



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN  
AMBIENTAL, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

CARRERA DE HOTELERÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
CABAÑAS ECOLÓGICAS EN NANEGALITO, PROVINCIA  
DE PICHINCHA”

TÍTULO A OBTENER:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
HOTELERAS

DIRECTOR DE TESIS: Lcdo. FAUSTO NÚÑEZ V., MSC

AUTORA:

MÓNICA ALEXANDRA SALAZAR ESTRELLA

MARZO 2010

## AUTORÍA

Del contenido de la presente tesis ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN NANEGALITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, se hace responsable su autora.

MÓNICA SALAZAR ESTRELLA  
AUTORA

## CERTIFICACIÓN

Certifico que bajo mi dirección, la presente tesis fue desarrollada por la SRA. MÓNICA SALAZAR ESTRELLA.

Lcdo. Fausto Núñez V., MSC  
DIRECTOR DE TESIS

## DEDICATORIA

Ha transcurrido un largo período desde la finalización de mi preparación universitaria y mi egreso formal de la Carrera de Hotelería, hasta la época actual en la que gracias al Programa de Graduados 2009 tomé la decisión de culminar mis estudios y optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas Hoteleras.

El camino recorrido ha sido largo y laborioso, implicó mucho sacrificio y dedicación, pues tenía que cumplir muchas obligaciones al mismo tiempo como son trabajar, estudiar y estar al frente de mis hijos, pero el sueño tan anhelado se ha convertido en realidad.

Por eso, este estudio lo dedico con mucho amor a mis hijos Valeria Margarita y Pedro Andrés Torres Salazar porque ellos son la razón que me motiva para cada día esforzarme más para ser mejor y demostrar mis capacidades.

Así mismo dedico este trabajo a toda mi familia, a mi Padre, a mis hermanas y hermanos. A todos mis sobrinos que también estuvieron pendientes de las acciones y contribuyeron con sus conocimientos.

Me hubiera gustado mucho que mi Madre, Santiago y Bolivia estuvieran aquí para que se sintieran orgullosos de mi triunfo, pero aunque se adelantaron en el camino de la vida, siempre están presentes en mi mente y en mi corazón.

Una dedicatoria especial para Silvia Heyers que desde que supo mi interés por continuar mis estudios, me apoyó y siempre estuvo pendiente del avance del estudio.



## AGRADECIMIENTO

Mis sinceros agradecimientos a todo el personal docente y administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial por su apoyo en mi formación integral y profesional.

A la señora Rocío Villacrés por su consejo, colaboración y ayuda brindada desde el inicio del Programa de Graduados 2009.

Al Lcdo. Fausto Núñez V., MSC, Director de Tesis, por su apoyo profesional, intelectual y humano quien colaboró significativamente para la culminación del proyecto.

Al Eco. Luis Barreno Benavides por su invaluable colaboración en el estudio financiero del proyecto, quien desinteresadamente participó con sus conocimientos, experiencia, tiempo y guía para llegar a feliz término con el estudio.

Finalmente deseo agradecer a todas las personas que me brindaron su apoyo, que me acompañaron para obtener información y me guiaron durante el estudio.

# CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	I
2. ANTECEDENTES .....	II
3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA .....	III
4. OBJETIVOS .....	III
5. HIPÓTESIS .....	III
CAPITULO I .....	1
1. GENERALIDADES DE LA PARROQUIA DE NANEGALITO .....	1
1.1 RESEÑA HISTÓRICA .....	1
1.2 ACTIVIDADES ECONÓMICAS .....	2
1.3 COMIDAS TÍPICAS .....	2
1.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	3
1.5 LÍMITES .....	3
1.6 CABECERA PARROQUIAL .....	4
1.7 VIALIDAD Y TRANSPORTE .....	5
1.8 DEMOGRAFÍA .....	6
1.9 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE NANEGALITO.....	7
1.10 VEGETACIÓN DE LA ZONA .....	14
1.11 FAUNA DE LA ZONA .....	16
1.12 CLIMA .....	18
1.13 INFRAESTRUCTURA HOTELERA DE NANEGALITO .....	19
CAPÍTULO II .....	22
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	22
2.1 DEFINICIÓN DE MERCADO .....	22
2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	23
2.3 DEMANDA HISTÓRICA .....	23
2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	24
2.5 DEMANDA FUTURA .....	25
2.6 DEMANDA OBJETIVA .....	29
2.7 DISEÑO Y CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	29
2.8 TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	29
2.9 ENCUESTA .....	31
2.10 DISEÑO DEL CUESTIONARIO .....	31
2.11 OBJETIVOS DEL CUESTIONARIO .....	31
2.12 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	32
2.13 MODELO DE LA ENCUESTA .....	33
2.14 TABULACIÓN DE ENCUESTAS .....	36
2.15 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	49
2.16 DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL .....	50
CAPÍTULO III .....	51
3. PLAN DE MARKETING .....	51
3.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING .....	52

3.1.1	OBJETIVO GENERAL	52
3.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	52
3.2	MISIÓN Y VISIÓN	53
3.2.1	MISIÓN	53
3.2.2	VISIÓN	54
3.3	MEZCLA DE MERCADOTECNIA: LAS 4 P	54
3.3.1	PRODUCTO O SERVICIO	55
3.3.1.1	PRODUCTO PRINCIPAL	56
3.3.1.2	PRODUCTO AUXILIAR	56
3.3.1.3	PRODUCTO DE APOYO	57
3.3.1.4	PRODUCTO AUMENTADO	57
3.3.1.5	LA MARCA	59
3.3.2	PRECIO	60
3.3.2.1	FIJACIÓN DE PRECIOS Y PENETRACIÓN EN EL MERCADO	60
3.3.2.2	FIJACIÓN DE PRECIOS POR PAQUETES DE PRODUCTOS	61
3.3.2.3	DESCUENTO POR VOLUMEN	61
3.3.3	PLAZA O DISTRIBUCIÓN	62
3.3.3.1	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	63
3.3.4	PROMOCIÓN	65
3.3.5	POSICIONAMIENTO	68
3.3.5.1	ELEMENTOS DEL POSICIONAMIENTO	68
3.3.5.2	SEGMENTACIÓN	68
3.3.5.3	PAQUETES DE BENEFICIOS	69
3.3.5.4	PUNTO DE DIFERENCIACIÓN	69
3.4	ANÁLISIS FODA	71
CAPÍTULO IV		74
4.	ESTUDIO TÉCNICO	74
4.1	TAMAÑO	74
4.2	LOCALIZACIÓN Y CROQUIS DE UBICACIÓN	74
4.2.1	MACROLOCALIZACIÓN	74
4.2.2	MICROLOCALIZACIÓN	75
4.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	76
4.4	SERVICIOS A OFRECER	82
4.5	INFRAESTRUCTURA	82
4.6	EQUIPAMIENTO DE LA FINCA	85
CAPÍTULO V		92
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	92
5.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	92
5.2	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	94
5.3	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	95
5.4	TALENTO HUMANO	95
5.5.	DESCRIPCIÓN FUNCIONAL	96
5.5.1.	GERENTE GENERAL	96
5.5.2	SECRETARIA – RECEPCIONISTA	97
5.5.3	CONTADOR	98
5.5.4	JEFE ALIMENTOS Y BEBIDAS	99
5.5.5	COCINERO	100

5.5.6	AYUDANTE DE COCINA .....	100
5.5.7	MESERO .....	101
5.5.8	MUCAMA .....	101
5.5.9	MANTENIMIENTO, LIMPIEZA Y SEGURIDAD .....	102
CAPÍTULO VI .....		103
6.	ESTUDIO LEGAL .....	103
6.1	CONCEPTO DE SOCIEDAD ANÓNIMA .....	103
6.2	CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA .....	104
6.2.1	NÚMERO DE SOCIOS .....	104
6.2.2	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN .....	105
6.2.3	CAPITAL .....	105
6.2.4	CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA .....	106
6.2.5	BORRADOR DE MINUTA .....	107
6.3	LA ESCRITURA PÚBLICA .....	111
6.4	ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA .....	126
6.5	REQUERIMIENTOS Y REQUISITOS PARA CREAR UNA EMPRESA DENTRO DEL CANTÓN QUITO .....	128
6.5.1	REQUERIMIENTOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL .....	128
6.5.2	REQUISITOS PARA CREAR UNA EMPRESA .....	129
CAPÍTULO VII .....		132
7.	ESTUDIO FINANCIERO .....	132
7.1	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....	132
7.2	ACTIVOS FIJOS TANGIBLES .....	134
7.2.1	TERRENO .....	135
7.2.2	EDIFICACIONES .....	136
7.2.3	VEHÍCULO .....	137
7.2.4	MAQUINARIA Y EQUIPO .....	138
7.2.5	INSTRUMENTOS Y UTENSILIOS DE COCINA .....	139
7.2.6	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN .....	140
7.2.7	MUEBLES Y ENSERES .....	140
7.2.8	EQUIPOS DE OFICINA .....	141
7.3	ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS .....	142
7.4	CAPITAL DE TRABAJO .....	143
7.5	CUADRO DE FUENTES Y USOS .....	144
7.6	COSTOS E INGRESOS .....	145
7.6.1	MANO DE OBRA DIRECTA .....	145
7.6.2	MATERIALES DIRECTOS .....	146
7.6.3	MANTELERÍA Y BLANCOS .....	147
7.6.4	MENAJE Y CRISTALERÍA .....	148
7.6.5	INSUMOS .....	149
7.7	GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN .....	150
7.7.1	DEPRECIACIONES .....	150
7.7.2	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN .....	151
7.7.3	SEGUROS .....	152
7.8	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN .....	153
7.9	GASTOS DE VENTAS .....	154
7.10	COSTO FINANCIERO .....	155

7.11	TABLA DE AMORTIZACIÓN GRADUAL	155
7.12	PROYECCIÓN DE COSTOS	156
7.13	CLASIFICACIÓN DE COSTOS	157
7.14	INGRESOS	158
7.15	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	160
7.15.1	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	161
7.15.2	ESTADO DE RESULTADOS	162
7.15.3	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	163
7.15.4	VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA	164
7.15.6	TASA INTERNA DE RETORNO PARA EL INVERSIONISTA	166
7.15.7	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	167
7.15.8	PUNTO DE EQUILIBRIO	168
7.16	ÍNDICES FINANCIEROS	170
7.16.1	RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN	170
7.16.2	RENTABILIDAD SOBRE RECURSOS PROPIOS	171
7.16.3	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	171
7.16.4	ÍNDICE DE COBERTURA	172
CAPÍTULO VIII		173
8.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	173
8.1	DEFINICIÓN	173
8.2	DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	174
8.2.1	CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA FINCA	175
8.3	GESTIÓN AMBIENTAL	176
8.4	PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	176
8.5	PLAN DE MITIGACIÓN	177
8.5.1	MEDIDAS AMBIENTALES DE LOS COMPONENTES FÍSICOS	177
8.5.2	MEDIDAS DE MITIGACIÓN DE COMPONENTES SOCIO-ECONÓMICO-CULTURAL	179
8.5.3	REDUCCIÓN DE OTROS IMPACTOS AMBIENTALES	180
CAPÍTULO IX		181
9.	ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL	181
9.1	DEFINICIÓN	181
9.2	DESARROLLO	181
CAPÍTULO X		184
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	184
10.1	CONCLUSIONES	184
10.2	RECOMENDACIONES	186
BIBLIOGRAFÍA		187
ANEXOS		

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad en nuestro país no existen suficientes fuentes de trabajo como alternativa para nuevos profesionales, por lo cual es importante buscar nuevas plazas, como el emprendimiento de un negocio propio, en este caso, la implementación de la Finca Ecológica El Rosario, en la que se ofrecerá a los visitantes alojamiento, alimentación y recreación en un ambiente totalmente sano y natural en armonía entre el medio, la ecología y el turismo.

## 2. ANTECEDENTES

El noroccidente de Pichincha es un paraíso de flora y fauna, donde la belleza del planeta se congrega para la admiración de los visitantes. La presencia de colibríes, pavas, tucanes, mariposas, osos de anteojos y una infinidad de especies de orquídeas y flores junto a ríos y cascadas pintan un paisaje especial del subtrópico en el que el turismo de naturaleza contribuye a la conservación del medio ambiente.

Por esto al no existir en el sector de Nanegalito el hospedaje de las características que buscamos crear, es necesario la construcción de cabañas ecológicas diseñadas con materiales propios de la zona como son las maderas de aliso, canelo, cedro, caña guadua, palma de cadí, hoja de bijao, entre otros materiales que proporcionen al turista el bienestar requerido.

Las cabañas ecológicas en la Finca El Rosario, proporcionarán al turista un encuentro de primera mano con el medio ambiente, ya que, al estar rodeada por vegetación exuberante, tierras muy fértiles para la agricultura y especialmente para la ganadería

lechera, contar con una variedad de condiciones climáticas, bosques nativos, fuentes y cascadas, permitirá al visitante aprovechar la belleza del lugar y disfrutar de la naturaleza en un ambiente confortable, seguro y acogedor.

### 3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Por medio de este estudio se pretende diseñar un conjunto de servicios hoteleros que ofrezca al visitante hospedaje, alimentación y recreación, enfocados a cumplir con los requerimientos del turismo ecológico, sin perder de vista el cuidado del medio ambiente, tomando en cuenta que una de las áreas de mayor importancia para el desarrollo del país, lo constituye el turismo y, particularmente el noroccidente de la provincia de Pichincha, que posee grandes atractivos con climas diversos, que de la mano con vías de comunicación de primer orden facilitan e invitan a los turistas a recorrer y conocer nuevas tierras.

En las cabañas ecológicas de la Finca El Rosario, se ofrecerá un servicio exclusivo en hospedaje y alternativas de alimentación variada y sana con los propios productos que se cultivan en ella y en el sector. Se brindará el esparcimiento adecuado en un ambiente ecológico para el disfrute de la naturaleza en forma activa, con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales, permitiendo que la actividad turística genere fuentes de trabajo, flujo de dinero permanente, intercambio cultural y sobre todo, el desarrollo del turismo en la zona, además de crear mayor concienciación por los temas ambientales y la consecución del respeto por el medio ambiente.

Con la creación de este proyecto se espera cumplir con las expectativas de los consumidores y los requerimientos de los mismos, de conformidad con la respectiva reglamentación.

## 4. OBJETIVOS

### 4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de cabañas ecológicas en la Finca El Rosario, ubicada en Nanegalito, en las que se ofrecerá un adecuado servicio a los turistas que visiten la zona.

### 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar gustos y preferencias de los clientes a fin de satisfacer sus requerimientos.
- Realizar un estudio financiero para conocer la factibilidad, inversión y rentabilidad del negocio.
- Recopilar toda la información necesaria para poder constituir legalmente el negocio.
- Obtener información relacionada con la conservación del medio ambiente.

## 5. HIPÓTESIS

El funcionamiento de las nuevas cabañas ecológicas en la parroquia de Nanegalito, permitirá el incremento del turismo en la zona, el desarrollo socio-económico de la comunidad y el fomento de fuentes de trabajo.



# 1. CAPITULO I

## 1. GENERALIDADES DE LA PARROQUIA DE NANEGALITO

### 1.1 RESEÑA HISTÓRICA

Nanegalito desde la Colonia era el sitio de paso obligado entre Quito, Gualea, Pacto y Nanegal. En 1915 las tierras de Nanegal y Nanegalito no tenían mayor importancia a causa de la carencia de medios de transporte y comunicación. El sector poco a poco fue poblándose con casas alejadas entre si, pero cerca del camino, al que se lo consideraba como centro poblado. En una de las casas funcionaba la escuela, sitio en el que se construye una choza dedicada a la oración de los fieles de este sitio. De esta forma nace un nuevo caserío conocido como Nanegal Chico, con el objetivo de diferenciarlo de la parroquia de Nanegal a la que se le conocía con el nombre de Nanegal Grande.

Tras un largo proceso, el 14 de noviembre de 1952, obtiene la parroquialización con el nombre de Nanegalito. Actualmente tiene una población de 3.900 habitantes.

Es una parroquia rural del cantón Quito que, de acuerdo con la Ley Orgánica de Juntas Parroquiales Rurales, publicada en Registro Oficial 193 de 27 de octubre de 2000, y el Art. 228 de la Constitución Política de la República, ha sido elevada a la categoría de Gobierno Seccional Autónomo, materializando la descentralización y desconcentración administrativa del gobierno central.

El 14 de noviembre de cada año se celebran las fiestas de parroquialización, en las que sus principales eventos son: pregón de fiestas, elección de la reina, paseo del chagra,

talleres de cultura, artesanía, bandas de pueblo, juegos tradicionales, juegos pirotécnicos, caminata ecológica Nono-Nanegalito, voley profesional, toros de pueblo, presentación de artistas y bailes populares.

## 1.2 ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Agricultura y ganadería destinada fundamentalmente al autoconsumo, la producción y comercialización de leche es uno de los principales rubros económicos. Como productos de la zona tenemos: papaya, limón, tomate, naranja, aguacate, babaco, yuca.

## 1.3 COMIDAS TÍPICAS

- Cebiche de palmito
- Fritada con mote y yuca
- Morocho con empanadas
- Caldo de gallina
- Ayampaco (trucha envuelta en hoja de plátano)

## 1.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA



La parroquia Nanegalito se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia de Pichincha, en el kilómetro 57 en la carretera Calacalí – La Independencia. Es un sitio de paso en la vía hacia la costa ecuatoriana.

## 1.5 LÍMITES

Según el Acuerdo Ministerial publicado en el Registro Oficial 109, del 10 de enero de 1953, los límites son los siguientes:

- Norte: Parroquias Nanegal y Gualea
- Sur: Cantón San Miguel de Los Bancos
- Este: Parroquia Nanegal
- Oeste: Parroquia Gualea

Según el Acuerdo Ministerial publicado en Registro Oficial 109, del 10 de enero de 1953, corresponden a los siguientes puntos:

Por el Norte: Desde el punto Milpe, una línea de occidente a oriente, al sitio de nacimiento del río Tulipe, sigue el curso de este río hasta su confluencia con el río Alambi.

Por el Sur: El río Tandayapa, que nace en el cerro del Castillo, sigue su curso hasta la desembocadura en el río Alambi.

Por el Oriente: El río Blanco o Tanguaguirí, desde su confluencia en el Tulipe, aguas arriba hasta el sitio en que le cruza el camino actual que va a Chontapamba y, desde ese cruce, una línea recta que va al sitio de nacimiento de la quebrada Lulán; luego, sigue el curso de ésta hasta su desembocadura en el río Alambi y, desde este sitio o desembocadura, sigue el río Alambi, aguas arriba hasta el punto en que recibe las aguas del río Tandayapa.

Por el Occidente: Desde el cerro Castillo, el camino antiguo que conduce a Esmeraldas hasta el sitio Milpe.

