiliación Cámaras de Turismo.....	106
5.5.1.3.- Licencia Anual de Funcionamiento.....	107
5.5.1.4.- Permiso Sanitario.....	108
5.5.1.5.- Patente Municipal.....	109
5.5.1.6.- Uso de Suelo.....	111
5.5.1.7.- Rótulos y Publicidad Exterior.....	111
5.5.1.8.- Bombero.....	115
5.5.1.9.- Impuesto Predial.....	117
5.5.1.10.- Derechos Autores y Compositores.....	118
5.5.1.11.- Reportes de Huéspedes.....	119

CAPÍTULO VI

6.- Estudio Económico – Financiero

6.1.- Inversiones y Financiamiento.....	121
6.1.1.- Inversiones.....	121
a) Detalle de Activos Fijos.....	122
b) Depreciación.....	126
c) Activos Diferidos.....	126
d) Capital de Trabajo.....	127
6.1.2.- Financiamiento.....	128
a) Activos Fijos.....	128
b) Activos Diferidos.....	128
c) Capital de Trabajo.....	128
6.2.- Costos e Ingresos.....	129

a) Costos al detalle de Producción: Materias Primas.....	131
b) Gastos al detalle de Producción: Gastos de Administración.....	131
c) Gastos de venta.....	134
d) Gastos Financieros.....	134
6.2.2.- Ingresos.....	135
a) Alojamiento.....	135
b) Alimentación.....	136
6.3.- Evaluación Financiera.....	138
6.3.1.- Evaluación.....	138
a) Estado de situación inicial.....	138
b) Cuadro de costos y gastos totales.....	139
c) Estado de pérdidas y ganancias proyectadas.....	139
d) Flujo de Caja.....	140
e) Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).....	141
f) Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).....	142
g) Período de Retorno de la Inversión.....	142
h) Punto de Equilibrio: Para el área de Alojamiento y Alimentos.....	143

CAPÍTULO VII

7. IMPACTO AMBIENTAL

7.1.- Objetivo.....	145
7.2.- Situación actual y factor ambiental.....	145
7.3- Posibles medidas de mitigación.....	146
7.4.- Área de influencia del proyecto.....	147

Conclusiones.....	151
Recomendaciones.....	153
Bibliografía.....	154
Anexos.....	156

Índice de Cuadros y Gráficos

Cuadro Equipamiento del proyecto.....	85
Mapa Orgánico Funcional.....	89

Cuadro Procesos Productivos	93
Flujo grama del proceso productivo.....	96
Flujo grama de ama de llaves.....	97
Flujo grama de cocina.....	98
Flujo grama del restaurante.....	99
Organigrama Estructural.....	100
Cuadro No. 1 Estudio Económico y Financiero.....	121
Cuadro No. 2 Cuadro de Inversión y Financiamiento	122
Cuadro No. 3 Detalle de Activos Fijos.....	122
Cuadro No. 4 Depreciación	126
Cuadro No. 5 Activos Diferidos.....	127
Cuadro No. 6 Capital de Trabajo.....	127
Cuadro No. 7 Financiamiento	128
Cuadro No. 8 Tabla de Amortización.....	129
Cuadro No. 9 Ventas Alojamiento.....	129
Cuadro No. 10 Ventas del Restaurante.....	130
Cuadro No. 11 Materia Prima	131
Cuadro No. 12 Mano de Obra.....	133
Cuadro No. 13 Gastos Administrativos.....	133
Cuadro No. 14 Servicios Básicos	133
Cuadro No. 15 Gastos de Ventas	134
Cuadro No. 16 Gastos Financieros.....	134
Cuadro No. 17 Ingresos Alojamiento.....	135
Cuadro No. 18 Proyección a un año.....	135
Cuadro No. 19 Ingresos Alimentación.....	136
Cuadro No. 20 Evaluación Financiera.....	138
Cuadro No. 21 Costos de Operación proyectados.....	139
Cuadro No. 22 Flujo de Caja.....	140
Cuadro No. 23 Valor Actual Neto	141
Cuadro No.24 Tasa interna de retorno.....	142
Cuadro No. 25 Período de Recuperación de la Inversión.....	142
Cuadro No. 26 Punto de Equilibrio.....	143

INTRODUCCIÓN

Actualmente el Ministerio de Turismo está estudiando la creación de cabañas familiares con el fin de desarrollar el turismo en las diferentes zonas del país y así lograr el desarrollo de los pobladores de las zonas en donde se crean este tipo de establecimientos.

En el sector de Tulipe - Nanegalito, se busca la manera de generar un ingreso económico al lugar, ya que tiene una riqueza ancestral que muchos ecuatorianos no conocen su existencia, además de una flora y fauna extensa, que será un nuevo punto de destino para las personas que deseen salir de la ciudad para estar un momento junto con su familia.

Es muy relevante ya que se encuentran actualmente realizando muchos estudios de factibilidad de un proyecto en Tulipe, pero la gran mayoría son proyectos civiles y no hoteleros.

PROPÓSITO

El propósito de este proyecto de factibilidad para la creación de la Hostería Cultura Yumbo con cabañas familiares en Tulipe-Nanegalito en la Provincia de Pichincha.

Ya que actualmente no cuenta con una infraestructura hotelera adecuada que satisfaga las necesidades de los turistas que visitan Tulipe.

3. Objetivos:

3.1 Objetivo General:

- Proponer la creación de la Hostería Cultura Yumbo con cabañas Familiares en el Sector de Tulipe - Nanegalito, con el fin de fomentar la cultura y biodiversidad del sector.

3.2 Objetivos Específicos:

- Realizar un estudio de mercado para definir la demanda potencial para el lugar.
- Diseñar estrategias de marketing para aumentar el número de visitantes hacia la localidad.
- Demostrar la factibilidad económica del proyecto, con el fin de poder aplicarlo.
- Analizar el impacto ambiental que tendrá el proyecto, de tal manera que no afecte el ecosistema de la zona.
- Realizar una capacitación a los pobladores en productos y servicios quienes van a ser parte del proyecto
- Determinar los documentos legales que requiere en proyecto para su apertura
- Elaborar un plan de uso de materiales para la construcción de las cabañas

Marco Conceptual

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados

por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje¹;

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.²

Disposiciones Generales

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

Art. 8.- Hotel.- Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

Art. 15.- Hoteles Residencia.- Es hotel residencia todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en

¹REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.- Registro Oficial 244 - 5 de Enero del 2004

²REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.- Registro Oficial 726-17 de Diciembre del 2002

general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.

Los hoteles residencias deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hoteles de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor, cocina y habitaciones.

Art.16.- Hoteles apartamento o apart-hotel.- Es hotel apartamento, o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería.

Art. 17.- Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Art. 18.- Pensión.- Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis.

Art. 22.- Hostales residencia.- Es hostal residencia todo establecimiento que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer los

servicios de comedor y tendrá un máximo de veintinueve habitaciones y un mínimo de doce.

Los hostales residencia deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hostales de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor y cocina.

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 24.- Refugio.- Es refugio todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas.

Art. 25.- Motel.- Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día.

Art. 31.- Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de

sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Art. **35.-** Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.³

Metodología de Investigación:

Métodos:

1.1.- Método Histórico.- Se empleará este método para analizar hechos del pasado para traerlos en forma lógica al presente, que servirá para realizar las mejores estrategias de mercadeo.

1.2.- Método Inductivo.- Se va a utilizar este método para analizar la situación actual, tomar decisiones para aumentar el número de turistas que visitan este lugar.

1.3.- Método deductivo

Este método comprende desde lo general a lo particular, es decir tomar un hecho general y desglosarlo a cada una de las particularidades.

³REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS - Decreto Ejecutivo 3400Registro Oficial 726 de 17 de Diciembre del 2002

1.4. Método analítico

Se empleará este método para separar en capítulos y subtemas, para observar, describir, examinar, descomponer, enumerar y darle un orden lógico a la tesis.

1.5. Método sintético

Unir todo lo analizado en el método analítico, para llegar a la conclusión de la factibilidad o no de este proyecto.

1.6. Método descriptivo

Se utilizará este método para describir hechos que se susciten en el momento de la elaboración de la tesis.

Técnicas

2.1. - Las encuestas ayudarán para estudiar los gustos y preferencias del mercado e informar anticipadamente si el proyecto es aceptado por el mercado. Para determinar el tamaño De la muestra que será investigado se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{((N-1) * E^2) + (Z^2 * P * Q)}$$

2.2.- Por medio de la observación se va a verificar situación social, económica, y cultural del sector.

2.3.- Las entrevistas servirán para obtener información por parte de las agencias de viaje para definir los requisitos necesarios para una posible alianza.

Instrumentos

3.1.- Cuestionarios serán usados para las determinar necesidades de los pobladores del lugar, apreciación del proyecto y posibles conflictos.

3.2.- La fichas ayudarán analizar datos informativos del desarrollo del sitio en el período de 5 cinco años,

Hipótesis

La creación de Cabañas Familiares en el Sector de Tulipe - Nanegalito, contribuirá a fomentar el turismo en la zona e incrementar el nivel de vida de sus pobladores.

CAPÍTULO I

1.- GENERALIDADES

1.1.- SÍNTESIS HISTÓRICA

1.1.1.- ESCENARIO CULTURAL DE TULIPE

El origen y significado del vocablo⁴ Tulipe es desconocido, aunque por su terminación parecería tener alguna relación con el grupo lingüístico macro chibcha. Los nombres de muchas quebradas, esteros y ríos de la zona terminan en pi o en su equivalente pe, bi, be, como Mashpi, Charapi, Camapi, Yaupi, Ingapi, Saguanabi, Canchupi, etc. La diferencia vocálica se debe únicamente a la transcripción que se dio de la fonética de las lenguas aborígenes a la escritura española: Palupe, Milpe, Cholupe, Piripe, Llullupe, Guayacape, Chiguilpe, Tutupe, Anope, Chugüipe, Tulipe, etc. En aquellas lenguas -de las cuales está vigente todavía el Colorado o Tsafiqui- esta terminación pi, significa río o agua, elemento natural que todas las culturas adoptaron como fundamental, no sólo por su carácter utilitario sino también como elemento sagrado de purificación.

De esta breve aproximación lingüística, el término Tulipe o Tulipi provendría de dos raíces: de tuli y de pi o pe. La segunda raíz guarda concordancia absoluta respecto del nombre del pequeño río o con “el agua que pertenece a esa quebrada”; mientras la primera tuli, tula o tul sugiere varios significados:

1- Si esta primera raíz es contemporánea con el origen chibcha de la segunda y, siendo aquella lengua proveniente de Centroamérica, es probable que se haya dado una amplia expansión del término y tenga el

⁴ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006

mismo significado norteño de Tula, nombre con el que se conoce a las ruinas arqueológicas de la mítica ciudad de TollanXicocotitlán, capital del reino tolteca y fundada por emigrantes de Teotihuacán y grupos toltecas nómadas hacia el año 856 d.C. En este caso su significado es carrizo, importante material utilizado en la construcción de esa región mesoamericana, y que haría referencia a las cañas guadúas (*Bambusa guadua*) también existentes en la zona de Tulipe; es decir, podría significar el agua de las guadúas o el río de las guadúas.

En un contexto más andino, el topónimo o la raíz tula correspondería a la palabra derivada del quichua tola (recuérdese que en este idioma no existe la vocal o), cuyo significado se refiere a los montículos artificiales precolombinos de los que habla la arqueología ecuatoriana y que en esta zona noroccidental de Pichincha, como se ha visto, son extraordinariamente abundantes. De hecho el río Tulipe desciende desde el muy conocido barrio llamado Las Tolas. En este caso, el significado total sería: el agua de las tolas o el río de las tolas.

Algunos habitantes locales aseveran que el nombre del río y por tanto de las piscinas, pudo haberse inspirado en los tulipanes que existían en la zona y que "en su honor se denominó así en tiempos pasados", recortándole la última sílaba.

En este estudio, se opta por la segunda interpretación: río o agua que viene de las tolas. Este significado sugiere o permite una asociación cultural estrecha entre el contenido sagrado del agua que se depositaba en las estructuras hundidas de las piscinas y los montículos piramidales de las tolas que circundaban al centro ceremonial. Las evidencias arqueológicas, tanto de las tolas como de las piscinas y no se diga del río, están allí y se las puede comprobar.

Según la datación arqueológica, hace 1.200 a. C. (período de

Integración), la nación yumbo comenzó a construir sus centros sagrados destinados a la formación de sabios, culto a dioses cósmicos, estudio de la astronomía, planificación geométrico- ritual, medición y cálculo del tiempo.

Para construir este centro, el más complejo de todos, los pobladores yumbos escogieron el único y alargado valle que se orienta de oeste a este, en cuya entrada se unen dos quebradas y forman el río Tulipe. Es un espacio natural rodeado de onduladas colinas que en este estudio hemos denominado valle sagrado de Tulipe.

Para la construcción de las primeras estructuras, se trazaron diseños geométricos partiendo de la cuadratura del círculo y de la cruz cuadrada, mientras que para las últimas estructuras acudieron al complejo sistema de los ángulos rectos, del círculo y de elementos simbólicos, posiblemente el felino y el sol.

En esos diseños y formas geométricas están reflejados o figurativamente representados el agua y los dioses tutelares: el sol, la luna, el puma. Allí subyacen los posibles mitos, creencias, doctrinas, conocimientos y la vivencia espiritual del pueblo yumbo.

1.1.2.- LAS TOLAS, ARQUITECTURA PIRAMIDAL Y MANEJO DEL TERRITORIO YUMBO⁵

De la información precedente, abstraemos la referencia a la función de las tolas: asegura que sirvieron para sepulturas o tumbas, criterio que desde entonces siempre se ha mantenido. De las observaciones en tolas huaqueadas podemos decir que aquello no es enteramente acertado.

⁵ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 21

Efectivamente, la mayoría, especialmente las de gran área constructiva, no evidencian claramente una utilización asociada a rituales funerarios. Si algo cabría afirmar es que, por su complejidad cualitativa y cuantitativa, las tolas constituyen un elemento diagnóstico de una sociedad organizada capaz de levantar monumentos, aplicando conocimientos, técnicas y sistemas avanzados.

El diseño arquitectónico que predomina en estos monumentos de tierra incluye los siguientes detalles: las tolas son pirámides truncas,- su plataforma trunca es geométrica, en su mayoría de forma rectangular, a veces cuadrada y en pocos casos ovoidal,- de su eje mayor salen las rampas o accesos; estas rampas se hallan en los extremos del eje mayor.

Las tolas que se hallan cerca al centro ceremonial de Tulipe tienen justamente su eje mayor orientado hacia este lugar; pero a medida que se alejan las restantes tolas guardan una orientación parcialmente similar a la del piedemonte sobre la que se levantan.

Adicionalmente, los caminos antiguos o culuncos siempre están vinculados a los sitios nucleados y cruzan por medio de las tolas. Si se prefiere interpretarlo de otra manera, el tránsito, intercambio y en general todas las actividades cotidianas se realizaban por los culuncos que atraviesan las áreas nucleadas, sugiriendo que la movilización se efectuaría por las zonas pobladas dentro de circuitos controlados

Los tamaños (áreas constructivas) son bastante variados, dependiendo del sitio concreto donde estén ubicadas. Esa variabilidad de tamaño y ubicación, en nuestro criterio, tiene significados jerárquicos: las tolas mayores habrían pertenecido a personajes de alto rango, mientras que las medianas y menores corresponderían a personajes dependientes de los anteriores, concluyéndose la presencia de al menos tres grupos jerárquicamente bien diferenciados: el jefe de la etnia, uno o más subjefes

intermedios y luego toda la población subordinada.

Con tales aseveraciones queremos decir que la funcionalidad de estos monumentos yumbos era múltiple y variada; simbólicamente conllevaba significados de jerarquía, religiosidad, observación astronómica, geometrismo, control del espacio, integración social y, en ciertos casos, ritualismo funerario.

1.1.3.- LOS PETROGLIFOS. MENSAJES YUMBO “ESCRITOS” EN PIEDRA⁶

Entre las quebradas principales -que en la zona de Pacto descienden hacia el Guayllabamba- se encuentra la del río Chirape que permanentemente fluye con un volumen aproximado de 3 m³ de agua por segundo, pero que en temporadas invernales crece hasta el triple, arrastrando consigo todo tipo de rocas, troncos y sedimentos húmíferos.

En esta quebrada del Chirape y en otras que circundan a Tulipe - aparentemente desvinculados de las pirámides o tolas-, se encuentran varios monolitos, que claramente testimonian un uso gráfico aplicado por los yumbos.

Se trata de grandes piedras semi sumergidas en el agua y en determinadas quebradas, bajo la protección de espesos follajes. En su cara superior, generalmente más plana que las otras, dejan ver una serie de grabados repetitivos que se distribuyen de manera racional y equidistante.

La presencia de las espirales y de los círculos concéntricos, tan evidente

⁶ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 29

en los petroglifos recientemente descubiertos en el río Chirape, también demuestra el manejo de la grafía simbólica por parte de los sabios y artistas de la nación Yumbo.

Estos habitantes ancestrales -al igual que los pueblos de la Amazonia y en menor escala los del callejón interandino- dejaron plasmada estéticamente en esos monolitos una serie de signos que traducían su cosmovisión, religiosidad y cultura intangible. Asignar una cronología a un vestigio de esta naturaleza en piedra, a partir de su mera constitución física, resulta no confiable y bastante difícil.

1.1.4.- PETROGLIFO CHIRAPE (1)⁷

Los signos fueron grabados o tallados con un “cincel” de mayor dureza que la roca, probablemente metálico o lítico, formando surcos de un ancho promedio entre 1.05 a 2 cm. y una profundidad de 2 a 4mm. que a menudo hace que, a simple vista y cuando la roca está seca, pasen esos, detalles incisos. Una vez ubicada geo-espacialmente la piedra, y con el afán de descubrir los mínimos detalles graneados, se procedió con cepillos plásticos muy ligeros a retirar toda la micro-vegetación que había crecido en la superficie.

La mayor parte de los signos (aproximadamente un 90%), de connotación simbólica trascendente, se encuentra en perfecto estado de conservación, quizá por la contextura granulométrica de la piedra y la ausencia de actividades antrópicas cercanas. Este petroglifo tiene un total de veinticuatro signos, distribuidos indistintamente entre diseños de círculos concéntricos, círculos simples y espirales, destacándose entre ellos una figura antropomorfa que se compone de las mismas figuras geométricas

⁷ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 31

ya citadas. Tanto los círculos concéntricos como la alargada espiral que gira sobre su periferia tienen una connotación simbólica trascendente.

La lectura semiótica del diseño total del petroglifo determina que su mensaje es astronómico, religioso y creativo: soles en permanente crecimiento, luna o lunas biconcéntricas, cosmos espirales en movimiento y tendiendo al infinito,- y, en medio de todo este universo, el personaje antropomorfo, definiéndose como el ser estelar y procreador.

Por asociación y por encontrarse entre las evidencias del contexto Yumbo, se asume que debió ser grabada como mensaje simbólico, real y directo, durante el período de integración (500-1500 d. C) y, más concretamente entre 800 d. C. y 1660 d. C., período manejado en Tulipe en base a las dataciones cronológicas del análisis del C 14.

1.1.5.- PETROGLIFO CHIRAPE (2)⁸

Se encuentra sobre la cuenca del río Chirape, en una cota aproximada de 1.200 m.s.n.m., cerca de la población de Pacto. Este monolito moldeado por milenarios arrastres de cantos rodados a lo largo del Chirape tiene un perímetro ovalado y su origen es probablemente ígneo, por lo que todavía conserva una coloración habano-amarillenta. Quienes intervinieron en la elaboración de los dos petroglifos conocieron y aplicaron la misma técnica de tallado, y que probablemente fue ejecutado por un mismo grupo.

El grado de conservación es regular, al menos comparándolo con el primero. Ha sido afectado por el clima, la micro-vegetación y la erosión causada por el agua que permanentemente corre sobre gran parte de la piedra. En el diseño general de este petroglifo, el signo predominante es

⁸ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 32

la espiral (30 de 42) que cosmológicamente se vincula al retorno del mismo principio, crecimiento y decrecimiento,- se presenta como la serpiente que deviene en movimiento permanente (Milla, 1990). Aquí se plasma la mitología andina del movimiento, agua, luna, renacer, retorno, vida, etc. que explicaba la unicidad del gran Ser y su plurimanifestación en seres concretos.

1.1.6.- PETROGLIFO CHIRAPE (3)⁹

Impresiona por su gran tamaño, cuya cara plana donde se hallan los signos alcanza una superficie de 15 m² (5 m. por 3 m.), destacándose sobre ella una espiral de 30 cm. de diámetro. El tallado y grabado lo realizaron de manera similar, pero a diferencia de los anteriores, la piedra se encuentra totalmente limpia y muy bien conservada. El diseño general está compuesto básicamente de dos espirales. Al igual que en la valoración de los signos de los diseños anteriores, diremos que las espirales incisas en este petroglifo se vinculan con el origen esencial, crecimiento y decrecimiento, retorno al principio, la serpiente en movimiento, etc. Pertenece al mismo horizonte cronológico del pueblo yumbo (800 d. C -1660 d. C), dentro del período de Integración.

1.1.7.- CENTROS CEREMONIALES

En esta sección del estudio, se describirá la posible utilización de los espacios por los pobladores yumbos, de acuerdo a las edificaciones que se han podido analizar, la disposición de las mismas en la geografía del lugar, y mediante comparaciones pertinentes con otras culturas del área americana.

⁹ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 33

Las formas geométricas que tienen las piscinas de Tulipe, la distribución y organización de todo el conjunto, el emplazamiento especial en un valle, su orientación de este a oeste, la presencia de varios elementos al parecer más simbólicos que utilitarios, inducen a hablar de este y otros sitios del subtrópico quiteño, más con un enfoque interpretativo que descriptivo. Son detalles que obligan a buscar y encontrar su significado. De allí que a lo largo de esta obra se insista en un análisis que supere la mera descripción e inclusive en que se asigne el calificativo de ceremoniales a aquellos sitios.

1.1.7.1.- Aproximación a la utilización ceremonial de los espacios¹⁰

Para demostrar su agradecimiento y reciprocidad con los dioses tutelares el hombre seleccionó lugares especiales en los cuales -mediante ceremonias mágico-religiosas presididas por sus sacerdotes intermediarios- se aseguraban del beneplácito, aceptación y glorificación de tales deidades.

Allí se plasmaban los mitos, ritos y símbolos de tal manera que los creyentes eran capaces de reconocerlos en el trazado geométrico, en la geografía local y circundante y en los mismos sistemas constructivos de la arquitectura civil y religiosa de esos centros ceremoniales. Allí acudían para informarse sobre los períodos de la siembra, la cosecha, las fiestas e inclusive para la reproducción efectiva y saludable del mismo grupo. Allí la tríada jefatura-centro ceremonial-producción no se manejaba aislada; por el contrario, todo el aparato gubernamental de este tipo de sociedades estratificadas se consolidaba y adquiría mayor fuerza y cohesión.

¹⁰ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 39

1.1.7.2.- Orientación cardinal¹¹

Para nadie es desconocido el hecho de encontrarse en 'la mitad del mundo', y por tanto de ninguna manera es una novedad señalar que también Tulipe participa de las bondades de esta zona. Pero lo que sí resulta interesante es que el valle de Tulipe escogido por los constructores yumbos al igual que las estructuras arqueológicas y varios de sus elementos más particulares “coincidan” o guarden una orientación geográfica este-oeste,- es decir, según el recorrido de la línea ecuatorial.

Resumiendo se dice que la orientación cardinal, no sólo radica en el hecho de ir uniendo los puntos y colocando en secuencia lógica unos cuantos lugares que construyen o generan un ceque, sino en la conjugación, ubicación y dirección equinoccial, estelar, solar; es decir, relacionados con directrices universales. Se trata de una relación que permite partir de la geografía “profana” para incursionar en una geografía sagrada.

1.1.7.3.- Tolas Ceremoniales¹²

Como opinión, muchas de las tolas o conjuntos de tolas tuvieron una función de importancia no sólo por su ubicación estratégica sobre los piedemontes, sino por la conformación de sus contextos en los cuales confluye una pirámide mayor otras medianas y menores, un cementerio, plataformas agrícolas y especialmente la llegada o partida de un culunco. La tola mayor, desde la cual se tiene una amplia visibilidad sobre el escenario geográfico circundante, sugiere ser interpretada bajo un enfoque religioso ceremonial aunque pudo también estar ocupada por un

¹¹ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 41

¹² “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 44

cacique y su grupo de élite.

1.1.7.4.- Cementerios¹³

Todas las sociedades, ancestrales y modernas, han practicado algún tipo de rito funerario frente a la muerte. Si sus expresiones relacionadas fueron y son intangibles se vuelve por consiguiente complicado e inalcanzable llegar a describir el ritualismo funerario de las culturas pasadas. Su reconstrucción es en algo posible gracias a los elementos físicos que entonces utilizaron y dejaron como recuerdo de quien partió y de quienes cumplieron con la obligación del rito funerario, pues "los cementerios proveen información indirecta sobre los patrones religiosos y socio-políticos de los pueblos" (Porrás, 1976: 1978). Es así como los arqueólogos han sacado a la luz una serie de vestigios funerarios como tumbas, ofrendas, cementerios, necrópolis, etc. que interpretándolos correctamente permiten conocer, quizá, una mínima parte, de las costumbres, creencias y simbolismos de esos pueblos.

1.1.7.5.- Cascadas

En este capítulo señalamos a las cascadas como parte de los escenarios religiosos para los pueblos antiguos. Son hitos naturales pero aparecen ligados a eventos claramente culturales. Están en contextos donde el pueblo yumbo en este caso ha dejado sus huellas antrópicas: culuncos, tolas, petroglifos, cerámica, etc.

Señalamos en este capítulo el caso de las cascadas por una razón muy sencilla: varias de ellas están asociadas a contextos culturales y, en nuestro criterio, estos saltos de agua debieron constituirse en lugares especiales de espiritualidad y purificación, tal como ocurre aún en

¹³ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 44

nuestros días en la Amazonia, donde algunos pueblos visitan periódicamente las cascadas con fines rituales.

1.1.7.6.- Materiales culturales¹⁴

El estudio de los materiales culturales deja conocer formas, costumbres y/o patrones de enterramiento, inclusive puede colaborar con la organización social. Igualmente, son la base fundamental al momento de definir cronologías de una sociedad, y para realizar estudios comparados entre horizontes culturales.

En el territorio yumbo, además de la cerámica, está la presencia de tumbas martilladas, cuentas de concha *Spondylus*, así como piedras de moler, hachas de piedra, percutores, machacadores, raspadores en piedra, basalto y, también la obsidiana, mate-Riales que apoyan las hipótesis sobre las relaciones de producción de todo proceso de trabajo.

La presencia de concha *Spondylus* en el bosque húmedo tropical del noroccidente, trabajada para que sirva como cuentas de un collar significa que también este pueblo participaba del conocimiento simbólico de ese material y, obviamente de su valor que permitía establecer jerarquías sociales, consolidación de jefaturas y ejercicio: de rituales vinculados con el agua, la lluvia y el fenómeno del Niño: (Marcos/1980):

1.1.7.7.- Vasijas¹⁵

Un alto porcentaje de las vasijas se caracteriza por presentar bordes evertidos, labios redondeados y pequeños. En porcentajes menores

¹⁴ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 53

¹⁵ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 56

aparecen bordes invertidos que corresponden a artefactos cerrados como cuencos, ollas o ánforas. No obstante, también se ha localizado dos tipos de bordes que al parecer son atípicos de la zona: bordes evertidos con una suerte de reborde, y un tipo de borde asemejado a una carena.

En cuanto a las bases y soportes, su presencia es escasa y las pocas bases encontradas se caracterizan por ser muy simples, generalmente planas, cóncavas y convexas. Sin embargo, aquí se halla el descubrimiento más importante y novedoso de la muestra: nos referimos a la presencia de bases con una pequeña concavidad hacia el interior de la vasija. Están asociadas a vasijas clasificadas como cántaros. No estamos claros aún sobre su utilidad, pero más adelante trataremos de explicar algunas hipótesis que se han planteado sobre este interesante detalle, del cual no existen reportes en la literatura de la arqueología ecuatoriana, por lo que bien podría tratarse de un rasgo diagnóstico exclusivo de la cultura yumbo.

1.1.7.8.- Cuencos¹⁶

Los cuencos son unos recipientes abiertos con base generalmente cóncava y corresponden a formas simples. La superficie aparece casi siempre alisada y ocasionalmente pulida o ahumada. El borde generalmente es directo. En el caso de Tulipe, salvo un solo artefacto que presenta impresiones de uñas en el labio y borde, los pocos fragmentos hallados no tienen decoración alguna. Se trata en general de formas muy comunes en el corpus cerámico. Su función es la de contener alimentos. Los hay de bordes cerrados, abiertos y carenados

¹⁶ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAI, 2006 Pág. 56

1.1.7.9.- Compoteras¹⁷

Por otra parte están las compoteras, formas abiertas y compuestas, integradas por un cuenco o plato, más un soporte anular o pedestal. Presentan superficies exclusivamente alisadas, tanto al interior como al exterior; los bordes son evertidos. La mayoría de compoteras encontradas no presenta decoración. El rango de compoteras es muy amplio dentro del cuerpo cerámico arqueológico ecuatoriano; aparecen desde los estadios tempranos hasta los coloniales y posiblemente republicanos.

1.1.7.10.- Cántaros¹⁸

Los cántaros son vasijas de forma globular alargada a modo de jarrones cuya diversidad es muy amplia, especialmente por su variada tipología de bordes y labios. Están los llamados completos, recipientes cerrados como el que formaba parte del ajuar funerario en una tumba al sur del pucará de Chacapata. Y el antropomorfo, con apliques decorativos que representan los ojos y la nariz de un ser humano.

1.1.7.11.- Ollas¹⁹

Las ollas, recipientes de forma generalmente globular, borde directo, y superficies alisadas, tamaño variado,- en algunos casos presentan hollín en su superficie, aspecto que permite inferir su asociación con actividades domésticas. De ellas, las que poseen una pequeña decoración antropomorfa sobre su borde, detalle importante que recuerda la representación de unos ojos en forma de “granos de café”.

¹⁷ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 57

¹⁸ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 57

¹⁹ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 57

1.1.7.12.- Piezas Antropomorfas²⁰

En todas las culturas precolombinas del Ecuador están presentes las pequeñas esculturas de cerámica en las que sus artífices trataron de perennizar la figura humana y sus expresiones cotidianas, mítico-religiosas y fundamentalmente de gran contenido simbólico, no siempre fácil de descifrar por parte de los arqueólogos e intérpretes modernos.

Por igual aparecen las mujeres y los hombres como fuentes de inspiración ancestral; los encontramos plasmados en curiosas figurillas como las célebres “Venus de Valdivia” con su variedad de peinados y rostros estilizados; en las extraordinarias obras femeninas de chorrera, tolita, jama-coaque; en los gigantes de bahía; en los canasteros y coqueras de las culturas del Carchi,- o en las representaciones antropozoomorfas tardías de seres mágicos, terroríficos y dotados de tanto poder “shamánico” que sólo los dioses, al parecer, superaban. De hecho, muchos pobladores los conservan y utilizan como 'talismanes' o elementos protectores de la casa, la salud y la buena suerte.

Todas las piezas antropomorfas observadas en el país yumbo se caracterizan por unas facciones bastante duras, “amenazantes” y “misteriosas”, que sugieren o muestran tendencias zoomorfas de posibles simios, felinos, aves, o de animales de su medio ecológico. El acabado de la cerámica es más bien pobre, burdo y erosionado, similar a toda la cerámica yumbo descrita en este capítulo, pero iconográficamente presenta detalles importantes de elementos complementarios que adornan a la figura humana.