## 1.6 CABECERA PARROQUIAL

Nanegalito se caracteriza por tener un desarrollo lineal. Por su carácter histórico es el asentamiento humano que se encuentra más consolidado. El crecimiento se ha dado sin planificación, por lo que existe problemas en el trazado y tipo de vías y en la dotación de servicios.

El hecho de ser una zona de paso hacia la costa ecuatoriana, la circulación vehicular liviana y pesada, ha estimulado el establecimiento de negocios enfocados a servicios a lo largo de la carretera, como son restaurantes, tiendas, vulcanizadoras, venta de repuestos, otros).

## 1.7 VIALIDAD Y TRANSPORTE

La parroquia cuenta con una vía de acceso de primer orden. La red vecinal se encuentra en malas condiciones, requiere de un mantenimiento periódico.

Nanegalito se ha convertido en una parada de los automotores que circulan por la vía Calacalí – La Independencia. Se requiere un estacionamiento para reducir el peligro de accidentes.

El servicio de transporte es bueno, pero se considera necesaria la creación de una ruta directa Quito – Nanegalito.

La vía principal es de primer orden, une a la provincia de Pichincha con la costa y se emplea para la comercialización de productos entre regiones.

Las vías internas de los barrios se encuentran en mal estado, por la acción de las lluvias y la falta de mantenimiento oportuno.

La parroquia cuenta con un buen servicio de transporte a cargo de las cooperativas interprovinciales. Sin embargo, se considera necesario establecer una empresa propia que atienda la parroquia.

Existen varias cooperativas de transporte público que dan servicio a la parroquia, cabe señalar que Nanegalito es un punto de paso de los recorridos, pues en la mayoría el destino final es la costa ecuatoriana. Las cooperativas son las siguientes:

- Cooperativa San Pedrito
- Cooperativa Kennedy
- Cooperativa Otavalo
- Cayambe
- Transportes Minas
- Transportes Esmeraldas

El tiempo promedio de recorrido en bus desde Quito a Nanegalito es de una hora y 15 minutos. El valor del pasaje desde Quito a Nanegalito es US\$ 1,25 desde el terminal terrestre.

Actualmente existe una precooperativa de transporte en camionetas que realiza recorridos desde la cabecera parroquial hacia los diferentes asentamientos.

Aproximadamente circulan entre 3.000 y 5.000 vehículos por día, aumentando el 50% en feriados y fines de semana.

## 1.8 DEMOGRAFÍA

La población de Nanegalito es mestiza, por tratarse de una zona de colonización poblada especialmente durante la década de los cincuenta. Los cuadros evidencian el predominio de la población masculina, tanto en la cabecera como en los barrios de la zona rural.

## POBLACIÓN POR AÑOS

<b>Parroquia</b>	<b>Km2</b>	<b>1962</b>	<b>1974</b>	<b>1982</b>	<b>1990</b>	<b>2001</b>
Nanegalito	125,26	2.033	2.234	2.304	2.358	2.474

## POBLACIÓN DE LA PARROQUIA

<b>Parroquia</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Nanegalito	1.294	1.180	2.474
Cabecera	448	424	872
Barrios	848	754	1.602

Fuente: VI Censo de Población y V de Vivienda, INEC 2001

### 1.9 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE NANEGALITO

En el corazón del Noroccidente de la provincia de Pichincha enclavados en el bosque nublado del Choco Andino, entre exóticas orquídeas, frondosos árboles poseedores de una espléndida biodiversidad compartiendo un cautivante pasado histórico de Yumbos e Incas se ubican las parroquias de Calacalí, Nanegalito, Nanegal, Gualea y Pacto, las cuales se hallan unidas por una mágica ruta de innumerables aventuras ecológicas.

Dentro de los atractivos turísticos del sector podemos mencionar los siguientes:

- Reserva Orquideológica del Pahuma

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 650 hectáreas, grandes pendientes que la ubican entre los 1960 y los 2900 m.s.n.m. dando como resultado variedad de micro climas y gracias a la existencia de uno de los bosques nublados mejor conservados, se pueden apreciar 260 especies de orquídeas, de las cuales 9 son endémicas, 170 especies de aves entre los 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.

Cómo llegar?. Desde el redondel de la Mitad del Mundo se toma la vía Calacalí – La Independencia hasta el kilómetro 43.

- Reserva Río Alambi

Esta situada en la región del Chocó, área que ha sido internacionalmente reconocida como una zona mega diversa. El bosque se encuentra alrededor de las riveras del Río Alambi que 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 del 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 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 este hermoso lugar.

Cómo 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.

- Río Tulipe

Después de atravesar por un bosque de caoba, palmito, tagua, guayaba, caimitos y epífitas, refugio ideal para juguetonas manadas de monos, sahinós, 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.

Cómo 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.

- Centro Ceremonial del Pueblo Yumbo Tulipe

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 período de integración (800 d.C.) con la presencia de la nación Yumba.

Como elementos arqueológicos destacan las denominadas “piscinas”, ocho en total; dos semicirculares, dos rectangulares, una poligonal, una cuadrangular, otra cuadrangular con dos cámaras interiores y una 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.<sup>1</sup>

Cómo llegar ? Desde Nanegalito hasta la Armenia y luego se toma la vía que conduce a Pacto hasta el sector de Tulipe. Se encuentra junto a la vía.

- El Paraíso del Pescador

Es un sitio de distracción cuyo principal atractivo es la pesca deportiva de truchas y un rústico teleférico que cruza las lagunas. Dispone de tres cabañas para alojar a 3 personas en cada una de ellas. Si los visitantes prefieren hacen preparar el producto

---

<sup>1</sup> ALCALDIA METROPOLITANA DE QUITO,  
Guía Turística del Valle Equinoccial al Noroccidente

de la pesca, el mismo que es servido con arroz, patacones y ensalada. Está en el Km. 51 de la vía principal hacia el lado occidental por un camino lastrado.

- El Vado de la Montaña

Ubicado en la loma Camacpi, rodeado por los ríos Tulipe y Camacpi, es uno de los rincones de ensueño que tiene el sector. Un vado es donde el arroyo pierde hondura y es posible cruzarlo. Es el sitio ideal para que los viajeros se bañen y se lancen de una altura de tres metros al río Tulipe. Cuenta con área de camping, baterías sanitarias y ofrece alojamiento y alimentación para alrededor 20 personas.

- Paradero Los Girasoles

En el barrio Santa Elena se encuentra localizado este paradero un poco inusual, pues a más de prestar servicio de alimentación, brinda a sus clientes la posibilidad de conocer algo más sobre la riqueza natural del sector. El recorrido por el pequeño sendero ecológico no dura más de quince minutos y, aunque realmente no se camina más de 50 metros, a cada paso se puede hallar una especie vegetal diferente. A lo largo del camino se pueden observar distintos tipos de orquídeas, bambú, coca silvestre, guanto, guayabo y más especies. Por tratarse de una zona con clima cálido, las plantas del litoral ecuatoriano como el banano, yuca y la palma se desarrollan de forma normal, tal como si estuviesen sembradas en la costa misma.

- El Cañaveral

En el barrio Tulipe se trabaja la caña para sustentar a las familias de la zona. Un pequeño grupo de habitantes formó una microempresa de derivados de caña de azúcar. Comercializan panela en barra, en polvo, en miel; jugo de caña, melcocha, vino, aguardiente y artesanías en tagua y guayaba. El licor “los yumbos” llama mucho la atención, viene en distintos sabores.

- Centro Turístico Piragua

La Piragua, cascada de 20 metros de altura aproximadamente, es originada por el caudal del Río Curunta, asemejada a un gran tobogán natural, que al chocar con las rocas provoca un salto singular de agua, al final una gran posa ideal para el descanso. Cuenta con señalización, basureros, baterías sanitarias y una construcción que alberga a los visitantes y hace las veces de mirador, además de un sedero de acceso.

Del origen de su nombre existen dos versiones: la gente del lugar la ha denominado así porque su salto de agua asemeja a un paraguas, por otra parte, recuerdan que unos jóvenes colombianos la visitaron y sorprendidos por su belleza y la semejanza a una de su tierra, la denominaron del mismo modo: “La Piragua”, a la cual se atribuye el origen de la canción.

- Reserva Maquipucuna

Es uno de los mejores referentes respecto al ecoturismo en el país. Esta reserva se ha hecho acreedora a dos premios internacionales a la conservación, pues gracias al

trabajo de la Fundación Maquipucuna ha sido posible conservar una de las mayores extensiones del bosque nublado en el Chocó Andino. Esto no se pudo haber logrado sin la participación de diferentes comunidades como el caso de Yunguilla, Santa Lucía y Marianitas, pues con los proyectos productivos y la responsabilidad de la conservación del bosque, se ha llegado a conjugar de forma práctica el esquema de un desarrollo sostenible.

Con sus 6000 has. cuenta con más de 336 especies de aves, 250 de mariposas, 45 mamíferos y 2000 de plantas entre las que se cuentan una gran cantidad de orquídeas. Y gracias a una adecuada, amplia y confortable infraestructura hacen del descanso una nueva forma de expresión, estableciendo como base el descubrimiento y manejo adecuado del medio natural.

## 1.10 VEGETACIÓN DE LA ZONA

El Ecuador es un país muy rico en cuanto a la vegetación que posee. Se estima que en el país existen más de 16.000 plantas diferentes, de las cuales casi 4.000 son orquídeas. Al contrario de lo que se suele pensar, la amazonía ecuatoriana no es la zona más diversa en cuanto a plantas, sino más bien los bosques comprendidos entre los 900 y 3.000 m.s.n.m. un área que corresponde al 10% de la extensión territorial, donde se piensa crecen cerca de la mitad de las especies ecuatorianas.

Las parroquias de Nanegalito, Nanegal, Pacto y Gualea están justamente dentro de este rango altitudinal y cuando se visitan los remanentes de bosque de la región es fácil notar esa gran variedad y riqueza. Árboles de maderas finas, flores de exquisita forma y fragancia, esbeltas palmeras y plantas de interés alimenticio o medicinal se encuentran por doquier.

También se encuentran las huellas de lo que se destruye día a día: de la madera explotada, los bosques talados para establecer pastizales, o los monocultivos que cubren grandes extensiones, agotan la tierra y propician el apareamiento de plagas, las cuales para ser combatidas necesitan cada vez químicos más fuertes que contaminan los suelos y ríos, algunos de ellos ya contaminados por los efectos de la minería.

Dentro de la región, la vegetación natural presente puede clasificarse de la siguiente manera:

NOMBRE DEL BOSQUE	CARACTERÍSTICA	VEGETACIÓN NOMBRE COMÚN	VEGETACIÓN NOMBRE CIENTÍFICO
<p>Bosque de neblina montano, distribuidos desde los 1.800 a los 3.000 m de altitud.</p>	<p>Son árboles que alcanzan una altura promedio de 20 a 25 m., están recubiertos por gran cantidad de epífitas tales como: orquídeas, helechos, musgos y bromelias.</p> <p>Estos bosques son importantes, porque a más de albergar una flora y fauna muy diversa, captan la humedad ambiental con lo que mantienen el caudal de los ríos e impiden que los nutrientes del suelo sean lavados por las lluvias, es decir, evitan sequías y erosión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suros</li> <li>• Cedros</li> <li>• Aliso</li> <li>• Manzano colorado</li> <li>• Flor de mayo</li> <li>• Sangre de drago</li> <li>• Pinchis</li> <li>• Moquillo</li> <li>• Matache</li> <li>• Paraguas del pobre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chasquea spp</li> <li>• Cedrela odorata</li> <li>• Agnus acuminata</li> <li>• Guarea kunthiana</li> <li>• Tibouchina lepidota</li> <li>• Croton magdalenensis</li> <li>• Nectandra laurel</li> <li>• Saurauria spp</li> <li>• Weimmania pinnata</li> <li>• Gunnera brepoghea</li> </ul>
<p>Bosque siempreverde montano bajo, presentes entre los 1.300 y 1.800 m.s.n.m.</p>	<p>Aquí los árboles alcanzan alturas mayores y se nota una disminución en la cantidad de epífitas, aunque todavía son abundantes. Es uno de los ecosistemas más deforestados y en la actualidad solo está presente como una angosta franja a lo largo de la cordillera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palma de cera</li> <li>• Helechos arborescentes</li> <li>• Tagua</li> <li>• Heliconias</li> <li>• Guarumos</li> <li>• Balsas</li> <li>• Guaduas</li> <li>• Anturios</li> <li>• Matapalos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceroxylon alpinum</li> <li>• Cyathea spp</li> <li>• Phytelephas aequatorialis</li> <li>• Heliconia spp</li> <li>• Cecropia spp</li> <li>• Ochroma pyramidale</li> <li>• Guadua angustifolia</li> <li>• Anthurium spp</li> <li>• Picus spp</li> </ul>

<p>Bosque siempreverde piemontano. Se encuentra entre los 300 y 1.300 m.s.n.m.</p>	<p>La altura de la copia de los árboles es de 30 m o más . Las epífitas no son tantas en comparación con los bosques anteriores, pero hay gran cantidad de lianas y bejucos. En las zonas con mayor intervención humana se ha talado el bosque para el establecimiento de pastizales y zonas agrícolas, pero aún se observa flora nativa que ha sido dejada para dar sombra a los animales o porque tienen alguna importancia comercial u ornamental, como palmas y guabas. También se notan esfuerzos de reforestación principalmente con aliso y la regeneración espontánea del bosque con balsas y guarumos. Los principales productos de cultivo son: guayaba, cítricos, café, yuca, palmito, guadua, papayas, bananos, caña de azúcar, piñas, guanábanas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pambil</li> <li>• Chonta o palmito</li> <li>• Palmito sin espinas</li> <li>• Guabas</li> <li>• Porotillos</li> <li>• Begonias</li> <li>• Miramelindas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iriatea deltoidea</li> <li>• Bactris spp</li> <li>• Prestoea acuminata</li> <li>• Inga spp</li> <li>• Eritrina spp</li> <li>• Begonia spp</li> <li>• Impatiens wallerana</li> </ul>
--	--	---	--

Elaboración: La Autora  
Fuente: Elaboración propia

## 1.11 FAUNA DE LA ZONA

Uno de los principales atractivos de la zona es la facilidad que ofrece para la observación de aves. La cercana población de Mindo que ha vivido un proceso de protección de sus bosques aledaños ha sido declarada un Área de Importancia para la Conservación de Aves (AICA), pues registra más de 450 especies, un número importantísimo para un solo lugar en el Ecuador.



La mayor parte de estas aves también se encuentran dentro de las cuatro parroquias Nanegalito, Nanegal, Pacto y Gualea.

Entre las aves más comunes se encuentran las siguientes:

<b>NOMBRE EN ESPAÑOL</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>
Urraca turquesa	<i>Cyanolyca turcosa</i>
Urraca hermosa	<i>Cyanolyca pulcra</i>
Solitario andino	<i>Myadestes ralloides</i>
Mirlo grande	<i>Turdus</i>
Golondrina azul y blanca	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>
Pinchaflor enmascarado	<i>Diglossopsis</i>
Pinchaflor flanquiblanco	<i>Diglossa albilatera</i>
Tangara dorada	<i>Tangara arthus</i>
Tangara capuchiazul	<i>Tangara cyanicollis</i>
Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>
Barbudo cabecirojo	<i>Eubucco bourcierii</i>
Tucán barbudo	<i>Semnornis ramphastinus</i>
Carpintero dorsicarmesi	<i>Piculus rivolii</i>
Carpintero poderoso	<i>Campephilus pollens</i>
Gallo de peña	<i>Rupícola peruviana</i>
Saltarín barbiblanco	<i>Manacus manacus</i>
Pato torrontero	<i>Merganetta armata</i>
Perico colimarrón	<i>Pyrrhurra melanura</i>
Loro piquirojo	<i>Pionus sordidus</i>
Colibrí jaspeado	<i>Adelomyia</i>

Fuente: Investigación propia

Elaboración: La Autora

En cuanto a mamíferos característicos de la zona son:

<b>NOMBRE EN ESPAÑOL</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>
Raposa	<i>Didelphys albiventris</i>
Venado	<i>Mazama Americana</i>
Puma	Puma en color
Cuchucho	<i>Nasua larica</i>
Cusumbo	<i>Potos flavus</i>
Oso Andino	<i>Tremarctos ornatos</i>
Armadillo	<i>Dasyopus novencinctus</i>
Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Guanta	<i>Agouti paca</i>
Guatuza	<i>Dasyprocta punctata</i>

Fuente: Investigación propia

Elaboración: La Autora

## 1.12 CLIMA

- El tipo de clima predominante para aproximadamente la totalidad de la parroquia es el Tropical Megatérmico Húmedo, caracterizado por tener precipitaciones mayores a 2000 mm de precipitación y una temperatura que oscila entre los 18° a 22°.
- Únicamente la parte superior de la parroquia cuenta con otro tipo de clima, sin embargo, las características no difieren en relación al clima predominante.

### 1.13 INFRAESTRUCTURA HOTELERA DE NANEGALITO

La zona de Nanegalito y sus alrededores no cuenta con una variada infraestructura relacionada con el servicio de alojamiento y con lugares de alimentación, entre ellos, los siguientes:

- **Hostería Jardines Del Río**

Está ubicada en el kilómetro 52 de la vía Calacalí – La Independencia, siguiendo el desvío que va al poblado de Tandayapa, a dos kilómetros por una carretera de segundo orden. Sus principales objetivos son: la investigación, conservación del bosque, difusión y capacitación sobre los recursos de la zona. La hostería tiene capacidad para alojar a 15 personas y cuenta con un restaurante donde se ofrecen platos típicos con productos de la zona como trucha y comida vegetariana.

- **Reserva Orquideológica Pahuma**

A 43 kilómetros al noroccidente por la vía Calacalí – La Independencia se encuentra esta propiedad privada destinada a la conservación y al ecoturismo. Su objetivo es proteger el bosque nublado. Ofrece varios senderos para recorridos desde los que se puede apreciar variedad de orquídeas, heliconias, bromelias, anturios, plantas medicinales, entre otras. Así mismo se puede encontrar diversos tipos de animales. La reserva ofrece además un centro para visitantes, el cual consta de dos plantas. La planta baja está destinada para la información e interpretación, así como también un comedor al aire libre y una cocina la cual puede ser utilizada por los visitantes para que preparen sus propios alimentos. La planta alta esta destinada para el hospedaje de voluntarios, pasantes, turistas e investigadores.

El servicio se complementa con guías especializados y un restaurante que ofrece comida típicas como: caldo de gallina criolla, choclos con queso, trucha, fritada, café con empanadas de queso.

- Centro de Capacitación e Información “Utopía”

Para llegar a este Centro, se toma la carretera La Armenia – Pacto, luego de pasar por los poblados La Armenia y Santa Elena, a dos kilómetros de este último se toma un desvío de la carretera que conduce al sector de Camacpi.