²⁰ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 58

1.1.7.13.- La Concha Spondylus²¹

Los yumbos realizaron intercambios y utilizaron a la concha Spondylus en sus manifestaciones culturales, especialmente funerarias. Las evidencias de este material están presentes en todo el noroccidente conforme se ha podido constatar en las pequeñas colecciones de algunos campesinos, como en varias de las pruebas de pala realizadas durante la prospección. Todos los testigos aseguran que generalmente los artefactos de concha Spondylus y de concha madre perla proceden de contextos funerarios. Sabido es que la Spondylus tiene singular importancia por su contenido simbólico, pues se trata de un elemento suntuario de consumo valioso y escaso, que era ofrendado para los dioses. Este elemento fue tan valioso en el mundo andino que el Molla ChasquiCamayoc tenía que mantener a los templos del imperio inca abastecidos de Spondylus.

Al parecer las altas jerarquías Yumbo no eran ajenas al simbolismo de la Spondylus. Al contrario, la incluyeron en sus rituales relacionados con el culto a las deidades y también para sus atuendos y ornamentos festivos, ceremoniales y jerárquicos.

1.1.7.14.- La Metalurgia²²

Los actuales habitantes del subtrópico quiteño, a menudo nos han reportado hallazgos de artefactos de metal "encontrados en ciertos lugares mientras caminamos o trabajamos la tierra". De hecho, hemos tenido oportunidad de observar pequeñas láminas de oro, cobre y plata que debieron pertenecer a contextos funerarios y que los huaquerog,

²¹ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 69

²² "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 69

aparentemente "incógnitos e inexistentes" e innumerables en las fincas, las extrajeron con el fin de venderlas a coleccionistas o comerciantes de antigüedades.

Cabe destacar aquí un detalle importante y que en futuras investigaciones deberá aclararse: es el relacionado con la presencia de improntas de textiles que quedaron adheridas a la capa oxidada de las narigueras, sugiriendo el uso de una envoltura con tela de algodón en torno a la cabeza y al cuerpo del cadáver, como parte del ajuar funerario. Quizá esta práctica de envolver al cuerpo formaba parte de la tradición y ritualismo entre los yumbos, previo al enterramiento

1.2.- CLIMA²³

Se trata de una zona identificada con la faja selvosa sub-andina. A este tipo de escenarios, Acosta Solís los llama "bosque muy húmedo premontano" (bmhpm) (Acosta, 1982). En nuestro caso se halla ligeramente nublado en invierno, bastante húmedo a lo largo del año, y dotado de una exuberante vegetación en medio de la cual se precipitan riachuelos, los que forman entre algunos peñascos pequeños, pero espectaculares cascadas, la temperatura promedio de 18° C y se encuentra dentro del piso climático altitudinal temperado subandino. Su precipitación promedio anual de 3000 mm, el verano se presenta entre los meses de julio, agosto, septiembre y octubre, mientras que el invierno avanza desde noviembre hasta abril donde termina su ciclo.

²³ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 70

1.3.- UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y EXTENSIÓN²⁴

Descripción general del sitio

Es una comunidad aborígen que habitó el Noroccidente de Pichincha entre los años 80 y 1600 de la era moderna. Tulipe está ubicada a 70 kilómetros de Quito, en la vía Nanegalito – Pacto.

La ocupación yumbo abarca una extensión de 900 km² de los territorios de las actuales parroquias del subtrópico quiteño pertenecientes al cantón Quito: Nanegal, Nanegalito, Gualea y Pacto. Su reconocimiento ha tenido como objeto contextualizar espacialmente el centro ceremonial de Tulipe, y definir el comportamiento socioeconómico, político cultural de los yumbos.

De manera aproximativa, se puede decir que el territorio del pueblo yumbo tiene los, siguientes límites:

Norte: Cuenca del río Guayllabamba

Noreste: Pucará de Chacapata. Meridiano, Curipogyo y Cariyacu.

Noroeste: Paraguas, Saguangal, Guayabillas.

Sureste: Tandayapa (Nono).

Suroeste: Soloya (Mindó)

Este: margen occidental del río Alambi.

Oeste: Ingapi (Mashpi).

Los sitios más idóneos para la ocupación fueron los que estuvieron cerca al abastecimiento de agua, defensas naturales, fuentes de materia prima, etc. La población de los yumbos ocupó estos espacios, los dominó y allí creció. Para aceptar la existencia de ese pueblo y determinar su nivel de

²⁴ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 70

desarrollo, este proyecto se planteó que, al menos, deberían considerarse en la prospección evidencias claras de cuatro variables fundamentales: territorio, poblamiento y organización social, superestructura y materiales culturales.

Es una región de colinas con cimas redondeadas, anchas o estrechas en sus entalladuras nacientes pero que pueden ir separándose moderadamente con variadas direcciones y diferentes desniveles que nunca sobrepasan los 50 m. sobre los conos mayores. Sus características de uniformidad determinan el paisaje natural.

En este nivel ecológico predominaba hasta hace poco una flora muy rica y variada de la cual quedan pocos ejemplares, como el pambil, la tagua, el aliso, la guadúa, entre otros.

A estos hay que añadir plantíos y frutales, nativos unos e introducidos otros, que siguen siendo cultivados relativamente en poca escala para el consumo familiar como el ají, la guaba, la guayaba, la caña de azúcar, entre otros.

Comentario aparte merecen las orquídeas de la zona: constituyen uno de sus singulares atractivos, tanto por su variedad y belleza, como por su adaptación al medio en estado silvestre y en cultivo por parte de personas aficionadas a este tipo de plantas

1.4.- POBLACIÓN²⁵

Con una población de 120 personas su **Comercio:** es una zona eminentemente agrícola y ganadera, producción de leche, panela, caña

²⁵ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 71

de azúcar, pitahaya, cacao, café, guabas, cítricos, maíz, maní, plátano yuca. Pácto tiene una situación geográfica y climática privilegiada, lo que permite disponer de una variedad de productos tanto de la región sierra, como de la costa. La explotación forestal se evidencia por agotamiento de la madera, debido a la agresiva explotación como fuente de ingresos; ocasionando problemas colaterales muy graves como son: la erosión del suelo, pérdida de las fuentes hídricas, cambios climáticos, entre otros.

1.5.- ATRACTIVOS TURÍSTICOS.²⁶

Lugares Turísticos

- Reserva Orquideológica del Pahuma
- Pesca Deportiva de Tandayapa
- Reserva Bellavista
- Centro Ceremonial del pueblo yumbo
- Posada Yumbocucho
- Refugio Nasua
- Cuenta con recursos hídricos importantes como las fuentes y cascadas.
- El Centro Ceremonial de Tulipe está formado por siete estructuras hundidas a modo de “piscinas”. La reserva arqueológica ubicada en el barrio Tulipe es de mucha importancia para el desarrollo del turismo ecológico.

1.5.1.- BOSQUE DEL NOROCCIDENTE²⁷

Fisio-geográficamente el Noroccidente de Pichincha se encuentra

²⁶ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 72

²⁷ “Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 73

localizado entre los sistemas hidrográficos que se mueven de Oriente a Occidente, su altitud varía entre los 1200 y 4000 metros sobre el nivel del mar. El clima del área está influenciado por varios factores como: la latitud geográfica, altitud, condiciones atmosféricas y orientación de la zona. Entre los 1200 y 2000 msnm. Tiene las siguientes formaciones ecológicas: bosque húmedo montano bajo, bosque muy húmedo montano bajo y bosque muy húmedo pre montano. En la zona alta sobre los 2000 msnm. Tiene las formaciones ecológicas de sub-páramo muy húmedo, bosque húmedo montano bajo y bosque seco montano bajo.

1.5.2.- FLORA Y FAUNA DEL NOROCCIDENTE²⁸

Entre las especies más representativas, ya sea por su uso, abundancia, tamaño, explotación, etc. Tiene las siguientes: Guayaba (*Psidium guajava*), el Arrayán (*Eugenia* sp.), Paja toquilla (*Carludovic palmata*), Papaya de monte (*Carica microcarpa*), Laurel (*Cordia alliodora*), Platanillo (*Heliconia* sp.), Canelo (*Ocotea cernua*), Pambil (*Iriarte deltoidea*), Cedro (*Cedrela montana*), Nogal (*Juglans neotrópica*), Ceibo (*Ceiba pentandra*), entre las más destacadas.

La zona del Noroccidente de Pichincha presenta una gran diversidad de fauna, entre las especies más representativas tenemos las siguientes: AVES: Pato torrentero (*Merganetta armata*), Águila pechinegra (*Geranoaetus melanoleucus*), Gavilán caminero (*Buteo magnirostris*), Quilico (*Falco sparverius*), Colibrí jaspeado (*Adelomyia melanogenys*), Trogón enmascarado (*Trogon personatus*), Yumbo (*Semnornis ramphastinus*), Carpintero Dorsicarmesi (*Piculus rivolii*), Gallo de la peña (*Rupícola peruviana*), Mirlo acuático (*Cinclus leucocephalus*).

²⁸ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 74

MAMÍFEROS: Raposa (*Didelphis albiventris*), Venado (*Mazama americana*), Puma (*Puma con color*), Cuchucho (*Nasularica*), Cusumbo (*Potos flavus*), Oso andino (*Tremarctos ornatus*). Armadillo (*Dasyproctus novencinctus*), Conejo (*Sylvilagus brasiliensis*), Guanta (*Agouti paca*), Guatuza (*Dasyprocta punctata*), Ardilla (*Sciurus granatensis*).

1.5.3.- RESERVA ORQUIDEOLÓGICA PAHUMA²⁹

A tan solo una hora de Quito en el exuberante Noroccidente se encuentra la única Reserva orientada a la protección de Orquídeas en su estado natural. Con tan solo 650 hectáreas, grandes pendientes que lo ubican entre los 1960 y 2900 msnm., dando como resultado variedad de micro climas y gracias a la existencia de uno de los bosques nublados mejor conservados, podemos apreciar 260 especies de orquídeas, de las cuales 9 son endémicas, 170 especies de aves entre las que se cuentan el tucán andino, samarrito y el exótico gallito de la peña.

Anfibios, reptiles y mamíferos como el oso de anteojos, venados, guatusas y otros tantos residentes silenciosos del bosque que junto a la sangre de drago, líquenes, hongos y demás lo convierten en un sitio ideal para disfrutar de la vida y sus encantos. Una aventura digna de descubrir.

COMO LLEGAR: Desde el redondel de la Mitad del Mundo se toma la vía Calacalíla Independencia kilómetro 43 (una hora aproximadamente).

1.5.4.- RESERVA RÍO ALAMBI³⁰

La Reserva Río Alambi está situada en la región del Chocó, área que ha

²⁹ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 75

³⁰ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 75

sido internacionalmente reconocida como una zona mega diversa. El bosque se encuentra alrededor de las riveras del Río Alambi a 1480 msnm., a pocos minutos de la Línea Ecuatorial.

El río Ucayali va formando hermosas cascadas a las que se puede acceder a través de los senderos rodeado de árboles frutales como limones, mandarinas, plátanos y papayas. Estos árboles atraen aves de colorido plumaje como tangaras y tucanes, también existe un orquideario dentro de la reserva. Hay también jardines de orquídeas que representan algunas de las especies. Sin duda, lo más atractivo es la gran cantidad de aves que se puede apreciar en la zona, cerca de 500 especies han sido reconocidas. Con la ayuda de un guía se las puede observar.

COMO LLEGAR: Desde Quito se toma la Autopista Manuel Córdova Galarza y luego la vía Calacalí La Independencia, pasando El Pahuma se llega al Restaurante El Chozón. Frente a éste existe un sendero que conduce a las cascadas.

1.5.5.- RÍO ALAMBI³¹

El Río Alambi desciende por los flancos del volcán Pichincha permitiendo a su alrededor el crecimiento de pintorescos pueblos. A su paso, mientras toma las aguas de una gran cantidad de riachuelos, el cambio de vegetación marca también el incremento de su caudal, formando un paisaje llamativo mezclado entre alisos, guabos, guayabas y líquenes arbóreos, que invitan a la aventura.

Sin duda la cotidianidad de la gente de los alrededores se desarrolla junto a cada vado, sitio ideal para la recreación familiar y juvenil, pues en los fines de semana ya se han instaurado los concursos de regatas, las

³¹ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 76

fogatas y campamentos de amigos o sencillamente el disfrutar de un refrescante baño que ahora no solo será para los locales sino también para los visitantes que quieran compartir con ellos de este hermoso lugar.

COMO LLEGAR: Desde Quito se toma la Autopista Manuel Córdova Galarza y luego la vía Calacalí La Independencia hasta el paradero Los Pinos, se ingresa por el camino lastrado a la derecha, 200 metros hasta llegar al puente.

1.5.6.- RÍO TULIPE³²

Después de atravesar por un bosque de caoba, palmito, tagua, guayabas, caimitos y epífitas, refugio ideal para juguetonas manadas de monos, sahínos, escurridizos armadillos, pavas de monte, yumbos y si el tiempo es el adecuado inclusive gallos de la peña se accede al Río Tulipe, que a lo largo de su cauce ha marcado su paso por entre la roca volcánica para dar singulares formas y mantener casi constantes fosas ideales para la natación o para buscar la aventura al caminar por entre continuos saltos de agua. Estas actividades se ven complementadas con la práctica del tubing, rapel, campamentos, que buscan orientar al visitante hacia una forma de turismo más sencilla y en contacto con la pasividad y la perfección de lo natural.

Antes de despedirse siempre será recomendable probar los platos típicos de la zona que junto a la variedad de frutas marcarán un grato recuerdo en el paladar.

COMO LLEGAR: Desde Nanegalito hasta la Armenia y luego se toma la vía que conduce a Pacto hasta el sector San Vicente se ingresa por una vía lastrada hasta el final, se toma el sendero hasta el río

³² "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 76

aproximadamente una hora.

1.5.7.- CENTRO CEREMONIAL TULIPE³³

Es uno de los complejos arqueológicos más importantes de la región, pues en las investigaciones realizadas en el lugar se han podido encontrar restos de cerámica de estilo Cotocollao, correspondiente al Formativo de la Sierra(1500 a.C.), lo más representativo se ha establecido en el periodo de Integración (800 d.C.) con la presencia de la nación Yumba.

Como elementos arqueológicos destacan las denominadas "piscinas", 8 en total siendo: 2 semicirculares, 2 rectangulares, 1 poligonal, 1 cuadrangular, 1cuagrangular con dos cámaras interiores y 1 circular, adicionalmente se han identificado una serie de canales, presumiblemente de conducción de agua y estructuras a manera de rampas y escalinatas, lo que ha llevado a plantear la hipótesis de un uso ritual ceremonial, hecho que aún no ha podido ser establecido con seguridad. Sin duda es un lugar ideal para buscar los orígenes e identidad cultural y comprender hacia dónde deben dirigirse, no deje de visitarlo.

Basado en: (Almeida, E, Monumentos Arqueológicos del Ecuador, 1997).
COMO LLEGAR: Desde Nanegalito hasta la Armenia, y luego se toma la vía que conduce a Pacto hasta el sector de Tulipe, existe señalización. Se encuentra junto a la vía.

³³ "Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño" Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006 Pág. 77

CAPÍTULO II

2.- ESTUDIO DE MERCADO

Primeramente se tiene que saber qué es Mercado y en la terminología económica es el área dentro la cual los vendedores, y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia", dice: "un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico, y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo"³⁴. Así, el tamaño del mercado, depende de que el número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que interesan a otros y estén dispuestos a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean.

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

2.1.- Objetivo de la investigación

El objetivo de esta investigación es conocer si el proyecto es aplicable o no, y cuáles son los gustos y preferencias del mercado. Minimiza el riesgo de la inversión.

³⁴Del libro: Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de Philip Kotler, Prentice Hall, Pág. 11.

2.2.- Objetivos específicos

- Llegar a determinar si el mercado objetivo son los turistas nacionales mayores de 25 años.
- Determinar la factibilidad o no para la apertura de este establecimiento hotelero en la zona de Tulipe-Nanegalito.
- Cuantificar la oferta y demanda.
- Interpretar los gustos y preferencias de las personas para obtener la mayor información posible para aplicarlos al proyecto.

2.3.- Análisis de la demanda

2.3.1.- Demanda histórica

Debido que es un proyecto nuevo no existe una estadística histórica que se puedan tomar datos estadísticos existentes al último año

2.3.2.- Demanda actual

Para determinar la demanda actual se realizará el estudio de mercado de turistas nacionales que viven actualmente en la ciudad de Quito, y de las personas que originarias de Tulipe, ya que es un proyecto de inclusión social.

En la ciudad de Quito viven actualmente 1'839.853 personas, de los cuales 1'399.378 están ubicados en el área urbana, para segmentar el mercador objetivo de personas que tengan una edad entre 25 a 50 años, se tomarán

datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)³⁵ dice: 620.897 personas están entre las edades de 20-39 y que 327.365 tienen la edad de 40-59 años sumando estos valores se obtendrá el valor para ser utilizado en el Universo que es de 948.262 personas.

En el barrio de Tulipe viven alrededor de 120 personas de los cuales el 76% (91 personas) son adultos y el 24% (29 son menores de edad).

2.3.3.- Demanda futura

Para determinar la demanda futura se obtendrá los datos anteriores agregándole una tasa del 2.0 (tasa obtenida del Censo Poblacional de 2011) para cada año futuro.³⁶

Tabla No. 1

Numero	Años	Universo Potencial	
1	2009	948262	Dem. Actual
2	2010	967227	Dem. Futura
3	2011	986572	Dem. Futura
4	2012	1006303	Dem. Futura

Elaborado por Andy Ojeda

2.3.4.- Universo

El universo es el conjunto de personas que potencialmente pueden acudir a la Hostería “Cultura Yumbo”.

³⁵ Datos obtenidos del Libro de Estadísticas y Censos del INEC Pág. 103 Cuadro No. 33 Población por grupos de edad y sexo.

³⁶ Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC Elaboración: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ

2.4.- Análisis de la oferta

*“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio asignado en un momento determinado”.*³⁷

Actualmente en Tulipe se encuentra la hostería llamada “LA POSADA DEL YUMBO” que para este proyecto es la competencia directa, ya que se encuentra a 200ms del Museo de Sitio. Dato tomado del Ministerio de Turismo del Ecuador en su Registro Catastral Turístico. (http://registro.turismo.gov.ec/ubicame.php?div_pol=17&act=C2&name=PICHINCHA)

Esta hostería calificada de tercera categoría, se encuentra en la vía a Pacto está distribuida en 15 habitaciones dobles, es una capacidad para 30 personas, tiene una piscina, y un pequeño restaurante.

Debido que no posee una gran infraestructura hotelera cuenta con limitados servicios, entre ellos transportación de los turistas a los diferentes lugares de visita. El precio está fijado en \$10 tanto para adultos como para niños, no realizan rebajas por grupos numerosos.

Existen solo dos personas que se hacen cargo de la hostería, no poseen conocimientos hoteleros y menos conocimiento en manipulación de alimentos.

Tabla No. 2

Sus precios son:

Servicio	Precio		Estadía en días	Habitaciones y complementos
Alojamiento	\$ 10	por persona	1	Dobles
Alojamiento y guía	\$ 25	por persona	1	Dobles con Alimentación, y visitas (museo, cascadas)

Elaborado por Andy Ojeda

³⁷ **FUENTE:** <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

Competencia Indirecta.

Bellavista Refugio calificada de primera categoría se encuentra vía antigua Quito-San Miguel de los Bancos ubicada en Tandayapa, tiene una excelente infraestructura con 16 habitaciones entre simples, dobles, triples y matrimoniales, tienen una gran gama de productos en el restaurantes, cocina nacional e internacional, además cuentan con servicios de recreación como por ejemplo visitas a Mindo con su Reserva de Orquídeas y Mariposario, Reserva Pahuma de Orquídeas y la reserva Alambí.

Elaborado por Andy Ojeda

Servicio	Precio		Estadía en días	Habitaciones y complementos
Alojamiento	\$ 83	por persona	1	Sencilla y tres comidas
Alojamiento	\$ 71	por persona	1	Dobles y tres comidas
Alojamiento	\$ 68	por persona	1	Triples y tres comidas

2.5.- Perfil del consumidor

El perfil del consumidor debe ser una persona que varias veces al año se traslada a otro lugar fuera de la ciudad de Quito, entre las edades de 25 a 50 años con un ingreso promedio de \$300 mensuales, que también comparta su tiempo libre con familiares, amigos, hasta compañeros de trabajo, que esta persona o grupo de personas deseen conocer un lugar diferente al que ya estamos acostumbrados de visitar en la parte nororiental y noroccidental de la provincia de Pichincha.

Desarrollar la parte aventurera de cada persona que gusta de conocer lugares de nuestro país.

2.6.- Muestra

El universo se segmentará geográfica y demográficamente por personas que viven en Quito, en el área urbana, oscilan entre los 25 y 50 años y con un ingreso de \$300 o más.

Tabla No. 3

Geográficamente	
Población en Quito	1.839.853
Área Urbana	1.399.378
Demográficamente	
Edad (25 y 50 años)	948.262
Ingresos \$300 o más	116,541

Elaborado por Andy Ojeda

n = Muestra

N = Universo

PQ = Cuartil (0.5)

E^2 = Margen de error (0.05)

Z^2 = Constante (1.96)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{((N-1)*E^2) + (Z^2*P*Q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 116541}{((116541-1)*0.05^2) + (1.96^2*0.5*0.5)}$$

n = 383

Métodos de Investigación.

Investigación explicativa.

Responde a las causas de los eventos físicos o sociales y explica por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas.

Investigación descriptiva

Se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio, esta investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo.

¿Qué instrumentos de investigación se van a utilizar?

El instrumento que se usará será la Encuesta

¿Dónde se van a realizar?

Ésta encuesta se realizará en la ciudad de Quito en la parte de norte de la Capital en el sector de la Y, y la mitad del Mundo.

¿A quienes se van a realizar?

Las encuestas serán realizadas a los turistas de Quito y los habitantes de Tulipe.

¿Cuándo se van a realizar?

Dentro de un período de dos semanas del 7 al 25 de Abril del 2011.

¿Cuántas se van a realizar?

Se van a realizar 380 encuestas para turistas de Quito y 91 encuestas para los habitantes de Tulipe porque en el barrio de Tulipe viven alrededor de 120 personas, de los cuales el 76% (91 personas) son adultos y el 24% (29 son menores de edad).

2.7.- Encuesta a aplicarse a los turistas

ENCUESTAS: Es un instrumento para recolección de información, por medio de encuestas, por este medio se va a precisar si el proyecto es aceptado por los encuestados.

Esta encuesta fue hecha tanto a turistas de Quito y también a los habitantes de Tulipe con el cual se desarrollarán las interpretaciones respectivas de esta información.

ENCUESTA ACADÉMICA

Reciba un cordial saludo. La presente encuesta tiene un fin académico para obtener información sobre la demanda de servicios de Hotelería.

Género F____ M____
Edad_____

1.- ¿CUÁL ES SU INGRESO PROMEDIO?

\$200 a 400 _____
\$400 a 600 _____
\$600 a más _____

2.- ¿SUELE SALIR DE LA CIUDAD QUITO POR MOTIVOS TURÍSTICOS?

SI _____
NO _____
Por qué? _____

3.- ¿LE GUSTA VIAJAR A LUGARES ECOLÓGICOS?

SI _____
NO _____
¿Por qué? _____

4.- SEÑALE LUGARES QUE FRECUENTA VISITAR?

TULIPE _____
MINDO _____
PUERTO QUITO _____
BAÑOS _____

Si su respuesta fue Tulipe pase a la pregunta 6

5.- ¿LE GUSTARÍA VISITAR CABAÑAS ECOLÓGICAS EN TULIPE?

SI _____

NO _____

Por qué? _____

6.- ¿CADA QUÉ TIEMPO VIAJA USTED?

SEMANALMENTE _____

CADA 3 MESES _____

CADA 6 MESES _____

ANUALMENTE _____

7.- ¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR FRECUENTEMENTE UD?

FAMILIA _____

AMIGOS _____

NOVIA/O _____

SOLO/A _____

8.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR CADA VIAJE?

\$50 a 150 _____

\$150 a 300 _____

\$300 Adelante _____

9.- ¿CUÁL ES SU MOTIVO DEL VIAJE?

RELAJAMIENTO _____

DIVERSIÓN _____

DEPORTES EXTREMOS _____

ALIMENTACIÓN _____

2.8. Encuesta para los habitantes de Tulipe:

Reciba un cordial saludo. La presente encuesta tiene un fin académico para obtener información sobre la creación de una Hostería con Cabañas Familiares en Tulipe-Nanegalito.

1.- ¿Cree usted que la hotelería ayudará al crecimiento del sector?

Si _____

No _____

Por qué? _____

2.- ¿Está conforme con la infraestructura hotelera del lugar?

Conforme _____

No está conforme _____

3.- ¿Le gustaría que exista una hostería con cabañas familiares en esta localidad?

Si _____

No _____

4.- ¿Qué piensa sobre la inclusión social (formar parte del proyecto)?

Muy beneficiosa _____

Beneficiosa _____

Poco beneficiosa _____

5.- ¿Estaría dispuesto a participar en este proyecto?

Si _____

No _____

6.- ¿Cree usted que personas ajenas al sector trabajen en esta hostería?

Bien _____

Mal _____

7.- ¿Esto ayudará al desarrollo social y económico del lugar?

Mucho _____

Bastante _____

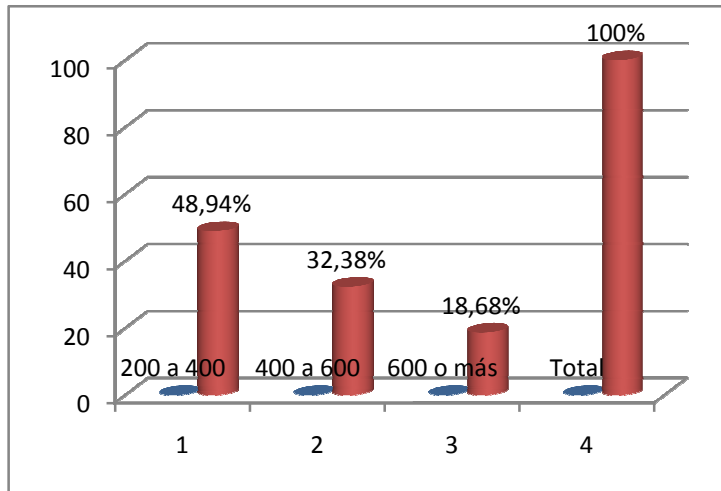
Poco _____

2.9.- Interpretación de resultados

El aprendizaje de la encuesta realizada a una población de 380 turistas nacionales de 25 a 50 años, esta información ayudará a saber con exactitud la aceptación que el mercado va a tener con el proyecto.

1.- ¿CUÁL ES SU INGRESO PROMEDIO?

200 a 400	48,94	%	186
400 a 600	32,38	%	123
600 a más	18,68	%	71
TOTAL	100	%	380

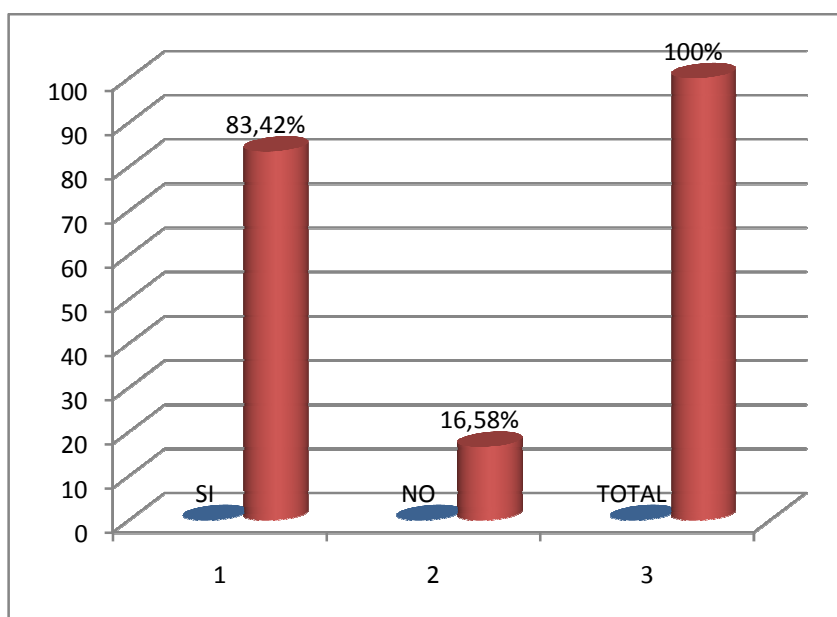


Elaborado por Andy Ojeda

En la primera pregunta de ésta encuesta el 48,94% de los encuestados tiene un ingreso promedio entre 200 y 400 dólares, y que podrían realizar un gasto por motivos de turismo.

2.- ¿SUELE SALIR DE LA CIUDAD QUITO POR MOTIVOS TURÍSTICOS?

SI	83,42	%	317
NO	16,58	%	63
TOTAL	100	%	380

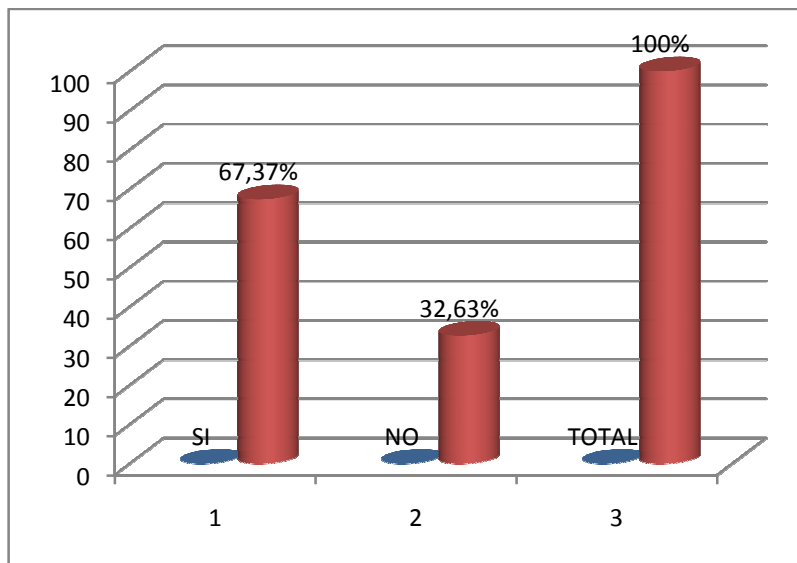


Elaborado por Andy Ojeda

En la pregunta dos del total de encuestados el 83,42% suele salir de la ciudad por motivos turísticos, ya sean estos por diversión, descanso o alimentación.

3.- ¿LE GUSTA VIAJAR A LUGARES ECOLÓGICOS?

SI	67,37	%	256
NO	32,63	%	124
TOTAL	100	%	380

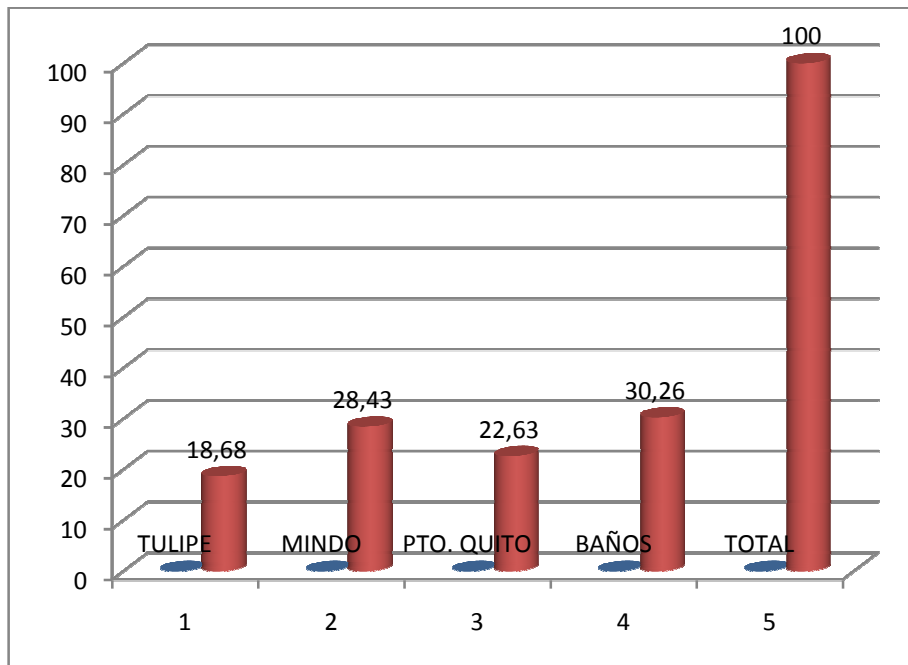


Elaborado por Andy Ojeda

En la pregunta tres se obtuvo que al 67,37% gusta visitar a lugares ecológicos, la mayoría respondió a esto debido a que el estrés de la ciudad obliga a buscar lugares apartados de todo el caos que envuelve una ciudad como Quito.

4.- SEÑALE LUGARES QUE FRECUENTA VISITAR

TULIPE	18,68	%	71
MINDO	28,43	%	108
PUERTO QUITO	22,63	%	86
BAÑOS	30,26	%	115
TOTAL	100	%	380

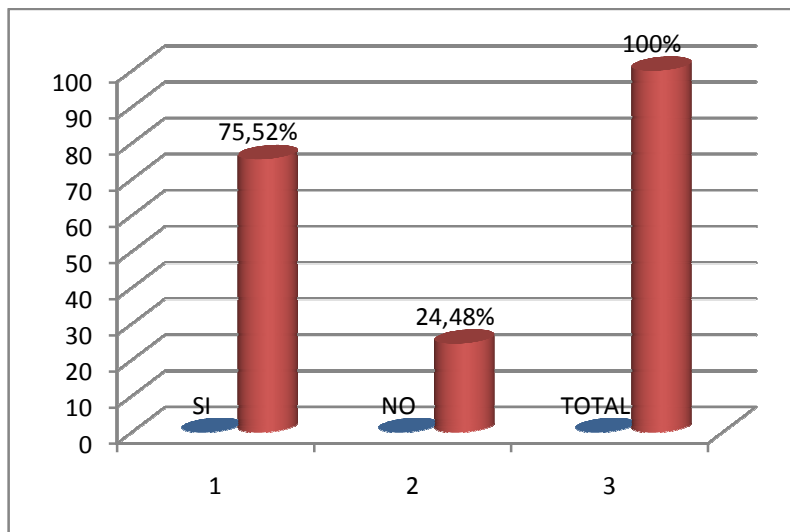


Elaborado por Andy Ojeda

En la pregunta señale lugares que suele frecuentar se observa que los lugares de mayor visita son Baños y Mindo pero solo el 18,68% visitan Tulipe porque no existe buena infraestructura hotelera y falta de información del lugar.

5.- ¿LE GUSTARÍA VISITAR CABAÑAS ECOLÓGICAS EN TULIPE?

SI	75,52	%	287
NO	24,48	%	93
TOTAL	100	%	380

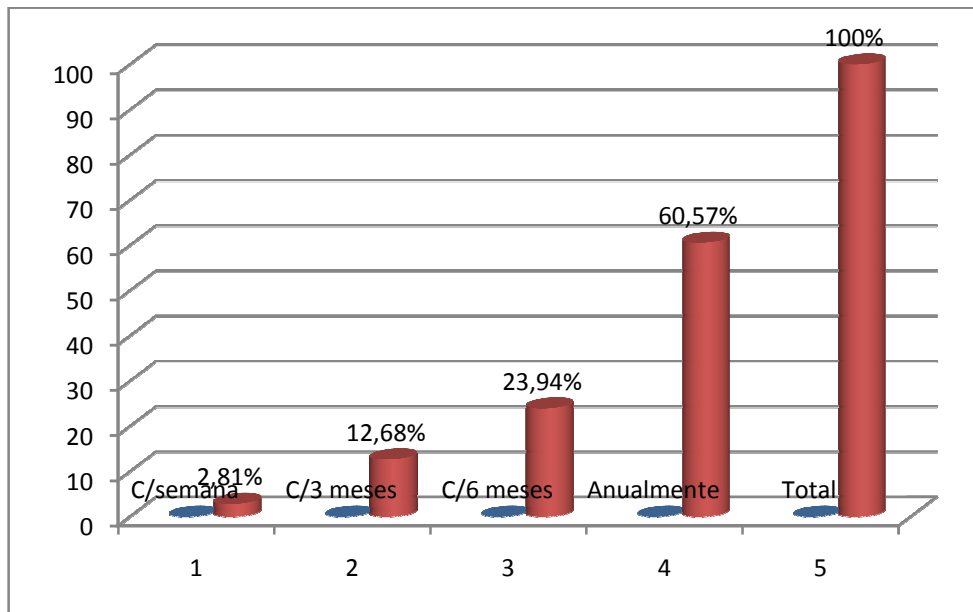


Elaborado por Andy Ojeda

Para el 75,52% de los encuestados ven aceptable la posibilidad de visitar un lugar ecológico con cabañas para disfrutar de un momento de relajamiento junto a familiares y amigos, pasar un momento agradable.

6.- ¿CADA QUE TIEMPO VIAJA USTED?

SEMANALMENTE	2,81	%	2
CADA 3 MESES	12,68	%	9
CADA 6 MESES	23,94	%	17
ANUALMENTE	60,57	%	43
TOTAL	100	%	71

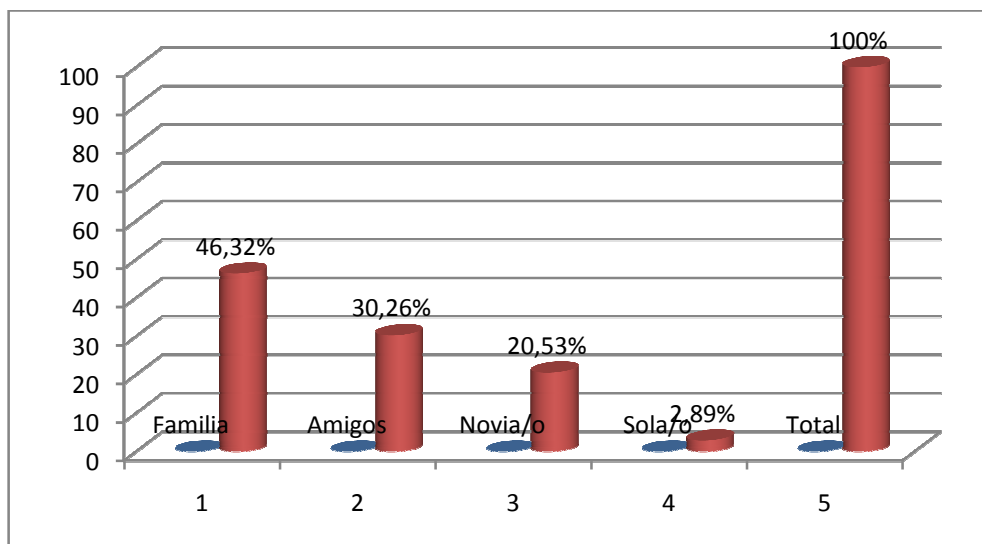


Elaborado por Andy Ojeda

La pregunta seis fue hecha para todas las personas que conocen Tulipe de las 71 personas encuestadas el 36,62% viajan a este lugar cada tres a seis meses, por lo que se tiene una oportunidad de mercado y enganchar a futuros clientes.

7.- ¿CON QUIÉN SUELE VIAJAR FRECUENTEMENTE UD?

FAMILIA	46,32	%	176
AMIGOS	30,26	%	115
NOVIA/O	20,53	%	78
SOLO/A	2,89	%	11
TOTAL	100	%	380

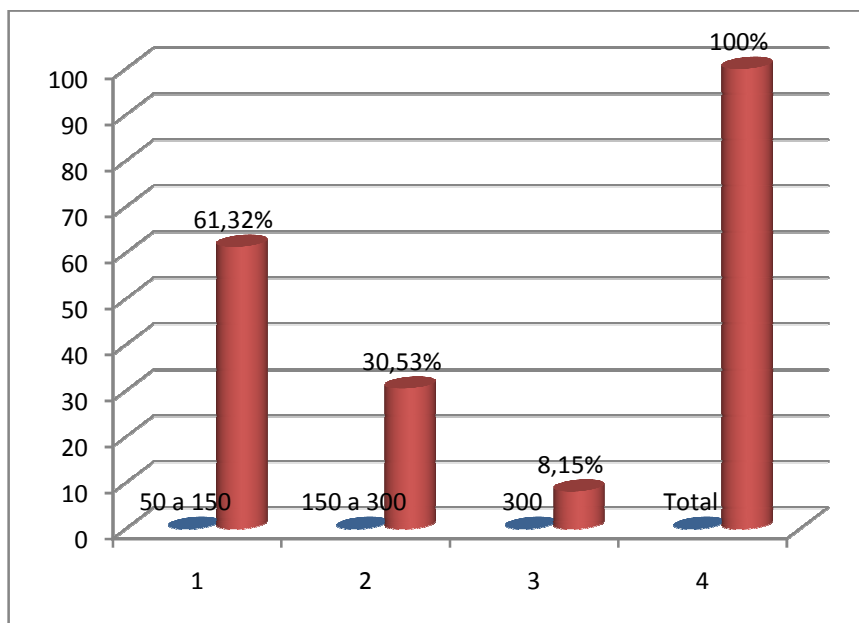


Elaborado por Andy Ojeda

En la pregunta siete se observa que la preferencia de las personas es viajar en familia y con amigos, son muy pocas las personas que salen de la ciudad solas, en números representa el 76,58% de los encuestados.

8.- ¿CUÁNTO USTED SUELE PAGAR POR CADA VIAJE?

50 a 150	61,32	%	233
150 a 300	30,53	%	116
300	8,15	%	31
TOTAL	100	%	380

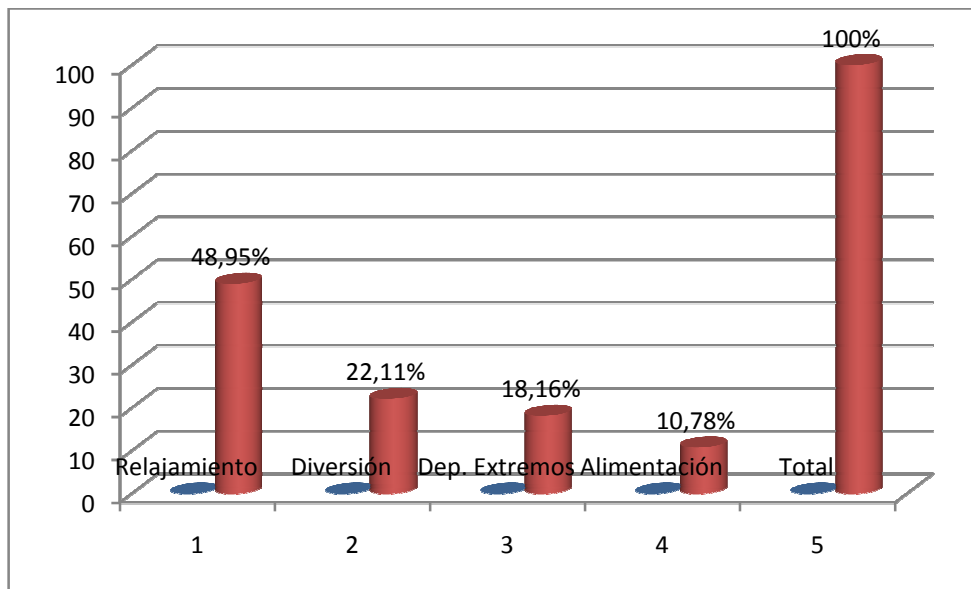


Elaborado por Andy Ojeda

En la pregunta ocho los turistas gastan un promedio de \$150 por diversos motivos, tanto alimenticios como de alojamiento, no hay que dejar de lado la movilización y algunas personas compran recuerdos de los lugares que visitaron.

9.- ¿CUÁL ES SU MOTIVO DEL VIAJE?

RELAJAMIENTO	48,95	%	186
DIVERSIÓN	22,11	%	84
DEPORTES EXTREMOS	18,16	%	69
ALIMENTACIÓN	10,78	%	41
TOTAL	100	%	380



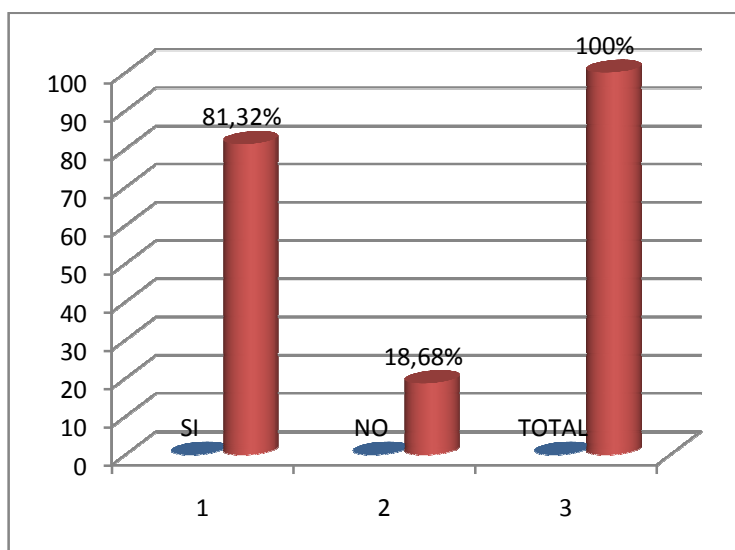
Elaborado por Andy Ojeda

En la última pregunta los motivos más importantes porque la gente sale de viaje son por relajamiento y diversión que representa el 71,06% de los encuestados.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS EN LA ENCUESTA PARA LOS HABITANTES DE TULIPE

1.- ¿Cree usted que la hotelería ayudará al crecimiento del sector?

Si	81,32	%	74
No	18,68	%	17
TOTAL	100	%	91

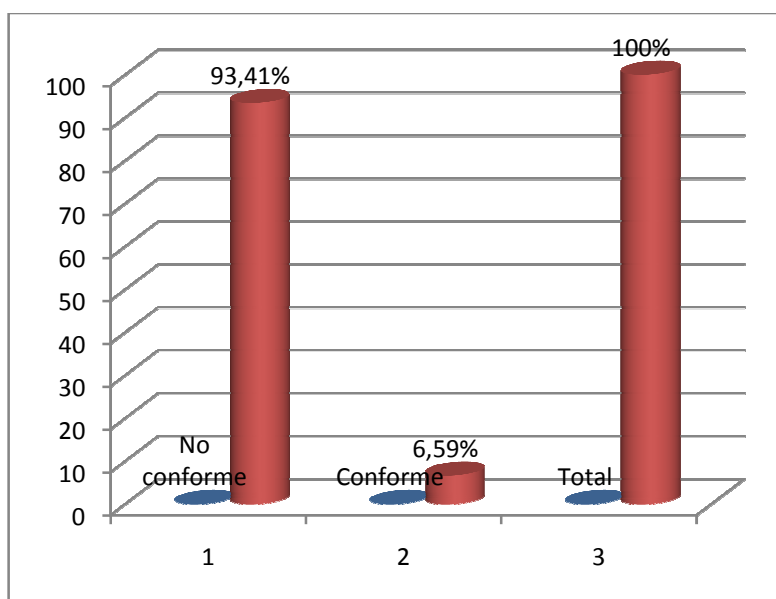


Elaborado por Andy Ojeda

La mayoría de los pobladores de Tulipe ven como una oportunidad de crecimiento poblacional éste proyecto de creación de una hostería.

2.- ¿Está conforme con la infraestructura hotelera del lugar?

No está conforme	93,41	%	85
Conforme	6,59	%	6
TOTAL	100	%	91

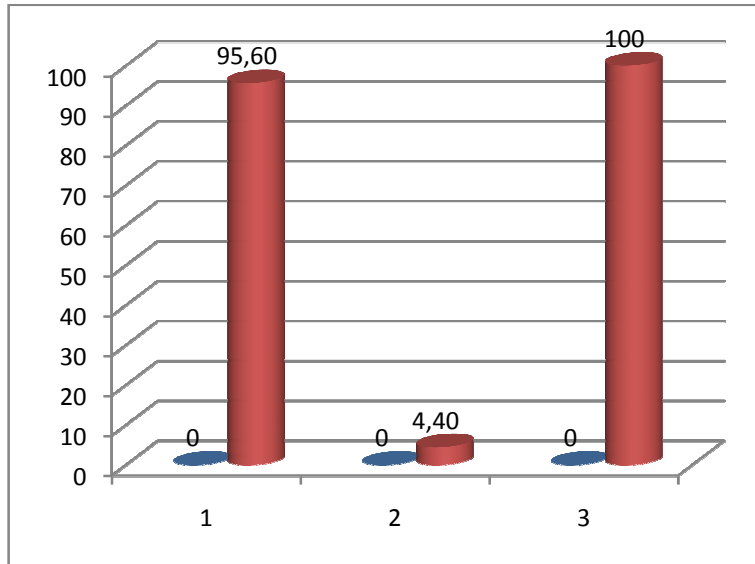


Elaborado por Andy Ojeda

En la pregunta dos se observa que el 93.41% de los encuestados no está de acuerdo con infraestructura hotelera que existe, lamentablemente en Tulipe se arriendan cuartos en casa ya habitadas, que por éste motivo no existe una hostería equipada adecuadamente para dar un servicio de alojamiento.

3.- ¿Le gustaría que exista una hostería con cabañas familiares en esta localidad?

SI	95,60		87
NO	4,40		4
TOTAL	100	%	91

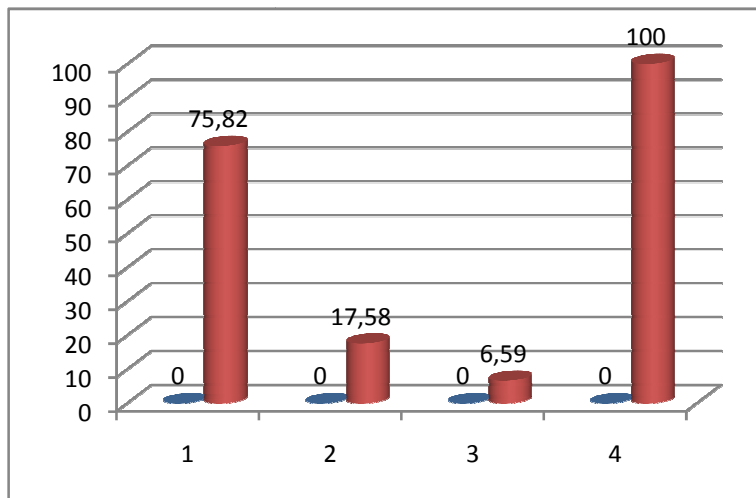


Elaborado por Andy Ojeda

La pregunta tres va de la mano con la segunda pregunta, debido a que no existe una infraestructura hotelera adecuada es conveniente realizar esta gestión para la creación de una Hostería con cabañas.

4.- ¿Qué piensa sobre la inclusión social?

Muy beneficiosa	75,82		69
Beneficiosa	17,58		16
Poco beneficiosa	6,59		6
TOTAL	100	%	91

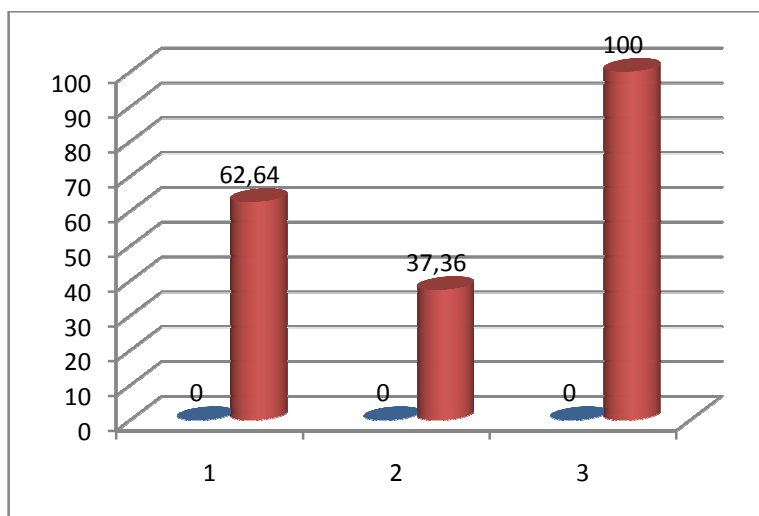


Elaborado por Andy Ojeda

El proyecto tiene también como objetivo primordial la inclusión social, se ha verificado que existen establecimientos hoteleros que no dan trabajo a personas que viven en el sector, es verdad que se contratan a un pequeño grupo de personas debido a que conocen el lugar, pero al resto de la población no la toman en cuenta, por ese motivo puede ser una oportunidad de crecimiento para Tulipe y su comunidad.

5.- ¿Estaría dispuesto a participar en este proyecto?

SI	62,64		57
NO	37,36		34
TOTAL	100	%	91

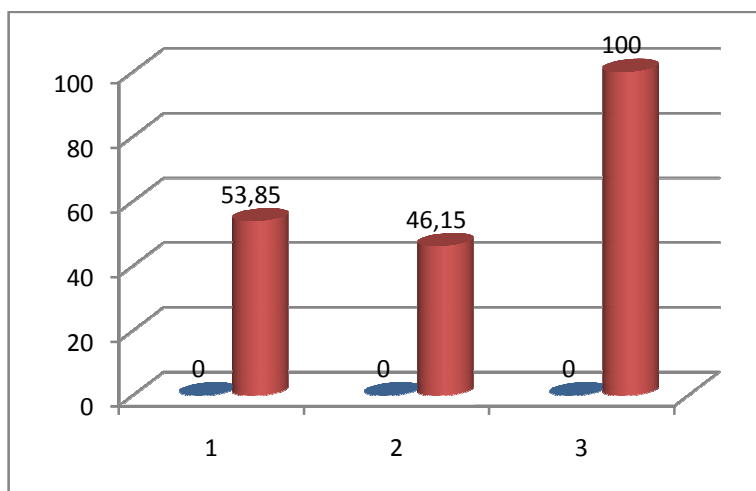


Elaborado por Andy Ojeda

Al total de los pobladores encuestados en porcentaje el 62.64% están dispuestos a participar en el proyecto por motivos de crecimiento personal y zonal.

6.- ¿Cree usted que personas ajenas al sector trabajen en esta hostería?

Bien	53,85		49
Mal	46,15		42
TOTAL	100	%	91

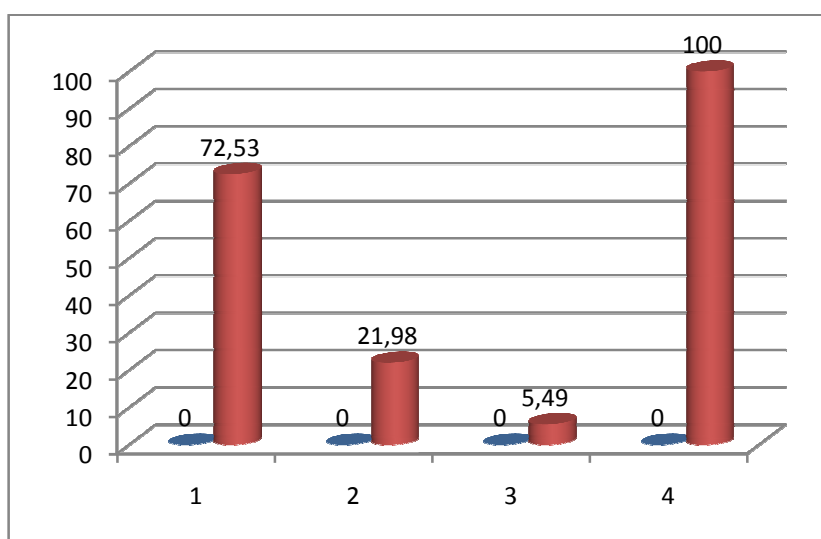


Elaborado por Andy Ojeda

Al 53.85% de los encuestados no están de acuerdo a que personas que no son del lugar trabajen dentro de la hostería, por tal razón se toma la decisión de trabajar con los pobladores, cabe recalcar que se tomará también en cuenta personal capacitado en hotelería para dar un mejor servicio y que enseñen a las personas servicio al cliente.

7.- ¿Esto ayudará al desarrollo social y económico del lugar?

Mucho	72,53		66
Bastante	21,98		20
Poco	5,49		5
TOTAL	100	%	91



Elaborado por Andy Ojeda

De las 91 personas que fueron encuestadas el 72.53% están seguros que éste proyecto ayudará al crecimiento del lugar, debido a se habría un nuevo destino turístico.

3.- Conclusiones de la encuesta

Las personas que ganan entre \$200 y \$400 están en la posibilidad de invertir en un viaje fuera de la ciudad, en este caso cabañas en un lugar ecológico.

Las personas salen de la ciudad por motivos turísticos, ya sean por

relajamiento y diversión debido a que la ciudad, y las actividades profesionales de las personas son agotadoras sin dejar de lado los problemas del diario vivir.

Tulipe en la actualidad no es un sitio totalmente conocido por los ecuatorianos, menos por los extranjeros, debido a la falta de información turística y establecimientos hoteleros de buena calidad, por ser un lugar arqueológico y ancestral restaurado no ha representado un sitio fijo para el turismo.

Los turistas prefieren visitar lugares que, ya han visitado, sea porque conocen, visitan frecuentemente o por la costumbre de hacerlo, Tulipe es una opción muy importante para el crecimiento de sector y de la economía de la población.

Un punto que no se puede dejar de lado es que a los ecuatorianos gusta por salir en familia casi todos los fines de semana por ejemplo: al parque, tomar un helado, visitar a un familiar, salir de compras, degustar de la comida típica de un lugar, etc, por esta razón el proyecto tiene como objetivo llegar a grupos familiares o como la encuesta demostró también que gustan las personas salir acompañados de amigos por motivos similares.

4.- Balance Oferta Demanda

Para el balance de la oferta y la demanda, se debe obtener como dato base la demanda insatisfecha que es la diferencia entre la oferta y la demanda.

		Demanda
Pichincha	%	
Cantón Quito		1839853
Área urbana		1399378
Edad 25 a 50		948262
Ingresos \$300	100	116541
Pregusta 5 encuesta		
Le gustaría conocer	75,52	88012

Pregunta 4: Señale lugares que suele frecuentar		Oferta
Tulipe	18,68	21770
Mindo	28,43	33133
Puerto Quito	22,63	26373
		81276

AÑO	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2010	81276	88012	6736

Elaborado por Andy Ojeda

Para la obtención de estos datos se tuvo que de los 116.541 personas que viven en Quito en el área urbana entre edades de 25 a 50 años y tienen un ingreso promedio de \$300, para la demanda se uso la pregunta 5 de la encuesta realizada a las personas que viven en Quito que reflejó que el 75.52% les gustaría conocer Tulipe – Nanegalito, para el dato de la oferta se utilizó la pregunta 4 que decía: Señale los lugares que suele frecuentar así tuvimos que visitan Tulipe, Mindo, Puerto Quito arrojando un total de 81276 personas salen de Quito por la parte norte del mismo.

Por este motivo para el cálculo de la Demanda Insatisfecha se hizo una simple diferencia entre la Oferta y la Demanda dio como resultado que existe una oportunidad en el mercado 6736 personas y podríamos proyectarlo a 5 años con una tasa de crecimiento del 2.0% dato tomado de INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

CAPÍTULO III

3.- PLAN DE MARKETING

3.1. Introducción

En este capítulo se plantearán algunas sugerencias que se desean conseguir con la Propuesta de Promoción.

Con la finalidad de posicionar el proyecto en el mercado, se diseñarán estrategias en base a los atributos específicos de los mismos, necesidades que satisfacen y beneficios que se ofrecen.

Se diseñará las estrategias enfocadas a los elementos del Mix de marketing que son: producto, precio, promoción, plaza.

3.2. Análisis FODA

3.2.1. Las Fortalezas:

1.- Es un sitio en el cual las personas se pueden juntar con la biodiversidad, la cultura y las costumbres del pueblo Yumbo y los sitios arqueológicos existentes.

2.- Tulipe es un nuevo lugar para poder visitar, se encuentra a dos horas y media, si se toma un bus o a una hora en auto particular ya que está 70 Km de la ciudad de Quito.

3.- Para las personas que buscan un lugar alejado y que no lo localicen al celular es el sitio ideal, ya que no hay señal telefónica.

4.- La cercanía con otros lugares y pueblos de gran interés turístico, y también por la movilidad ya que el costo sería menor.

5.- La interacción entre los habitantes de la población, y los turistas esto ayudará a que las personas hagan manualidades y puedan venderlos.

6.- Los trabajadores de la hostería al ser originarios de Tulipe conocen de historias, leyendas, lugares no concurridos habitualmente y de atracción turística.

7.- El conocimiento de los pobladores en temas relacionados con especies de animales que habitan en el lugar, plantas medicinales, el uso de las piscinas ceremoniales que se usaban por parte de la Cultura Yumbo.

8.- El desarrollo social y económico con la participación de la gente del lugar en las actividades que realizará la hostería, ya que esto dará ingresos adicionales tanto a los pobladores.

9.- Para la construcción de la hostería se utilizarán materiales naturales como madera, paja, caña guadua, causando menor impacto al ambiente.

10.- La capacitación permanentemente en técnicas de servicio al cliente y técnicas de restaurantes, a los empleados de la hostería que garantice la calidad del producto.

11.- No existe en Tulipe una infraestructura hotelera de buena calidad que preste un buen servicio a los visitantes.

12.- Actualmente existen estudios por parte del Ministerio de Turismo, que al corto plazo se podría realizar una alianza estratégica para desarrollar turísticamente este destino.

13.- La ubicación de la hostería será estratégica, ya que se encuentra cerca de la carretera, a unos 1000mts., que fácilmente pueden ingresar las personas a pie.

14.- Serán aprovechadas las fiestas populares y fiestas religiosas como las que se celebra la primera semana de Octubre, y una fiesta popular que se realizan el 21 de marzo por motivo del equinoccio (los días tienen una duración igual a la de las noches).

3.2.2. Debilidades

1.- Debido que Tulipe es un destino turístico nuevo para visitar, no tiene información suficiente para explotar todos los atractivos turísticos existentes.

2.- Por ser un sitio en desarrollo no tiene una carretera de primer orden, ya que no existe una buena gestión por parte de la municipalidad del Gobierno Parroquial.

3.- Tulipe es un lugar pequeño en el cual no se encuentran fácilmente alimentos no perecibles y medicinas. (Falta de proveedores y servicios médicos)

4.- La extensión del terreno no permite la existencia de infraestructura para actividades adicionales.

5.- Actualmente existe poca información del lugar por parte del Ministerio de Turismo sobre sus atractivos.

3.2.3. Oportunidades

1.- El crear un nuevo destino turístico para la provincia de Pichincha con apertura a nuevos inversionistas.

2.- Ser los pioneros en dar un buen servicio hotelero y ganar renombre y prestigio en el destino turístico con relación a otras hosterías cercanas al Nanegalito.

3.- Generar empleo para los habitantes de Tulipe y permitiendo la participación comunitaria y la distribución de la riqueza desde las parroquias urbanas a las rurales del Distrito Metropolitano de Quito.