Ofrece servicio de alojamiento y alimentación con capacidad para 35 personas.

- En el Km. 49 está el restaurante Los Dragos que ofrece alimentación, especialmente comida típica del sector.

- Posada Yumbo Cucho

A 53 kilómetros de la vía Calacalí – La Independencia, sector Los Puentes, tiene capacidad de alojamiento para 11 personas. El servicio de alimentación está a cargo del paradero Los Pinos, donde se ofrece gran variedad de platos típicos como el cebiche de palmito, ayampaco de trucha, chicharrón de trucha, entre los principales.

- Complejo Turístico Ecuador Primero

En el km. 54 de la vía Calacalí – La Independencia. Ofrece comida típica, cuenta con tres piscinas de agua temperada, toboganes, pesca deportiva, paseos a caballo. Están en construcción tres cabañas para alojar a sus visitantes.

- Residencial Fabara. Está ubicada en el centro poblado. Es una residencial pequeña a la que llegan un promedio de 30 huéspedes al mes. No ofrece alimentación.

- Hostería El Rosal

Localizada en el km 61 de la vía Calacalí – La Independencia. Ofrece alojamiento en cabañas independientes y en habitaciones hasta para seis personas. Dispone de un restaurante grande con capacidad para 100 personas en el que ofrece alimentación variada. Cuenta con piscina, discoteca y canchas deportivas.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Dicho estudio nos dará la información acerca del precio adecuado para colocar nuestro bien o servicio y ser competitivos en el mercado.

Para realizar el estudio de mercado y determinar la factibilidad del proyecto se utilizará una de las técnicas más importantes que es la encuesta, cuyo objetivo es la recopilación de información veraz y precisa. Una vez que se recopilen los datos, se analizará e interpretará para de esta manera obtener un diagnóstico del tipo de servicio y actividades a instalar y determinar la demanda potencial y futura que disponer la zona de estudio.

#### **2.1 DEFINICIÓN DE MERCADO**

Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo en particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio.

El tamaño de un mercado es determinado por el número de personas que comparte una misma necesidad, disponen de recursos necesarios y están dispuestos a entregar dichos recursos a cambio de lo que desea.<sup>2</sup>

## 2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que estarán dispuestos a adquirir el servicio que ofertará la Finca Ecológica El Rosario, durante un período de mediano plazo y el precio apropiado para colocar nuestro servicio y competir en el mercado o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros servicios, lo cual servirá para orientar la producción del negocio

## 2.3 DEMANDA HISTÓRICA

Para determinar este rubro se ha tomado en cuenta el número de turistas que han visitado la parroquia rural de Nanegalito, datos que fueron obtenidos en la Administración La Delicia del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y en el lugar de estudio.

---

<sup>2</sup> PALAO Jorge, GÓMEZ García Vincent, Diez Claves para ser un empresario de éxito – Construya una fuerza de ventas de excelencia, 2008.

**NÚMERO DE VISITANTES QUE LLEGARON A NANEGALITO**  
**PERIODO 2004-2008**

AÑO	TURISTAS (PASO)	TURISTAS (ALOJAMIENTO)	TOTAL TURISTAS
2004	6000	1000	7000
2005	6458	1345	7803
2006	6860	1478	8338
2007	7123	1500	8623
2008	7500	1620	9120

Fuente: Investigación propia  
 Elaboración: La Autora

#### 2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El cuadro anterior indica el número de turistas que visitaron la parroquia de Nanegalito desde el año 2004 hasta el 2008. El mayor porcentaje de turistas corresponde a los visitantes que están de paso hacia las poblaciones del noroccidente de Pichincha, como también los que se dirigen a las reservas naturales, pesca deportiva, piscinas y a los lugares de expendio de comida de la zona, así como los que viajan hacia la provincia de Esmeraldas.

Por cuanto no existe información estadística de sustento y exacta del número de turistas que estarían dispuestos a ocupar los servicios ofertados por la Finca Ecológica El Rosario, la metodología más apropiada y confiable para determinar la disposición a utilizar los servicios ofertados corresponde a la investigación de campo que se realizará a través de la aplicación de encuestas.



## 2.5 DEMANDA FUTURA

Para determinar la demanda futura del proyecto se ha tomado como dato estadístico el último año de la demanda histórica hasta el 2008 y proyectándola a 10 años, hasta el 2018 para lo cual se obtuvieron los siguientes datos de crecimiento de la demanda turística, la misma que se determinó con la fórmula de la recta, la tasa de crecimiento a nivel nacional del año 2008, que de acuerdo al criterio del Ministerio de Turismo, es de 5.2%.<sup>3</sup>

En el siguiente cuadro se demuestra el crecimiento de la demanda de acuerdo a los datos históricos de la parroquia.

### CRECIMIENTO DE LA DEMANDA FUTURA

AÑO	Yi	Xi	Xi*Yi	Xi2
2004	7000	0	0	0
2005	7803	1	7803	1
2006	8338	2	16676	4
2007	8623	3	25869	9
2008	9120	4	36480	16
TOTAL	40884	10	86828	30

Fuente: Investigación propia  
Elaboración: La Autora

---

<sup>3</sup> Ministerio de Turismo

$Y_i =$  Demanda (población) de cada año en estudio

$X_i =$  Variable cronológica (tiempo)

$X_i \cdot Y_i =$  Valor independiente por la demanda

$X_i^2 =$  Valor independiente al cuadrado

$Y_i^2 =$  Demanda al cuadrado

$$Y = bx + c$$

$$1. \quad \sum Y_i = b \sum X_i + nc$$

$$2. \quad \sum X_i Y_i = b \sum X_i^2 + c \sum X_i$$

$$1. \quad 40884 = 10b + 5c \quad (-2)$$

$$2. \quad 86828 = 30b + 10c$$

$$-81768 = -20b - 10c$$

$$\underline{86828 = 30b + 10c}$$

$$5060 = 10b$$

$$\underline{5060 = b} \quad b = 506$$

10

$$1. \quad 40884 = 10b + 5c$$

$$40884 = 10(506) + 5c$$

$$40884 = 5060 + 5c$$

$$40884 - 5060 = 5c$$

$$35824 = 5c$$

$$\frac{35824 - c}{5} = 7165$$

5

$$y = bx + c \qquad y = 506 + 7165$$

$$2009 = y = 506 (5) + 7165$$

$$y_{2006} = 2530 + 7165 = 9695$$

$$2010 = Y = 506 (6) + 7165$$

$$Y_{2010} = 10201$$

$$2011 = Y = 506 (7) + 7165$$

$$Y_{2011} = 10707$$

$$2012 = Y = 506 (8) + 7165$$

$$Y_{2012} = 11213$$

$$2013 = Y = 506 (9) + 7165$$

$$Y = 11719$$

$$2014 = Y = 506 (10) + 7165$$

$$Y = 12225$$

$$2015 = Y = 506 (11) + 7165$$

$$Y = 12713$$

$$2016 = Y = 506 (12) + 7165$$

$$Y = 13237$$

$$2017 = Y = 506 (13) + 7165$$

$$Y = 13743$$

$$2018 = Y = 506 (14) + 7165$$

$$Y = 14249$$

### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA FUTURA EN NANEGALITO

AÑOS	DEMANDA
2008	9120
2009	9695
2010	10201
2011	10707
2012	11213
2013	11719
2014	12225
2015	12713
2016	13237
2017	13743
2018	14249

Fuente: Investigación propia  
Elaboración: La Autora

## 2.6 DEMANDA OBJETIVA

La demanda objetiva de este proyecto está enfocado a turistas en general tanto nacionales como extranjeros que ingresan a la parroquia de Nanegalito o recorren la vía Calacalí – La Independencia en busca de servicio de alimentación y hospedaje.

## 2.7 DISEÑO Y CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el diseño de la muestra es importante definir la población a ser estudiada, éste es el grupo de personas a las cuales se les aplicará la encuesta, seleccionar la técnica del muestreo y el tamaño de la muestra.

## 2.8 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra de este proyecto se aplicará la siguiente fórmula:

Z = Nivel de confianza

N = Universo

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

n = Tamaño de la muestra

e = Error de estimación

En esta investigación el tamaño del error es 5%, el nivel de confianza al 1.96%, la probabilidad a favor 50%, la probabilidad en contra es de 50%.

### NUMERO DE TURISTAS PARROQUIA DE NANEGALITO

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

$$n = \frac{1.96 * 9120 * 0.5 * 0.5}{0.05 * (9120-1) + 1.96 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 9120 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 9119 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{8758.84}{23.75}$$

N = 368 encuestas
-------------------

Se obtuvo como resultado que el tamaño de la muestra es de 368 personas a las cuales se les debe aplicar la encuesta.

## 2.9 ENCUESTA

Es la técnica más utilizada de obtención de información primaria y tal vez la más sencilla de aplicar, que consiste en la recolección de información de una muestra representativa de un conjunto objeto de estudio, mediante un cuestionario.

Para el presente proyecto se utilizará la encuesta personal, que consiste en obtener información de una persona llamada entrevistado sobre temas incluidos en un cuestionario, a través de una conversación directa y personal, la misma que es controlada por el encuestador.

## 2.10 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Es una técnica estructurada de investigación cuantitativa para recopilar datos, que consiste en una serie de preguntas escritas que debe responder un entrevistado.

## 2.11 OBJETIVOS DE UN CUESTIONARIO

Debe traducir la información necesaria a un conjunto de preguntas específicas que los entrevistados puedan contestar. Debe motivar y alentar al entrevistado para que participe, coopere y termine la entrevista.

Un cuestionario debe minimizar el error de respuestas. El error surge cuando los participantes dan respuestas inexactas o cuando sus respuestas se registran o analizan de manera incorrecta.

El cuestionario implica controlar una serie de variables. Es un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve.

En su construcción pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas.

## 2.12 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar la muestra se debe considerar primero cuál es el universo. Se entiende como tal, al total de elementos que reúnen ciertas características homogéneas, los mismos que son objeto de una investigación.

El universo de la investigación se calculó tomando en cuenta los turistas que llegaron a Nanegalito en el año 2008, que fueron de 9.120.



## 2.13 MODELO DE ENCUESTA

A continuación se señala el modelo de encuestas a realizar:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL,  
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

A fin de obtener información necesaria para la implementación de cabañas ecológicas en Nanegalito, que ofrecerá alojamiento, alimentación y recreación, solicito de usted se sirva contestar las siguientes preguntas:

GÉNERO:

MASCULINO .....

FEMENINO .....

EDAD .....

PROFESIÓN .....

1. Al momento de escoger un destino turístico, usted cuál prefiere ?

Visitar la playa .....

Visitar la naturaleza .....

Otros .....

2.Cuál es el motivo principal de su viaje ?

Vacaciones

Turismo

Otros

3. De los siguientes lugares, cuál visita con mayor frecuencia?

Ciudad Mitad del Mundo .....

Reserva geobotánica Pululahua .....

Reserva orquideológica Pahuma .....

Nanegalito .....

Mindo .....

4. Con qué frecuencia visita estos lugares ?

Quincenalmente .....

Mensualmente .....

Trimestralmente .....

Semestralmente .....

Anualmente .....

5. Con cuántas personas visita estos lugares ?

Una .....

Dos .....

Tres .....

Otros .....

6. Por qué prefiere visitar estos lugares ?

7. Si se ofertaría un nuevo servicio de hospedaje en Nanegalito, estaría usted dispuesto a utilizar los servicios del mismo ?

SI .....

NO .....

8. Qué actividades le gustaría realizar en las nuevas cabañas ?
- Caminatas por senderos ecológicos .....
- Pesca deportiva .....
- Natación .....
- Deportes extremos .....
- Otros .....
9. Qué aspectos principales le gustaría que una hostería ofrezca a sus clientes ?
- Confort .....
- Calidad y variedad de los alimentos .....
- Seguridad .....
- Calidad y variedad de servicios .....
- Otros .....
9. Cuánto estaría dispuesto a pagar ?
- 60 – 70
- 71 – 80
- 81 – 90
- 91 - 100
10. Cómo o dónde recibió información sobre Nanegalito ?

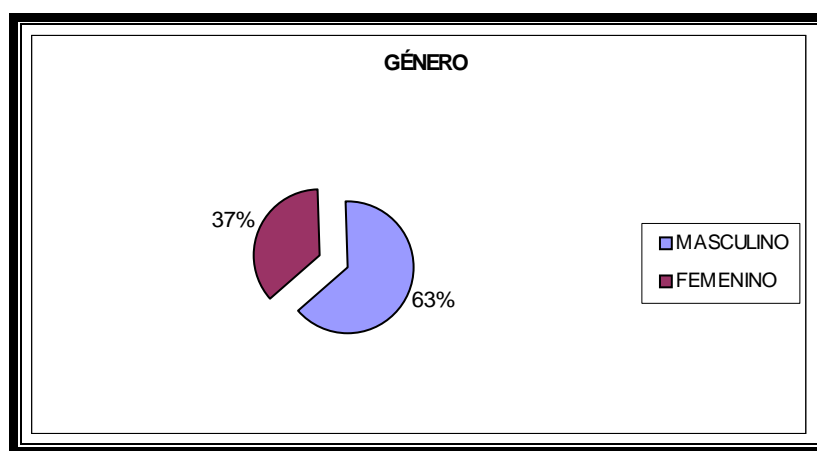
## 2.14 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

Para efecto de elaborar la muestra, utilizamos el método de encuesta, cuyos resultados se grafican a continuación:

### ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS QUE LLEGAN A NANEGALITO

#### GÉNERO:

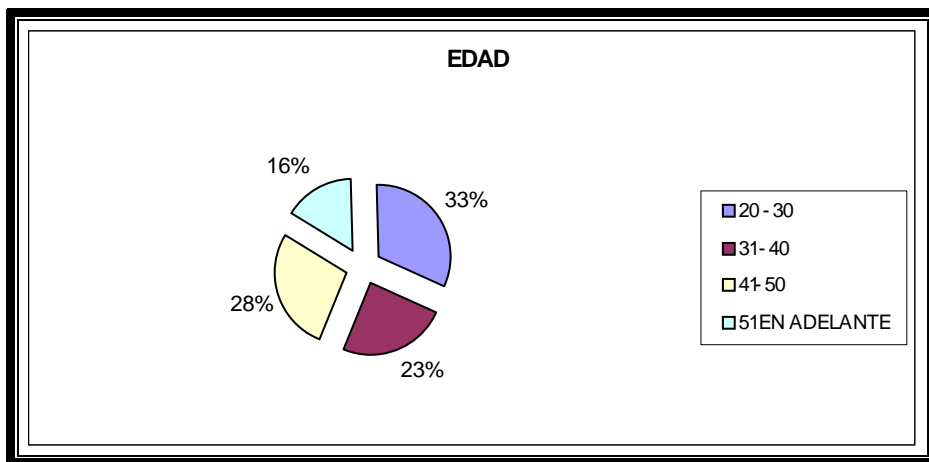
MASCULINO	231	63%
FEMENINO	137	37%
TOTAL	368	100%



De los 368 turistas encuestados en Nanegalito, el 63% es de género masculino y el 37% de género femenino.

## EDAD

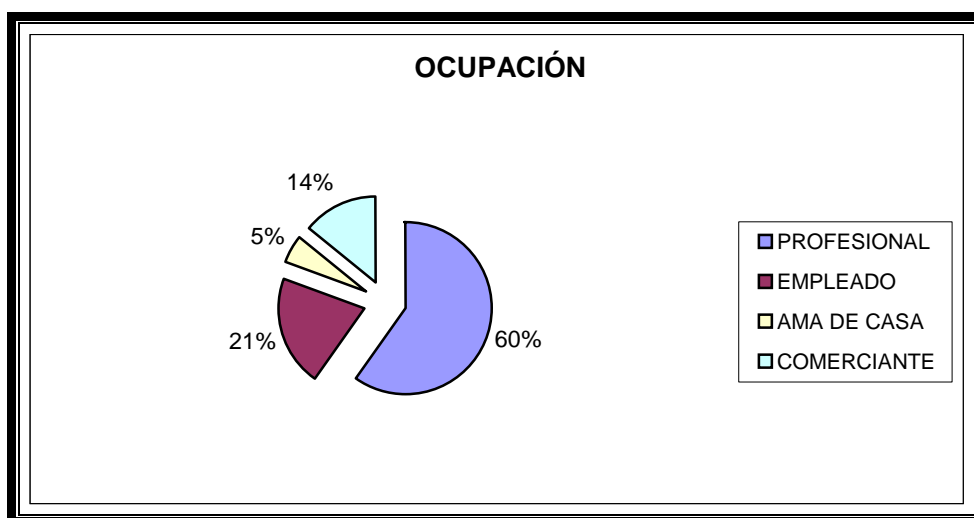
20 – 30	118	33%
31 – 40	86	23%
41 – 50	104	28%
51 en adelante	60	16%
TOTAL	368	100%



Esta información determina que el 33% de encuestados, representa al grupo de 20 a 30 años, siendo el más representativo de los visitantes que llegan a Nanegalito, personas que buscan aventura y recreación en un ambiente natural. El 28% corresponde al grupo de 41 a 50 años; el 23% al de 31 a 40 y el 16% al de personas mayores de 51 años.

## PROFESIÓN

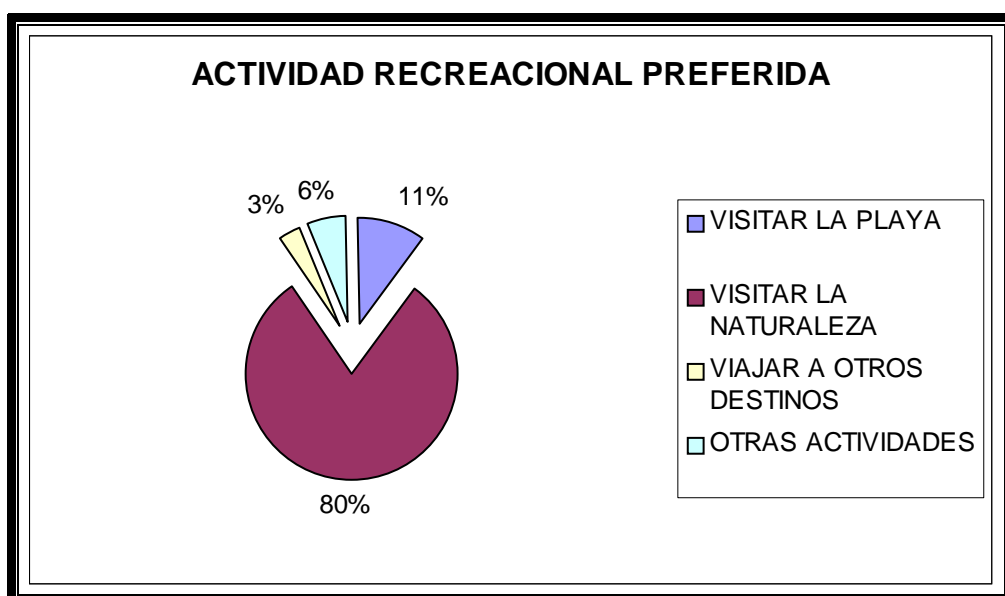
PROFESIONAL	220	60%
EMPLEADO	76	21%
AMA DE CASA	20	5%
COMERCIANTE	52	14%
TOTAL	368	100%



Se puede evidenciar claramente que el 60% de las personas a quienes se les aplicó las encuestas son profesionales entre ellos: ingenieros, arquitectos, médicos, contadores, etc., mientras que el 21% son empleados públicos y privados; seguido del 14% son comerciantes y, el 5% amas de casa.