4.- Fomentar la creación de micro empresas dentro de la hostería para la venta de productos del lugar como por ejemplo: manualidades, queso, dulce de leche, palmito, caña de azúcar, diversificando las actividades productivas.

5.- Ofertar al mercado turístico que llega a Tulipe que no consiguen un establecimiento que brinde hospedaje y alimentación de calidad.

3.2.4. Amenazas

1.- La saturación de nuevos proyectos hoteleros que brinden el mismo servicio de alojamiento y atraídos por el costo de la tierra.

2.- Por ser un pueblo pequeño no dispone de todos los requerimientos que pueda necesitar un turista por ejemplo farmacias, cabinas telefónicas, internet, almacenes con víveres o variedad de productos no perecibles.

3.- La negativa o falta de apoyo y compromiso con el proyecto por parte de los pobladores de Tulipe.

3.3. Mix de Marketing

3.3.1. Estrategias Producto

El producto hotelero siempre se ha encaminado a dar un excelente servicio a todo aquellos que requieran de los mismos, por tal razón para la Hostería “Cultura Yumbo” con Cabañas Familiares se han diseñado algunas estrategias para captar la atención de los futuros clientes.

Producto.-

Estrategia por el diseño del establecimiento.-

La Hostería “Cultura Yumbo” con Cabañas Familiares estará ubicada a una distancia de 1 km con respecto a la carretera, con esto se logra un menor impacto por motivos de ruidos de vehículos que circulan por Tulipe.

Para que los huéspedes se sientan cómodos y tranquilos, las instalaciones serán construidas con materiales acordes al lugar, tales

como caña guadua, madera como el tangare o el colorado, el techo tendrá un cubrimiento de chova, las habitaciones si incluirán un gran ventanal con vista a los montes y a las Tolas.

La hostería contará con siete cabañas distribuidas de la siguiente manera.

Cabaña 1.- Tendrá una habitación simple y una habitación doble

Cabaña 2.- Una habitación simple y una habitación doble

Cabaña 3.- Una habitación simple y una habitación triple

Cabaña 4.- Tendrá una habitación doble y una habitación triple

Cabaña 5.- Tendrá dos habitaciones triples

Cabaña 6.- Será una cabaña matrimonial

Cabaña 7.- Donde se ubicarán la recepción, el restaurante y la cocina

Por lo que la Hostería “Cultura Yumbo” con Cabañas Familiares tendrá una capacidad para 26 personas hasta un máximo de 32 personas.

Cada una dispondrá de baño privado y closet con los servicios básicos tales como agua, luz, teléfono.

Actualmente las personas que acuden a estos establecimientos hoteleros por relajamiento e interactuar con la naturaleza, alejados lo más posible de la tecnología de las grandes ciudades.

En las instalaciones de la hostería existirán cuadros, fotografías relacionadas con la cultura Yumbo, con su cultura, costumbres, ritos y vestimentas, además se reflejarán las actividades económicas del lugar por ejemplo la producción de leche y sus derivados, adicionalmente fotos de lugares a los cuales los huéspedes pueden visitar mientras se alojan en la Hostería.

ESTRATEGIA POR SU CARACTERÍSTICA

Por ser un proyecto con visión de inclusión social, la hostería tendrá como

trabajadores, a la mayoría de ellos, a los pobladores del lugar, esta es una estrategia que tiene grandes beneficios primero, para el barrio de Tulipe, ya que será otra forma de ingreso económico, y a largo plazo un crecimiento económico y social, los beneficios para la hostería serán muy importantes, por el hecho que los pobladores aprueban y apoyan el proyecto existiría lo menos posible una resistencia hacia la construcción de una hostería, y a que personas ajenas al lugar lleguen e “invadan” su espacio.

Las personas se ven o se sienten ofendidas cuando existe una oportunidad de trabajo, y los empleadores prefieren contratar gentes de otros lugares, y no hacer participar a personas del sitio, por esta razón se vio en la obligación de desarrollar un proyecto de tesis con necesidad generar nuevas plazas de empleo, y proponer un nuevo destino turístico para la provincia de Pichincha, esto se puede confirmar visitando páginas del internet y averiguar los destinos turísticos de la provincia en la parte noroccidental y se encuentra que los lugares más nombrados son Mindo, Puerto Quito, San Miguel de los Bancos y Pedro Vicente Maldonado.

ESTRATEGIA POR EL SERVICIO

1.- La mayoría de hosterías que existen en la parte noroccidental de la provincia de Pichincha no cuentan con una buena calificación de calidad, la gran cantidad de ellas tienen una categoría de tercera y cuarta, y a pesar que el Registro Catastral Turístico(<http://registro.turismo.gov.ec/ubicame.php?divpol=17&act=C2&name=PICHINCHA>link de la página), tienen una calificación de primera, al momento de ser visitados no cumplen con las expectativas, y eso es lo que no se quiere conseguir, que el huésped se sienta de alguna manera engañado, por este causa se ha reflexionado en la calidad de servicio que se desea dar.

Lo que se busca es muy simple, que los huéspedes se sientan los más cómodos posibles durante su estadía, esto quiere decir, que el servicio a la habitación sería una ventaja importante en el servicio y diferenciación que se desea tener, la pregunta es ¿porqué con algo muy utilizado por la gran mayoría de hoteles tienen este servicio, se puede sacar alguna ventaja?, la razón es por la poca cantidad de personal que cuentan muchas de las hosterías y por el poco conocimiento de calidad en el servicio no aplican esta modalidad, tal vez sea por su pequeña infraestructura o por no más contratar personal.

2.- Otra estrategia será el servicio de transporte, el mismo tendrá algunas actividades tales como:

El llevar a los huéspedes desde Quito hasta la hostería, esto evitará que los clientes que no tengan vehículo tengan la posibilidad de llegar sin contratiempos, también hay personas que llevan demasiado peso en su equipaje y esto ayudaría de gran manera a sentir las comodidades desde el principio.

De igual manera se usará este servicio a la hora del retorno de los huéspedes, ya sea para esperar a que los buses que pasan por Tulipe pero este servicio solo es utilizado hasta las 18pm todos los días o salir hasta carretera que une Nanegalito a San Miguel de los Bancos y esperar a los buses que van a Quito.

Para poder visitar los lugares turísticos que ofrecen Tulipe y sus cercanías se necesita de un medio de transporte que facilite la movilización de los huéspedes, sitios como Reserva Orquideológica de Pahuma, o la pesca deportiva de Tandayapa, hacia el río Alambi, hacia la cascada el Gallo de la Peña que queda a 2 km de Pacto.

Por motivos de seguridad o auxilio el transporte será de gran ayuda, ya que de presentarse una emergencia y en estos lugares alejados de farmacias, o centros médicos podrá ayudar de forma oportuna de cualquier imprevisto.

3.3.2. Estrategias Precio

El precio es “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el productos o servicio.”³⁸

Para la fijación de los precios se han tenido en cuenta algunos puntos importantes tales como los factores internos (costos, consideraciones organizacionales, estrategias de marketing) y de los factores externos (naturaleza del mercado, competencia, economía, gobierno).

Este proyecto por ser nuevo no puede ser introducido al mercado con precios altos, queriendo recuperar la inversión a corto plazo, más bien los precios serán moderados, pero si hay que tomar en cuenta el tipo de cabañas y el tipo de servicios que se van a ofrecer.

Los precios serán dispuestos de la siguiente manera.

Habitaciones Matrimoniales	\$ 30 (por habitación)
Habitaciones Dobles	\$ 40 (por habitación)
Habitaciones Triples	\$ 50 (por habitación)

Incluye:

³⁸ Philip Kotler y Gary Armstrong Fundamentos de Marketing. Tomo VI. Pág. 353.

Desayuno.

Visita al museo de Sitio de Tulipe

Actividades:

Uso de polea\$ 3

Visita a la cascada La Piragua \$ 3

Visita a la cascada el Gallo de la Peña \$ 3

3.3.3. Estrategias de Distribución

- La Distribución directa será a través de una página web que tendrá la hostería, con la cual se desea captar la atención de los huéspedes, mediante este canal se quiere informar el tipo de instalaciones que se tiene, precios, atractivos de Tulipe y sus alrededores, horarios de atención, información básica del sitio, actividades de se realizarán en la hostería, dependiendo de las fechas festivas de Tulipe.

También se ha visto como de gran conveniencia, dar a conocer los productos de los pobladores de Tulipe que producen y que puedan ser vendidos a los huéspedes, como por ejemplo llaveros, decoraciones, camisetas con el logotipo de la cultura Yumbo, también productos comestibles como el queso, dulce de leche, panela, jugo de caña de azúcar, etc., con lo cual se quiere ayudar al crecimiento del lugar, ya que este proyecto tiene también como misión la inclusión social y el fortalecimiento de la cultura.

Hoy en día el internet es un medio de distribución masivo, es una gran oportunidad utilizarlo, los clientes antes de realizar una compra lo que primero que se fijan es el tipo y la calidad de producto que se ofrece.

La página estará diseñada para que sea fácil de usar, en la cual los

clientes podrán realizar las reservaciones, escoger la promoción que más les llame la atención, ver fotografías y videos de los lugares a los cuales puedan visitar.

- Un canal de distribución directa adicional será la oficina que estará situada en la ciudad de Quito, con esto se desea llegar directamente a los futuros clientes y establecimientos que deseen realizar excursiones, visitas, paseos. Esta oficina ayudará para una mejor negociación con el cliente, un servicio personalizado, realizar mejores propuestas que sirvan para captar el mercado.

- También la oficina será un modo para realizar una alianza estratégica con las agencias de viajes que será el canal de distribución indirecta por ser estas empresas las que acercan los puntos de venta al consumidor. Se pretende poner al alcance de clientes potenciales un sistema que a pesar que resulta fiable, reduce su margen de beneficio, le resta dominio sobre su oferta y a menudo solo resuelve la venta de lo que es fácil de vender.

3.3.4. Estrategias Promoción

Publicidad.- Para la introducción al mercado y apertura de la hostería se realizarán las siguientes estrategias relacionados con la promoción y publicidad del producto, el mensaje primordial que se quiere difundir es “Tener un excelente fin de semana fuera de la ciudad de Quito” en el cual pueden encontrar alojamiento de gran calidad y a buen precio con atractivos turísticos diferentes a los ya conocidos.

1) Los **anuncios en periódicos** locales, ya sean estos El Comercio, Ultimas Noticias, con lo cual se quiere dar a conocer el producto el cual es dar el servicio alojamiento en Tulipe, un lugar nuevo para visitar y

conocer, para esto se tiene previsto que los días jueves o viernes dependiendo de la disponibilidad del periódico salga la publicidad en estos medios impresos, en las secciones respectivas de éstos se presentará a la Hostería “Cultura Yumbo” en El Comercio en la sección Ecuador, y en el diario Últimas Noticias estará ubicada en “El Día En Noticias”.

Los medio impresos tienen un costo realmente importante, por lo que no se puede dar el gusto de que la publicidad aparezca cada semana, lo que se procurará es que los avisos sean en fechas de importancia tales como feriados, días festivos en Tulipe en este caso los solsticios y los equinoccios.

2) Para la apertura de la hostería la utilización de **publicidad en televisión**, será importante y se desea optimizar los recursos económicos, pero no se quiere dejar de lado el uso de este medio, ya que llega a un gran número de personas las cuales se puede aprovechar para comercializar el producto, el medio previsto es: Ecuavisa canal 8, se desea aprovechar el programa dominical La Televisión para informar a los televidentes de éste producto enfocándose primordialmente de los habitantes de Quito, por ser un programa familiar se desea llegar a más personas, ya que existe una incidencia por parte de un integrante de la familia a convencer a los demás para salir un fin de semana a relajarse o a divertirse.

Es verdad que el reportaje saldrá una sola vez pero se espera que a una gran cantidad del mercado esperado llegue el mensaje, y se tiene el beneficio de la información en cadena, con lo cual se desea que la hostería sea conocida en forma progresiva más la información en el medio escrito será un recordatorio para ello.

3) El **uso de carteles** está planificado que estén ubicados en la oficina en

Quito y a la entrada del barrio Tulipe, porque esta publicidad debe ser constante, y diaria como toda empresa en crecimiento necesita que su marca sea reconocida y recordada por el mercado, además que no representará un costo adicional de mantenimiento o actualización eso se encargará de realizarlo en la página web y con el trabajo que se hará con las agencias de viajes.

Hay que tener en cuenta lo siguiente, se trabajará con agencias de viaje solo los ocho primeros meses de su apertura, ya que se desea llegar a una gran cantidad de público a corto plazo, después de haber dado a conocer el producto y servicio se trabajará solo con una agencia de viaje y por períodos de tiempo, ya que se debe recordar que las agencias cobran un porcentaje en las ventas y no se puede depender en un 100% de ellas.

b.- Promoción de Ventas o de consumo.-

4) La **promoción** para la apertura de la hostería con los cuales se quiere incentivar a que los clientes lleguen por primera vez y pernocten más de una noche será: la segunda noche y su desayuno no será cobrado a uno de los huéspedes, lo mismo es para tres personas la tercera tiene el mismo beneficio, etc., lo que se desea es que se decidan por quedarse una noche más de lo esperado, si lo se lo ve desde otro punto de vista se hará que obligatoriamente una persona tenga que pagar, por su alojamiento y su alimentación en la mañana, y de igual manera se mantendrá esta promoción para la visita a las cascadas y otros lugares que tengan un costo adicional.

Esta promoción se mantendrá para los clientes que tengan una frecuencia en su hospedaje, es una forma de agradecimiento y de fidelización por consumir éste producto.

5) Un elemento importante en este tipo de estrategias serán los **sorteos** que se realizarán con los huéspedes que se encuentren en ese momento alojados en la hostería, los premios serán productos producidos por los pobladores de Tulipe, se ha visto que mucha gente que visita Mindo y regresa a la ciudad de Quito, por Nanegalito muchas de ellas se quedan para adquirir cosas muchas de ellas comestibles, pero lo que quiere es dar a conocer es lo que producen en Tulipe.

6) Como última estrategia se realizará un **mercadeo en línea**, esto consiste en mandar e-mail a todas las personas que se encuentren en una base de datos, lo que se desea lograr es informar de las actividades que se realizarán en la hostería, datos importantes concernientes a Tulipe, se va ser uso de este medio debido probablemente mucha gente por varios motivos no ingrese a la página se puede informar de la propuesta de relajamiento de esparcimiento.

Publicidad		1950
Hojas volantes		380
Trípticos		850
Web Site		400
Diseño Gráfico		320
	Total	1950

CAPÍTULO IV

4.- ESTUDIO TÉCNICO

Se tomarán en cuenta los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos y la determinación del tamaño óptimo del lugar, localización e instalaciones de la hostería.

4.1.- Objetivos

- Determinar la ubicación de la hostería “Cultura Yumbo” en Tulipe señalando las áreas que tendrá para las cabañas y sus respectivos espacios verdes.
- Definir la capacidad y el tamaño del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Establecer las normas adecuadas para los procesos operativos de la hostería.

4.2.- Tamaño y localización del proyecto

4.2.1.- Macro localización

La hostería “Cultura Yumbo” estará localizada al Noroccidente de la provincia de Pichincha a 70 kilómetros de la ciudad de Quito, en la vía Nanegalito - Pacto.

La provincia de Pichincha actualmente cuenta con vías de primer orden con lo cual ayudará a la fácil circulación vehicular; y acortar el tiempo que se demora en trasladarse de un lugar a otro.

4.2.2.- Micro localización

Se encuentra ubicado en el sector de Tulipe a 15 km de Nanegalito, en la vía Calacalí - La Independencia hacia el noroccidente de Quito, tome el camino identificado con un letrero hacia Tulipa, al lado derecho luego de pasar el pueblo de Nanegalito, la hostería "Cultura Yumbo" estará localizada a 1 km de la carretera que pasa por Tulipe.

Tulipe tiene aproximadamente 120 habitantes, de los cuales el 76% (91 personas) son adultos y el 24% (29 son menores de edad).

Posee un clima tropical húmedo varía entre los 17° y 22° C, tiene una altura de 1200 ms sobre el nivel mar.

Sus actividades económicas son la agricultura y la ganadería, también cuentan con la producción de leche, panela, caña de azúcar, pitahaya, cacao, café, guabas, cítricos, maíz, maní, plátano yuca.

Tamaño del proyecto

4.3.- Áreas del proyecto

El proyecto contará con áreas que harán de la estadía del huésped un verdadero confort, con espacios para realizar caminatas, relajarse del estrés, distraerse por un momento de todas las preocupaciones, olvidarse por un breve espacio de tiempo los problemas que se presenta en la vida

diaria de las personas, apartado de todo lo que una ciudad grande.

Las áreas que tendrá la hostería serán: Alojamiento, Restaurante, y Recreación que atenderá alrededor de 50 personas.

Por la normativa que existe actualmente en el **Reglamento General de Actividades Turísticas (decreto no. 3400) que dice:**

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

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

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

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

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

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

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

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

b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las

habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;

c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.³⁹

4.4.- Ingeniería del Proyecto

La Hostería “Cultura Yumbo” poseerá una extensión de 2000 m² con espacios verdes, y senderos para una corta caminata por los alrededores de la hostería, por lo cual se evitará dañar la vegetación del lugar, y sea lo más natural posible, con una extensión de 800 m² además incluirá una piscina de con las siguientes medidas 5m de largo y 3.5m de ancho.

Dentro de este terreno estarán ubicadas las 6 cabañas con sus respectivas habitaciones, y 1 cabaña donde se encontrará el restaurante, oficina y recepción.

El Área de Alojamiento

La hostería “Cultura Yumbo” dispondrá de 11 habitaciones en 6 cabañas con una capacidad mínima de 26 huéspedes y un máximo de 32 personas hospedadas, las habitaciones tendrán un tamaño apropiado de 6m de ancho por 10m de largo, para sentirse cómodo en un lugar como éstos además se incluirán los servicios básicos (agua, luz, teléfono). Además cada cabaña tendrá un sillón, y una mesa de centro con una hamaca que puede ser colgada fácilmente según el requerimiento del huésped.

³⁹ Fuente: Decreto 3400 R.O 726, 17 de Diciembre de 2002

Descripción de las habitaciones.

Existirán 4 habitaciones Matrimoniales, 3 habitaciones Dobles y 4 habitaciones triples.

Cabaña 1.- Matrimonial - Doble

Una habitación Matrimonial que tendrán una cama King size (2 x 2m), además de dos veladores y un armario, adicionalmente una mesa de madera con dos asientos, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Una habitación Doble que tendrá dos camas Queensize (1.60 x 1.90m) con dos veladores y un armario, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Cabaña 2.- Matrimonial y Doble

Una habitación Matrimonial que tendrán una cama King size (2 x 2m), además de dos veladores y un armario, adicionalmente una mesa de madera con dos asientos, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Una habitación Doble que tendrá dos camas Queensize (1.60 x 1.90m) con dos veladores y un armario, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Cabaña 3.- Matrimonial y triple

Una habitación Matrimonial que tendrán una cama King size (2 x 2m), además de dos veladores y un armario, adicionalmente una mesa de

madera con dos asientos, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Una habitación Triple que tendrá una cama Queensize y una litera con colchones de 1 plaza y media (1.05 x 1.90m) con dos veladores y un armario, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Cabaña 4.- Doble y triple

Una habitación Doble que tendrá dos camas Queensize (1.60 x 1.90m) con dos veladores y un armario, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Una habitación Triple que tendrá una cama Queensize y una litera con colchones de 1 plaza y media (1.05 x 1.90m) con dos veladores y un armario, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

Cabaña 5.- Triples

Dos habitaciones Triples que tendrán una cama Queensize y una litera con colchones de 1 plaza y media (1.05 x 1.90m) con dos veladores y un armario, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos, en cada habitación.

Cabaña 6.- Matrimonial

Una habitación Matrimonial que tendrán una cama King size (2 x 2m), además de dos veladores y un armario, adicionalmente una mesa de madera con dos asientos, el baño poseerá: ducha con agua caliente, inodoro y lavamanos.

En la **Cabaña principal** 15m ancho y 20m de largo estarán localizados el restaurante, la recepción y la oficina administrativa.

El **restaurante** tendrá una capacidad de 40 personas con mesas para 4 puestos en total habrán 10 mesas de madera. Las decoraciones serán como ya lo indiqué al principio productos de esta tesis, que los pobladores de Tulipe construyen con sus propias manos, y que pueden ser adquiridas por los huéspedes.

Además de ventanales grandes, para no perder de vista el entorno que rodeará al restaurante,

La **recepción** estará diseñada de madera, y con retratos del sitio de Tulipe con un sistema computarizado, para tener un registro histórico que a futuro servirá para que los clientes tengan beneficios.

La **oficina administrativa** donde se tomarán las decisiones inmediatas y necesarias para la hostería así también de organizar todas las actividades para los clientes además en este lugar serán receptadas las peticiones, comentarios, quejas etc.

4.5 Equipamiento del proyecto

La hostería tendrá los siguientes moblajes y equipos necesarios para la correcta operación de las diferentes áreas.

Muebles para las habitaciones

	Cantidad
Cama King size	4
Cama Queensize	10
Cama litera	8
Literas	4
Veladores	11
Armarios	11
Mesas de centro	6
Sillones de mimbre	6

Elaborado por Andy Ojeda

Los Linos

	Cantidad
Juego de sábanas	
Cama King size	16
Cama Queensize	40
Cama litera	32

Elaborado por Andy Ojeda

Frazadas

	Cantidad
Cama King size	8
Cama Queensize	20
Cama litera	16
(cubre colchón y sábanas) + (embodegado el doble)	
Almohadas de plumón	42
Fundas par almohadas	42

Elaborado por Andy Ojeda

Equipamiento y accesorios para los baños

	Cantidad
Lavamanos	11
Inodoros	11
Duchas	11
Espejos	11
Toalleros	11
Toallas para manos	22

Elaborado por Andy Ojeda

Mantelería para el restaurante

	Cantidad
Manteles	20
Manteles para mesa dormitorios	8

Elaborado por Andy Ojeda

Equipos de cocina

	Cantidad
Cocina industrial	1
Meses de trabajo	2
Lavadero	1
Campana extractora	1
Congelador	1
Refrigeradora	1
Freidora con plancha	1
Balanza mecánica	2
Horno microondas	1
Cafetera	2
Licadoras	2
Anaqueles	1
Calentadores	2
Parrilla	1

Elaborado por Andy Ojeda

Menaje de cocina

	Cantidad
Sartén con teflón 22cm	2
Sartén con teflón 24cm	2
Sartén con teflón 26cm	2
Olla de	2
Olla de 22cm	1
Cernidor	2
Pinza multiuso 40 cm	2
Cucharones	2
Espumadores	2
Asadores 36cm	1
Rallador	1
Cuchillo 10cm	2
Cuchillo 15cm	2
Pelador	2
Puntillas	2
Exprimidor manual	2
Tabla de picar	2
Paleta de hamburguesa	1
Molde para cake 20cm	1
Cacerola para salsa	1
Manga pastelera	1

Elaborado por Andy Ojeda

Implementos de oficina en la Hostería

	Cantidad
Computador	1
Computador Portátil	1
Impresora	1
Telefax	1
Escritorio	1
Sillas	2
Archivador	1

Elaborado por Andy Ojeda

Oficina en Quito

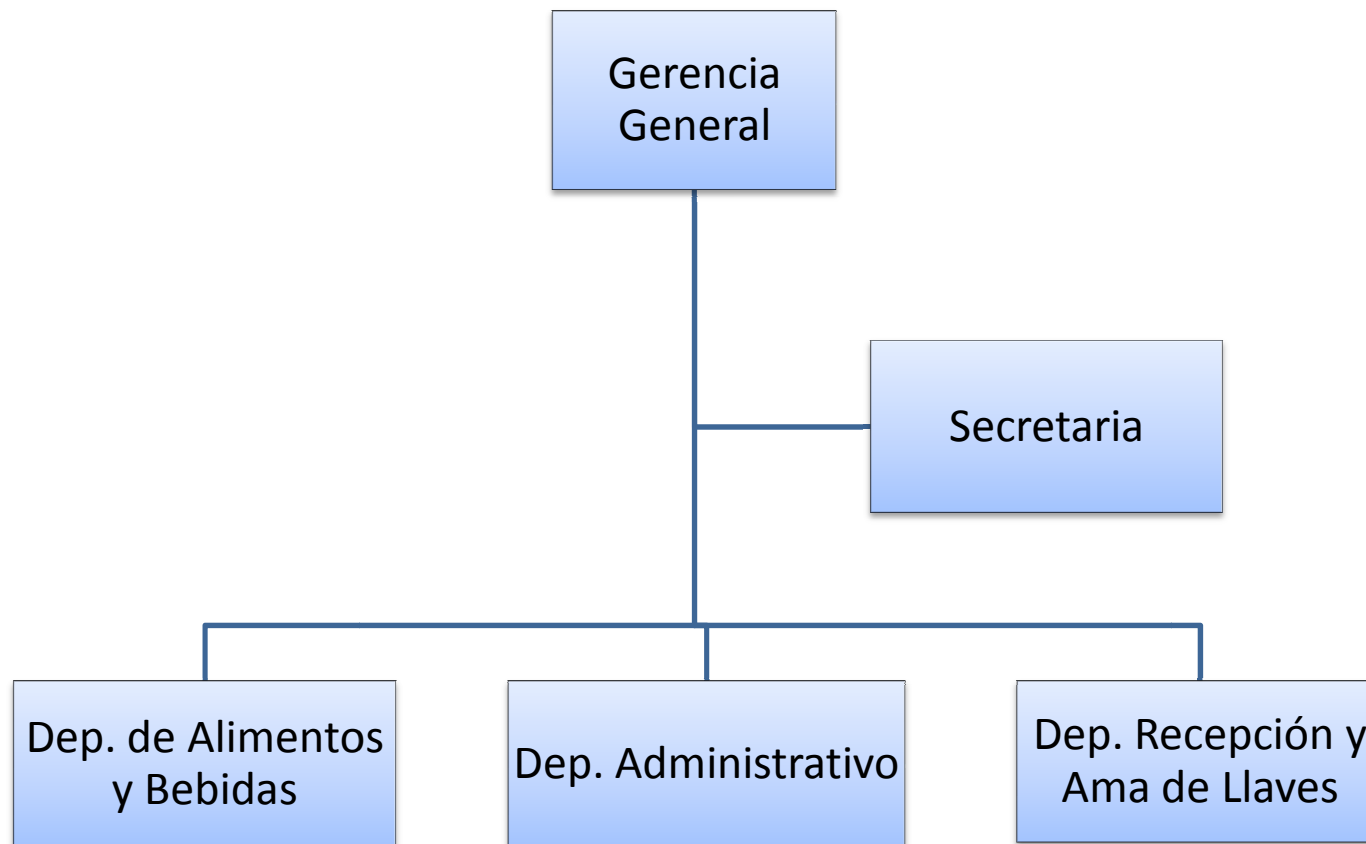
	Cantidad
Computador	1
Impresora	1
Telefax	1
Escritorio	1
Silla	1
Archivador	1

Elaborado por Andy Ojeda

4.6.- Normas de la buena práctica manufacturera

Cuadro orgánico funcional.

Elaborado por Andy Ojeda



Reservas.-

Los clientes podrán hacer las reservas directamente en la oficina que estará ubicada en la ciudad de Quito, o en la página web de la hostería www.hosteriaculturayumbo.com.

Dependiendo del número de personas que deseen alojarse en la hostería se realizarán las respectivas promociones, también podrán encontrar en la página web fotografías de las instalaciones y sus alrededores además de otros atractivos turísticos que los clientes puedan visitarlos.

En el paquete que se ofrece está incluido:

Alojamiento (una noche)

Desayuno

Visita al museo de Sitio de Tulipe

Visita a la cascada La Piragua

Visita a la cascada el Gallo de la Peña

Recepción:

La recepción se la realizará en la hostería, se revisará la reserva con sus respectivos datos informativos del huésped, se asignará la habitación con las especificaciones del cliente, su equipaje será llevado por un empleado de la hostería hasta la puerta de la habitación, dependiendo del número de personas que lleguen en ese momento ayudará otro empleado.

Room-Service

El servicio a la habitación estará dispuesto para todas las habitaciones, ya cada una tendrá un teléfono que se comunicará con la recepción, dependiendo de los requerimientos de los huéspedes se atenderá las peticiones además si necesitan realizar llamadas nacionales e internacionales.

Ama de llaves

Habrá una persona que se encargará de la limpieza y el mantenimiento de las habitaciones, dependiendo de la temporada se contratará una persona adicional para que sea un apoyo para ésta ama de llaves.

Según los estándares de calidad para hoteles de cinco estrellas una camarera debe trabajar ocho horas diarias en las cuales debe realizar la limpieza y el mantenimiento de un mínimo de 14 habitaciones, con tiempo para el almuerzo, por este motivo vemos que no es conveniente por el momento realizar la contratación de una camarera adicional.

Su función es:

- Realizar la limpieza de la habitación, limpiando residuos de polvo, el espejo del baño, limpiar el baño (lavamanos, inodoro y ducha), cambiando jabones, toallas y dejando un paquete de papel higiénico adicional.
- Hacer la cama, cambiando sábanas, cubrecama y fundas de almohada.
- Cambiar los amenities
- Limpiar el closet

Restaurante

En el restaurante existirán dos meseros que tendrán las siguientes responsabilidades:

- Atender afectuosamente al huésped, dándole un cordial saludo de bienvenida a la hostería indicando que ha sido una gran elección al visitarnos.
- Informar a los clientes con el menú de los productos que se ofrecen en el restaurante.
- Atender de forma inmediata el pedido de los clientes así mismo la entrega de la comida, antes informando del tiempo en que se demora preparar el alimento.

Cocina

Habrá un cocinero que tendrá como función el correcto desenvolvimiento de la cocina, y que tendrá un ayudante para que sea el apoyo en momentos de alto movimiento de huéspedes.

- Revisará el inventario de productos en bodega y realizar las requisiciones respectivas.
- Preparar los alimentos para los clientes cumpliendo con las normas en manipulación de alimentos.
- Tener en stock siempre todos los productos.
- Realizar la limpieza de la cocina.

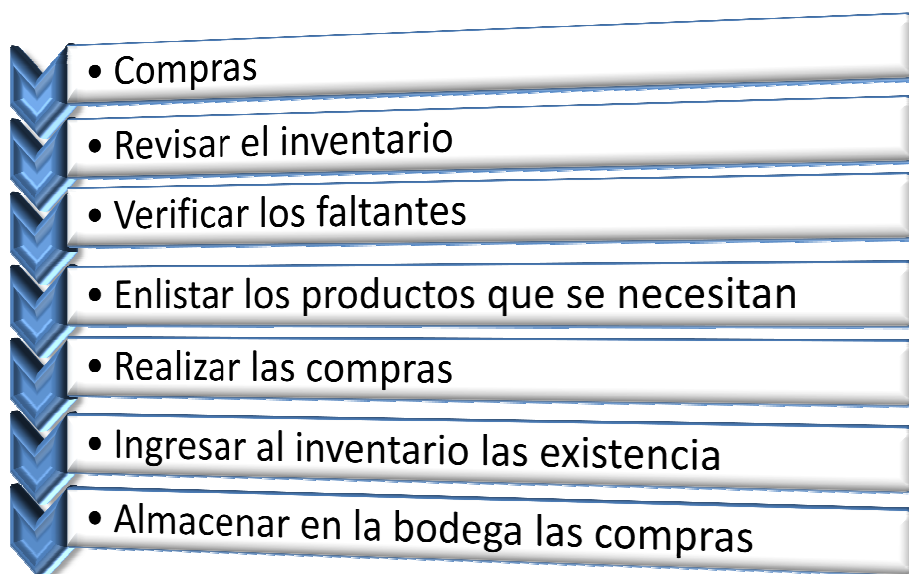
Jardinero

El jardinero se encargará del mantenimiento de los espacios verdes de la hostería, cuidando el crecimiento de las plantas y podar la maleza que afecte a la hostería en su infraestructura.