1. AL MOMENTO DE ESCOGER UN DESTINO TURÍSTICO, USTED CUÁL PREFIERE ?

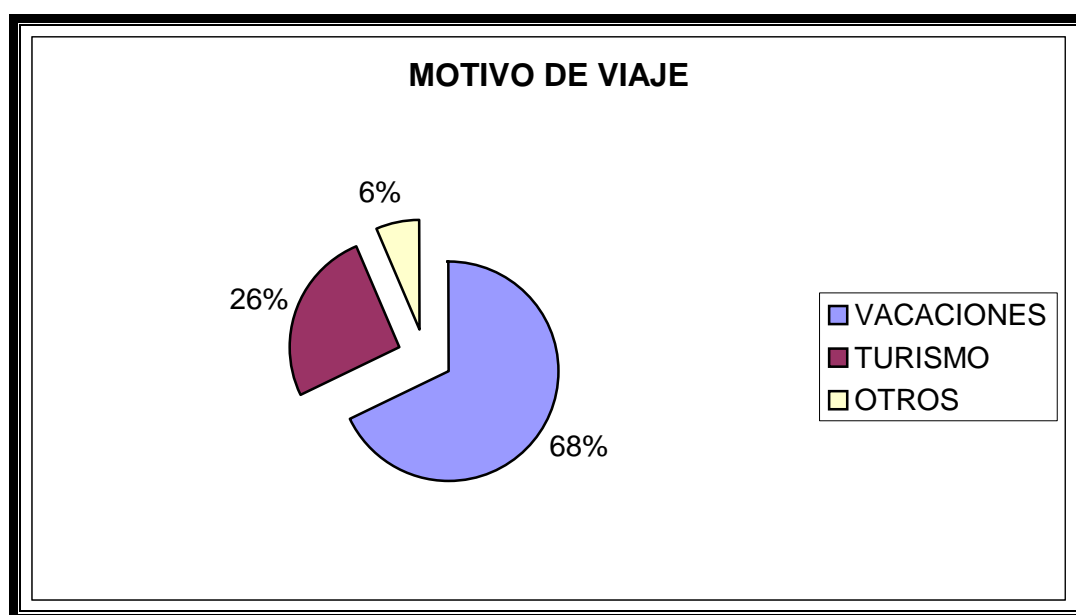
VISITAR LA PLAYA	38	11%
VISITAR LA NATURALEZA	295	80%
VIAJAR A OTROS DESTINOS	12	3%
OTRAS ACTIVIDADES	23	6%
TOTAL	368	100%



Esta pregunta revela la preferencia de nuestros entrevistados. Al momento de elegir un lugar para sus vacaciones el 80% prefiere visitar la naturaleza; el 11% se dirige a la playa, el 6% escoge otras actividades y el 3% elige otros destinos para recrearse, por lo que debemos trabajar en dar a conocer a nuestros clientes potenciales todas las ventajas que ofrece el noroccidente de la provincia de Pichincha frente a otros lugares del país.

2. CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO DE SU VIAJE ?

VACACIONES	200	68%
TURISMO	76	26%
OTROS	19	6%
TOTAL	295	100%

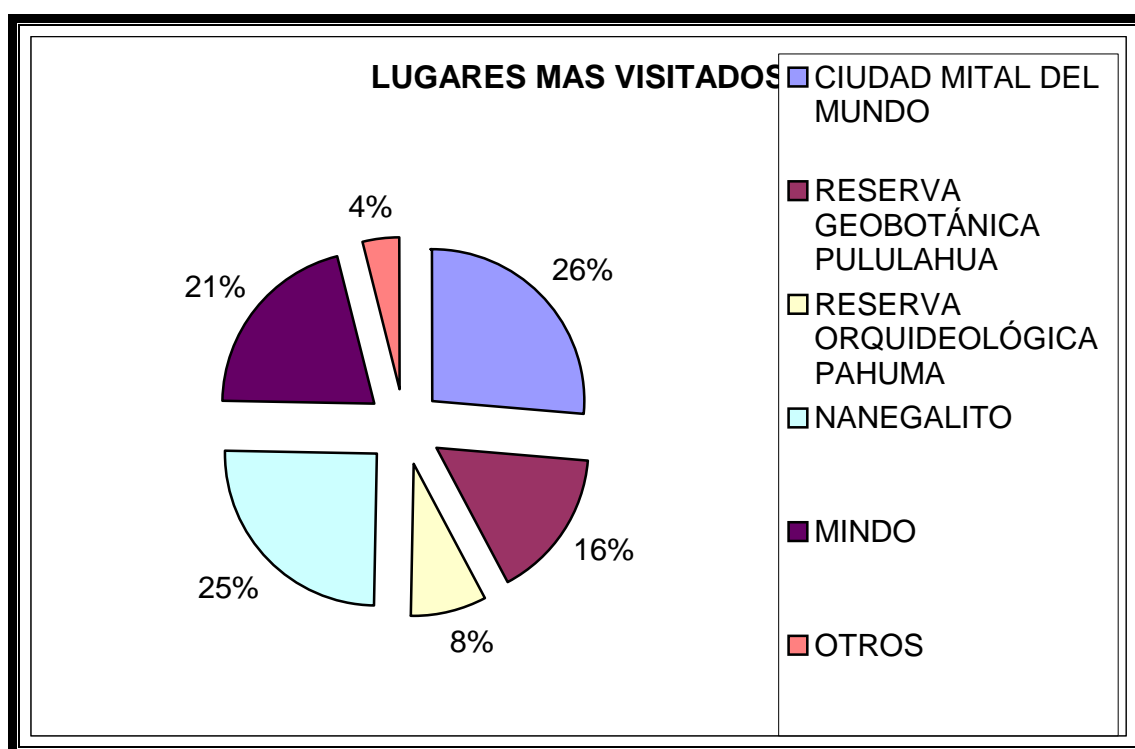


El 68% señala que el principal motivo del viaje es por vacaciones; el 26% lo hace por turismo y, el 6% viaja por otros motivos como son: negocios, visitar familiares, pero, principalmente porque se dirigen hacia la costa ecuatoriana.



3. DE LOS SIGUIENTES LUGARES, CUÁL HA VISITADO CON MAS FRECUENCIA ?

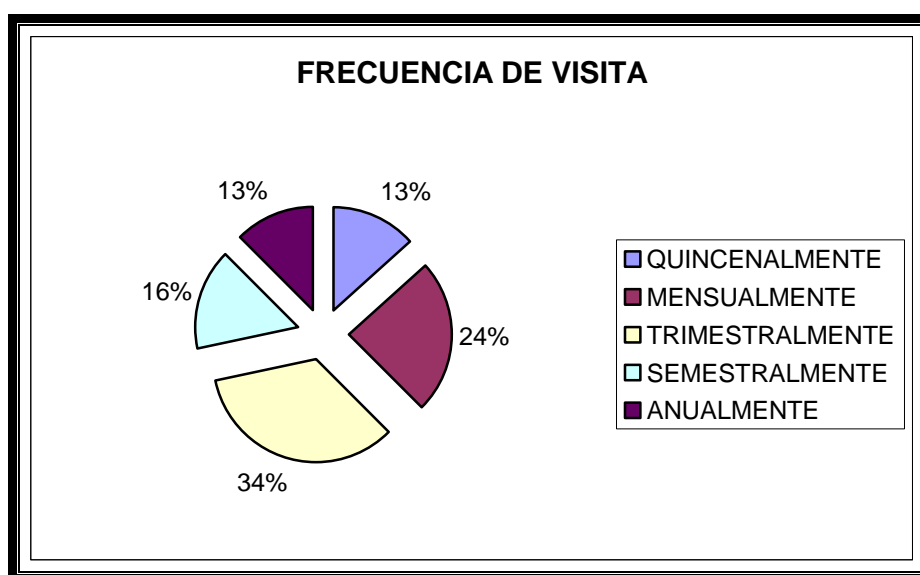
MITAD DEL MUNDO	93	26%
RESERVA PULULAHUA	56	16%
RESERVA PAHUMA	29	8%
NANEGALITO	88	25%
MINDO	74	21%
OTROS	13	4%
TOTAL	353	100%



Al ser esta una pregunta múltiple, los encuestados manifestaron que de los lugares señalados, el más visitado por los turistas que se dirigen hacia el noroccidente de la provincia, es la Ciudad Mitad del Mundo, seguida de Nanegalito, Mindo, Reserva Pululahua y la Reserva Pahuma. Los “otros” lugares visitados son Calacali, Nono, Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado.

4. CON QUÉ FRECUENCIA VISITA ESTOS LUGARES ?

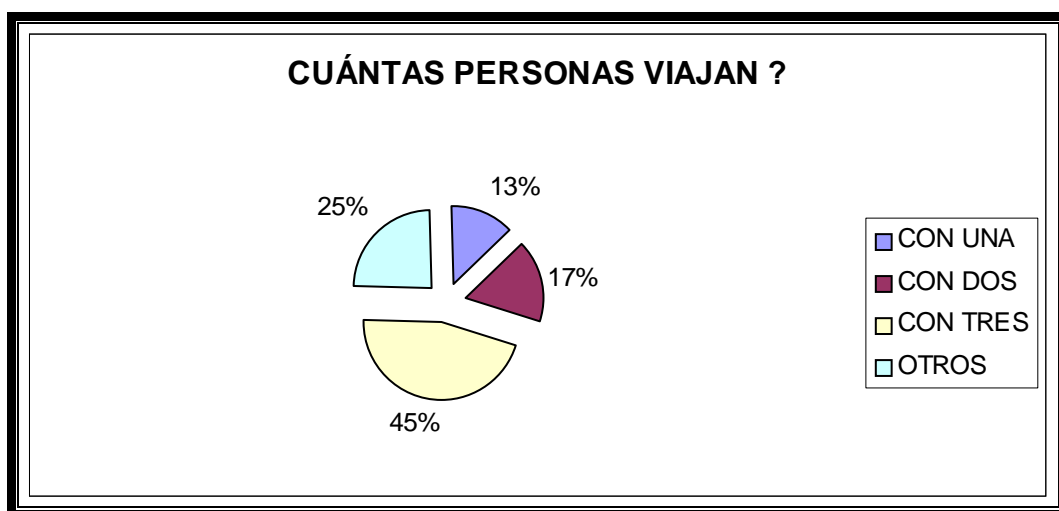
QUINCENALMENTE	38	13%
MENSUALMENTE	71	24%
TRIMESTRALMENTE	101	34%
SEMESTRALMENTE	47	16%
ANUALMENTE	38	13%
TOTAL	295	100%



Los resultados obtenidos a través de las encuestas nos muestran que el 34% de encuestados realizan turismo hacia el noroccidente de Pichincha al menos una vez al trimestre, aprovechando los días feriados que decreta el Gobierno Nacional; seguidos del 24% que lo hace una vez al mes, aprovechando la cercanía con Quito y las buenas condiciones de la carretera; el 16% lo hace semestralmente, el 13% lo hace una vez al año, al igual que el 13% quincenalmente.

5. CON CUÁNTAS PERSONAS VISITA ESTOS LUGARES ?

CON UNA	38	13%
CON DOS	50	17%
CON TRES	75	25%
OTROS	132	45%
TOTAL	295	100%

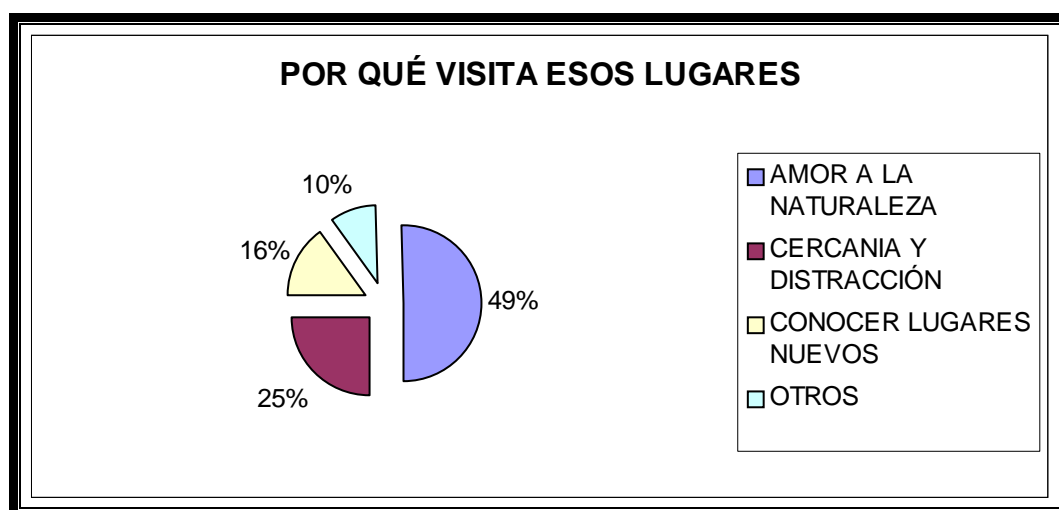


El mayor porcentaje de encuestados viaja hacia estos lugares turísticos acompañados de tres o más personas. La preferencia al salir de vacaciones es hacerlo con su familia y/o grupos de amigos.

En el rubro "otros" están los visitantes unipersonales que viajan por negocios o trabajo.

## 6. POR QUÉ PREFIERE VISITAR ESTOS LUGARES ?

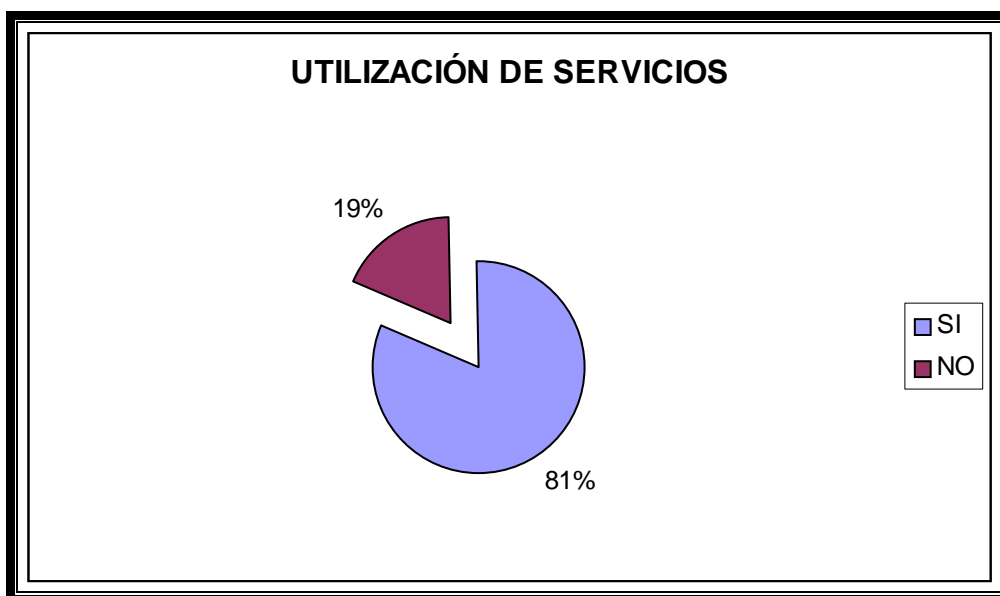
AMOR A NATURALEZA	145	49%
CERCANIA Y DISTRACCIÓN	74	25%
CONOCER LUGARES NUEVOS	47	16%
OTROS	29	10%
TOTAL	295	100%



El 49% de las personas encuestadas seleccionó la opción “amor a la naturaleza” optando por aprovechar el aire puro y disfrutar de la vida en el campo; el 25% prefiere visitar Nanegalito porque está muy cerca de Quito; por otro lado, el 16% lo hace por salir de lo cotidiano y por conocer otros lugares del país; sin embargo, esto no significa que las personas a las cuales se les encuestó no quieran diversificar su actividad turística. Mientras que el 10% restante lo hacen por actividades laborales y negocios.

7. SI SE OFERTARÍA UN NUEVO SERVICIO DE HOSPEDAJE EN NANEGALITO, ESTARÍA USTED DISPUESTO A UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL MISMO?