4.7. Proceso productivo

4.7.1.- Recepción de mercadería

Debido que en Tulipe no existen proveedores y los conocidos en Quito no llegan hasta ese lugar, se ve la necesidad de proveer de materia prima a la hostería por medios propios.

- 
- Compras
 - Revisar el inventario
 - Verificar los faltantes
 - Enlistar los productos que se necesitan
 - Realizar las compras
 - Ingresar al inventario las existencia
 - Almacenar en la bodega las compras

4.7.2 Producción

Estos serán los platos de la hostería producirá

Sopas y Cremas	Sopa de pollo
	Crema de tomate
	Crema de espinaca
	Locro de papa
	Sopa de quinua
	Crema de habas
	Arroz de cebada
	Sancocho

Crema de zambo
Caldo de patas
Crema de alverja
Aguado de pollo
Sopa de bolas de verde
Sopa de mote
Crema de champiñón
Crema de espárragos
Menestrón
Crema de choclo

Plato fuerte	
	Filete de pollo
	Carne molida
	Chuleta de cerdo
	Carne frita
	Guatita
	Tortilla de atún
	Pollo frito
	Filete de pescado
	Seco de chivo
	Arroz relleno
	Seco de pollo
	Bistec de carne
	Estofado de carne
	Tallarín
	Pollo brosterizado
	Chaulafán
	Sardina
	Carne frita con menestra de lenteja
	Encocado de pescado
	Carne apanada

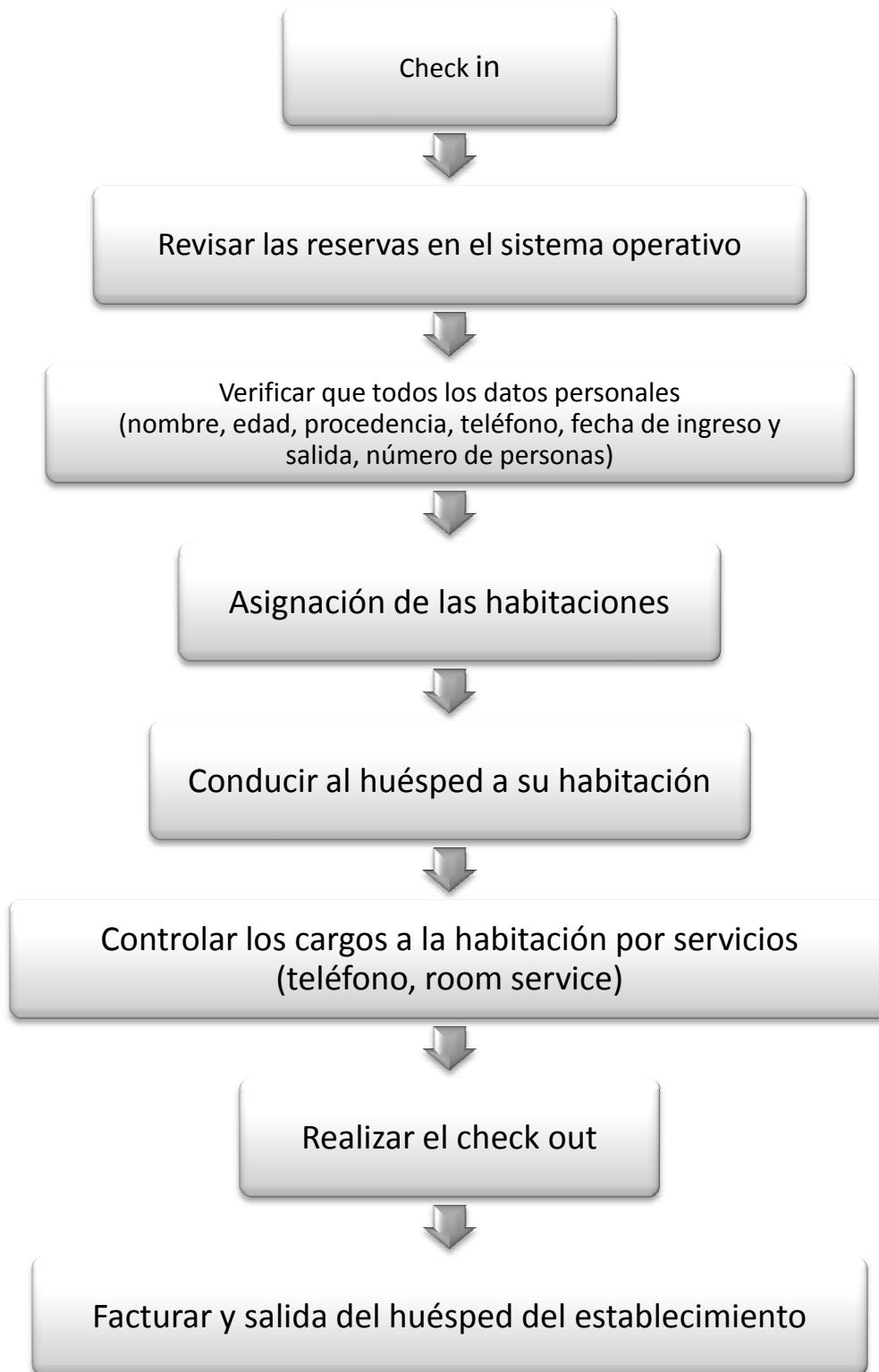
Ensaladas	
	Ensalada de zanahoria y col
	Ensalada de remolacha
	Ensalada de espinaca
	Ensalada de tomate
	Aguacate y tomate

Ensalada de lechuga y tomate
Ensalada de brócoli
Ensalada de cebolla y tomate
Ensalada de lechuga
Ensalada de pepinillo
Ensalada de col

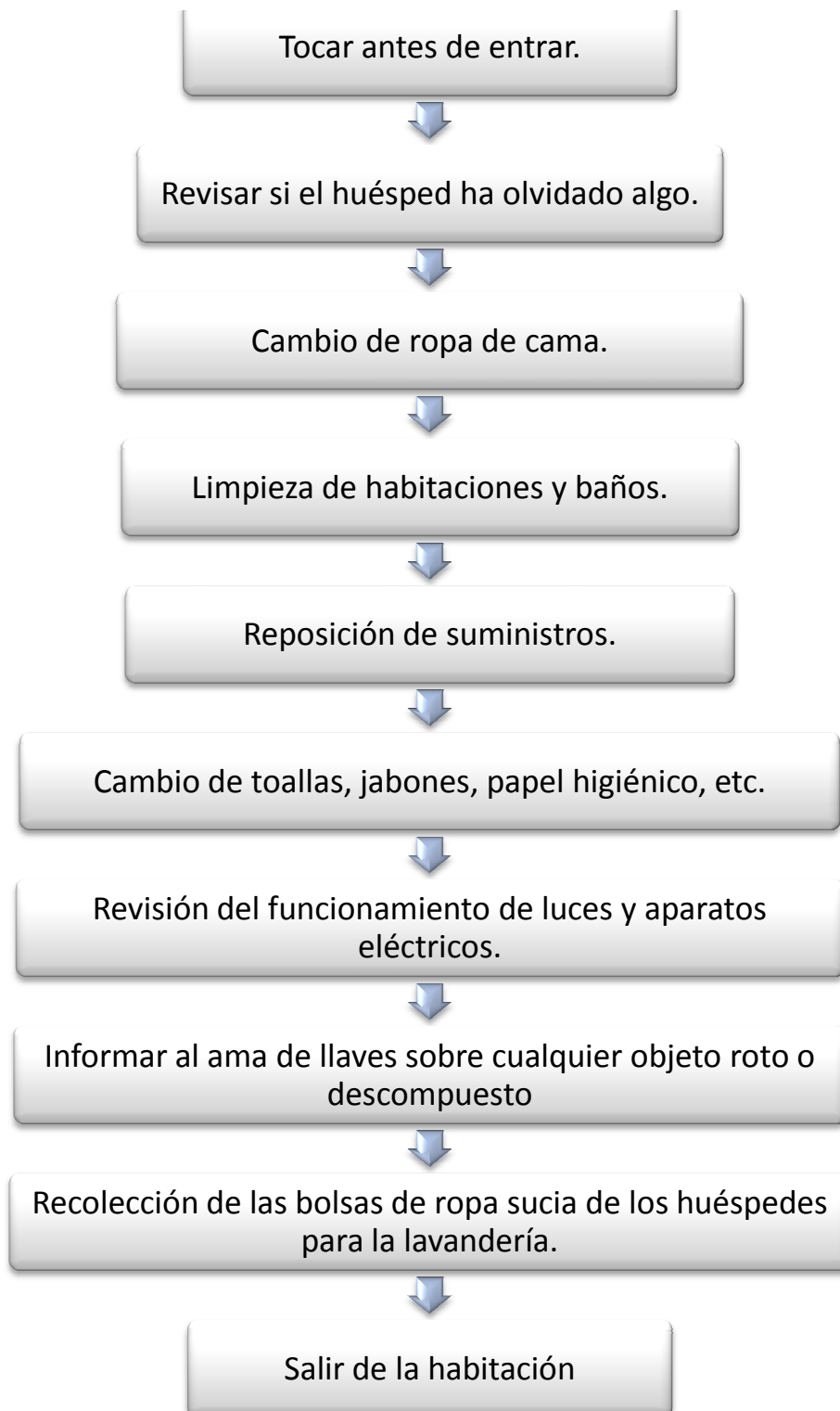
Bebidas	
	Jugo de badea
	Jugo de tomate de árbol
	Jugo de naranja
	Jugo de naranjilla
	Jugo de piña
	Jugo de sandia
	Jugo de mora
	Limonada
	Jugo de melón
	Jugo de taxo
	Avena
	Jugo de papaya
	Jugo de tamarindo
	Jugo de guanábana
	Gaseosas
	Agua

4.7.3 Flujo grama del proceso productivo

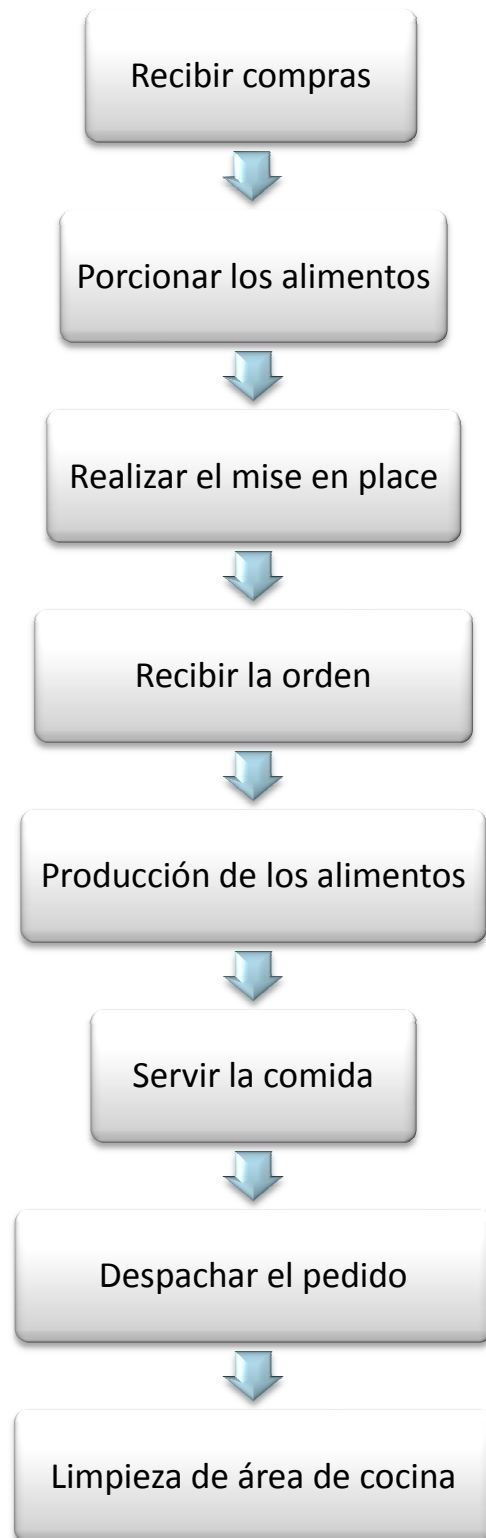
Flujo grama de recepción



4.7.4 Flujo grama del departamento de ama de llaves



4.7.5. Flujo grama de cocina



4.7.6. Flujo grama del restaurante

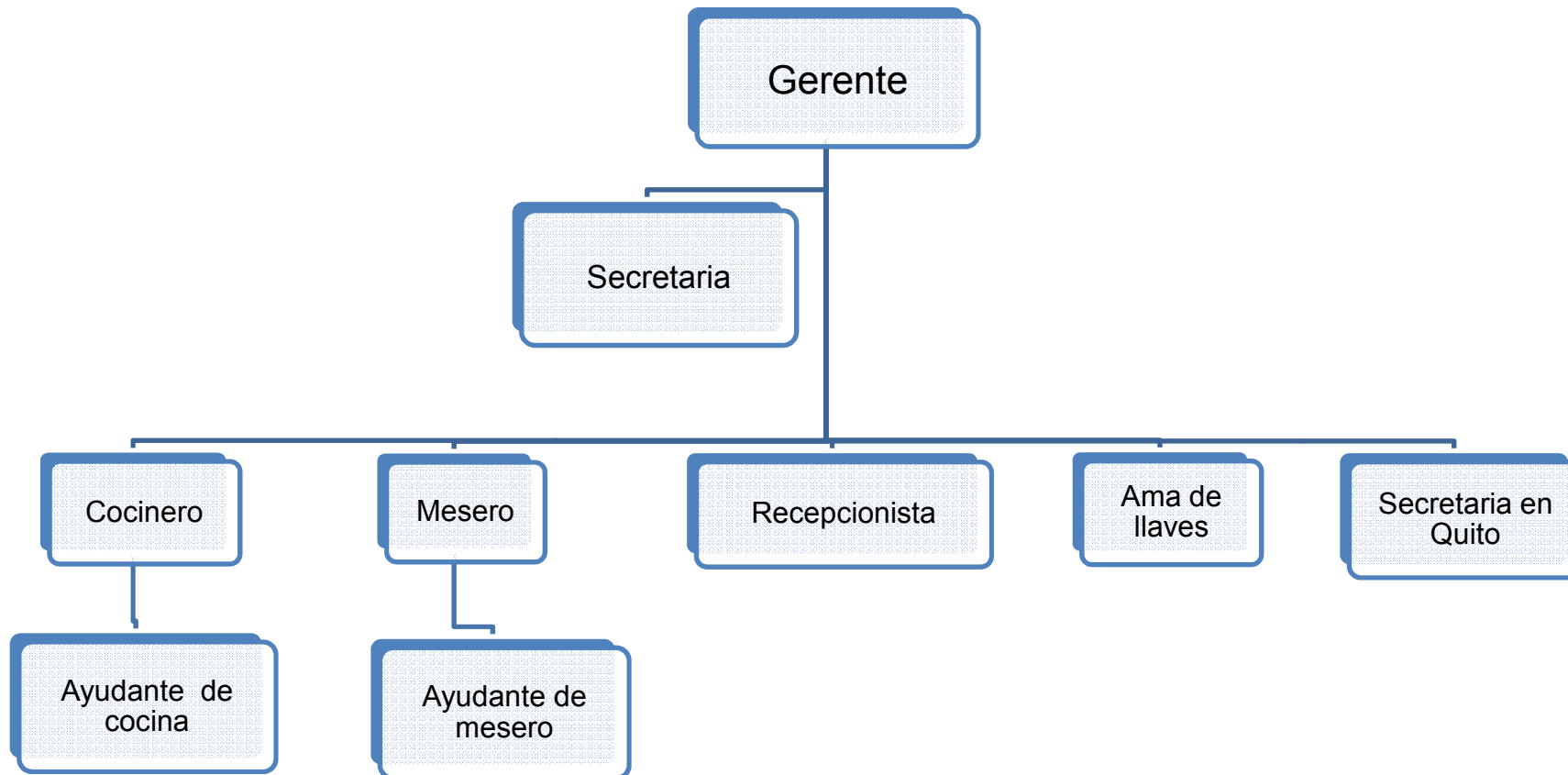


CAPITULO V

5.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1 Organigrama Estructural

Elaborado por Andy Ojeda



5.2 Gestión del Talento Humano

Esta tesis por tener una visión en la inclusión social de los habitantes de Tulipe y el desarrollo social y económico del sector, tiene como fortaleza la participación de la población en la hostería “Cultura Yumbo” sin dejar de lado los conocimientos básicos en la parte hotelera.

Por esta razón en los niveles altos de la administración contará con hoteleros calificados, que hayan terminado sus estudios en la carrera de hotelería, ya que actualmente no tiene espacio a estos niveles de jerarquía, la mayoría de jefes departamentales son empíricos y faltos de conocimientos en servicio y atención al huésped.

Para tener un equilibrio entre personas con conocimientos hoteleros, y la población que tal vez no tengan capacitación en servicio al cliente la hostería se encargará del mismo, como dice un refrán “La práctica hace al maestro”, por tal motivo se tendrá énfasis en la capacitación en comportamiento y aptitud del empleado, recepción hacia el huésped, mantenimiento de las habitaciones, servicio en el restaurante, almacenaje de productos, inventarios, manipulación de alimentos, sanitación.

La administración de la hostería tendrá a cargo escoger al recurso humano, hay que tomar en cuenta que el personal cumplirá con algunas disposiciones, buena presencia, cuidado personal, objetivos personales y tener deseo de trabajar en una hostería.

5.3 Descripción de funciones

Gerente General

Es la persona que va a ser el representante legal de la hostería, además

de ser la persona quién apruebe el presupuesto, tome las decisiones más relevantes, ejecutar medidas presupuestarias, establecer alianzas estratégicas con otras empresas hoteleras y fija objetivos, metas a corto y largo plazo.

Administrador

Es quién será el responsable de lograr los objetivos, es quien debe brindar los recursos necesarios para poder realizar las tareas en la hostería, es quién va a escoger al personal que trabajará en la empresa.

- Será el encargado de planificar horarios de trabajo, días libres.
- Los días en los cuales se deberán hacer las compras de la materia prima.
- Controlar que la hostería se encuentre en buen estado para eso debe contratar los servicios de una empresa antiplagas.
- Analizar cambios en los precios de los paquetes previa autorización gerencial.
- Pagar a los empleados las remuneraciones de Ley.
- Estar pendiente de los cambios que se presenten en el mercado con respecto a precios, gustos y preferencias de los huéspedes.
- Debe ser el enlace entre los trabajadores y la gerencia, llegar a consensos, y tomar decisiones que beneficien tanto a la hostería como a las necesidades de los empleados.
- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- Llevar los libros contables.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera y mensualmente entregar al Gerente.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna,

con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de forma inmediata.

Cocinero

- El cocinero tendrá a cargo de organizar los menús que se venderán cada semana, además de tener la materia prima necesaria para realizar el trabajo eficazmente.
- Revisar de forma frecuente la bodega, hacer pedidos de compra y verificar existencias con los inventarios.
- Controlar y mantener en buen estado todos los implementos y equipos de cocina.

Ayudante de cocina

- Será el apoyo que tendrá el cocinero para procesar y producir los alimentos.
- Tener listo el miche en place
- Realizar la limpieza de la cocina y los utensilios.

Mesero

- Estará encargado del restaurante.
- Dará la bienvenida a los clientes con amabilidad y cordialidad
- Ubicará a las personas en las mesas
- Informará a los clientes sobre los menús que tiene el restaurante
- Tendrá listo el montaje de las mesas, con el respectivo menaje.

Ayudante de mesero

- Asistirá al mesero en lo que necesite
- Ayudará a servir los platos

- Debe estar pendiente de algún requerimiento del cliente
- Cambiará los blanco, sucios por unos limpios

Recepcionista

- Revisará disponibilidad de habitaciones.
- Verificará las reservas que tenga la hostería
- Asignará habitaciones dependiendo de las preferencias de los clientes
- Atenderá a los clientes que soliciten información dándole la orientación requerida
- Anotará en los libros el control diarios de las llamadas hechas por parte de los huéspedes
- Realizará los cobros por los servicios prestados en la hostería

Ama de llaves

- Realizar la limpieza de la habitación, limpiando residuos de polvo, el espejo del baño, limpiar el baño (lavamanos, inodoro y ducha), cambiando jabones, toallas y dejando un paquete de papel higiénico adicional.
- Hacer la cama, cambiando sabanas, cubrecama y fundas de almohada.
- Cambiar los amenities
- Limpiar el closet

Secretaria en Quito

Estará a cargo de la oficina en Quito, esta oficina será ubicada en la avenida amazonas, tendrá como funciones:

- Atender amablemente a los clientes.

- Informar a las personas de los paquetes turísticos que se ofrecen.
- Llegar a un acuerdo con los clientes, realizar la negociación, dependiendo del número de personas, deberá contactarse con el gerente o el administrador para que aprueben el precio, los descuentos o las promociones.

Ya que se encuentra en la capital deberá estar informada de cambios en las leyes del Ministerio de Turismo, la CAPTUR, y reglamentos del Municipio y el SRI, ésta oficina estará provista de internet, se podría aprovechar alguna gestión inmediata y evitar algún tipo de clausura, o faltantes en los documentos, se sabe que nuestro país por ser inestable hay personas “sabiondas” que llegan y cambian las leyes sin son ni ton.

5.4. Marco Legal de la Organización

5.4.1.- Permisos para Operar

5.4.1.1.- Registro Actividad Turística

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del R.U.C.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de

- cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
 8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
 9. Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
 10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

5.4.1.2.- AFILIACIÓN CÁMARAS DE TURISMO

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicadas a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en

el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

5.4.1.3.- LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR
- Permiso de Bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Un solo trámite: Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a las Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en tres sitios de Quito:

1. Corporación Metropolitana de Turismo (García Moreno 1201 y Mejía) de 09H00 a 13H30 y de 14H00 a 16H30.
2. Administración Zona Norte (Amazonas y Pereira) acercarse directamente a la ventanilla 21 de 08H00 a 14H00.
3. Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR (Patria y Amazonas, Edif. COFIEC, 3er. Piso) de 09H00 a 13H00 y de 14H00 a 18H00.

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Permiso de Uso de Suelo,
- 4.- Copia del RUC (actualizado, si existieren cambios).

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

5.4.1.4.- PERMISO SANITARIO

1. El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Los permisos de funcionamiento sanitario se renovarán anualmente durante los 180 primeros días de cada año, previo el pago de los derechos correspondientes.

REQUISITOS

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de Pichincha, ubicada en la calle Mejía y García Moreno 2do. piso, lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario

- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

DERECHOS POR SERVICIO:

Para la concesión de permisos sanitarios, se deben cancelar los derechos por servicio fijados en el REGLAMENTO DE DERECHOS POR SERVICIO POR CONTROL SANITARIO Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO publicado en el Registro Oficial No. 58 del miércoles 9 de abril del 2003, y su reforma a través de Decreto Ejecutivo No. 341 publicado en el Registro Oficial No. 99 del 6 de junio de 2007; esa es la normativa que en la actualidad es usada por el Ministerio de Salud para la recaudación de tasas.

CERTIFICADOS DE SALUD EMPLEADOS

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud. Los Centros de Salud que confieren los certificados de salud de los empleados, se encuentran ubicados en la Cuenca y Olmedo.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año

Base Legal: Código de la Salud; Reglamento de Tasas

5.4.1.5.- PATENTE MUNICIPAL

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e

industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año. (Ventanilla Única)

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386 Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001.Art. III 33 al III. 46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Dic. De 2000

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

REQUISITOS:

Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N.-14: \$0.20;

- RUC (original y copia)
- Cédula de Identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones)
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)

PATENTE PARA PERSONAS NATURALES

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- Copia de la carta de pago del Impuesto Predial del año en curso
- Copia de la Cédula de ciudadanía
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

5.4.1.6.- USO DE SUELO

Obligación: Obtener el permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo: obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año.

Base Legal: Ordenanza 0095, R.O. 187-S, 10-X-2003; Ordenanza 0018, RO. 311, 12-VII- 2006(para el sector la Mariscal), Ordenanza 0190, R.O. 403, 23-XI-2006.

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

Municipio Administración La Delicia
(Av. De la Prensa N66-101 y R. Chiriboga)
Dirigirse a: Ing. Luis Gallo (8am)

Informe de Regulación Metropolitana o Línea de Fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe llenar el formulario correspondiente (gratuito) y adjuntar la carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este Informe tiene validez por dos años.

- RUC
- Copias de Cédula de Identidad del peticionario.
- Copia de la Papeleta de Votación
- Copia de la Papeleta de Votación

5.4.1.7.- RÓTULOS Y PUBLICIDAD EXTERIOR

Sirve para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada.

Obligación: Pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad al Municipio correspondiente, es una autorización para instalar medios de publicidad exterior en espacios privados, públicos y de servicios generales.

Plazo: obtención una vez instalado el rótulo y el permiso tiene validez durante UN AÑO.

Base Legal: Ordenanza 0186, R.O. 401 del 21 de noviembre del 2006.

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

PUBLICIDAD EXTERIOR

Se encuentra publicado en el Registro Oficial No. 401 del 21 de noviembre del 2006, la Ordenanza

Metropolitana No. 0186 que sustituye el Capítulo I “De la publicidad exterior”, del Título III “De los rótulos y carteles” del Libro Segundo del Código Municipal, que fue anteriormente sustituido por la Ordenanza Metropolitana No. 096.

* La publicidad exterior puede realizarse a través de los siguientes medios:

PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA: La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios privados, públicos o de servicio general.

REQUISITOS PARA LA AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

1.- Para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y Mobiliario Urbano Turístico:

Para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y mobiliario urbano, el interesado presentará:

- a. Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b. Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c. Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño del elemento cumple con la normativa;
- d. Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano respecto de que la publicidad a ser instalada no afecta proyecto municipal alguno;
- e. Informe técnico favorable de la Administración Zonal respectiva de que la publicidad a instalarse se ajusta al máximo de dimensiones permitidas por la ordenanza y cumple con la distancia mínima entre vallas, entre carteleras o entre vallas y carteleras publicitarias.
- f. Informe de la Administración Zonal, de las garantías que debe rendir el administrado por el cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, fenecido el término de la licencia o por haberse dispuesto su revocatoria;
- g. Forma de pago o compensación de la regalía por el uso del espacio público, garantía por cumplimiento de las obligaciones adquiridas y seguro por daños a terceros;
- h. El compromiso de mantenimiento del área de implantación y el área circundante en el radio de seis metros y el desmontaje de la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario al vencimiento del plazo del permiso o de su revocatoria; e,

i. La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

2.- Instalación de señalización informativa de tránsito o turística.

Para la obtención de la licencia de señalización informativa de tránsito o turística el interesado presentará:

- a. Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b. Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c. Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño de la publicidad cumple con la normativa;
- d. Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano, que la información a ser instalada no afecta ningún proyecto municipal; y,
- e. La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

3.- Requisitos para autorizaciones concedidas por las Administraciones Zonales:

Para obtener la autorización para la publicidad exterior fija en espacios privados y/o de servicio general se requerirá:

- a. Solicitud dirigida al Administrador Zonal respectivo, señalando que la publicidad cumple con la normativa;
- b. Croquis del predio en el que se instalará el medio publicitario y fotografía actual del lugar;
- c. Autorización escrita del propietario del inmueble, con reconocimiento de firmas efectuado por autoridad competente, en el que se vaya a realizar la instalación; en caso de propiedad horizontal, la autorización notariada de todos los copropietarios del inmueble (100% de las alícuotas);

- d. Copia de la carta de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud del inmueble en el cual se va a instalar el medio publicitario;
- e. Patente actualizada del solicitante;
- f. En el caso de vallas, o tótems con altura igual o superior a 6 m., informe técnico suscrito por un ingeniero que garantice la estabilidad de la estructura de sustentación;
- g. Pago de la regalía por instalación de la publicidad exterior fija, compromiso y garantía por cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, una vez fenecido el término de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma, así como el seguro por daños a terceros; y,
- h. El compromiso de desmontar la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario, al vencimiento del plazo de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma y la restitución completa de la acera o parterre, respectivo. No podrá dejarse elemento de naturaleza alguna sobre el piso en el que estuvo instalado el medio.

VIGENCIA DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD

Toda licencia de instalación de publicidad fija autoriza la implantación de la misma, y tiene vigencia de hasta UN AÑO contado a partir de su concesión.

* El titular de la licencia de instalación hará constar en la parte inferior izquierda del medio publicitario, el número del permiso y su fecha de vencimiento.

5.4.1.8.- BOMBEROS

Obligación: Pagar este permiso anualmente los propietarios de

establecimientos comerciales.

Plazo: hasta 31 de marzo de cada año, establecimientos turísticos (Ventanilla Única)

PRESENTAR BALANCES

Obligación: Presentar a la Superintendencia de Compañías Balance Anual, estado de Pérdidas y Ganancias; memorias e informes de los administradores y de organismos de vigilancia; nómina de los administradores, representantes regales y socios o accionistas.

Plazo: hasta el 30 de abril de cada año

Base legal: Ley de Compañías (Art. 20), Reglamento que establece la información y documentos que están obligados a remitir a la Superintendencia de Compañías, las sociedades sujetas a su vigilancia y control.

Las compañías sujetas a control de la Superintendencia de Compañías deben remitir a esta entidad, de conformidad con lo determinado en los artículos 20 y 23 de la Ley de Compañías, la siguiente información:

INFORMACIÓN

- a) Estados financieros: de situación (balance general anual) y de resultados (pérdidas y ganancias), debidamente suscritos por el representante legal y el contador;
- b) Informe o memoria presentado por el representante legal, a la junta general de accionistas o socios que conoció y adoptó resoluciones sobre los estados financieros;
- c) Informe de los comisarios o del consejo de vigilancia presentados a la junta general de accionistas o de socios que conoció, y adoptó resoluciones sobre los estados financieros;

- d) Informe de auditoría externa, si en función del monto total de activos del ejercicio económico anterior están obligados a contratarla, de acuerdo a las resoluciones emitidas por esta Superintendencia;
- e) Nómina de administradores o representantes legales;
- f) Nómina de accionistas o socios inscritos en el libro de acciones y accionistas o participaciones y socios, a la fecha de cierre de los estados financieros; y,
- g) Los demás datos que se establecen en este reglamento.

Las compañías de responsabilidad limitada, cuyos activos totales sean inferiores a cuatrocientos dólares, remitirán los documentos señalados en el artículo anterior, con excepción de los mencionados en los literales b), c) y d).

Los estados financieros y la nómina de accionistas o socios serán presentados en los formularios únicos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, deben estar firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

5.4.1.9.- IMPUESTO PREDIAL

Obligación: Pagar este impuesto anualmente los propietarios de inmuebles.

Plazo: de enero a junio hay una rebaja del 10% vencido este plazo hay un recargo del 2% hasta diciembre.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal

* Los contribuyentes NO podrán acercarse a la oficina que funcionaba en la planta baja del Palacio Municipal, pero se habilitaron 775 ventanillas en los bancos Pacífico, Pichincha, Produbanco, Bolivariano, Machala, Guayaquil, Internacional, las agencias de Servipagos y en las ventanillas de recaudaciones de las ocho Administraciones Zonales.

5.4.1.10.- DERECHOS AUTORES Y COMPOSITORES

Obligación: Pagar a SAYCE derechos por difusión pública de música.