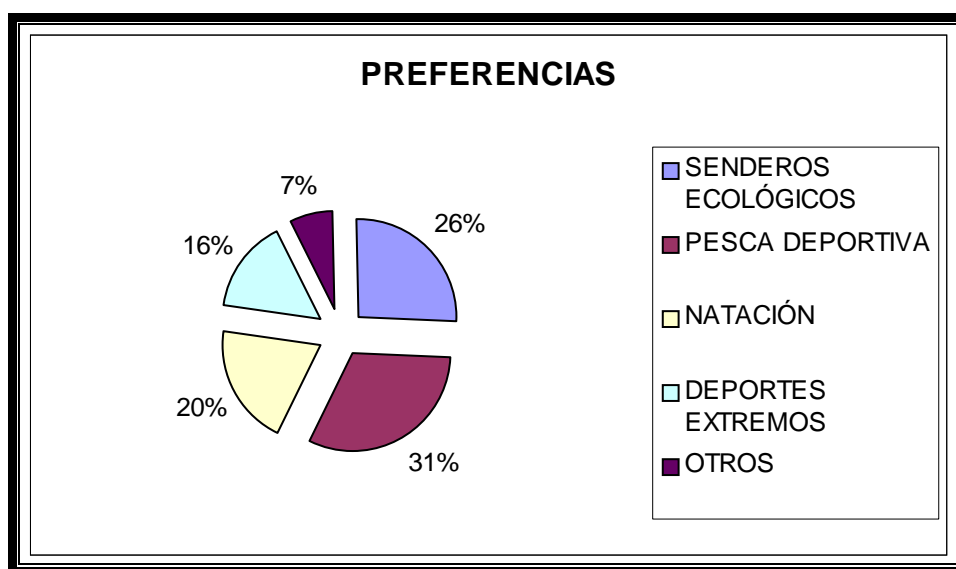
SI	239	81%
NO	56	19%
TOTAL	295	100%



Como se puede apreciar en el gráfico, la respuesta a esta pregunta es positiva, lo que quiere decir que el 81% de las personas encuestadas si utilizarían los servicios de la finca ecológica, mientras que el 19% manifestaron desinterés de emplear nuestros servicios

8. QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR EN LAS NUEVAS CABAÑAS ?

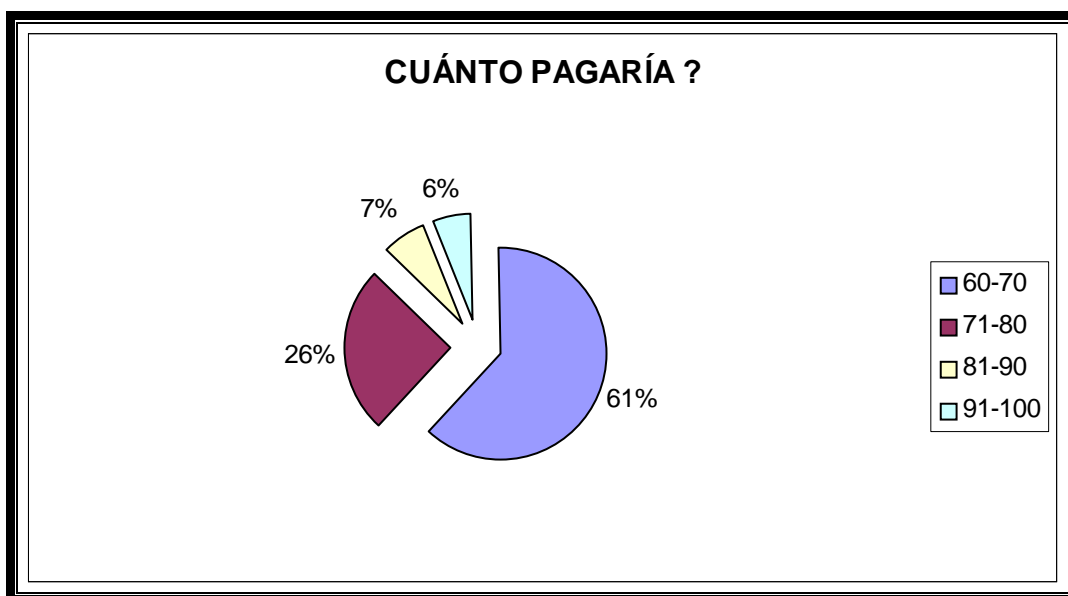
SENDEROS ECOLÓGICOS	63	26%
PESCA DEPORTIVA	75	31%
NATACIÓN	47	20%
DEPORTES EXTREMOS	38	16%
OTROS	16	7%
TOTAL	239	100%



Los porcentajes varían respecto a las preferencias de los potenciales clientes, resultado de ello tenemos que la pesca deportiva es el mayor atractivo del lugar, conforme lo señala el 31% de los encuestados. Las caminatas por senderos ecológicos obtuvo la segunda alternativa con el 26%. Luego observamos que la preferencia es por la natación con el 20%, seguido de los deportes extremos con el 16% y el 7% restante gustaría de realizar otras actividades como cabalgatas, exploración de la naturaleza, observación de aves, retiros espirituales, etc.

9. CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR ?

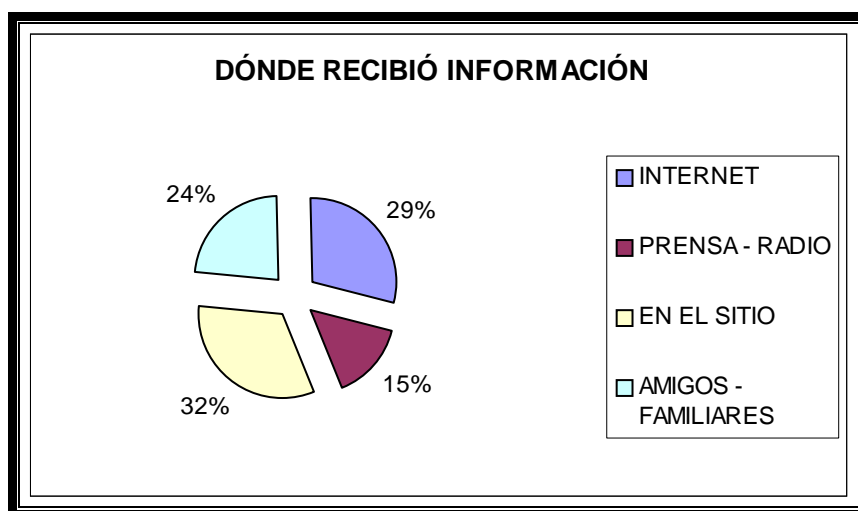
60 – 70	146	61%
71 – 80	62	26%
81 – 90	17	7%
91 – 100	14	6%
TOTAL	239	100%



El mayor porcentaje de encuestados con el 61% estaría dispuesto a pagar entre 60 y 70 dólares diarios por persona, el 26 % pagaría entre 71 y 80 dólares; el 7% lo haría entre 81 y 90 dólares, mientras que el 6% cancelaría entre 91 y 100 dólares, es decir, nuestros clientes potenciales, pueden acceder a nuestros servicios sin mayores restricciones.

10. CÓMO O DÓNDE RECIBIÓ INFORMACIÓN DE NANEGALITO ?

INTERNET	69	29%
PRENSA – TV	36	15%
EN EL SITIO	77	32%
AMIGOS – FAMILIARES	57	24%
TOTAL	239	100%



Por ser Nanegalito un sitio obligado de paso hacia la costa ecuatoriana, para las personas que optan hacerlo por la vía Calacalí – La Independencia, ésta población se ha hecho conocer por si sola, por eso es que el 32% de los encuestados obtuvieron alguna información en el mismo sitio. Seguidamente está el 29% que conoce acerca del lugar a través del internet.

Existe muy poca información a través de los medios de comunicación que la realicen los organismos gubernamentales.



## 2.15 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### Definición de Demanda

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.<sup>4</sup>

Para el presente proyecto nuestro universo será 9.120 que es el número de personas registradas que visitaron la Reserva Pululahua y que para el efecto de cálculo de la demanda nos sirve de referencia.

POBLACION REGISTRADA QUE VISITÓ LA RESERVA PULULAHUA			
UNIVERSO		9.120	
MERCADO OBJETIVO		9.120	
• PREFIEREN VISITAR LA NATURALEZA?	80%	7.296	
• ACEPTAN VISITAR LA FINCA ?	81%	5.909	
FRECUENCIA	%	No. TURISTAS POR FRECUENCIA	TOTAL ANUAL POR FRECUENCIA
QUINCENAL	13%	768	18.432
MENSUAL	24%	1.418	17.016
TRIMESTRAL	34%	2.009	8.036
SEMESTRAL	16%	945	1.890
ANUAL	13%	768	768
DEMANDA POTENCIAL ANUAL			46.142
OFERTA DEL PROYECTO ANUAL			2.880
PROMEDIO POR SEMANA			56

<sup>4</sup> <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion>

## 2.16 Demanda Insatisfecha Actual

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas, se calculó que el número de personas que estarían dispuestos a visitar al año serían 46.142 turistas. Hay que señalar que de acuerdo a la frecuencia que realizan turismo en la pregunta cuatro, una misma persona puede ser hasta 24 veces cliente del mismo negocio, esto hace que el número de turistas sea elevado, por ejemplo al calcular el número de turistas de la frecuencia quincenal se procedió a multiplicar el porcentaje (13%) por total de turistas que estarían interesados en visitar las instalaciones del proyecto propuesto, lo que da como resultado 768 y, este valor se multiplica por 24 quincenas que tiene el año dando como resultado 18.432 turistas en esta frecuencia. De esta forma se ha procedido a calcular las demás frecuencias.

### Oferta proyectada del proyecto

AÑOS	NÚMERO DE TURISTAS ANUALES	NÚMERO DE TURISTAS DIARIOS
1	2.880	8
2	3.240	9
3	3.600	10
4	3.960	11
5	4.320	12
6	4.680	13
7	5.040	14
8	5.400	15
9	5.760	16
10	6.120	17

En ningún proyecto debe tomarse para el inicio de las operaciones el 100% de la capacidad, más bien es necesario partir de un porcentaje inferior y conforme se vaya dando a conocer en el mercado, debe ir incrementando dicha oferta sustentado en las estrategias de comercialización que se plantearán a continuación.

## CAPÍTULO III

### 3. PLAN DE MARKETING

Un Plan de Marketing es un documento que define la naturaleza del negocio, los objetivos del empresario, las acciones y estrategias que se requieren para alcanzar dichos objetivos. Debe ser capaz de guiar al empresario a través de un laberinto de decisiones de negocios y alternativas que evitarán caminos equivocados y callejones sin salida.

Marketing es un proceso social y administrativo que hace posible el intercambio mediante transacciones, que están dirigidas a satisfacer las demandas y los mercados.<sup>5</sup>

El marketing se concibe como una técnica cuyo propósito esencial es el de “*satisfacer las necesidades del consumidor*” al mismo tiempo que “*genera rentabilidad para la empresa*”. Por eso, sobre todas las cosas, las decisiones y actividades de marketing deben estar dirigidas hacia el cliente que compra el producto o servicio. En consecuencia, el marketing debe tener en cuenta:

- Lo que quiere el cliente.
- Cuándo lo quiere.
- Dónde lo quiere.
- Cómo quiere comprarlo.
- Quién realmente quiere comprarlo.

---

<sup>5</sup> KOTLER, Philip, 2003, Las preguntas más Frecuentes del Marketing, Editorial Norma

- Cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por él.
- Por qué puede querer comprarlo.
- Qué estrategia utilizaremos para que finalmente se decida a comprarlo.

### 3.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

El Plan de Marketing que se realizará tendrá por objetivo desarrollar las estrategias necesarias en el mercado para obtener satisfacción del cliente, aprovechando las fortalezas de la empresa.

#### 3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Lograr implantar nuestro producto al mercado satisfaciendo las necesidades del turismo nacional e internacional, alcanzando una posición importante en la mente del cliente final y del intermediario.

#### 3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Introducir el producto en el mercado como un servicio único en la zona donde se ofrece alojamiento, alimentación y recreación.
- Posicionar en la mente del consumidor final un lugar especial que ofrece una experiencia distinta en alojamiento, alimentación y recreación como un lugar incomparable y único.

- Lograr que las cabañas ecológicas en un tiempo de tres años, sean reconocidas en el ámbito nacional como una gran alternativa para desarrollar servicios de alojamiento, alimentación y recreación.
- Buscar el posicionamiento del producto en el mercado, manteniendo los precios justos, con servicios de calidad y diferenciados.
- Proponer estrategias promocionales para que el producto sea reconocido en el ámbito local y nacional.
- Mejorar continuamente el servicio.
- Implementar nuevas actividades recreacionales, de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los visitantes.
- Establecer alianzas con agencias de viaje mayoristas y operadoras.

## 3.2 MISIÓN Y VISIÓN

### 3.2.1 MISIÓN

Apoyar el desarrollo integral del noroccidente de la provincia de Pichincha y sus alrededores, satisfaciendo las necesidades del consumidor de alojamiento, alimentación y recreación en un ambiente natural, libre de contaminación, a cambio de un precio justo que genere rentabilidad para la empresa, dinamice el aparato productivo y mejore la calidad de vida de los habitantes de Nanegalito.

### 3.2.2 VISIÓN

Ser una hostería eficiente y moderna, líder en el sector hotelero de la provincia de Pichincha y una de las primeras en el contexto nacional.

### 3.3 MEZCLA DE MERCADOTECNIA: LAS 4 P

La estrategia de mercadotecnia nos dice qué posición debe ocupar un producto en la mente de un cliente. La táctica de mercadotecnia o mezcla de mercadotecnia, nos dice cómo se va a lograr ese posicionamiento.

La empresa lleva a cabo una serie de acciones para posibilitar que el consumidor obtenga la justa satisfacción de sus necesidades.

Estas actividades están referidas a las famosas 4 P: Producto, Promoción, Plaza y Precio e implica la ejecución de distintas tareas que debe realizar la empresa y son conocidas como las variables tácticas de la mercadotecnia.

### 3.3.1 PRODUCTO O SERVICIO

Un producto es todo aquello que la empresa o la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores. No necesariamente es un bien físico, se contemplan también los servicios, las ideas, las organizaciones, etc.<sup>6</sup>

En nuestro caso, el diseño de las cabañas se ha realizado pensando en la comodidad del turista, para satisfacer las necesidades y gustos de éste, causando el menor impacto ambiental, brindando al turista un sitio tranquilo y confortable, buscando desarrollar una oferta completa, que permita que los visitantes gocen cada minuto de su permanencia en la finca disfrutando de una experiencia única e irrepetible, y de esta manera estimular a que su permanencia sea más larga, pues esto se logrará brindando un servicio integral, que consiste en hospedaje, alimentación, aventura, naturaleza, tranquilidad y aire puro.

La Finca Ecológica El Rosario cuenta con 100 hectáreas de terreno, de las cuales se ha designado una hectárea para la infraestructura física y construcción de cabañas, restaurante, piscina, sauna, turco, área administrativa, juegos infantiles y canchas deportivas. Por senderos establecidos se ingresará hacia el interior de la propiedad para llegar a sitios específicos como cascadas, vados, observación de aves y orquídeas.

Las edificaciones con las que contará la finca serán construidos con materiales propios de la zona, ya que se pretende mantener su estado natural y no alterar el paisaje.

---

<sup>6</sup> PALAO Jorge y GÓMEZ-GARCÍA Vincent, 2008 Diez claves para ser un empresario de éxito, Domine el marketing para alcanzar el éxito.

### 3.3.1.1 PRODUCTO PRINCIPAL

Nuestra oferta de servicios es brindar calidad en nuestro producto: ALOJAMIENTO, ALIMENTACIÓN y RECREACIÓN y así diferenciarnos de la competencia. Esto se logrará con nuestras instalaciones físicas, personal capacitado y material de comunicación y promoción.

### 3.3.1.2 PRODUCTO AUXILIAR

Son los productos que deben estar presentes para que el consumidor adquiera el producto final:

- Registro de entradas y salidas de huéspedes
- Recepción de equipaje y servicio de botones
- Servicio de teléfono e internet
- Servicio de habitaciones
- Restaurante de comida nacional e internacional
- Personal calificado en hospedaje, alimentación y recreación, para la atención al cliente.



### 3.3.1.3 PRODUCTO DE APOYO

Nos ayuda a diferenciarnos de la competencia. Este producto ayudará a dar valor agregado al producto principal y ayudará a atraer más visitantes.

- Recorridos sin tiempo límite en cabalgatas siempre guiadas
- Elaboración de platos exóticos frente a la mesa del consumidor
- La mayoría de los alimentos serán de los huertos de la hostería
- Contamos con transporte desde y hacia la hostería desde cualquier lugar de la provincia de Pichincha.

### 3.3.1.4 PRODUCTO AUMENTADO

Es todo bien tangible y/o servicio que se proporciona en adición al producto real o intrínseco.

El producto aumentado cumple con tres funciones principales: facilita la compra creando líneas de crédito para el cliente, da seguridad al cliente de funcionamiento, de devolución; aumenta el valor al proporcionarle servicios que hacen más atractivo el producto.

En nuestro producto se incluye:

- Facilidad en el financiamiento de consumos
- Facilidad de las vías de acceso de primer orden
- Ambiente completamente natural
- Interacción del visitante en los huertos de la hostería

- Recordar y llamar por el nombre a cada huésped
- Servicio rápido con límite de tiempo para atender pedidos de los visitantes

### 3.3.1.5 LA MARCA

Es un nombre, diseño, símbolo o la combinación de estos elementos, que sirve para identificar los bienes y servicios de una empresa y lo diferencia de sus competidores.<sup>7</sup>

La marca se asocia a calidad y estatus.

Dentro del producto es importante señalar una marca por las siguientes razones:

- El producto es más fácil de identificar y recordar
- El producto se percibe como el que ofrece un mejor servicio por el precio que cobra

Para esto contaremos con una imagen corporativa que es el logotipo de la finca.



---

<sup>7</sup> PALAO Jorge y GÓMEZ-GARCÍA Vincent, 2008, Diez Claves para ser un empresario de éxito, Domine el marketing para alcanzar el éxito.

### 3.3.2 PRECIO

Es el valor acordado entre dos partes que quieren obtener un beneficio, mediante el intercambio de bienes o servicios.<sup>8</sup> Es el único elemento de la estrategia que permite obtener ingresos. Asigna un valor económico al producto. Es lo que el consumidor esté dispuesto a pagar por el producto y a la empresa le permita cubrir los costos y obtener utilidades.

El precio será establecido de acuerdo a los costos que se tendrán que realizar para operar el proyecto y a los precios referenciales en el mercado.

Por tanto, uno de los principales objetivos será fijar un precio que no solo retribuya con una buena utilidad sino que sea aceptado con el consumidor y que permita cubrir los costos incurridos.

#### 3.3.2.1 FIJACIÓN DE PRECIOS DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO

Con un precio inicial relativamente bajo en comparación a la competencia para lograr una importante penetración en el mercado (no muy bajo tampoco)

---

<sup>8</sup> PALAO Jorge y GÓMEZ-GARCÍA Vincent, 2008, Diez Claves para ser un empresario de éxito, Domine el marketing para alcanzar el éxito.

### 3.3.2.2. FIJACIÓN DE PRECIOS POR PAQUETES DE PRODUCTOS

Combinaremos los productos que ofrecemos: alojamiento, alimentación y recreación por un precio reducido.

### 3.3.2.3 DESCUENTO POR VOLUMEN

- Se otorgará el 5% de descuento a grupos (mínimo 15 personas) o asu vez una gratuidad.
- Cuando asistan grupos de estudiantes o de instituciones, el precio a cobrar se realizará con un descuento del 10%, como un precios promocional para grupos.

### 3.3.3 PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Plaza es la variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores.

Es sumamente importante saber dónde comercializar el producto (bien o servicio) que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta, para lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Tenemos dos grandes segmentos de mercado importantes que cubrir:

- Menores de 28 años que llegan por distracción y aventura
- Mayores de 28 años que llegan por tranquilidad, relajación y disfrute de la naturaleza.

Teniendo en cuenta esta información podemos realizar promociones y ventas de acuerdo al cliente final.

### 3.3.3.1 CANALES DE DISTRIBUCION

Son el conjunto de personas y empresas que participan en la transferencia de derechos de propiedad de un producto, conforme éste pasa del productor al consumidor final o al usuario de negocios<sup>9</sup>

Estos canales son una de nuestras principales estrategias los mismos que se encargan de la tarea de distribución entre la empresa productora y los clientes.

Los intermediarios son los que posibilitan la entrega del producto y su venta. El intermediario se convierte en parte de la cadena de consumo.