Plazo: hasta el 30 de abril (con descuento – Convenio FENACAPTUR)

Base Legal: Ley de Propiedad Intelectual; Pliego Tarifario: Res 009 (R.O. 290de 22/03/01) Dirección: Av. 10 de Agosto y Río Coca Teléfonos: 2462638 y 2243083

Mail: www.sayce.com.ec

La Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos “S.A.Y.C.E.”, es una entidad de gestión colectiva, de derecho privado, con finalidad social; cuyo deber primordial es preservar los derechos morales y administrar los derechos económicos resultantes de la utilización pública de las obras de autores nacionales y/o extranjeros a los que representa.

Son atribuciones de la SAYCE, entre otras:

- Recaudar los derechos económicos o regalías correspondientes al autor, compositor y titulares del derecho conexo que hubieren confiado su administración, producto de la reproducción; distribución pública; importación; traducción, arreglo o transformación; y, comunicación pública de las obras nacionales y extranjeras.
- Establecer las tarifas relativas a las licencias de uso sobre las obras o producciones que conformen su repertorio. Tarifas que serán publicadas en el Registro Oficial por disposición de la Dirección Nacional de

Derechos de Autor.

- Celebrar acorde con la Ley, convenios con organizaciones de usuarios y/o sociedades de gestión colectiva de autores, compositores, artistas y en general con personas jurídicas que representen a autores, interpretes o ejecutantes de obras de interés público nacionales e internacionales de manera bilateral o multilateral, contratos que establezcan tarifas sobre los derechos patrimoniales de autor y conexos.

El pliego tarifario de SAYCE establece, dentro de los derechos económicos (patrimoniales) de los derechos de autor, la cuantía mínima legal a pagarse por la explotación de obras que conforman su repertorio. Este pliego está publicado en el Registro Oficial No. 290 del 22 de marzo del 2001

5.4.1.11.- REPORTES DE HUÉSPEDES

Base Legal: Código Penal

Plazo: Diario

Requisitos: Cada establecimiento de alojamiento tiene la obligación de laborar diariamente el reporte de huéspedes, en el formato diseñado por los mismos, que en lo esencial debe contener:

- Nombre del huésped
- Cédula de Ciudadanía, Identidad o Número de Pasaporte
- Habitación número
- Nacionalidad
- Estado Civil
- Profesión
- Procedencia
- Destino
- Fecha de Ingreso
- Fecha de Salida.

Obligación: Remitir reporte de huéspedes a las siguientes instituciones:

- Intendencia General de Policía
- Dirección Provincial de Salud
- Jefatura Provincial de Migración – Departamento de Control Migratorio.
- Dirección Nacional de Investigación
- Seguridad Pública Policía Nacional del Ecuador – Oficina Central Nacional de la INTERPOL.

Código Penal

Art. 605.- Serán reprimidos con multa de treinta y cinco a sesenta sucres y prisión de un día, o con una de estas penas solamente:

1o.- Los hoteleros, dueños de casa de posada, arrendadores de casas o departamentos amoblados, dueños y directores de casas de juego y empresarios de transporte, que hubieren dejado de inscribir en un registro llevado con ese fin, el nombre, apellido, domicilio, calidad, fechas de entrada y salida de toda persona que hubiere dormido, pasado una noche en su casa, hospedado, concurrido, o viajado, en su caso;

2o.- Los mencionados individuos que dejaren de enviar diariamente los estados que hayan sentado el día anterior en el registro mencionado en el número precedente, a la primera autoridad de policía del lugar, o que dejaren de presentar ese registro cuando fueren requeridos por los empleados o agentes de policía.

CAPÍTULO VI

6.- Estudio Económico – Financiero

6.1.- Inversiones y Financiamiento

6.1.1.- Inversiones

La inversión inicial está compuesta por la adquisición de Activos Fijos y Diferidos que son de suma importancia para el proyecto.

Cuadro No. 1

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	COSTO MES	Costo Semestre	COSTO AÑO
Mano de Obra	2968,19	17809,13	35553,26
Materia prima	485,56	2913,36	5826,72
Servicios Básicos	328,00	1968,00	3936,00
Gastos de administración	1595,80	9574,80	19099,60
Gastos de Ventas	135,00	810,00	1620,00
Mantenimiento	350,00	2100,00	4200,00
	5862,55	35175,29	70350,58
2 % Imprevistos	117,25	703,51	1407,01
TOTAL	5979,80	35878,79	71757,59

Elaborado por Andy Ojeda

Inversión es el monto de recursos financieros que se destinan al cumplimiento de un objetivo con el propósito de obtener beneficios.

Cuadro No. 2

CUADRO DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO				
DESCRIPCIÓN	VALOR		PROPIO	Préstamo Banco
ACTIVOS FIJOS	196161,00		78725,70	117435,30
Terreno	20000			
Edificios (Cabañas)	140560			
Maquinaria y Equipo	2972,00			
Equipo de Computo	1991,00			
Muebles y enseres	15638,00			
Vehículo	15000,00			
ACTIVOS DIFERIDOS	2830,80		2830,80	
Estudio de Factibilidad	200,00			
Gastos de Constitución	2630,80			
CAPITAL DE TRABAJO	35878,79	6 meses	35878,79	
Mano de Obra	17809,13			
Materia Prima	2913,36			
Servicios Básicos	1968,00			
Gastos de administración y ventas	10384,80			
Mantenimiento	2100,00			
2 % Imprevistos	703,51			
TOTAL INVERSIÓN	234870,59		117435,3	117435,30
%			50%	50%

Elaborado por Andy Ojeda

a) Detalle de Activos Fijos

Cuadro No. 3

Activos			
Terreno 2000m2			20000

Muebles para las habitaciones	Cantidad	Precio Unit	Total	11878
Colchón King size	4	270	1080	
Colchón Queen size	10	209	2090	
Colchón 1 plaza y media	8	126	1008	
Cama King size	4	230	920	
Cama Queen size	10	180	1800	
Literas	4	300	1200	
Veladores	11	60	660	
Armarios	11	180	1980	
Mesas de centro	6	110	660	
Sillones de mimbre	6	80	480	
		Total	11878	

Elaborado por Andy Ojeda

Los Linos	Cantidad	Precio Unit	Total	1376
Cama King size	16	18	288	
Cama Queen size	40	16	640	
Cama litera	32	14	448	
		Total	1376	

Frazadas	Cantidad	Precio Unit	Total	1338
Cama King size	8	32	256	
Cama Queen size	20	26	520	
Cama litera	16	22	352	
(cubre colchón y sábanas) + (enbodegado el doble)				
Almohadas de plumón	42	3	126	
Fundas par almohadas	42	2	84	
		Total	1338	

Mantelería para el restaurante	Cantidad	Precio Unit	Total	536
Manteles	20	20	400	
Manteles para mesa dormitorios	8	17	136	
		Total	536	

Equipos de cocina	Cantidad	Precio Unit	Total	2972
Cocina industrial	1	550	550	
Campana extractora	1	380	380	
Congelador	1	545	545	
Refrigeradora	1	480	480	
Freidora con placha	1	280	280	
Balanza mecánica	2	21	42	
Horno microondas	1	150	150	
Cafetera	2	80	160	
Licuadoras	2	70	140	
Anaqueles	1	45	45	
Calentadores	2	60	120	
Parrilla	1	80	80	
		Total	2972	

Elaborado por Andy Ojeda

Menaje de cocina	Cantidad	Precio Unit	Total	302
Sartén con teflón 22cm	2	16	32	
Sartén con teflón 24cm	2	18	36	
Sartén con teflón 26cm	2	20	40	
Olla de 4 litro	2	30	60	
Olla de 22cm	1	20	20	
Cemidor	2	3	6	
Pinza multiuso 40 cm	2	2,3	4,6	
Cucharones	2	3,65	7,3	
Espumadores	2	2,5	5	
Asadores 36cm	1	18	18	
Rallador	1	3,8	3,8	
Cuchillo 10cm	2	3,5	7	
Cuchillo 15cm	2	4,8	9,6	
Pelador	2	2	4	
Puntillas	2	1,8	3,6	
Exprimidor manual	2	0,8	1,6	
Tabla de picar	2	11	22	
Paleta de hamburguesa	1	3,5	3,5	
Molde para cake 20cm	1	8	8	
Caceloria para salsa	1	6	6	
Manga pastelera	1	4	4	
		Total	302	

Menaje del restaurante	Cantidad	Precio Unit	Total	208
Plato Sopero	50	1,30	65	
Plato Trincherero	50	1,50	75	
vasos	50	0,38	19	
Juegos de Cubiertos	50	0,98	49	
		Total	208	

Implementos oficina en Hosteria	Cantidad	Precio Unit	Total	1318
Computador	1	473	473	
Computador Portatil	1	645	645	
Impresora	1	50	50	
Telefax	1	150	150	
Muebles y enseres				382,5
Escritorio	1	250	250	
Sillas	2	25	50	
Archivador	1	82,5	82,5	
		Total	1700,5	1700,5

Oficina en Quito	Cantidad	Precio Unit	Total	673
Computador	1	473	473	
Impresora	1	50	50	
Telefax	1	150	150	
Muebles y enseres				357,5
Escritorio	1	250	250	
Silla	1	25	25	
Archivador	1	82,5	82,5	
		Total	1030,5	1030,5

Elaborado por Andy Ojeda

Gastos Preoperativos	Cantidad	Precio Unit	Total	2330,80
Escobas	2	1,50	3,00	
Trapeadores	2	2,90	5,80	
Palas recogedoras	2	1,20	2,40	
Tachos de basura peq.	6	3,00	18,00	
Tachos de busura grand.	4	6,00	24,00	
Fundas de detergente 1 kilo	4	1,60	6,40	
Litos	5	1,00	5,00	
		Total	64,60	64,60
Cera de pisos	1	2,7	2,70	
Galón de cloro	1	2,4	2,40	
Galón desinfectante	1	2,3	2,30	
Fundas de basura (docena)	2	2,8	5,60	
Guantes plásticos	3	3,2	9,60	
Papel higiénico (docena)	2	4,2	8,40	
Jabón para manos (docena)	2	1,6	3,20	
Ambientadores para baño	12	3,5	42,00	
AMENITIES				
Shampoo pequeños	40	1,8	72,00	
Acondicionador pequeños	40	1,3	52,00	
Jabón pequeños	40	1,7	68,00	
Toallas grandes	20	1,4	28,00	
Taollas pequeñas	20	1	20,00	
		Total	316,20	316,20

Publicidad		1950
Hojas volantes		380
Tripticos		850
Web Site		400
Diseño Gráfico		320
	Total	1950

VEHÍCULO	Cantidad	Precio Unit	Total	15000
Furgoneta	1	15000	15000	
		Total	15000	

Consturcción y acabados	Cantidad	Precio Unit	Total	140560
Cabaña 1	1	15.920,00	15920	
Cabaña 2	1	15.920,00	15920	
Cabaña 3	1	15.920,00	15920	
Cabaña 4	1	15.920,00	15920	
Cabaña 5	1	15.920,00	15920	
Cabaña 6	1	14.960,00	14960	
Restaurante	1	20000	20000	
Piscina	1	18000	18000	
Calentador de agua	1	8000	8000	
		Total	140560	

Elaborado por Andy Ojeda

b) Depreciación

Cuadro No. 4

DEPRECIACIÓN				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VIDA UTIL (AÑOS)	%	VALOR ANUAL
Edificios (Cabañas)	140560	20	5%	7028,00
Maquinaria y equipo	2972	10	10%	297,20
Equipo de computo	1991,00	3	33%	663,67
Muebles y enseres	15638,00	10	10%	1563,80
Vehículo	15000,00	5	20%	3000,00
TOTAL	176161,00			12552,67

Período a 10 años									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7028,00	7028,00	7028,00	7028,00	7028,00	7028,00	7028,00	7028,00	7028,00	7028,00
297,20	297,20	297,20	297,20	297,20	297,20	297,20	297,20	297,20	297,20
663,67	663,67	663,67	0	0	0	0	0	0	0
1563,80	1563,80	1563,80	1563,80	1563,80	1563,80	1563,80	1563,80	1563,80	1563,80
3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	0	0	0	0	0
12552,67	12552,67	12552,67	11889,00	11889,00	8889,00	8889,00	8889,00	8889,00	8889,00

Elaborado por Andy Ojeda

c) Activos Diferidos

Los Activos Diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización. En este grupo, se clasifican los siguientes conceptos, entre otros:

- Los costos y gastos en que se incurre, durante las etapas de organización, exploración, construcción, instalación, montaje y puesta en marcha.
- Los costos y gastos ocasionados en la investigación y desarrollo de estudios y proyectos

Cuadro No. 5

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de Factibilidad	200,00
Gastos de Constitución	2630,80
TOTAL	2830,80

Elaborado por Andy Ojeda

d) Capital de Trabajo

Se conoce a este rubro como el capital adicional que a más de las inversiones fijas y diferidas se requiere, para que el proyecto financie sus operaciones de comercialización, evitando que la empresa se paralice al no tener ingresos por venta del producto.

Este capital sirve para efectuar las compras de los insumos y materiales para la venta, de igual manera para cubrir gastos de mano de obra directa e indirecta, gastos administrativos y de comercialización para un período determinado hasta que la empresa logre flujo normal de ingresos por ventas.

Cuadro No. 6

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	COSTO MES	Costo Semestre	COSTO AÑO
Mano de Obra	2968,19	17809,13	35553,26
Materia prima	485,56	2913,36	5826,72
Servicios Básicos	328,00	1968,00	3936,00
Gastos de administración	1595,80	9574,80	19099,60
Gastos de Ventas	135,00	810,00	1620,00
Mantenimiento	350,00	2100,00	4200,00
	5862,55	35175,29	70350,58
2 % Imprevistos	117,25	703,51	1407,01
TOTAL	5979,80	35878,79	71757,59

Elaborado por Andy Ojeda

Analizando el cuadro de Capital de Trabajo se llega a la conclusión que de los US\$ 71757,59 que se necesitan el primer año para la operación de la

empresa, US \$ 35878,79 serán necesarios para el primer semestre de operación.

6.1.2.- Financiamiento

- a) Activos Fijos
- b) Activos Diferidos
- c) Capital de Trabajo

Cuadro No. 7

ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	20000
Edificios (Cabañas)	140560
Maquinaria y Equipo	2972,00
Equipo de Computo	1991,00
Muebles y enseres	15638,00
Vehículo	15000,00
TOTAL	196161,00

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de Factibilidad	200,00
Gastos de Constitución	2630,80
TOTAL	2830,80

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	COSTO MES	Costo Semestre	COSTO AÑO
Mano de Obra	2968,19	17809,13	35553,26
Materia prima	485,56	2913,36	5826,72
Servicios Básicos	328,00	1968,00	3936,00
Gastos de administración	1595,80	9574,80	19099,60
Gastos de Ventas	135,00	810,00	1620,00
Mantenimiento	350,00	2100,00	4200,00
	5862,55	35175,29	70350,58
2 % Imprevistos	117,25	703,51	1407,01
TOTAL	5979,80	35878,79	71757,59

Elaborado por Andy Ojeda

Para un mejor entendimiento del financiamiento de este proyecto se quiere demostrar cual es la mejor manera para financiarse,

En la tabla se demuestra que con la ayuda de un préstamo bancario es más fácil cubrir este el total de inversión por un valor de US \$ 234870,59, recortando de forma importante a un 50% la inversión, por parte de los accionistas y un 50% perteneciente a la entidad bancaria.

Además se añade la tabla del cálculo de la amortización de la deuda.

Cuadro No. 8

Tabla de Amortización				
Taza Activa Bco Central	8,94	0,0894		Año
Capital	117435,30			10
Príodo	Cuota	Interés	Dividendo Anual	Saldo
1	11743,53	10498,72	22242,25	105691,77
2	11743,53	9448,84	21192,37	93948,24
3	11743,53	8398,97	20142,50	82204,71
4	11743,53	7349,10	19092,63	70461,18
5	11743,53	6299,23	18042,76	58717,65
6	11743,53	5249,36	16992,89	46974,12
7	11743,53	4199,49	15943,02	35230,59
8	11743,53	3149,61	14893,14	23487,06
9	11743,53	2099,74	13843,27	11743,53
10	11743,53	1049,87	12793,40	

Elaborado por Andy Ojeda

2.- Costos e Ingresos

Ventas por Alojamiento

El Porcentaje de Ocupación refleja que en el primer año de la apertura de la hostería aproximadamente 19 huéspedes diarios, la capacidad de la hostería para un total de 32 personas con lo que podemos calcular que tendremos el 59.38% de ocupación, como lo demuestra la siguiente tabla.

Cuadro No. 9

Alojamiento		
Total demanda	6736	6736
Hábito de consumo	1	1
Subtotal	6736/1	6736
No. Días al año	360	
Subtotal	6736/360	19
Capacidad Hostería	32	
Porcentaje de Ocupación	19/32	59,38%

Elaborado por Andy Ojeda

Ventas por Alimento

Según los cálculos que hemos realizado durante el primer año de operación se tendrá alrededor de 18 clientes por día, el restaurante tiene una capacidad para 40 personas.

Cuadro No. 10

Restaurante		
Turistas		
Tulipe		21770
Mindo		33133
Puerto Quito		26373
Total		81276
Oportunidad de mercado	8%	6502,08
No. días al año		360
Subtotal		18,06
Capacidad restaurante		40
Rotación promedio		0,452

Elaborado por Andy Ojeda

a) Costos al detalle de Producción

Materias Primas

Cuadro No.11

MATERIA PRIMA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNI.	COSTO MES	COSTO AÑO
CARNICOS			139,56	1.674,72
Carnes de Res kilo	8	2,40	19,20	230,40
Carne de Chanco kilo	3	2,10	6,30	75,60
Pollo kilo	10	2,80	28,00	336,00
Carne Hamburguesa kilo	3	1,00	3,00	36,00
Guatita libra	5	1,50	7,50	90,00
Atún lata 180g	8	1,18	9,44	113,28
Pescado libra	10	2,80	28,00	336,00
Chivo	8	1,50	12,00	144,00
Pata de res libra	8	1,10	8,80	105,60
Sardina lata 425g	6	1,22	7,32	87,84
Jamón	5	2,00	10,00	120,00

GRANOS SECOS			103,55	1.242,60
Arroz quintal	1	46,00	46,00	552,00
Fideo Paq 500g	5	1,80	9,00	108,00
Lenteja paq 250g	6	1,10	6,60	79,20
Quinoa libra	5	1,90	9,50	114,00
Cebada libra	4	0,80	3,20	38,40
Avena libra	5	0,70	3,50	42,00
Alverja libra	5	0,90	4,50	54,00
Mote libra	5	0,90	4,50	54,00
Champiñón libra	4	1,30	5,20	62,40
Espárragos libra	4	1,20	4,80	57,60
Fréjol libra	5	0,75	3,75	45,00
Harina	1	3,00	3,00	36,00

Elaborado por Andy Ojeda

FRUTAS			43,20	518,40
Badea uni.	3	0,70	2,10	25,20
Tomate de arbol 25uni.	2	1,50	3,00	36,00
Naranja 25uni.	2	1,60	3,20	38,40
Naranjilla 25uni.	2	1,50	3,00	36,00
Piña uni.	4	0,90	3,60	43,20
Sandía uni.	2	2,50	5,00	60,00
Mora libra	4	0,80	3,20	38,40
Limón 25uni.	2	1,00	2,00	24,00
Melón uni.	4	0,90	3,60	43,20
Taxo 10uni.	4	0,70	2,80	33,60
Papaya uni.	3	0,80	2,40	28,80
Coco entero	4	0,90	3,60	43,20
Tamarindo libra	3	0,70	2,10	25,20
Guanábana uni.	4	0,90	3,60	43,20
VERDURAS			62,60	751,20
papas kilo	15	1,20	18,00	216,00
Lechuga uni.	7	0,40	2,80	33,60
Tomate kilo	6	0,60	3,60	43,20
Zanahoria kilo	6	0,60	3,60	43,20
Col uni.	3	0,50	1,50	18,00
Remolacha libra	4	0,60	2,40	28,80
Espinaca libra	4	0,50	2,00	24,00
Aguacate uni.	8	0,30	2,40	28,80
Brócoli uni.	6	0,50	3,00	36,00
Habas libra	5	0,70	3,50	42,00
Cebolla perla libra	14	0,50	7,00	84,00
Yuca libra	5	0,50	2,50	30,00
Choclo 5uni.	2	0,80	1,60	19,20
Pimiento 6uni.	2	0,60	1,20	14,40
Zambo uni.	4	0,70	2,80	33,60
Pepinillo libra	4	0,60	2,40	28,80
Verde 8uni.	2	0,50	1,00	12,00
Maduro 8uni.	2	0,65	1,30	15,60
OTROS			136,65	1.639,80
Gaseosas 3 ltr.	15	1,20	18,00	216,00
Servilletas 100 uni.	100	0,50	50,00	600,00
Azúcar Kilo	5	0,60	3,00	36,00
Sal Kilo	5	0,45	2,25	27,00
Alino Completo libra	10	0,90	9,00	108,00
Queso Fresco kilo	4	1,10	4,40	52,80
Huevos uni.	50	0,10	5,00	60,00
Leche	30	1,50	45,00	540,00
TOTAL			485,56	5.826,72
				1.674,72

Elaborado por Andy Ojeda

Mano de Obra

Cuadro No. 12

MANO DE OBRA								
CARGO	SUELDO	13mo	14mo	VACACIONES	IEES	FONDO RESERVA	MENSUAL	ANUAL
Cocinero	300,00	25,00	295,89	12,50	36,45	25,00	398,95	5083,29
Ayudante de cocina	264,00	22,00	260,38	11,00	32,08	22,00	351,08	4473,30
Mesero	300,00	25,00	295,89	12,50	36,45	25,00	398,95	5083,29
Ayudante de mesero	264,00	22,00	260,38	11,00	32,08	22,00	351,08	4473,30
Recepcionista	280,00	23,33	276,16	11,67	34,02	23,33	372,35	4744,40
Ama de llaves	264,00	22,00	260,38	11,00	32,08	22,00	351,08	4473,30
Secretaria	280,00	23,33	276,16	11,67	34,02	23,33	372,35	4744,40
Guía turístico	280,00	23,33	276,16	11,67	34,02	23,33	372,35	4744,40
TOTAL	2232,00	186,00	2201,42	93,00	271,19	186,00	2968,19	37819,68

Elaborado por Andy Ojeda

Suministros

b) Gastos al detalle de Producción

Gastos de Administración

Sueldos y salario

Cuadro No. 13

GASTO ADMINISTRATIVO								
CARGO	SUELDO	DECIMO 3	DECIMO 4	VACACIONES	IEES	FONDO RESERVA	MENSUAL	ANUAL
Gerente General	800,00	66,67	789,04	33,33	97,20	66,67	1063,87	1852,91
Administrador	400,00	33,33	394,52	16,67	48,60	33,33	531,93	926,45
TOTAL	1200,00	100,00	1183,56	50,00	145,80	100,00	1595,80	2779,36

Servicios básicos

Cuadro No. 14

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua (m3)	65,00	780,00
Energía Electrica (Kw)	78,00	936,00
Internet	25,00	300,00
Teléfono	43,00	516,00
Combustible (Gas)	30,00	360,00
TOTAL	241,00	2892,00

Elaborado por Andy Ojeda

SERVICIOS BÁSICOS OFICINA QUITO		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua (m3)	20,00	240,00
Energía Eléctrica (Kw)	25,00	300,00
Internet	22,00	264,00
Teléfono	20,00	240,00
TOTAL	87,00	1044,00

Elaborado por Andy Ojeda

Los servicios básicos serán usados tanto en la hostería como en la oficina en Quito por tal motivo se realizó dos tablas con el costo respectivo por cada establecimiento.

c) Gastos de venta

Cuadro No. 15

GASTOS DE VENTAS		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Suministros de computación	35,00	420,00
Transporte y Movilización	100,00	1200,00
TOTAL	135,00	1620,00
SUMINISTROS DE OFICINA		
Suministros de oficina	15,00	180,00

Elaborado por Andy Ojeda

d) Gastos Financieros

Cuadro No. 16

Tabla de Amortización				
Taza Activa Bco Central	8,94	0,0894		Año
Capital	117435,30			10
Príodo	Cuota	Interés	Dividendo Anual	Saldo
1	11743,53	10498,72	22242,25	105691,77
2	11743,53	9448,84	21192,37	93948,24
3	11743,53	8398,97	20142,50	82204,71
4	11743,53	7349,10	19092,63	70461,18
5	11743,53	6299,23	18042,76	58717,65
6	11743,53	5249,36	16992,89	46974,12
7	11743,53	4199,49	15943,02	35230,59
8	11743,53	3149,61	14893,14	23487,06
9	11743,53	2099,74	13843,27	11743,53
10	11743,53	1049,87	12793,40	

6.2.2.- Ingresos

a) Alojamiento

Cuadro No. 17

Ventas por Alojamiento					
Detalle	Cantidad	# huéspedes	Precio Habitación	Mix Ventas %	Total clientes anual
Habitacion Matrimonial	4	2	\$ 30	50	3368
Habitación Doble	3	2	\$ 40	30	2021
Habitación Triple	3	3	\$ 50	20	1347
Total habitaciones	10	Prec. promepor	40,00	100	6736
			meses	12	561,3333333

Elaborado por Andy Ojeda

Estimación de ventas primer año

Cuadro No. 18

Meses	P.O. %	No. Clientes	Clientes Mensual	Ingresos
Enero	30	561	168	6736,00
Febrero	70	561	393	15717,33
Marzo	30	561	168	6736,00
Abril	80	561	449	17962,67
Mayo	30	561	168	6736,00
Junio	70	561	393	15717,33
Julio	75	561	421	16840,00
Agosto	80	561	449	17962,67
Septiembre	50	561	281	11226,67
Octubre	30	561	168	6736,00
Noviembre	30	561	168	6736,00
Diciembre	30	561	168	6736,00
Total		6736/12	Total Anual	135842,67

Elaborado por Andy Ojeda

Aquí se detalla la cantidad de habitaciones que tendrá la hostería que serán 10 en total con un número mínimo de huéspedes por habitación, además el precio de las habitaciones su mix de ventas y el total de huéspedes anuales.

Para el cálculo de ventas estimadas en el primer año se tomaron en cuenta datos del Ministerio de Turismo de acuerdo a una estadística realizada según las temporadas en el Ecuador.

[Http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/Boletin_de_Estadisticas_Turisticas_2005-2009.pdf](http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/Boletin_de_Estadisticas_Turisticas_2005-2009.pdf)

b) Alimentación

Cuadro No. 19

Platos	Precio	Mix Ventas %	Cientes	Ingresos
Sopas y Cremas				
Sopa de pollo	2,5	0,03	3368	252,6
Crema de tomate	2	0,01	3368	67,36
Crema de espinaca	2	0,02	3368	134,72
Locro de papa	2,75	0,03	3368	277,86
Sopa de quinua	2,75	0,01	3368	92,62
Crema de habas	2	0,01	3368	67,36
Arroz de cebada	2,75	0,01	3368	92,62
Sancocho	2,75	0,04	3368	370,48
Crema de zambo	2	0,02	3368	134,72
Caldo de patas	2,75	0,04	3368	370,48
Crema de alverja	2	0,01	3368	67,36
Aguado de pollo	2,5	0,04	3368	336,8
Sopa de bolas de verde	2,75	0,03	3368	277,86
Sopa de mote	2,75	0,03	3368	277,86
Crema de champiñón	2	0,01	3368	67,36
Crema de espárragos	2	0,01	3368	67,36
Menestrón	2,5	0,02	3368	168,4
Crema de choclo	2,5	0,03	3368	252,6

Plato fuerte				
Filete de pollo	2,75	0,04	3368	370,48
Carne molida	2	0,01	3368	67,36
Chuleta de cerdo	2,75	0,04	3368	370,48
Carne frita	2,5	0,03	3368	252,6
Guatita	2,75	0,02	3368	185,24
Tortilla de atún	2	0,01	3368	67,36
Pollo frito	2,75	0,04	3368	370,48
Filete de pescado	2	0,03	3368	202,08
Seco de chivo	3	0,03	3368	303,12
Arroz relleno	2	0,02	3368	134,72
Seco de pollo	2,75	0,03	3368	277,86
Bistec de carne	2,5	0,03	3368	252,6
Estofado de carne	2,5	0,03	3368	252,6
Tallarín	2	0,02	3368	134,72
Pollo brosterizado	3	0,03	3368	303,12
Chaulafán	3,5	0,02	3368	235,76
Sardina	2	0,01	3368	67,36
Carne frita con menestra	3	0,04	3368	404,16
Encocado de pescado	3,5	0,03	3368	353,64
Carne apanada	3	0,03	3368	303,12

Elaborado por Andy Ojeda

c				
Ensalada zanahoria y col	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de remolacha	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de espinaca	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de tomate	0,8	0,005	3368	13,472
Aguacate y tomate	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada lechuga y tomate	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de brócoli	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada cebolla y tomate	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de lechuga	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de pepinillo	0,8	0,005	3368	13,472
Ensalada de col	0,8	0,005	3368	13,472
		100%		8433,472

Bebidas				
Jugo de badea	1	0,03	3368	101,04
Jugo de tomate de árbol	1	0,04	3368	134,72
Jugo de naranja	1	0,04	3368	134,72
Jugo de naranjilla	1	0,03	3368	101,04
Jugo de piña	1	0,03	3368	101,04
Jugo de sandía	1	0,03	3368	101,04
Jugo de mora	1	0,03	3368	101,04
Limonada	1	0,04	3368	134,72
Jugo de melón	1	0,03	3368	101,04
Jugo de taxo	1	0,03	3368	101,04
Avena	1	0,03	3368	101,04
Jugo de papaya	1	0,04	3368	134,72
Jugo de tamarindo	1	0,03	3368	101,04
Jugo de guanábana	1	0,04	3368	134,72
Gaseosas	0,75	0,1	3368	252,6
Agua	0,75	0,1	3368	252,6
Cervezas	1,25	0,3	3368	1389,3
		100%		3477,46

Total Alojamiento	135842,67
Total Alimentos y Bebidas	11910,93
Total ingresos	147753,60

Elaborado por Andy Ojeda

6.3.- Evaluación Financiera

6.3.1.- Evaluación

a) Estado de situación inicial

Cuadro No. 20

Activo Fijo			
Terreno	20000		
Edificios (Cabañas)	140560		
Maquinaria y Equipo	2972,00		
Equipo de Computo	1991,00		
Muebles y enseres	15638,00		
Vehículo	15000,00		
Total Activo Fijo	196161		
Activos Diferidos			
Estudio de Factibilidad	200,00		
Gastos de Constitución	2630,80		
Total Activos Diferidos	2830,80	5 años	566,2
Activo Corriente			
Capital de Trabajo	35878,79		
Total Activo Corriente	35878,79		
Total Activos	234870,59		
Pasivo			
Préstamo Largo Plazo	117435,30		
Total Pasivo	117435,30		
Patrimonio			
Capital Social	117435,29		
Total Patrimonio	234870,59		

Elaborado por Andy Ojeda

b) Cuadro de costos y gastos totales

Cuadro No. 21

COSTOS DE OPERACIÓN PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra	37.820	39.711	41.696	43.781	45.970
Materiales Directos (restaurante)	5.827	6.118	6.424	6.745	7.082
Servicios Básicos	2.892	3.037	3.188	3.348	3.515
Mantenimiento	4.200	4.410	4.631	4.862	5.105
Total costos de operación	50.738	53.275	55.939	58.736	61.673
Gastos M.O. Administrativos	2.779	2.918	3.064	3.217	3.378
Gastos de Ventas	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
TOTAL	55.138	57.895	60.789	63.829	67.020

1: Se espera un incremento de inflación de 5% anual según estudio del Ilustre Municipio de Quito