#### **Estructura del canal de comercialización o de distribución:**

Los canales de comercialización o de distribución son de composición muy variable, dependiendo del producto que se vende y de las empresas involucradas.

La cadena más corta es aquella en la que los consumidores o clientes compran directamente del productor.

La cadena más larga puede constar de varios intermediarios.

Nuestros canales de distribución serán:

---

<sup>9</sup> Fundamentos de Marketing, Staton, William J.; Etzel, Michael.; Wlaker Bruce J.- McGraw Hill 2004

- Agencias de viajes operadoras de la ciudad de Quito, así nuestro producto estará disponible para todos los consumidores y empresas que así lo requieran.
- Venta directa en escuelas, colegios e instituciones públicas y privadas.
- Página web como centro directo de reservaciones.
- Asociación con otras hosterías del mismo nivel ubicadas en la zona, para poder rebajar costos pero con la misma calidad de los productos, para expandir el mercado.



### 3.3.4 PROMOCIÓN

La actividad de comunicación es una de las más importantes en la empresa, puesto que los posibles clientes y consumidores de los productos y servicios necesitan información.

Si la empresa desea tener éxito, debe considerar con cuidado la información que proporciona.

La promoción busca cumplir con objetivos de comunicación de mercadotecnia a través de la utilización de una mezcla promocional.

La mezcla promocional es el programa total de comunicaciones de mercadotecnia de una empresa formado por la combinación específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales que utiliza la empresa para alcanzar sus objetivos.

#### Publicidad:

Según Kotler y Armstrong, la publicidad es cualquier forma pagada de presentación no personal y de promoción de ideas, productos o servicios por un patrocinador identificado.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, 2007, Marketing version para Latinoamérica, 11<sup>o</sup> Edición, Prentice Hall, México

La promoción está constituida por:

- Publicidad, los anuncios publicitarios
- Relaciones públicas
- Promoción de ventas (por ejemplo 2 x1, compre uno y el segundo a mitad de precio, etc.)
- Venta directa y ayudas a la venta, como gestión de los vendedores, oferta del producto por teléfono, internet, etc. Lo que no se anuncia, no se vende.

La orientación al mercado significa algo más que “vender” los productos y servicios. Mientras que la venta tiene como objeto que *el cliente quiera lo que la empresa produce*, el marketing busca que la *empresa produzca lo que cliente quiere*.

*En ventas está prohibido decir: NO SÉ, NO TENGO, NO PUEDO.*

Las estrategias a realizarse para la promoción y publicidad de nuestro producto son las siguientes:

- Difusión de cuñas radiales a través de las emisoras de mayor sintonía a nivel nacional y provincial.
- Publicación de anuncios en las revistas familiares que circulan los días domingo en la prensa nacional.
- Colocación de vallas publicitarias a lo largo de la vía Calacalí – La Independencia, cada cierto tramo, en las que se describirá gráficamente los servicios de la hostería, dirección, teléfonos.

- Se mantendrán acuerdos o convenios con escuelas y colegios, con instituciones grandes que cuentan con cientos de trabajadores.
- Realizar convenios con instituciones públicas y/o privadas como por ejemplo: Municipio de Quito, Consejo Provincial de Pichincha, Empresa Eléctrica Quito, Contraloría General del Estado, entre otras entidades.

### 3.3.5 POSICIONAMIENTO

Es el lugar que ocupa un producto o marca en la mente del cliente, según las percepciones de los consumidores, en relación a otros productos o marcas competitivas o a un producto ideal.

El posicionamiento de la Finca-Hostería El Rosario será la diferenciación del servicio por cuanto brindaremos servicios adicionales a los de un hotel, no solamente alojamiento, sino actividades de eco-turismo y aventura relacionadas con la naturaleza, y todas las comodidades como alimentación y lugares de entretenimiento, para que su estadía sea inolvidable e incomparable con otros hoteles de la zona, y así convertirnos en la primera opción al momento de decidir a dónde ir a descansar fuera de la ciudad.

#### 3.3.5.1 ELEMENTOS DEL POSICIONAMIENTO

- Mercado objetivo (segmentación)
- Paquete de beneficios
- Punto de diferenciación

#### 3.3.5.2 SEGMENTACIÓN

A fin de tener éxito en el sector hotelero y turístico, nuestro mercado lo vamos a segmentar en dos tipos de clientes potenciales:

1. Grupos de personas ya sean familias o amigos, parejas jóvenes interesados en realizar actividades de eco-turismo y aventura, de poder adquisitivo medio alto o alto.
2. Personas mayores, ya sean matrimonios o grupos de amigos de la tercera edad que buscan alternativas de entretenimiento, descanso y salud, de poder adquisitivo medio alto o alto..

### 3.3.5.3 PAQUETE DE BENEFICIOS

- Pone de relieve las oportunidades de negocio existentes.
- Contribuye a establecer prioridades
- Facilita el análisis de la competencia

### 3.3.5.4 PUNTO DE DIFERENCIACIÓN

- Distíngase de sus competidores, buscando beneficios para sus consumidores.
- Son las características del producto, sustanciales o simplemente accesorias, que pueden contribuir a que el producto sea percibido como único frente a la competencia.
- Nos permite separar o distinguir la oferta de nuestra empresa de las de las otras que compiten en el mercado.
- Puede apoyarse en elementos tangibles o intangibles.

Nuestra diferenciación está en la CALIDAD de nuestro servicio. Hay tener en cuenta que no solo el equipamiento, las instalaciones de la finca, las actividades a realizarse, ni

siquiera el paisaje o los atractivos turísticos proporcionarán la calidad, sino también las personas, por tanto, la función del personal en contacto con el visitante deberá las siguientes características:

- Contacto visual inmediato
- Postura alerta
- Sonrisa cálida
- Capacidad de responder
- Trato personalizado
- Amabilidad y cortesía

### 3.4 ANÁLISIS FODA

El diagnóstico FODA es una técnica sencilla que permite analizar la situación y las perspectivas de una empresa con el objeto de sacar algunas conclusiones. Según su resultado deberemos continuar con la forma en que llevamos adelante el negocio o generar cambios que permitan superar esa situación en el futuro.

Con el diagnóstico FODA se podrá responder tres preguntas básicas:

- Cuál es su situación actual ?
- Cuáles deben ser sus prioridades hacia el futuro ?
- Qué opciones de desarrollo y qué oportunidades tiene ?

La situación actual de un negocio está condicionada por dos niveles de factores:

- Los factores situados dentro de la empresa definirán cuál es la situación interna. Por ejemplo, la capacidad técnica de las personas que trabajan en ella, la tecnología utilizada, el equipamiento y la maquina que tiene, las relaciones entre los trabajadores, la capacidad de gerencias del dueño, etc.

La situación externa, en cambio, dependerá de un conjunto de factores o elementos que se ubican o proceden del medio que rodea a la empresa. Por ejemplo: las normas y leyes relacionadas con el tipo de empresa, los competidores, proveedores y complementadores de su actividad, la situación del mercado, el poder adquisitivo del país, etc.

- En la situación interna se analizan los factores positivos de la unidad productiva, que denominamos FORTALEZAS y los aspectos negativos que llamamos DEBILIDADES.
- En la situación externa o ambiente que rodea la empresa se analizan los aspectos positivos que pueden influenciar a la empresa, que llamamos OPORTUNIDADES; y los aspectos negativos del ambiente que pueden presentar obstáculos a la empresa, llamamos AMENAZAS.



<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas del lugar apoyando las iniciativas.</li> <li>• Empresarios interesados en el desarrollo turístico de la zona.</li> <li>• Personal profesionalizado</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Productos de alta calidad</li> <li>• Variedad de servicios</li> <li>• Lugar tranquilo libre de contaminación con ruidos propios de la naturaleza.</li> <li>• Comodidad y amplitud en cada una de las cabañas.</li> <li>• Disponibilidad de servicios básicos</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Turismo Nacional</li> <li>• Crecimiento de la población</li> <li>• Precios competitivos</li> <li>• Feriados nacionales</li> <li>• Manejo del estrés ciudadano</li> <li>• Turismo agroecológico en auge</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión alta</li> <li>• Personas resistentes a la compra</li> <li>• Falta de promoción</li> <li>• Mal almacenamiento de productos</li> <li>• Falta de manejo de idiomas extranjeros</li> <li>• Temporada baja</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis política</li> <li>• Competencia directa e indirecta</li> <li>• Desastres naturales</li> <li>• Derrumbes en las vías por mal tiempo</li> <li>• Deforestación y contaminación</li> <li>• Excesivos impuestos y derechos que paga el sector.</li> <li>• Altas tasas de interés para realizar inversiones para este tipo de proyecto.</li> </ul>

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico es establecer el tamaño óptimo del proyecto, localización de las instalaciones y estudio preliminar de ingeniería a fin de determinar si el nuevo proyecto va a ser capaz de producir bienes y servicios que se propone vender según el estudio de mercado practicado.

#### 4.1 TAMAÑO

Este proyecto tendrá la capacidad 10 cabañas distribuidas entre matrimoniales y familiares además de otras edificaciones para los diferentes servicios que ofrece la hostería, como son: bar-restaurante, canchas deportivas, piscina, baño sauna, turco, hidromasaje, etc.

#### 4.2 LOCALIZACIÓN Y CROQUIS DE UBICACIÓN

##### 4.2.1. MACROLOCALIZACIÓN

La hostería se encontrará ubicada en la parroquia de Nanegalito, cantón Quito, Provincia de Pichincha.



La hostería estará ubicada en el Barrio Miraflores a seis kilómetros de la población de Nanegalito en la vía Calacalí – Nanegalito, hacia la costa. La propiedad dispone de 100 hectáreas de terreno, de las cuales una hectárea (10.000 m<sup>2</sup>) será destinada para la construcción de 10 cabañas para hospedaje, bar-restaurante, cocina, recepción, canchas de uso múltiple, piscina, área social, parqueadero, jardines, áreas verdes y área administrativa.

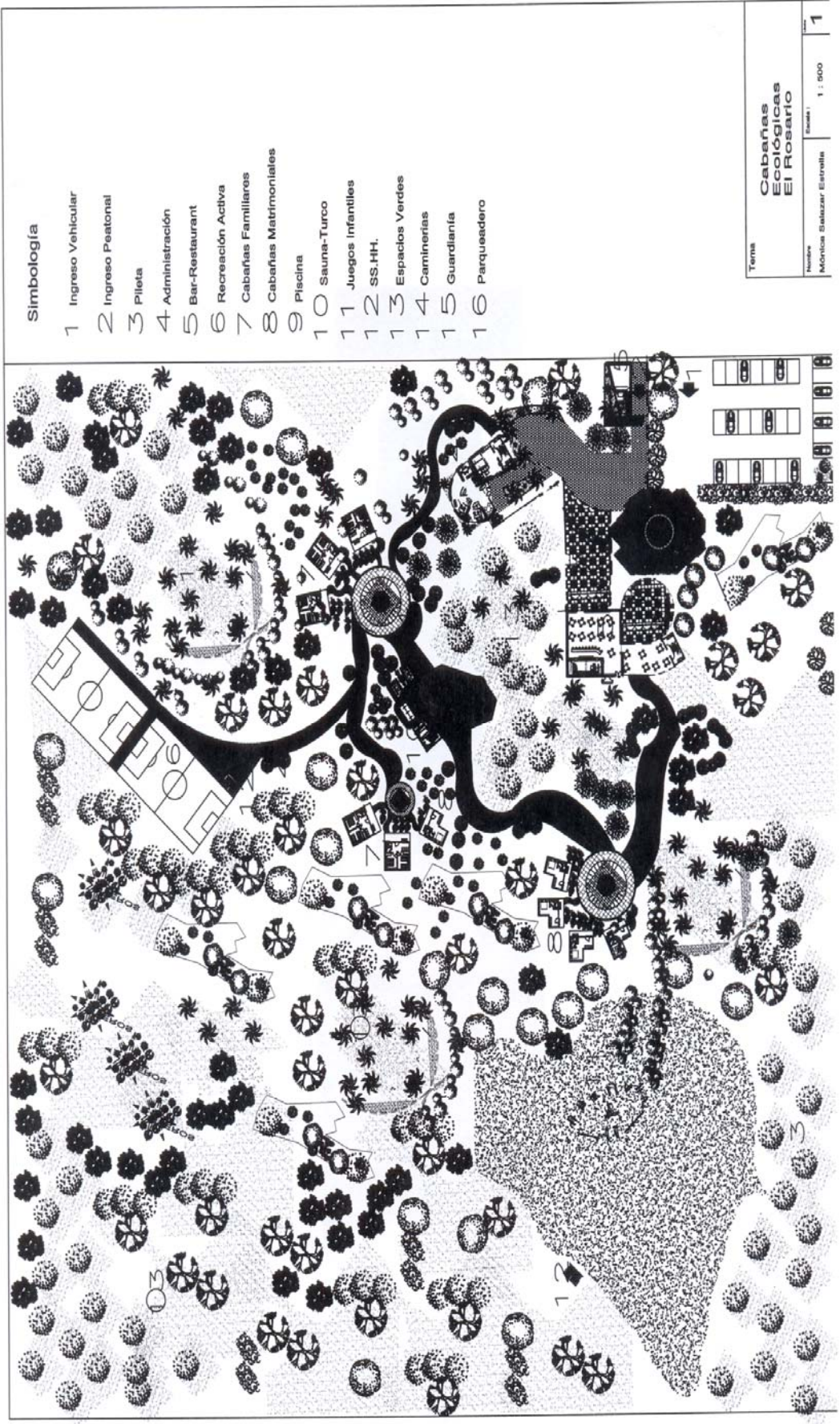
El sector dispone de servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, teléfono, alcantarillado, factores que ayudan al desarrollo del proyecto. Dentro del transporte público, Nanegalito cuenta con un 100% de este servicio, siendo un factor importante para aquellos visitantes que no dispongan de transporte particular.

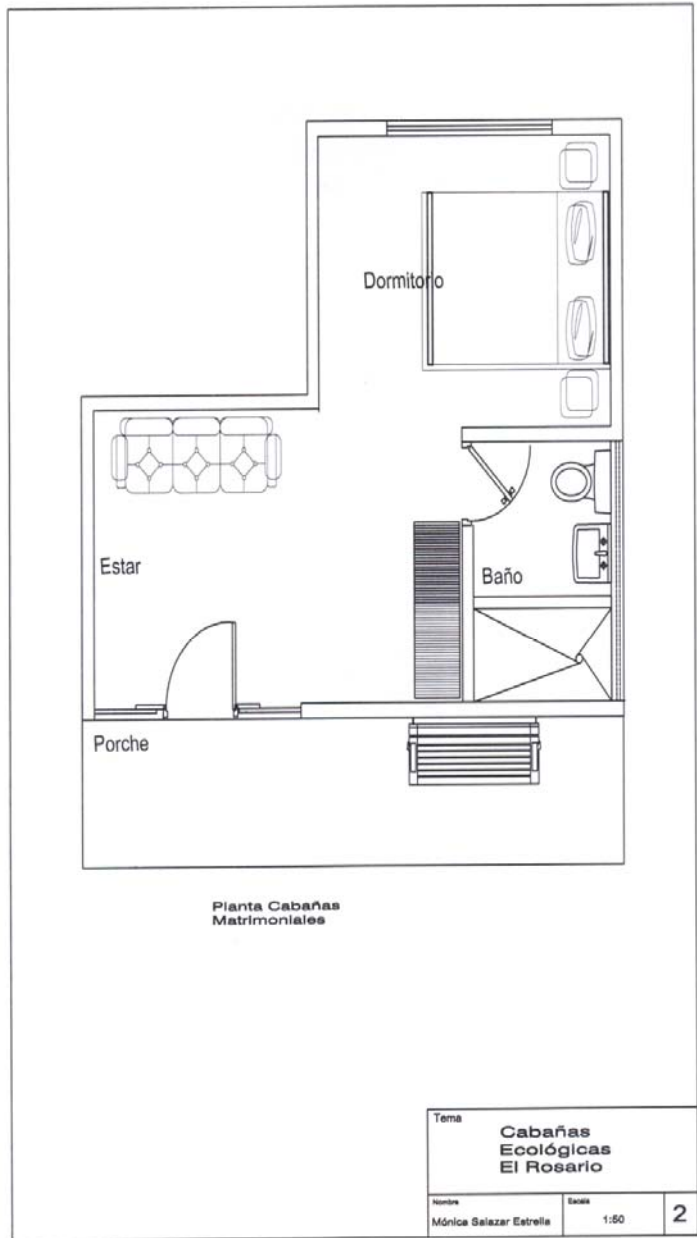
#### 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

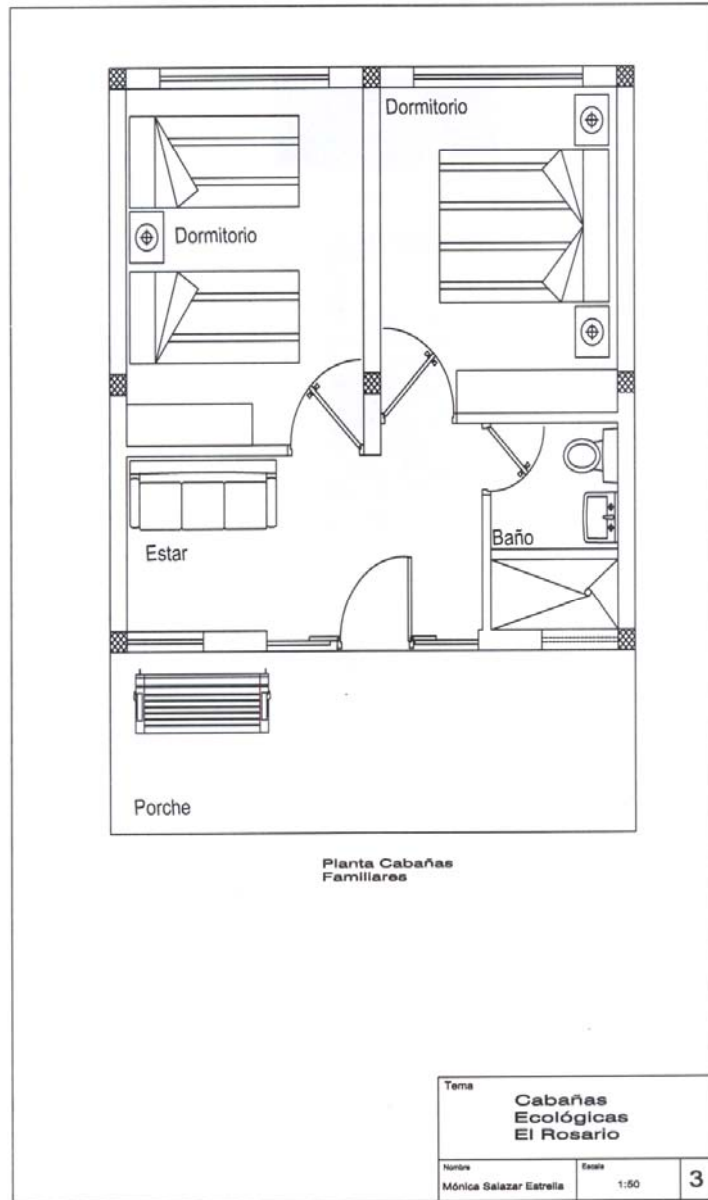
Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

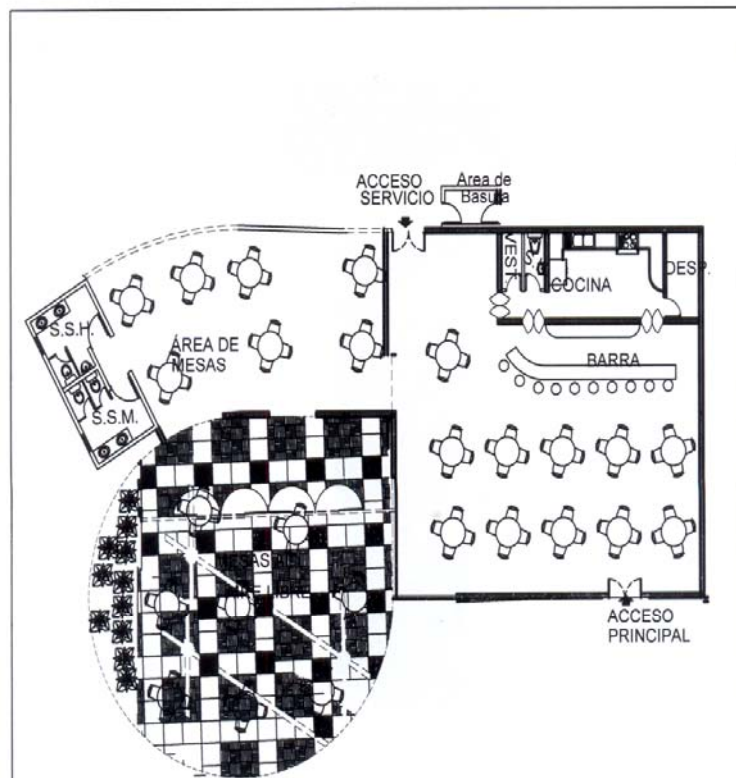
Consiste en definir el tipo de maquinaria y equipo que serán necesarios para poder transformar el producto o la prestación del servicio.