CÁLCULO DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
Materiales Directos (restaurante)	5.827	6.118	6.424	6.745	7.082
TOTAL COSTOS VARIABLES	5.827	6.118	6.424	6.745	7.082
COSTOS FIJOS					
Servicios Básicos	2.892	3.037	3.188	3.348	3.515
Mano de Obra	37.820	39.711	41.696	43.781	45.970
Gastos Administrativos	2.779	2.918	3.064	3.217	3.378
Gastos de Ventas	1.620	1.701	1.786	1.875	1.969
Mantenimiento	4.200	4.410	4.631	4.862	5.105
Amortización Préstamo	11.744	11.744	11.744	11.744	11.744
TOTAL COSTOS FIJOS	61.055	63.520	66.109	68.827	71.681
TOTAL	66.881	70.225	72.533	75.572	78.764

c) Estado de pérdidas y ganancias proyectadas

Estado de Pérdidas y Ganancias										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Total Ingresos	147753,60	155141,28	162898,34	171043,26	179595,42	188575,19	198003,95	207904,15	218299,36	229214,33
(-)Total Costos	46538,40	48865,32	51308,59	53874,02	56567,72	59396,10	62365,91	65484,20	68758,41	72196,33
Utilidad Bruta	101215,20	106275,96	111589,76	117169,24	123027,71	129179,09	135638,05	142419,95	149540,95	157017,99
(-)Total Gastos	4399,36	4619,33	4850,30	5092,81	5347,45	5614,82	5895,57	6190,34	6499,86	6824,85
Utilidad Operativa	96815,84	101656,63	106739,46	112076,43	117680,25	123564,27	129742,48	136229,60	143041,08	150193,14
(-) Interés financiero	10498,72	9448,84	8398,97	7349,10	6299,23	5249,36	4199,49	3149,61	2184,27	1049,87
Utilidad del Ejercicio	86317,12	92207,78	98340,49	104727,33	111381,02	118314,91	125542,99	133079,99	141197,81	149143,27
(-) 15% Participación Trabajadores	12947,57	13831,17	14751,07	15709,10	16707,15	17747,24	18831,45	19962,00	21379,67	22371,49
Utilidad Antes de Impuestos	73369,55	78376,62	83589,41	89018,23	94673,87	100567,67	106711,54	113117,99	109818,14	126771,78
(-) 25% Impuestos	18342,39	19594,15	20897,35	22254,56	23668,47	25141,92	26677,89	28279,50	27454,53	31692,94
Utilidad Neta	91711,94	97970,77	104486,77	111272,79	118342,34	125709,59	133389,43	141397,49	137272,67	158464,72

Elaborado por Andy Ojeda

d) Flujo de Caja

Cuadro No. 22

FLUJO DE CAJA											
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS FIJOS	196161,00										
ACTIVOS DIFERIDOS	2830,80										
CAPITAL DE TRABAJO	35878,79										
Total Ingresos		147753,60	155141,28	162898,34	171043,26	179595,42	188575,19	198003,95	207904,15	218299,36	229214,33
(+) Ventas		147753,60	155141,28	162898,34	171043,26	179595,42	188575,19	198003,95	207904,15	218299,36	229214,3266
(-)Total Costos		46538,40	48865,32	51308,59	53874,02	56567,72	59396,10	62365,91	65484,20	68758,41	72196,33
(-) Mano de Obra		37819,68	39710,66	41696,20	43781,01	45970,06	48268,5612	50681,99	53216,09	55876,89	58670,74
(-) Materia prima		5826,72	6118,06	6423,96	6745,16	7082,41	7436,54	7808,36	8198,78	8608,72	9039,16
(-) Servicios básicos		2892,00	3036,60	3188,43	3347,85	3515,24	3691,01	3875,56	4069,33	4272,80	4486,44
Utilidad Bruta		101215,20	106275,96	111589,76	117169,24	123027,71	129179,09	135638,05	142419,95	149540,95	157017,99
(-)Total Gastos		4399,36	4619,33	4850,30	5092,81	5347,45	5614,82	5895,57	6190,34	6499,86	6824,85
(-) Gastos MO.O Administrativos		2779,36	2918,33	3064,25	3217,46	3378,33	3547,25	3724,61	3910,84	4106,38	4311,70
(-) Gastos ventas		1620,00	1701,00	1786,05	1875,35	1969,12	2067,58	2170,95	2279,50	2393,48	2513,15
Utilidad Operativa		96815,84	101656,63	106739,46	112076,43	117680,25	123564,27	129742,48	136229,60	143041,08	150193,14
(-) Interes financiero		10498,72	9448,84	8398,97	7349,10	6299,23	5249,36	4199,49	3149,61	13843,27	1049,87
Utilidad del Ejercicio		86317,12	92207,78	98340,49	104727,33	111381,02	118314,91	125542,99	133079,99	129197,81	149143,27
(-) 15% Participación Trabajadores		12947,57	13831,17	14751,07	15709,10	16707,15	17747,24	18831,45	19962,00	19379,67	22371,49
Utilidad Antes de Impuestos		73369,55	78376,62	83589,41	89018,23	94673,87	100567,67	106711,54	113117,99	109818,14	126771,78
(-) 25% Impuestos		18342,39	19594,15	20897,35	22254,56	23668,47	25141,92	26677,89	28279,50	27454,53	31692,94
Utilidad Neta		91711,94	97970,77	104486,77	111272,79	118342,34	125709,59	133389,43	141397,49	137272,67	158464,72
(+) Depreciaciones		12552,67	12552,67	12552,67	11889,00	11889,00	8889,00	8889,00	8889,00	8889,00	8889,00
(+) Activos Diferidos		566,16	566,16	566,16	566,16	566,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo		11743,53	11743,53	11743,53	11743,53	11743,53	11743,53	11743,53	11743,53	11743,53	11743,53
(+)Inversión Inicial	234870,59										
FLUJO DE CAJA	-234870,59	93087,24	99346,07	105862,06	111984,42	119053,97	122855,06	130534,90	138542,96	134418,14	155610,19

e) Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = \sum \frac{FCN}{(1+i)^n} - I_o$$

$$\sum \left(\frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^2} + \frac{FNC}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNC}{(1+i)^{10}} \right) - I_o$$

Dónde: FCN = Flujos de caja neto

n = años

i = 10% costo de oportunidad

lo = Inversión

Costo oportuna	%
tasa de interés	3
inflación	3
riesgo país	4
	10%

Cuadro No. 23

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
CAPITAL PROPIO			
Años	Flujo Neto de Caja	Flujo Descontado 10%	Flujo Descontado Acumulado
0	-234870,59	-234870,59	-234870,59
1	93087,24	84624,76	-150245,83
2	99346,07	82104,19	-68141,64
3	105862,06	79535,74	11394,09
4	111984,42	76486,87	87880,96
5	119053,97	73923,15	161804,10
VAN		161804,10	
TIR	33,15%		
PRI	3 años y 310 días		

Elaborado por Andy Ojeda

f) Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = tm + (TM - tm) \left(\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right)$$

tm = tasa menor

TM= tasa mayor

VAN_{tm} = VAN de la tasa menor

VAN_{TM} = VAN de la tasa mayor

Cuadro No. 24

Años	Flujo Neto de Caja
0	-234870,59
1	93087,24
2	99346,07
3	105862,06
4	111984,42
5	119053,97
VAN	
TIR	33,15%

Elaborado por Andy Ojeda

g) Período de Retorno de la Inversión

Cuadro No. 25

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
CAPITAL PROPIO			
Años	Flujo Neto de Caja	Flujo Descontado 10%	Flujo Descontado Acumulado
0	-234870,59	-234870,59	-234870,59
1	93087,24	84624,76	-150245,83
2	99346,07	82104,19	-68141,64
3	105862,06	79535,74	11394,09
4	111984,42	76486,87	87880,96
5	119053,97	73923,15	161804,10
VAN		161804,10	
TIR	33,15%		
PRI	3 años y 313 días		

Elaborado por Andy Ojeda

Se toma en cuenta el flujo en el cual pasa a ser positivos y se lo relaciona con el flujo de caja del siguiente año.

Flujo años tres 79535,74 se calcula por los 365 días del año

Flujo negativo -68141,64 X (313)

Regla de tres no indica que en 3 años y 205 días se recuperará la inversión.

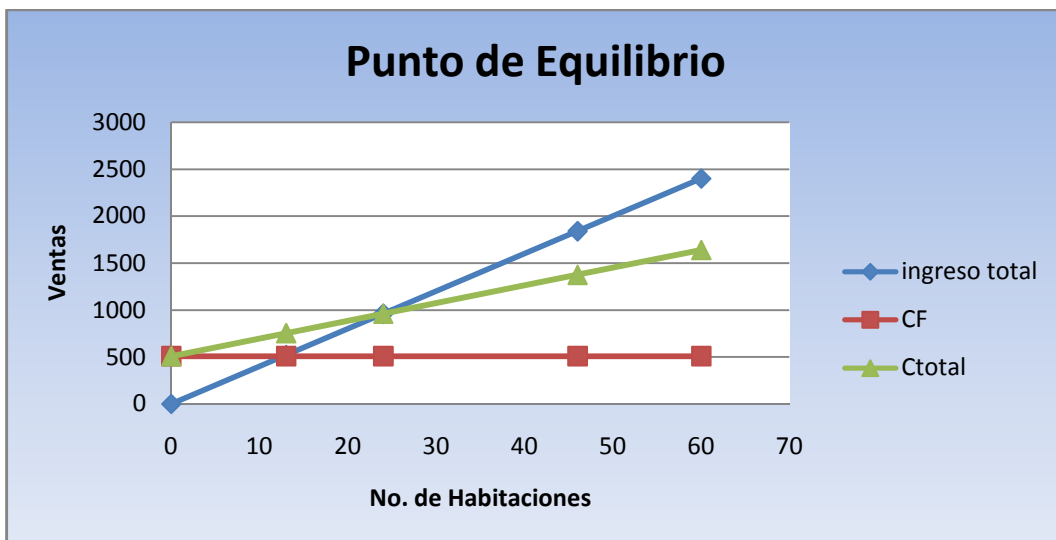
h) Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio para el Área de Alojamiento en el cual se muestra que se necesitan vender 24 habitaciones mensuales para cubrir los costos de ésta área, hay que tomar en cuenta que el punto de equilibrio no es más que el cálculo en donde la empresa ni gana ni pierde.

CON Amortización del Préstamo				
Punto de Equilibrio para Alojamiento				
Costo - Volúmen - Utilidad				
Tarifa promedio		\$ 40	CV	No. Hab
Costo variable por hab.		18,84	317,26	10
Costo fijo		509	61055	12 meses
Ventas Alojamiento		6736		
PE = CF / tarifa - CVUnit				
PE =	24	No. Hab. Mensual		
PE = CF / (1 - (CV/Tarifa))	\$	961,75		
Ventas esperadas anuales	tarifa*No. Hab*360			
	\$	11.540,96		

Elaborado por Andy Ojeda

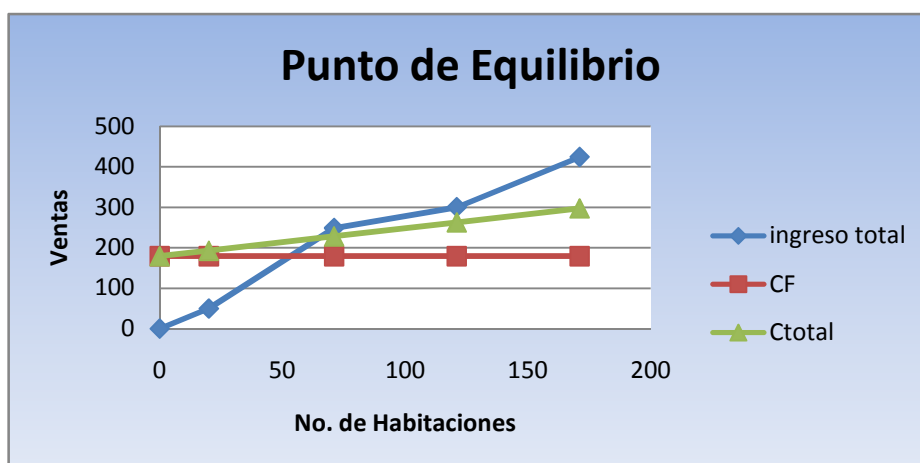


Elaborado por Andy Ojeda

P

Costo - Volúmen - Utilidad				
Precio promedio		\$	2,48	
Costo variable por hab.			0,69	
Costo fijo			127	61055 12
Ventas Restaurante			0	
PE = CF / tarifa - CVUnit				Diarios
PE =	71	No. Platos Mensual		2,4
PE = CF / (1 - (CV/Tarifa))	\$	176,17		
Ventas esperadas anuales	tarifa*No. Hab*360			
	\$	2.114,01		

unto de Equilibrio para el área de Alimentos.



CAPÍTULO VII

7. Impacto ambiental

7.1.- Objetivo

7.2.- Situación actual y factor ambiental

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

PROVINCIA PICHINCHA

CANTÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Latitud : 00°05'15

Longitud : 78°40'57

• DESCRIPCIÓN

El sitio arqueológico se encuentra en el noroccidente de la provincia de Pichincha, los vestigios están ubicados en una planicie en las riveras del río Tulipe, cerca del poblado de Nanegalito, en un área aproximada de 2 ha. Existen piscinas circulares, semicirculares, rectangulares y poligonales; montículos artificiales de tierra y pirámides truncadas con rampa de acceso, una de las rampas posee graderíos seguramente por razones rituales.

Las piscinas fueron excavadas en la superficie del terreno y revestidas de muro de piedra (canto rodado) ligeramente inclinados hacia fuera. El mismo material se empleo para canales y rampas. Se cree que estas estructuras sirvieron para baños rituales.

ESTADO DE CONSERVACIÓN

En proceso de deterioro

PROXIMIDADES Y CERCANÍAS AL ATRACTIVO

Quito 90 km

Nanegalito 15 km

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Altura 1500 m.s.n.m.

Temperatura 17 a 22 °C

Precipitación 2000 mm.

VÍAS Y FORMAS DE ACCESO

TIPO Terrestre

SUBTIPO Lastrado

ESTADO DE VÍAS Bueno

TRANSPORTE 4x4

FRECUENCIA Diaria

Entre Nanegalito y Gualea. En la vía Calacalí-La Independencia hacia el noroccidente de Quito, tome el camino identificado con un letrero hacia Tulipa, al lado derecho luego de pasar el pueblo de Nanegalito.

Alternativa de proyecto

Toda intervención del hombre en la naturaleza causa algunos impactos ambientales. Cuando se analiza una intervención de un proyecto, con la preocupación de evaluar este impacto y pensando en las posibles formas de reducirlo.

- Alternativas al proyecto de iluminación. Hay algunas alternativas para un proyecto de iluminación, su diseño y su manejo. Son las siguientes:

- Mejorar la eficiencia de los proyectos existentes y restaurar los

caminos degradados, antes que establecer un proyecto de iluminación vial.

- Desarrollar sistemas de iluminación pequeña escala, de propiedad individual, como alternativas para los grandes programas públicos;
 - Desarrollar, donde sea posible, el sistemas de iluminación que emplean, conjuntamente con la comunidad de Tulipe y reducir los impactos negativos en la naturaleza;
 - Ubicar el proyecto de iluminación de tal manera que se reduzcan los impactos sociales y ambientales; y,
- Alternativas al proyecto de caminos rurales. Son pocas las alternativas que cumplen las mismas funciones que los caminos rurales.
- El transporte fluvial es una alternativa viable en las regiones que tengan ríos navegables, pero estas propuestas, con frecuencia, han sido rechazadas.
 - Los ferrocarriles de vía angosta son alternativas para transportar los minerales.
 - o Bajo ciertas circunstancias, el transporte aéreo puede ser una alternativa viable, si se consideran todos los costos económicos, sociales y ambientales del camino.
- Alternativas al proyecto de caminos y carreteras. No existen alternativas para caminos que desempeñan la función de proporcionar un transporte relativamente rápido y de bajo costo, es más probable que el transporte por aire, ferrocarril y agua, complementen, en vez de sustituir, a los caminos y carreteras.

Las alternativas para la construcción de nuevos caminos o expansión de los existentes, que merecen consideración en la planificación del transporte desde un punto de vista ambiental, incluyen:

Mejoras en el manejo del tránsito y transporte público por los caminos existentes;

Ferrocarriles para carga o pasajeros; y, o una mayor inversión en el transporte no motorizado, al menos para distancias cortas.

Para un proyecto individual, en la fase de planificación, deben individuarse rutas que evaden los recursos valiosos o frágiles y las que no brindan acceso a las tierras silvestres y otras áreas que deberían permanecer en su estado natural.

Clases de impactos ambientales

La fecha exacta del nacimiento de Jesucristo es totalmente desconocida. Las sagradas escrituras no revelan este acontecimiento.

Impacto Ambiental de la construcción

La preocupación por los efectos de las acciones humanas podría surgir por un movimiento, el conservacionista, en cuyo origen está la preocupación por la naturaleza silvestre, lo que ahora se distingue como medio natural.

Progresivamente esta preocupación se fundió con la igualmente antigua por la salud y el bienestar humanos, afectados a menudo negativamente por el desarrollo económico y urbano; ahora conocido como medio social,

Impactos sobre el medio natural

Los impactos sobre el medio natural de las actividades económicas, otras acciones humanas, potenciadas por el crecimiento demográfico y económico, efecto negativo. Suelen consistir en pérdida de biodiversidad, en forma de empobrecimiento de los ecosistemas,

contracción de las áreas de distribución de las especies e incluso extinción de razas locales o especies enteras. La devastación de los ecosistemas produce la degradación o pérdida de lo que se llama sus servicios naturales.

Impactos sociales

Otro de los impactos que genera la explotación de los recursos energéticos es la contaminación acústica, pues el ruido producido por la industria, disminuye la capacidad auditiva y puede afectar el sistema circulatorio, y aún, cuando los trabajadores de estas industrias ya están acostumbrados al ruido por escucharlos en forma prolongada, les genera daños mentales.

Los impactos sobre el medio social afectan a distintas dimensiones de la existencia humana. Se pueden distinguir:

- Efectos económicos. Aunque los efectos económicos de las acciones suelen ser positivos desde el punto de vista de quienes los promueven, pueden llevar aparejadas consecuencias negativas, que pueden llegar a ser predominantes sobre segmentos de población desprovistos de influencia.
- Efectos socioculturales. Alteraciones de los esquemas previos de relaciones sociales y de los valores, que vuelven obsoletas las instituciones previamente existentes. El desarrollo turístico de regiones subdesarrolladas es ejemplar en este sentido. En algunos casos, en países donde las instituciones políticas son débiles o corruptas, el primer paso de los promotores de una iniciativa económica es la destrucción sistemática de las instituciones locales, por la introducción del alcoholismo o la creación artificiosa de la dependencia económica, por ejemplo distribuyendo alimentos hasta provocar el

abandono de los campos.

Los efectos culturales suelen ser negativos, por ejemplo la destrucción de yacimientos arqueológicos por las obras públicas, o la inmersión de monumentos y otros bienes culturales por los embalses. Por el contrario, un efecto positivo sería el hallazgo de restos arqueológicos o paleontológicos durante las excavaciones y los movimientos de tierra que se realizan en determinadas obras. Un claro ejemplo lo constituye el yacimiento de Atapuerca (Burgos, España) que se puso al descubierto gracias a las trincheras que se excavaban durante las obras del ferrocarril.

Efectos tecnológicos. Innovaciones económicas pueden forzar cambios técnicos. Así, por ejemplo, uno de los efectos de la expansión de la agricultura industrial es la pérdida de saberes tradicionales, tanto como de estirpes (razas y cultivares), y la dependencia respecto a "inputs" industriales y agentes de comercialización y distribución.

Efectos sobre la salud. En la Inglaterra de los siglos XVIII y XIX, la migración de la población del campo a las ciudades, activamente promovida por cambios legales, condujo a condiciones de existencia inhumanas y expectativas de vida muy bajas. El desarrollo de normas urbanísticas y de salud laboral, así como la evolución de las relaciones de poder en un sentido menos desfavorable para los pobres, ha moderado esta situación sin resolver todos los problemas. La contaminación atmosférica, tanto la química como la acústica, siguen siendo una causa mayor de morbilidad. Un ejemplo extremo de las dimensiones que pueden alcanzar los efectos lo proporciona la contaminación del agua subterránea en Bangladesh, donde unos cien millones de personas sufren irremediablemente de intoxicación crónica y grave por arsénico, por un efecto no predicho, e impredecible, de la expansión de los regadíos.

Conclusiones

Como resultado del estudio que se hizo en sector de Tulipe, la creación de una hostería con cabañas familiares es factible, debido a que no existe una infraestructura hotelera con similares características.

Éste proyecto también está enfocado a la inclusión social, ya que se desea que los pobladores de Tulipe participen directamente en la hostería, además de generar nuevas fuentes de empleo para los estudiantes de hotelería.

Colocar a Tulipe dentro del mapa turístico del Ecuador, introduciendo al mercado una hostería que brinde confortabilidad y servicio de calidad.

Para poder liderar el mercado es muy importante brindar un buen servicio, y esto se lo logra mediante la contratación de personas con conocimientos en hotelería además, se van a contratar a gente del lugar para integrarlos a las actividades de la hostería, cuyo objetivo es ayudar al crecimiento y desarrollo de Tulipe y también de la hostería.

Para la planificación y organización en la ubicación de las cabañas, se ha tomado en cuenta la comodidad para los huéspedes.

Las cabañas han sido diseñadas para cubrir las necesidades de los clientes que buscan un lugar acogedor, placentero y cómodo.

Éste proyecto está dirigida a un mercado en el cual, las personas que deseen encontrar un lugar en el cual esté alejado de todo el estrés de la ciudad y alejados de todos los medios en los cuales nos comunicamos.

El estudio de impactos ambientales determinó que se produce una alteración en el ambiente por la creación de las Cabañas, tanto por la ubicación como realizar los trabajos de construcción, para lo cual se ha tomado en cuenta estos factores para que antes y después de la construcción de las cabañas no causar daños al medio y la vegetación.

Por ser una empresa nueva, se ha generado un plan de marketing adecuado para la empresa, debido que Tulipe se encuentra en vía de desarrollo en el sector turístico, por esta razón se corre riesgo en invertir mucho dinero en publicidad y gastar más de lo planificado.

Un punto que no podemos dejar de lado es que a los ecuatorianos nos gusta salir en familia casi todos los fines de semana por ejemplo: al parque, tomar un helado, visitar a un familiar, salir de compras, degustar de la comida típica de un lugar, por esta razón el proyecto tiene como objetivo llegar a grupos familiares o como la encuesta demostró también que gustan las personas salir acompañados de amigos por motivos similares.

La empresa va estar compuesta por dos inversionistas los cuales tendrán una participación del 25% cada uno y el otro 50% será financiado por el banco, la cual será pagada a 10 años al 8,94% de intereses.

La Hostería Cultura Yumbo tendrá un Porcentaje de Ocupación anual del 59.38%, lo cual significa de diariamente atenderemos a 19 personas.

En el restaurante tendrá una rotación diaria de 18 personas con una capacidad instalada de 40 puestos.

La inversión del proyecto tendrá un período de recuperación de 3 años y 284 días, lo cual nos indica que el proyecto a más de ser viable tiene un tiempo de recuperación de la inversión muy aceptable.

Recomendaciones

- Se deben tomar en cuenta y precaución a los factores externos que podrían ocasionar problemas a la operatividad de la hostería, tanto en la parte política como en la económica.
- Actualmente existen proyectos de viabilidad y recuperación de la cultura Yumbo con el apoyo del Ministerio de Turismo, para esto se debe extender una solicitud para ser parte de estos programas turísticos.
- Se recomienda tener las instalaciones en constante mantenimiento debido a la humedad, ya que esto provocaría desgaste en la pintura y crecimiento del moho, además con el crecimiento de la maleza provocaría molestias a los huéspedes.
- Ya que éste proyecto desea trabajar conjuntamente con la comunidad para el crecimiento económico, se debe llegar a acuerdos en los cuales las dos partes tengan beneficios, con esto evitar futuros inconvenientes.
- Realizar una campaña publicitaria sobre los atractivos turísticos del sector de Tulipe y lugares aledaños para motivar a que los huéspedes lleguen a la hostería.
- Capacitar a los empleados de una manera constante en servicio y atención al cliente para mantener y mejorar la calidad que se prestará
- Mantener los estándares establecidos, para cumplir con los gustos y preferencias de nuestros huéspedes.

Bibliografía

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Dirección general de estudios; información estadística mensual al 13 de Mayo 2011

BENJAMÍN FRANKLIN, Enrique. Organización de Empresas. Editorial McGraw Hill, Primera edición. México 1998.

BUZELLI Giovanni Emilio, Manual de la industria hotelera – gestión del hotel, ediciones CEAC, 1994, España

GONZÁLEZ Lydia, TALÓN Pilar, dirección hotelera: operaciones y procesos y restaurantes, Océano 2003

Guía de trámites para la instalación y formalización de Establecimientos Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.

Ministerios de Turismo, Registro Oficial Miércoles, 18 de mayo de 2011, R.O. No. 451.

Tulipe y la Cultura Yumbo. Arqueología comprensiva del subtrópico quiteño” Autor: Holguer Jara. Editor: Fondo de Salvamento de Quito – FONSAL, 2006

WEISSINGER Stewart Suzzanne, Introducción a las actividades hoteleras, paraninfo-thomson, 2001, España.

LUIS BARRENO, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos

POR LOS CAMINOS MÁGICOS DEL NOROCCIDENTE, Administración Equinoccial La Delicia

Enciclopedia Océano de Turismo, Hotelería y Restaurantes.

RODRÍGUEZ SALTOS, Roberto. “La Región Interandina Ecuatoriana”

Biblioteca Universidad Tecnológica Equinoccial.

www.ceplades.org.ec

www.hotelesecuador.com

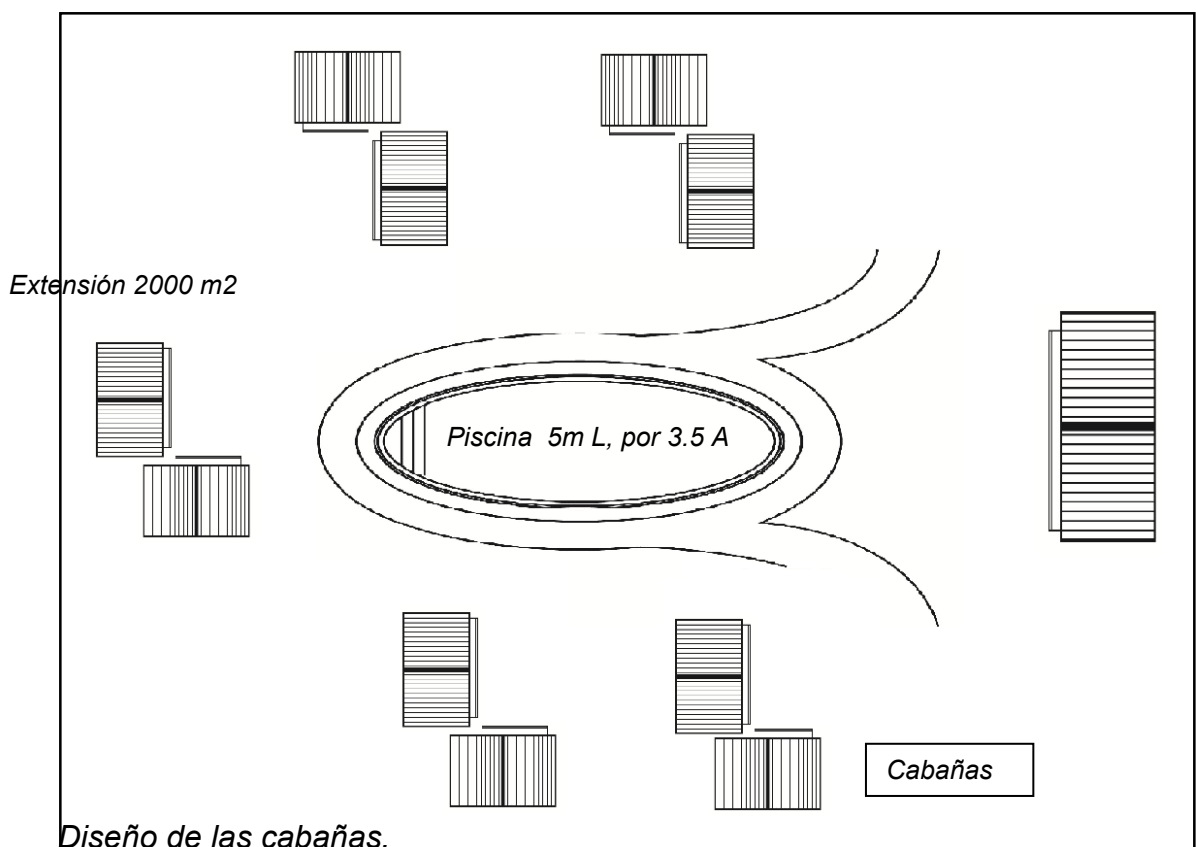
www.captur.com

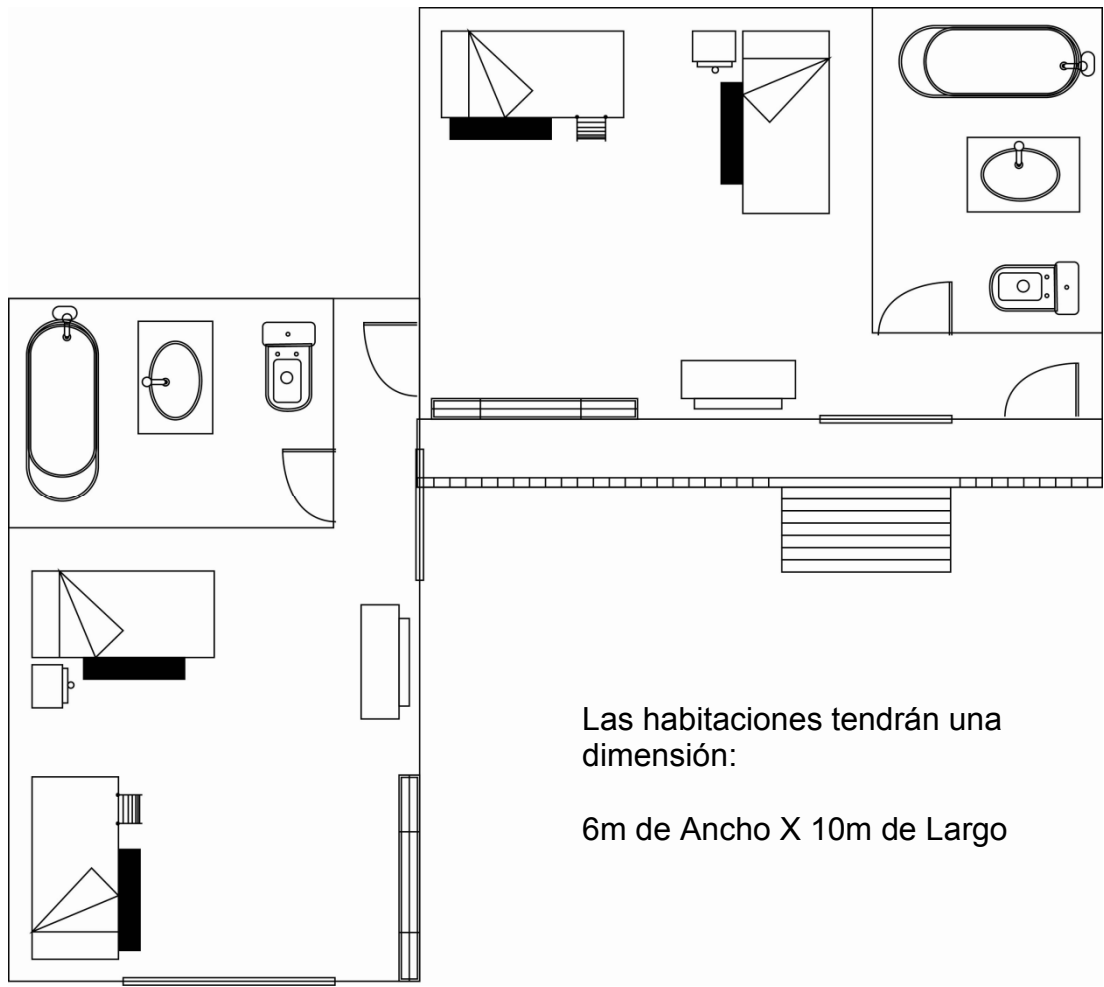
Anexos

Diseño del Logotipo

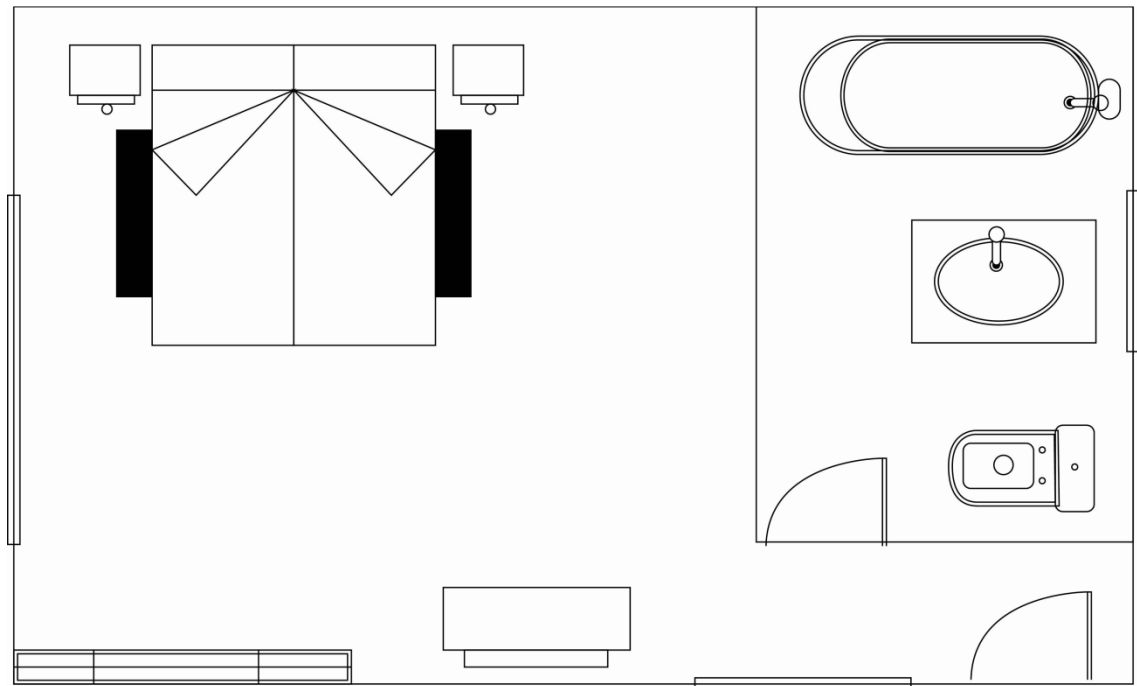


Gráfico de la Hostería.

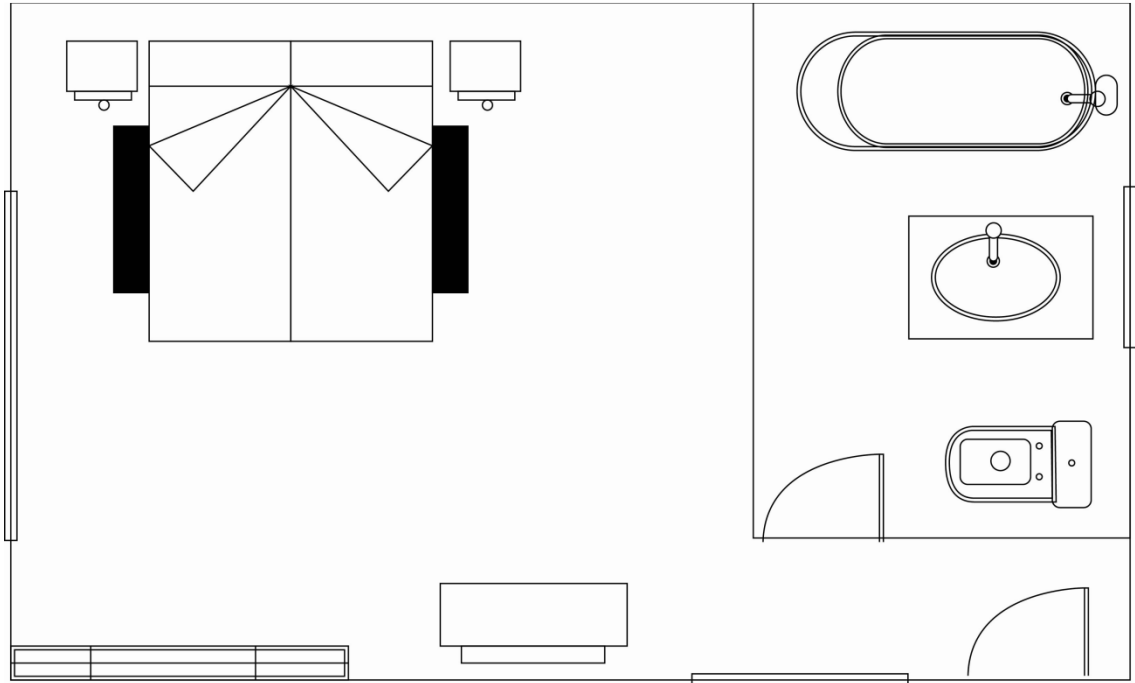




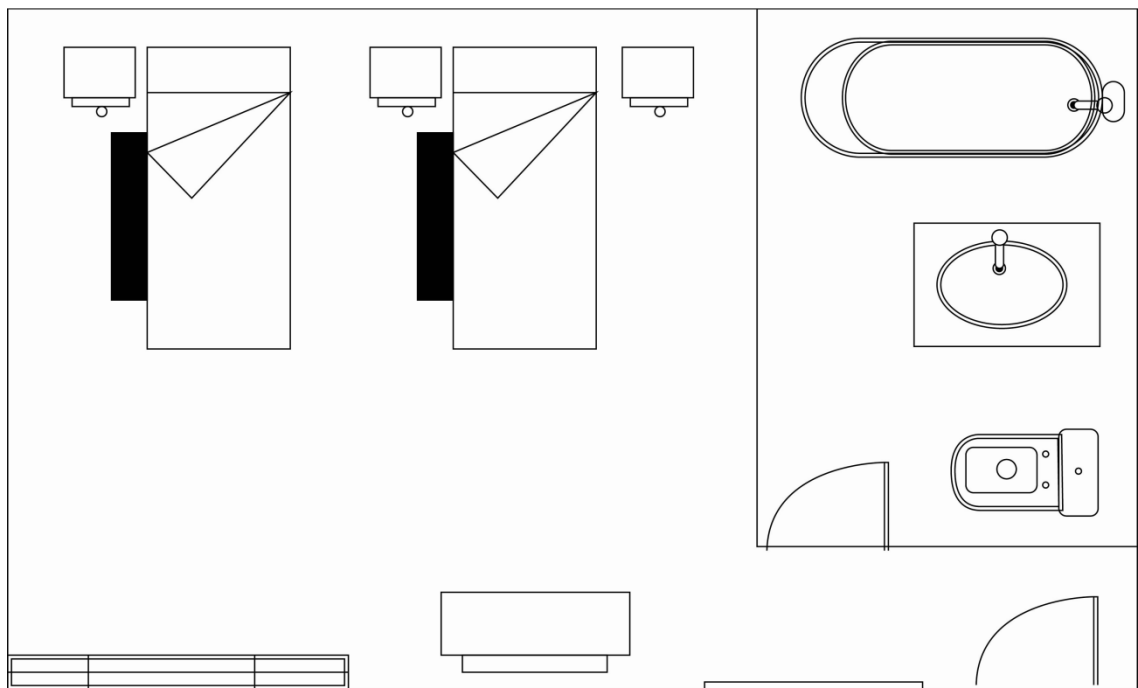
Diseño Habitación Matrimonial.



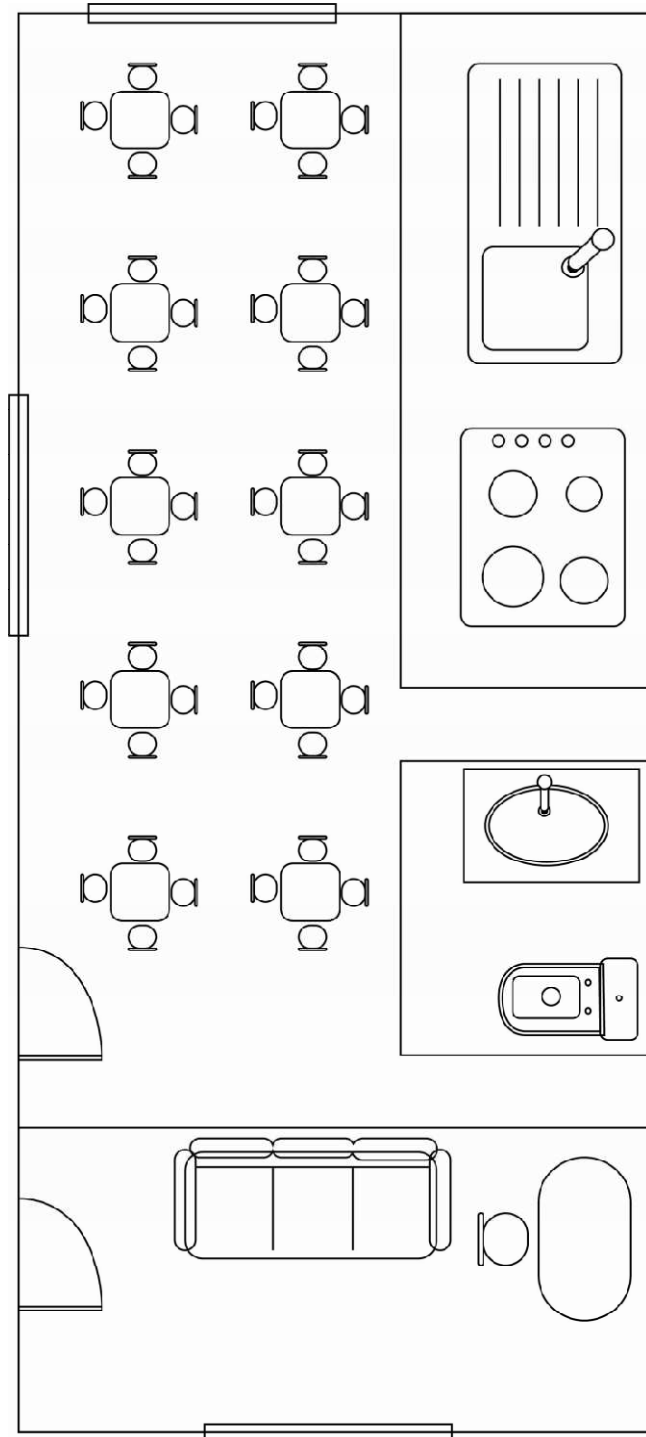
Diseño Habitaciones Dobles



Diseño Habitaciones Triples



Diseño Recepción y restaurante.



*Dimensiones del restaurante:
15m de Ancho por 20m de Largo*













Cotización de las Cabañas

MARTÍNEZ TORRICO INGENIEROS

Cabañas con dos Habitaciones

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
cimentación 200 m2	2.500,00	1	2.500,00
fundición de loza 200m2	2.300,00	1	2.300,00
diseño y construcción 200m2	1.800,00	1	1.800,00
techo de teja	5.600,00	1	5.600,00
puertas	250,00	3	750,00
valdosas	100,00	1	100,00
ventanas	50,00	3	150,00
piso flotante 200 m2	700,00	1	700,00
grifería y acabados	780,00	1	780,00
baños	350,00	2	700,00
instalación eléctrica (7 puntos)	290,00	1	290,00
luminarias	50,00	5	250,00
TOTAL			15.920,00

TOTAL 5 cabañas

79600

Área estimada 17.5mX10m

Cabaña con una Habitación

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
cimentación 100 m2	1.800,00	1	1.800,00
fundición de loza 100m2	1.700,00	1	1.700,00
diseño y construcción 100 m2	1.000,00	1	1.000,00
tejas 100 m2	4.500,00	1	4.500,00
puertas	300,00	2	600,00
valdosas 10 m2	110,00	1	110,00
ventanas	50,00	3	150,00
piso flotante 100 m2	500,00	1	500,00
grifería y acabados	750,00	5	3.750,00
baños	350,00	1	350,00
instalación eléctrica (5 puntos)	300,00	1	300,00
luminarias	50,00	4	200,00
TOTAL			14.960,00

Recetas Estándar

Desayuno	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Huevos	gr.	2	0,08	0,16
Pan	gr.	1	0,1	0,1
Leche	gr.	200	0,0015	0,3
Jugo	gr.	1	0,17	0,17
Mermelada	gr.	20	0,005	0,1
Mantequilla	gr.	10	0,004	0,04
Queso	gr.	50	0,0011	0,055
Jamón	gr.	20	0,002	0,04
Sub Total				0,965
10% imprevistos				0,0965
Costo Total				1,0615
Precio de venta				2,5

Almuerzo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Entrada	gr.	1	0,61	0,61
Plato Fuerte	gr.	1	0,69	0,69
Jugo	gr.	1	0,23	0,23
Postre	gr.	1	0,25	0,25
Sub Total				1,78
10% imprevistos				0,178
Costo Total				1,958
Precio de venta				3,5

Cena	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Entrada	gr.	1	0,35	0,35
Plato Fuerte	gr.	1	0,46	0,46
Jugo	gr.	1	0,23	0,23
Postre	gr.	1	0,25	0,25
Sub Total				1,29
10% imprevistos				0,129
Costo Total				1,419
Precio de venta				3,5

Sopa de pollo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Pollo	gr.	60	0,003	0,18
Zanahorias	gr.	10	0,003	0,03
arvejas	gr.	5	0,001	0,005
papas	gr.	30	0,003	0,09
Sub Total				0,305
10% imprevistos				0,0305
Costo Total				0,3355
Precio de venta				2,5

Crema de tomate	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
tomate	gr.	12	0,006	0,072
cebolla paiteña	gr.	6	0,005	0,03
tallo apio	gr.	8	0,004	0,032
zanahoria	gr.	15	0,003	0,045
mantequilla	gr.	2	0,004	0,008
Sub Total				0,187
10% imprevistos				0,0187
Costo Total				0,2057
Precio de venta				2

Crema de espinaca	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
espinaca	gr.	12	0,006	0,072
cebolla paiteña	gr.	6	0,005	0,03
tallo apio	gr.	8	0,004	0,032
zanahoria	gr.	15	0,003	0,045
mantequilla	gr.	2	0,004	0,008
Sub Total				0,187
10% imprevistos				0,0187
Costo Total				0,2057
Precio de venta				2

Locro de papa	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
cebolla	gr.	10	0,005	0,05
papa	gr.	30	0,003	0,09
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
leche	gr.	200	0,0015	0,3
crema de leche	gr.	100	0,0048	0,48
Sub Total				0,94
10% imprevistos				0,094
Costo Total				1,034
Precio de venta				2,75

Sopa de quinua	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
quinua	gr.	20	0,0019	0,038
papa	gr.	30	0,003	0,09
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
leche	gr.	150	0,0015	0,225
crema de leche	gr.	100	0,0048	0,48
Sub Total				0,853
10% imprevistos				0,0853
Costo Total				0,9383
Precio de venta				2,75

Crema de habas	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Habas	gr.	12	0,007	0,084
cebolla paiteña	gr.	6	0,005	0,03
tallo apio	gr.	8	0,004	0,032
zanahoria	gr.	15	0,003	0,045
mantequilla	gr.	2	0,004	0,008
Sub Total				0,199
10% imprevistos				0,0199
Costo Total				0,2189
Precio de venta				2

Arroz de cebada	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
cebada	gr.	20	0,0008	0,016
papa	gr.	30	0,003	0,09
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
leche	gr.	150	0,0015	0,225
crema de leche	gr.	100	0,0048	0,48
Sub Total				0,831
10% imprevistos				0,0831
Costo Total				0,9141
Precio de venta				2,75

Sancocho	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
carne de res	gr.	80	0,0024	0,192
arroz	gr.	20	0,0004	0,008
arvejas	gr.	20	0,001	0,02
choclo	gr.	20	0,0008	0,016
zanahoria	gr.	20	0,003	0,06
yuca	gr.	20	0,005	0,1
Sub Total				0,396
10% imprevistos				0,0396
Costo Total				0,4356
Precio de venta				2,75

Crema de zambo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
zambo	gr.	12	0,007	0,084
cebolla paiteña	gr.	6	0,005	0,03
tallo apio	gr.	8	0,004	0,032
zanahoria	gr.	15	0,003	0,045
mantequilla	gr.	2	0,004	0,008
Sub Total				0,199
10% imprevistos				0,0199
Costo Total				0,2189
Precio de venta				2

Caldo de patas	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Pata de res	gr.	80	0,0011	0,088
Cebolla	gr.	10	0,005	0,05
Mote	gr.	50	0,009	0,45
Papa	gr.	30	0,003	0,09
Maní	gr.	20	0,003	0,06
Leche	gr.	150	0,0015	0,225
Sub Total				0,963
10% imprevistos				0,0963
Costo Total				1,0593
Precio de venta				2,75

Crema de alverja	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
alverja	gr.	5	0,001	0,005
cebolla paiteña	gr.	6	0,005	0,03
tallo apio	gr.	8	0,004	0,032
zanahoria	gr.	15	0,003	0,045
mantequilla	gr.	2	0,004	0,008
Sub Total				0,12
10% imprevistos				0,012
Costo Total				0,132
Precio de venta				2

Aguado de pollo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Pollo	gr.	60	0,003	0,18
Zanahorias	gr.	10	0,003	0,03
arvejas	gr.	5	0,001	0,005
papas	gr.	30	0,003	0,09
arroz	gr.	50	0,0004	0,02
Sub Total				0,325
10% imprevistos				0,0325
Costo Total				0,3575
Precio de venta				2,5

Sopa de bolas de verde	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
plátano verde	gr.	10	0,0004	0,004
zanahoria	gr.	10	0,003	0,03
arvejas	gr.	5	0,001	0,005
papas	gr.	30	0,003	0,09
col	gr.	10	0,002	0,02
cebolla blanca	gr.	8	0,005	0,04
Sub Total				0,189
10% imprevistos				0,0189
Costo Total				0,2079
Precio de venta				2,75

Sopa de mote	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
mote	gr.	70	0,009	0,63
papa	gr.	30	0,003	0,09
carne de res	gr.	80	0,0024	0,192
cebolla blanca	gr.	10	0,0005	0,005
maní tostado	gr.	5	0,0005	0,0025
Sub Total				0,9195
10% imprevistos				0,09195
Costo Total				1,01145
Precio de venta				2,75

Crema de champiñón	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
champiñones	gr.	100	0,0013	0,13
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
leche	gr.	200	0,0015	0,3
crema de leche	gr.	100	0,0048	0,48
Sub Total				0,93
10% imprevistos				0,093
Costo Total				1,023
Precio de venta				2

Crema de espárragos	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
esparrago	gr.	100	0,0002	0,02
leche	gr.	200	0,0015	0,3
crema de leche	gr.	100	0,0048	0,48
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,82
10% imprevistos				0,082
Costo Total				0,902
Precio de venta				2

Menestrón	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
lenteja	gr.	50	0,0011	0,055
fideos	gr.	40	0,0005	0,02
papa	gr.	30	0,003	0,09
leche	gr.	200	0,0015	0,3
queso	gr.	50	0,0011	0,055
carne de res	gr.	80	0,0024	0,192
Sub Total				0,712
10% imprevistos				0,0712
Costo Total				0,7832
Precio de venta				2,5

Crema de choclo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
choclo	gr.	50	0,0008	0,04
papa	gr.	30	0,003	0,09
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
leche	gr.	200	0,0015	0,3
crema de leche	gr.	100	0,0048	0,48
Sub Total				0,93
10% imprevistos				0,093
Costo Total				1,023
Precio de venta				2,5

Filete de pollo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
Filete de pollo	gr.	150	0,003	0,45
tortilla de papa	gr.	30	0,003	0,09
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,64
10% imprevistos				0,064
Costo Total				0,704
Precio de venta				2,75

Carne molida	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
Carne molida	gr.	150	0,001	0,15
maduro frito	gr.	100	0,002	0,2
mantequilla		5	0,004	0,02
Sub Total				0,45
10% imprevistos				0,045
Costo Total				0,495
Precio de venta				2

Chuleta de cerdo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
Chuleta de cerdo	gr.	150	0,0021	0,315
lenteja	gr.	100	0,0011	0,11
mantequilla		5	0,004	0,02
Sub Total				0,525
10% imprevistos				0,0525
Costo Total				0,5775
Precio de venta				2,75

Carne frita	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
Carne de res	gr.	150	0,0024	0,36
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,46
10% imprevistos				0,046
Costo Total				0,506
Precio de venta				2,5

Guatita	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
guatita	gr.	150	0,0015	0,225
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
leche	gr.	80	0,0015	0,12
papa	gr.	30	0,003	0,09
crema de leche	gr.	80	0,0048	0,384
maní	gr.	50	0,0015	0,075
Sub Total				0,999
10% imprevistos				0,0999
Costo Total				1,0989
Precio de venta				2,75

Tortilla de atún	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
huevos	gr.	1	0,12	0,12
atún	gr.	120	0,0018	0,216
papa	gr.	30	0,003	0,09
Sub Total				0,506
10% imprevistos				0,0506
Costo Total				0,5566
Precio de venta				2

Pollo frito	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
pollo	gr.	150	0,003	0,45
tortilla de papa	gr.	100	0,003	0,3
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,85
10% imprevistos				0,085
Costo Total				0,935
Precio de venta				2,75

Filete de pescado	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
pescado	gr.	150	0,0028	0,42
patacones	gr.	80	0,0004	0,032
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,552
10% imprevistos				0,0552
Costo Total				0,6072
Precio de venta				2

Seco de chivo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
carne de chivo	gr.	200	0,0015	0,3
zanahoria	gr.	50	0,003	0,15
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
raspadura	gr.	15	0,0004	0,006
jugo de naranja	gr.	100	0,002	0,2
cerveza	gr.	15	0,002	0,03
Sub Total				0,691
10% imprevistos				0,0691
Costo Total				0,7601
Precio de venta				3

Arroz relleno	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
achote	gr.	10	0,0002	0,002
lenteja	gr.	100	0,0011	0,11
zanahoria	gr.	20	0,003	0,06
pollo	gr.	100	0,003	0,3
pimiento	gr.	10	0,0006	0,006
Sub Total				0,558
10% imprevistos				0,0558
Costo Total				0,6138
Precio de venta				2

Seco de pollo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
carne de chivo	gr.	150	0,0015	0,225
zanahoria	gr.	20	0,003	0,06
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
raspadura	gr.	15	0,0004	0,006
jugo de naranja	gr.	100	0,002	0,2
Sub Total				0,576
10% imprevistos				0,0576
Costo Total				0,6336
Precio de venta				2,75

Bistec de carne	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
carne de res	gr.	150	0,0024	0,36
pimiento	gr.	10	0,0006	0,006
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
tomate	gr.	20	0,0006	0,012
Sub Total				0,463
10% imprevistos				0,0463
Costo Total				0,5093
Precio de venta				2,5

Estofado de carne	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
cerne de res	gr.	150	0,0024	0,36
papa	gr.	30	0,003	0,09
tomates	gr.	20	0,0006	0,012
pimiento	gr.	10	0,0006	0,006
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,573
10% imprevistos				0,0573
Costo Total				0,6303
Precio de venta				2,5

Tallarín	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
tallarín	gr.	150	0,0018	0,27
tomate	gr.	30	0,0006	0,018
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
pollo	gr.	60	0,003	0,18
Sub Total				0,553
10% imprevistos				0,0553
Costo Total				0,6083
Precio de venta				2

Pollo brosterizado	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
Pollo	gr.	150	0,003	0,45
aceite	gr.	15	0,0002	0,003
maduro frito	gr.	50	0,0004	0,02
Sub Total				0,553
10% imprevistos				0,0553
Costo Total				0,6083
Precio de venta				3

Chaulafán	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
pollo	gr.	100	0,003	0,3
camarones	gr.	100	0,004	0,4
pimiento	gr.	10	0,0006	0,006
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
achote	gr.	5	0,0002	0,001
Sub Total				0,812
10% imprevistos				0,0812
Costo Total				0,8932
Precio de venta				3,5

Sardina	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
sardina	gr.	150	0,0012	0,18
tomate	gr.	20	0,0006	0,012
Sub Total				0,272
10% imprevistos				0,0272
Costo Total				0,2992
Precio de venta				2

Carne frita con menestra	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
carne de res	gr.	150	0,0024	0,36
lenteja	gr.	100	0,0011	0,11
tomate	gr.	20	0,0006	0,012
pimiento	gr.	20	0,0006	0,012
verde	gr.	20	0,0002	0,004
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
Sub Total				0,598
10% imprevistos				0,0598
Costo Total				0,6578
Precio de venta				3

Encocado de pescado	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
camarones	gr.	120	0,004	0,48
mantequilla	gr.	5	0,004	0,02
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
pimiento	gr.	10	0,0006	0,006
leche de coco	gr.	80	0,001	0,08
crema de leche	gr.	80	0,0048	0,384
Sub Total				1,055
10% imprevistos				0,1055
Costo Total				1,1605
Precio de venta				3,5

Carne apanada	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
arroz	gr.	200	0,0004	0,08
carne de res	gr.	150	0,0024	0,36
apanadura	gr.	50	0,0032	0,16
huevos	gr.	1	0,12	0,12
harina	gr.	50	0,0035	0,175
Sub Total				0,895
10% imprevistos				0,0895
Costo Total				0,9845
Precio de venta				3

Ensalada zanahoria y col	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
zanahoria	gr.	25	0,003	0,075
col	gr.	25	0,0005	0,0125
vinagre	gr.	10	0,002	0,02
Sub Total				0,1075
10% imprevistos				0,01
Costo Total				0,12
Precio de venta				0,8

Ensalada de remolacha	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
remolacha	gr.	50	0,0006	0,03
mayonesa	gr.	10	0,0012	0,012
Sub Total				0,042
10% imprevistos				0,0042
Costo Total				0,0462
Precio de venta				0,8

Ensalada de espinaca	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
espinaca	gr.	25	0,0005	0,0125
champiñones	gr.	25	0,0013	0,0325
queso	gr.	10	0,0011	0,011
Sub Total				0,056
10% imprevistos				0,0056
Costo Total				0,0616
Precio de venta				0,8

Ensalada de tomate	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
tomate	gr.	50	0,0006	0,03
queso	gr.	10	0,0011	0,011
			Sub Total	0,041
			10% imprevistos	0,0041
			Costo Total	0,0451
			Precio de venta	0,8

Aguacate y tomate	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Aguacate	gr.	25	0,003	0,075
tomate	gr.	25	0,0006	0,015
cebolla	gr.	10	0,0005	0,005
			Sub Total	0,095
			10% imprevistos	0,0095
			Costo Total	0,1045
			Precio de venta	0,8

Ensalada lechuga y tomate	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
lechuga	gr.	25	0,004	0,1
tomate	gr.	25	0,0006	0,015
aderezo	gr.	10	0,006	0,06
			Sub Total	0,175
			10% imprevistos	0,0175
			Costo Total	0,1925
			Precio de venta	0,8

Ensalada de brócoli	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
brócoli	gr.	50	0,005	0,25
mayones	gr.	10	0,0012	0,012
			Sub Total	0,262
			10% imprevistos	0,0262
			Costo Total	0,2882
			Precio de venta	0,8

Ensalada cebolla y tomate	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
cebolla	gr.	20	0,0005	0,01
tomate	gr.	50	0,0006	0,03
vinagre	gr.	10	0,002	0,02
Sub Total				0,06
10% imprevistos				0,006
Costo Total				0,066
Precio de venta				0,8

Ensalada de lechuga	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
lechuga	gr.	50	0,0004	0,02
aderezo	gr.	10	0,006	0,06
Sub Total				0,08
10% imprevistos				0,008
Costo Total				0,088
Precio de venta				0,8

Ensalada de pepinillo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
pepinillo	gr.	50	0,0006	0,03
tomate	gr.	50	0,0006	0,03
aguacate	gr.	50	0,0003	0,015
Sub Total				0,075
10% imprevistos				0,0075
Costo Total				0,0825
Precio de venta				0,8

Ensalada de col	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
col	gr.	50	0,0005	0,025
aderezo	gr.	10	0,006	0,06
Sub Total				0,085
10% imprevistos				0,0085
Costo Total				0,0935
Precio de venta				0,8

Jugo de badea	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
badea	gr.	150	0,0007	0,105
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,135
10% imprevistos				0,0135
Costo Total				0,1485
Precio de venta				0,75

Jugo de tomate de árbol	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
tomate de árbol	gr.	150	0,0015	0,225
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,255
10% imprevistos				0,0255
Costo Total				0,2805
Precio de venta				0,75

Jugo de naranja	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
naranja	gr.	150	0,0016	0,24
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,27
10% imprevistos				0,027
Costo Total				0,297
Precio de venta				0,75

Jugo de naranjilla	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
naranjilla	gr.	150	0,0015	0,225
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,255
10% imprevistos				0,0255
Costo Total				0,2805
Precio de venta				0,75

Jugo de piña	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
piña	gr.	150	0,0009	0,135
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,165
10% imprevistos				0,0165
Costo Total				0,1815
Precio de venta				0,75

Jugo de sandia	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
sandia	gr.	150	0,0025	0,375
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,405
10% imprevistos				0,0405
Costo Total				0,4455
Precio de venta				0,75

Jugo de mora	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
mora	gr.	150	0,0008	0,12
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,15
10% imprevistos				0,015
Costo Total				0,165
Precio de venta				0,75

Limonada	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
limón	gr.	150	0,001	0,15
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,18
10% imprevistos				0,018
Costo Total				0,198
Precio de venta				0,75

Jugo de melón	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
melón	gr.	150	0,0009	0,135
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,165
10% imprevistos				0,0165
Costo Total				0,1815
Precio de venta				0,75

Jugo de taxo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
taxo	gr.	150	0,0007	0,105
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,135
10% imprevistos				0,0135
Costo Total				0,1485
Precio de venta				0,75

Avena	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
avena	gr.	100	0,0007	0,07
naranja	gr.	150	0,0015	0,225
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,325
10% imprevistos				0,0325
Costo Total				0,3575
Precio de venta				0,75

Jugo de papaya	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
papaya	gr.	150	0,0008	0,12
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,15
10% imprevistos				0,015
Costo Total				0,165
Precio de venta				0,75

Jugo de tamarindo	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
tamarindo	gr.	150	0,0007	0,105
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,135
10% imprevistos				0,0135
Costo Total				0,1485
Precio de venta				0,75

Jugo de guanábana	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
guanábana	gr.	150	0,0009	0,135
azúcar	gr.	5	0,006	0,03
Sub Total				0,165
10% imprevistos				0,0165
Costo Total				0,1815
Precio de venta				0,75