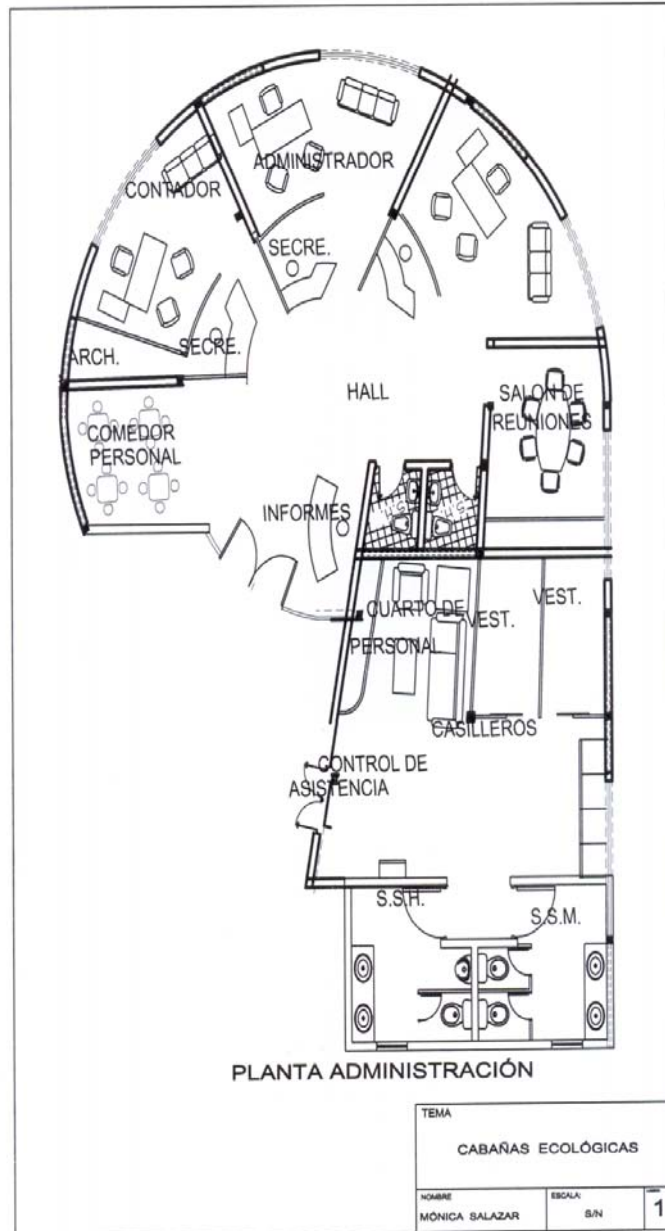




PLANTA BAR- RESTAURANTE

TEMA		
CABAÑAS ECOLÓGICAS		
NOMBRE	ESCALA:	LÁMINA:
MÓNICA SALAZAR	S/N	1





#### **4.4 SERVICIOS A OFRECER**

Nuestra oferta de servicios es brindar calidad en los servicios y así diferenciarnos de la competencia y esto se logrará en base a nuestras instalaciones físicas, personal capacitado y material de comunicación y promoción.

La hostería contará con servicios como:

- Alojamiento
- Alimentación
- Bebidas
- Recreación y esparcimiento

Además, la Finca Vacacional El Rosario ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, contacto con la naturaleza y convivencia familiar.

#### **4.5 INFRAESTRUCTURA**

Esta hostería tiene por objetivo brindar a los turistas una experiencia que les permita relajarse en un ambiente diferente ya que estarán en contacto con la naturaleza con todas las comodidades que permita que el visitante se sienta como en su casa.

Las instalaciones con las que contará la hostería son las siguientes:

- **Bar Restaurante:** La hostería contará con una zona para atender y entretener a sus clientes. El bar donde nuestros huéspedes se pueden deleitar con nuestras bebidas especiales. En el restaurante ofreceremos platos típicos a su elección. Tendrá un área de 200 m<sup>2</sup> de construcción. Los platos que ofrecerá el restaurante serán con productos de óptima calidad además que algunos de ellos serán producidos en la propia finca. El servicio será personalizado, la mantelería, cristalería, cubertería y vajilla irán de acuerdo con la característica del establecimiento. El tipo de comida a ofrecer será comida nacional e internacional.
- **Área de alojamiento:** Al inicio del proyecto contaremos con 10 cabañas que a futuro se irán incrementando, dependiendo de la demanda potencial. Serán dos tipos de cabañas: matrimoniales y familiares.

**Cabaña Matrimonial:** Cuenta con 1 cama de 2 plazas (sábanas, cobijas y cobertor), 2 veladores, 2 lámparas, teléfono, sillas, mesa, persianas, closet con cajones y armadores, baño (1 lavamanos, 6 toallas, papel higiénico, shampoo, acondicionador, jabón).

Con capacidad para dos personas, tendrán un área de 26 m<sup>2</sup>, incluye un dormitorio, un baño, sala de estar y porche en su exterior.

**Cabaña Familiar:** Cuenta con 1 cama de 2 plazas (sábanas, cobijas y cobertor), 2 camas de 1 ½ plazas (sábanas, cobijas, cobertores), 1 velador, 1 lámpara, sillas, mesa, persianas, closet con cajones y armadores, baño (2 lavamanos, 6 toallas, papel higiénico, shampoo, acondicionador, jabón).

Con capacidad para 4 personas, tendrán un área de 32m<sup>2</sup> que incluye dos dormitorios, un baño, sala de estar y porche en su exterior.

### Capacidad de las cabañas

Cantidad	Tipo	Plazas
5	Cabaña simple	10
5	Cabaña familiar	20
Total huéspedes		30

- Área de Recreación

Descripción	Unidad	Cantidad
Piscina	M2	98
Sauna, turco, hidromasaje	M2	27
Baterías sanitarias	M2	22
Vestidores	M2	19
Duchas	M2	26
Caminerias	M1	850
Juegos infantiles	M2	100
Parqueadero	M2	500

#### 4.6 EQUIPAMIENTO DE LA FINCA ECOLOGICA EL ROSARIO

##### MUEBLES Y ENSERES

##### HABITACIONES

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Cama 2 plazas con velador y cómoda	10
Cama 1 ½ plazas con velador	10
Closet	10
Lámpara velador	15
Teléfono	10
Basurero	10
Cuadros	20
Alfombras	10
Floreros	10

##### MUEBLES DE BAÑO HABITACIONES

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Mueble de baño con cajones	10
Cortinas de baño	10
Basurero	10
Alfombra	10
Espejo	10

## RECEPCIÓN

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Counter	1
Archivador metálico 4 gavetas	1
Juego de sala	1
Televisión	1
DVD	1
Computador	1
Teléfono	1
Impresora multifunción	1
Perforadora	1
Grapadora	1
Floreros	2
Cuadros	2
Alfombra	1

## RESTAURANTE

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Punto de apoyo	2
Mesas de 4 pax	15
Sillas	60
Sillas para niños	5

## BAÑOS RESTAURANTE

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Espejo	2
Rodapiés	2
Basureros	4

## BAR

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Barra – licorera con 6 taburetes	1

## COMEDOR PERSONAL

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Mesas	2
Sillas	8
Dispensador de agua	1

## ENSERES BAÑO PERSONAL

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Espejos	2
Alfombra de baño	2
Basurero	2

## OFICINA ADMINISTRATIVA

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Escritorios	3
Sillas	3
Archivador	1
Computadora	2
Teléfono	4
Grapadora	2
Perforadora	2
Basurero	4
Cuadros	3

## HIDROMASAJE – SAUNA – TURCO

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Lockers	20
Equipo de sauna	1
Equipo de turco	1
Sillas	15
Canastas	20
Alfombra plástica	2

## SALA DE JUEGOS

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Mesa de billar	1
Mesa de tenis de mesa	1
Futbolín	1
Varios juegos de mesa	5



## LENCERÍA O BLANCOS

### HABITACIONES

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Colchones 2 plazas	10
Colchones 1 ½ plazas	10
Cobija 2 plazas	40
Cobija 1 ½ plazas	40
Sabanas 2 plazas	144
Sabanas 1 ½ plazas	144
Cobertor 2 plazas	20
Cobertor 1 ½ plazas	20
Almohadas	30
Cubre almohadas	30

### BAÑOS HABITACIONES

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Toalla de mano	48
Toalla de baño	48
Toalla pequeña	48

## RESTAURANTE

Descripción	Cantidad
Manteles	40
Servilletas de tela	160
Cubre charol	20
Limpiones	20

## BAÑOS PERSONAL

Descripción	Cantidad
Lockers	10
Inodoro	2
Urinario	1
Ducha	2
Secador de manos	2
Lavabo	2
Grifería	2
Dispensador de jabón	2
Dispensador papel higiénico	2
Dispensador toallas de papel	2

## BAÑOS SAUNA TURCO HIDROMASAJE

Descripción	Cantidad
Inodoro	4
Ducha	3
Secador de manos	2
Lavabo	4
Grifería	4
Dispensador jabón líquido	2

## JUEGOS INFANTILES

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Resbaladera	1
Escalera china	1
Sube y baja	1
Columpios	2

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

#### 5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A fin de identificar claramente la función de la “organización” como parte vital de la Administración de Empresas que incluye los temas de planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar.

La empresa diseñada es privada e integrada por personal especializado que se guiará dentro de la estructura organizacional compuesta por bienes, personas, sistemas, procedimientos y métodos cuyos objetivos se sintetizan en la consecución de eficiencia y eficacia para la obtención de resultados máximos: económicos y financieros y atención efectiva a favor de sus clientes.

La administración moderna demanda principios de economía, sociología, psicología, derecho y matemáticas que convergen hacia la coordinación gerencial.

Estos fundamentos tienen que aplicarse por etapas de funcionamiento, de ahí que el negocio a ejecutarse demanda dos fases:

1. Organización para una mediana empresa para ser proyectada en el plazo de tres años, cuyas experiencias y resultados inducirán a la planificación para ejecutar la segunda etapa.
2. Diseño de una empresa de mayor volumen.

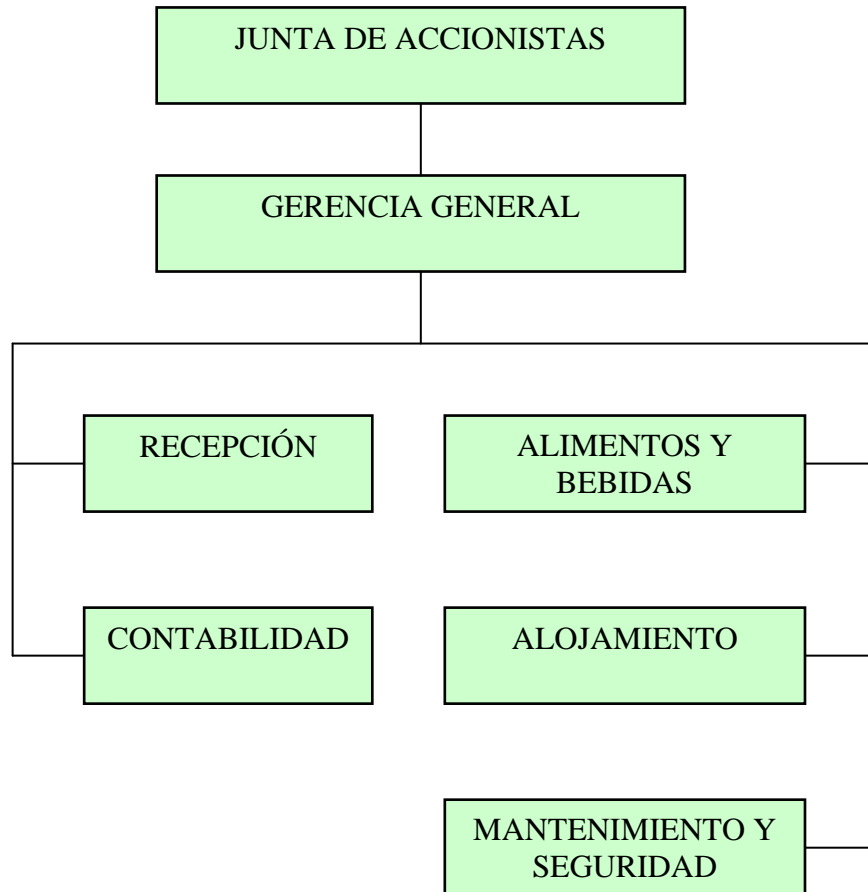
Para efecto de la primera etapa desarrollamos una estructura organizacional mínima que responda al concepto de productividad, considerando que la organización es la suma de los esfuerzos coordinados hacia objetivos comunes.

La estructura que diseñamos contiene los siguientes niveles:

- Nivel de Dirección, conformado por la Junta de Accionistas y la Administración.
- Nivel de Ejecución, conformado por las áreas de: Secretaría – Recepción, y Contabilidad.
- Nivel de Operación, conformado por las áreas de: Alimentos y Bebidas, Alojamiento y Mantenimiento - Seguridad

5.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

**FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO**



### 5.3 GESTION DEL TALENTO HUMANO

Aún cuando el proyecto se inicia con un mínimo de recursos y requerimientos en su primera etapa, sin embargo la perspectiva técnica tiene que comenzar con principios y fundamentos de la Administración. Por ello que el principio fundamental de la organización será la eficiencia en las actividades para obtener índices que permitan obtener alta rentabilidad. Todo el personal estará entrenado para saber tratar con educación y respeto al cliente. Se debe tomar en cuenta, que un buen servicio, proporcionará prestigio y categoría a nuestro establecimiento, aparte de otras ventajas que pueda tener el mismo en comodidad, decoración, ambiente, etc.

### 5.4 TALENTO HUMANO

El personal con el que contará la hostería es el siguiente:

Administrador	1
Secretaria – Recepcionista	1
Contador	1
Jefe Alimentos y Bebidas	1
Cocinero	1
Ayudante de Cocina	1
Mesero	1
Mucama	1
Conserje	1

## 5.5 DESCRIPCIÓN FUNCIONAL

### 5.5.1. GERENTE GENERAL

MISIÓN DEL PUESTO : Es la cabeza visible del establecimiento y quien recibe a personalidades importantes que pasan por su establecimiento.<sup>11</sup> Será el encargado de dirigir y supervisar todo el negocio.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar todas las actividades de la hostería.
2	Ejecutar políticas y procedimientos emitidos por la Junta de Accionistas, establecer deberes, obligaciones, horarios y las normas de disciplina y control.
3	Elaborar políticas operacionales con relación a ventas, compras, servicio, almacenamiento.
4	Organizar sesiones de trabajo con los empleados para conocer y dar a conocer cambios o problemas de las unidades administrativas.
5	Coordinar las funciones de las unidades organizacionales.
6	Seleccionar, contratar y remover al personal.
7	Evaluar el rendimiento de los empleados y administrar las relaciones laborales.
8	Revisar periódicamente las opiniones y el grado de aceptación de los clientes en las diferentes áreas con el fin de proponer políticas eficientes y efectivas.
9	Determinar los proveedores y efectuar las adquisiciones.
10	Elaborar informes trimestrales del funcionamiento de la hostería para el conocimiento de los accionistas.
11	Ejercer la representación legal de la sociedad.
12	Fijar los salarios de conformidad con la ley.
13	Planificar y dirigir la promoción de ventas.

<sup>11</sup> [http://www.protocolo.org/gest\\_web/proto](http://www.protocolo.org/gest_web/proto)



EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Ingeniero en Administración Hotelera o en Administración de Empresas.

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 a 2 años en puestos similares.

### 5.5.2 SECRETARIA – RECEPCIONISTA

MISIÓN DEL PUESTO: Organizar y atender los requerimientos administrativos de Gerencia General y de los niveles de operación.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Recibir a los huéspedes, asignarles alojamiento, proporcionarles las llaves de la habitación, darles recados y correspondencia.
2	Tomar reservas de habitaciones.
3	Llevar control de habitaciones vacías y en uso.
4	Realizar tareas de correspondencia y colaborar en la redacción de informes.
5	Asistir a las sesiones de trabajo del Gerente y Jefes de Sección a fin de tomar nota de las deliberaciones y decisiones.
7	Manejar la caja chica y llevar el registro correspondiente.
8	Atender el servicio telefónico o telefax para servir necesidades de los clientes.
9	Atender con cortesía y esmero a todos los clientes que requieran información.
10	Coordinar las entrevistas de negocios del Gerente.
11	Coordinar con la Gerencia el programa de viajes de negocios, tours locales y las visitas especiales de los clientes.
12	Efectuar la adquisición de útiles y enseres.

EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Bachiller en Secretariado Bilingue

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 a 2 años en puestos similares

### 5.5.3 CONTADOR

MISIÓN DEL PUESTO: Registrar todas las operaciones financieras para expresar los resultados en los balances.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Llevar los registros contables del movimiento financiero.
2	Suscribir los balances e informes financieros.
3	Presentar informes periódicos al Gerente
4	Llevar el registro de movimiento, consumo y mantenimiento de los vehículos
5	Suscribir los balances e informes financieros.
6	Presentar informes periódicos al Gerente
7	Llevar el registro de movimiento, consumo y mantenimiento de los vehículos
8	Elaborar los cheques de egreso para la firma del Gerente.
9	Realizar los pagos a proveedores y empleados
10	Controlar los movimientos bancarios.
11	Registrar diariamente los ingresos por ventas y otros conceptos.
12	Organizar el archivo de facturas, comprobantes, etc. y mantenerlos actualizado.

EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Contador Público Asociado –CPA-

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 a 2 años en puestos similares

#### 5.5.4 JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

MISIÓN DEL PUESTO: Programar y ejecutar los procesos de preparación de alimentos y bebidas.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Organizar, coordinar y controlar todo el proceso de la preparación de alimentos y bebidas de conformidad con los estándares de calidad y sanidad
2	Administrar al personal de cocina, bar y restaurante
3	Controlar el servicio del bar – restaurante
4	Registrar y controlar el ingreso y la utilización de los productos para la preparación de los alimentos.
5	Elaborar los tipos de menús que se ofrecerán en el restaurante
6	Realizar las compras de los artículos para la elaboración de alimentos y bebidas

EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Licenciado en Administración Hotelera o en Administración Gastronómica

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 a 2 años en puestos similares

### 5.5.5 COCINERO

**MISIÓN DEL PUESTO:** Elaborar alimentos y bebidas que satisfagan los requerimientos de los visitantes

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Preparar y coordinar con el Ayudante de Cocina la elaboración de los alimentos
2	Coordina el montaje, servicio y desmontaje de bufetes
3	Preparar las áreas de trabajo de su competencia comprobando que los utensilios y equipos utilizados estén ordenados, limpios y desinfectados.
4	Realizar lista de compras de suministro de alimentos y elementos complementarios
5	Almacenar los artículos para la elaboración de los alimentos en condiciones de limpieza que aseguren una buena conservación.

**EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA:** Chef o Administrador Gastronómico

**EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA:** 1 a 2 años en puestos similares

### 5.5.6 AYUDANTE DE COCINA

#### MISIÓN DEL PUESTO

Realizar las actividades culinarias que le son encomendadas.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Realizar preparaciones básicas que le sean encomendadas.
2	Preparar platos, guarniciones, salsas, sopas y especialidades del día.
3	Realizar tareas de limpieza de útiles, equipos y menaje del restaurante y cocina.
4	Efectuar el lavado y limpieza de utensilios del restaurante, cocina y bar

**EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA:** Bachiller en Ciencias Sociales o Estudiante de Gastronomía

**EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA:** 1 a 2 años en puestos similares

### 5.5.7 MESERO

MISIÓN DEL PUESTO: Organizar el servicio y venta de alimentos y bebidas.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Distribuir a los comensales en las distintas zonas del salón para su mejor atención
2	Ejecutar el servicio y venta de alimentos y bebidas.
3	Preparar áreas de trabajo para el servicio.
4	Realizar atención directa al cliente para el consumo de alimentos y bebidas.
5	Conocer los platos que se sirven para poder cualquier explicación al cliente
6	Colaborar en el montaje, servicio y desmontaje de bufetes
7	Dar mantenimiento al menaje
8	Brindar un servicio de calidad y atención al cliente

EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Bachiller en Ciencias Sociales o Estudiante de Hotelería

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 a 2 años en puestos similares

### 5.5.8 MUCAMA

#### MISIÓN DEL PUESTO

Ejecutar las actividades para la presentación eficiente de las habitaciones y salones.

#### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Realizar la limpieza, servicio y atención de las habitaciones
2	Mantener en buen estado de presentación las habitaciones, salones y oficinas administrativas
3	Revisar la ropa de cama y toallas que se encuentren limpias e higiénicas.

EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Bachiller en Ciencias Sociales

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 año en puestos similares

## 5.5.9 MANTENIMIENTO, LIMPIEZA Y SEGURIDAD

### MISIÓN DEL PUESTO

Organizar y ejecutar eficientemente las actividades de mantenimiento, limpieza y seguridad de áreas internas y externas.

### ACTIVIDADES DEL PUESTO

No.	Actividades esenciales
1	Preparar, transportar, recoger materiales y productos necesarios para la limpieza y mantenimiento de áreas públicas e internas
2	Preparar salas de reuniones.
3	Mantener limpias e higiénicas las áreas públicas y realizar labores auxiliares
4	Realizar trabajos de mantenimiento preventivo de equipos e instalaciones de la hostería.
5	Realizar reparaciones urgentes y necesarias.
6	Resguardar las instalaciones de la hostería, para asegurar a los huéspedes una estadía segura y tranquila.

EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA: Bachiller en Ciencias Sociales

EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA: 1 año en puestos similares

## CAPITULO VI

### 6. ESTUDIO LEGAL

#### 6.1 CONCEPTO DE SOCIEDAD ANÓNIMA

Sociedad Anónima es una “empresa” jurídica legalmente constituida con objetivos específicos y con una estructura de capital de acuerdo a sus actividades, se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

La denominación se formará libremente, pero será distinta de la cualquier otra sociedad existente, a la razón social irá siempre seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de su abreviatura “S.A.”.

Este tipo de sociedad es la más adoptada por las empresas industriales y comerciales, porque es un medio más ventajoso de practicar la “libre empresa”, es decir, por la auténtica asociación de capitales.

La Sociedad Anónima tiene mayores obligaciones para con el Estado, pero otorga la facultad a todo ciudadano a invertir su dinero en sociedades con otros, y de poder administrarlas, organizarlas de modo que le ofrezca mayores ventajas de planificar la economía y, en fin de encaminarlas hacia el desarrollo.

## 6.2 CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

La Sociedad Anónima tiene como característica principal, que es una sociedad en la que el capital se encuentra dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones.

Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles socios o no. Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo.

Los socios no son responsables por las obligaciones que la sociedad contraiga, pues la responsabilidad queda limitada al capital social de tal suerte que los accionistas solo ponen en juego el capital aportado por los accionistas, sin alcanzar a su propiedad particular.

La razón social se forma con un nombre adecuado a la clase de industria a que se dedique la empresa más las palabras Sociedad Anónima o S.A.

### 6.2.1 NÚMERO DE SOCIOS:

La compañía deberá constituirse con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios, según lo dispuesto en el Art. 147 de la Ley de Compañías. La sociedad anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.



## 6.2.2 RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN

Puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Para la solicitud de aprobación del nombre de la empresa se debe presentar al Superintendente de Compañías, tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato consultivo.

## 6.2.3 CAPITAL

El capital mínimo con que a de constituirse la Compañía de Sociedad Anónima, es de US\$ 800 (Ochocientos dólares).

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía.

El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán evaluados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

## 6.2.4 CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

Una empresa con denominación de Sociedad Anónima debe cumplir con los siguientes requisitos.

- Afiliación a la cámara de producción que corresponda al objeto social, y autorizaciones que se requieran en los casos especiales que determine la ley, para este tipo de establecimiento se debe afiliar a la Cámara de Turismo de Pichincha – CAPTUR-.
- Otorgamiento de la escritura pública de constitución.
- Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura respectiva.
- Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia.
- Inscripción en el Registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia y en el Registro Único de Contribuyentes.
- Inscripción en el Registro Mercantil del nombramiento del administrador con la razón de la aceptación del cargo.
- Patente Municipal.
- Permiso del Ministerio de Turismo.

## 6.2.5 BORRADOR DE MINUTA

Señor

SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS

Presente

De mi consideración:

Sírvase incorporar al protocolo de la Superintendencia de Compañías, el contrato de constitución de la compañía de servicios “FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A.” -FEROSA - que se otorga de conformidad con las siguientes cláusulas:

### Comparecientes

Luis Alfredo Salazar Estrella, estado civil viudo, domiciliado en Quito.

Mónica Alexandra Salazar Estrella, estado civil soltera, domiciliada en Quito.

Silvia Margarita Beltrán Cartagena, estado civil soltera, domiciliada en Quito.

Cecilia Genoveva Reyes Morillo, estado civil casada, domiciliado en Quito.

Patricia de las Mercedes González Benítez, domiciliada en Quito.

Olga Patricia Sáenz Leiva, estado civil soltera, domiciliada en Quito

Ximena Escobar Sarria, estado civil soltero, domiciliado en Quito

## Razón Social

Las personas comparecientes manifiestan que es su voluntad firmar, la compañía que denominará: “FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO” –FEROSA-, de nacionalidad ecuatoriana.

## Capital

Los socios suscriben el siguiente paquete accionario, el mismo que ha sido pagado en su totalidad, en moneda de curso legal del país:

Luis Alfredo Salazar Estrella	15.533.09
Mónica Alexandra Salazar Estrella	15.533.09
Silvia Margarita Beltrán Cartagena	15.533.09
Patricia de las Mercedes González Benítez	15.533.09
Olga Patricia Sáenz Leiva	15.533.09
Cecilia Genoveva Reyes Morillo	15.533.09
Ximena Escobar Sarria	15.533.09
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL</b>	<b>108.731.64</b>

## Objeto

Esta sociedad tiene la finalidad de ofrecer alojamiento, alimentación y recreación en la parroquia de Nanegalito, provincia de Pichincha.

## Domicilio

Esta sociedad tendrá como domicilio la parroquia de Nanegalito, cantón Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador.

Por la atención prestada, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

Mónica Salazar Estrella

Representante Legal

FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO -FEROSA-

## GENERALIDADES

### RAZÓN SOCIAL

FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO

### DIRECCIÓN DE LA HOSTERÍA

Parroquia Nanegalito, cantón Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador.

ACCIONISTAS	PORCENTAJE ACCIONES
Luis Alfredo Salazar Estrella	14.28%
Mónica Alexandra Salazar Estrella	14.28%
Silvia Margarita Beltrán Cartagena	14.28%
Patricia de las Mercedes González Benítez	14.28%
Olga Patricia Sáenz Leiva	14.28%
Cecilia Genoveva Reyes Morillo	14.28%
Ximena Escobar Sarria	14.28%
TOTAL CAPITAL SOCIAL	100%

## FECHA DE CONSTITUCION

6 de Septiembre de 2009

## MONTO DEL CAPITAL SOCIAL SUSCRITO Y PAGADO

US\$ 108.731.64

### 6.3 LA ESCRITURA PÚBLICA

#### SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una empresa de constitución de Compañía Anónima, denominada FINCA ECOLOGICA EL ROSARIO S.A. –FEROSA-, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES .-** Comparecen libre y voluntariamente a la celebración de esta escritura pública, por sus propios derechos, los señores: LUIS ALFREDO SALAZAR ESTRELLA, de estado civil viudo, con cédula de ciudadanía 1708365984, MÓNICA ALEXANDRA SALAZAR ESTRELLA, de estado civil soltera con cédula de ciudadanía 1707398879, SILVIA MARGARITA BELTRÁN CARTAGENA, de estado civil soltera, con cédula de ciudadanía 1725409816, PATRICIA DE LAS MERCEDES GONZÁLEZ BENÍTEZ, de estado civil soltera, con cédula de ciudadanía 1723441903, OLGA PATRICIA SÁENZ LEIVA de estado civil soltera, con cédula de ciudadanía 1793016491, CECILIA GENOVEVA REYES MORILLO, de estado civil casada, con cédula de ciudadanía 179471645064 y, XIMENA ESCOBAR SARRIA, de estado civil soltera, con cédula de ciudadanía

1783759017. Los comparecientes son mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, hábiles para contratar y obligarse, domiciliados y residentes en el Distrito Metropolitano de Quito.

**SEGUNDA.- CONSTITUCIÓN.-** Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía anónima FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A. –FEROSA-, bajo las condiciones constantes en el presente estatuto, regida por la Ley de Compañías y las demás leyes pertinentes.

**TERCERA.- ESTATUTOS.-** La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se regirá por los estatutos que se exponen a continuación:

## CAPÍTULO PRIMERO

### NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

**ARTÍCULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, NATURALEZA Y NACIONALIDAD.-** La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A. –FEROSA-. La sociedad se constituye como una compañía anónima de nacionalidad ecuatoriana y se regirá por las leyes ecuatorianas y por los presentes estatutos, en cuyo texto se le designará posteriormente simplemente como “la Compañía”.



**ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO.-** El domicilio principal de la compañía es la parroquia Nanegalito, provincia de Pichincha, República del Ecuador. Por resolución de la Junta General de Accionistas podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley ya estos estatutos.

**ARTÍCULO TERCERO.- OBJETO SOCIAL.-** Es objeto social de la compañía:

- Ofrecer servicios de alojamiento, alimentación y recreación.
- Atender todo tipo de compromisos sociales.
- Atender grupos empresariales.

Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por si o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios civiles y mercantiles permitidos por la ley.

**ARTÍCULO CUARTO.- DURACIÓN.-** El plazo de duración de la compañía es indefinido contado a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil, sin embargo, la Junta General de Accionistas, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo, en forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

**ARTÍCULO QUINTO.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.-** La Junta General de Accionistas podrá acordar la disolución de la compañía antes de que venza

el plazo señalado en el Art. Cuarto, voluntaria o forzosamente; el procedimiento de liquidación será el contemplado en la Ley de la materia.

## CAPÍTULO SEGUNDO

### CAPITAL SOCIAL Y ACCIONES

**ARTÍCULO SEXTO.- CAPITAL AUTORIZADO.-** El capital autorizado de la Compañía es de CIENTO OCHO MIL SETECIENTOS TREINTA Y UNO 64/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (US\$ 108.731.64) monto hasta el cual se podrá disponer la suscripción y emisión de acciones, el cual se dividirá en acciones ordinarias de un dólar cada una. La Junta General de Accionistas podrá elevar en cualquier tiempo el capital autorizado previo el cumplimiento de las formalidades legales y estatutarias.

**ARTÍCULO SÉPTIMO.- CAPITAL SUSCRITO.-** El capital suscrito de la Compañía es de CIENTO OCHO MIL SETECIENTOS TREINTA Y UNO 64/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (US\$ 108.731.64) dividido en 15.533.09 acciones ordinarias, nominativas e indivisibles de un dólar cada una. El capital suscrito de la compañía está integrado en numerario y de la siguiente manera:

Luis Alfredo Salazar Estrella	15.533.09
Mónica Alexandra Salazar Estrella	15.533.09
Silvia Margarita Beltrán Cartagena	15.533.09
Patricia de las Mercedes González Benítez	15.533.09
Olga Patricia Sáenz Leiva	15.533.09
Cecilia Genoveva Reyes Morillo	15.533.09
Ximena Escobar Sarria	15.533.09
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL</b>	<b>108.731.64</b>

**ARTÍCULO OCTAVO.- REFERENCIAS LEGALES.-** En todo lo relativo a la transmisión de las acciones, sus requisitos y efectos dentro de la Compañía y frente a terceros, pérdida y deterioro de los títulos de acción, requisitos para su emisión, contenido de los títulos y derechos que confieren a su titular, votación y mayoría en las resoluciones de la Junta General de Accionistas, aumento de capital y demás asuntos que hagan relación con el capital social y con los títulos de acción, se estará a lo dispuesto por la Ley.

## CAPÍTULO TERCERO

### ORGANO DE GOBIERNO: LA JUNTA GENERAL

**ARTÍCULO NOVENO.- JUNTA GENERAL ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA.-** La Junta General, ordinaria o extraordinaria, es el órgano supremo de la Compañía, y se compone de los accionistas o de sus representantes o mandatarios reunidos con el quórum, en las condiciones que la Ley, los Reglamentos de la Superintendencia de Compañías y los presentes estatutos exigen:

Habrà Junta General Ordinaria por lo menos una vez al año, dentro de los tres primeros meses de cada año, para considerar, sin perjuicio de otros asuntos, los siguientes:

- a) Conocer las cuentas, el balance y los informes que se le presenten a consideración sobre el último ejercicio económico.
- b) Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales y de la formación del fondo de reserva, y,
- c) Proceder, llegando el caso, a la designación de los funcionarios cuya elección le corresponda según estos estatutos, así como fijar o revisar sus respectivas remuneraciones.

La Junta General Extraordinaria s reunirá cada vez que sea convocada por las autoridades previstas por la Ley y estos estatutos, o cuando lo soliciten por escrito el o los accionistas que representen por lo menos el veinte y cinco por ciento (25%) del capital pagado, debiendo indicarse el objeto para el cual se solicita la reunión de la Junta General.

**ARTÍCULO DÉCIMO.- JUNTAS UNIVERSALES.-** No obstante lo dispuesto anteriormente, la junta se entenderá convocada y quedará validamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional para tratar cualquier asunto, siempre que este presente todo el capital pagado y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de las juntas, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones.

**ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- CONVOCATORIA.-** Sin perjuicio de las atribuciones que sobre este punto reconoce la Ley al Superintendente de Compañías y Comisario, las convocatorias para Junta General serán hechas por la prensa por parte del Presidente o el Gerente General, con ocho días de anticipación, por lo menos, al día fijado para la reunión sin contar para el efecto con el día de la convocatoria y el día de la reunión. El Comisario será convocado mediante nota escrita, sin perjuicio de que, en la convocatoria que se haga por la prensa se la convoque especial e individualmente. La convocatoria expresara el lugar, día, fecha, hora y objeto de la reunión.

Tanto en las Juntas Generales Ordinarias como Extraordinarias solo se podrá discutir los asuntos para los que hubieran sido convocadas. El tratamiento de todo asunto no expresado en la convocatoria será nulo, con sujeción a la Ley.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- PRESIDENTE Y SECRETARIO DE JUNTA GENERAL.-** Actuara como Presidente de Junta General el Presidente de la Compañía o quien lo subrogue y a falta de ambos, quien sea designado por los asistentes a Junta como Presidente ocasional. Actuara como Secretario el Gerente

General o quien lo reemplace, pudiendo designarse un Secretario, cuando la Junta lo creyere necesario.

### **ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE**

**JUNTA GENERAL.-** Son atribuciones y deberes del órgano de gobierno:

- a) Ejercer las facultades y cumplir con las obligaciones que la Ley y los presentes estatutos señalan como de su competencia privativa.
- b) Dirigir la marcha y orientación general de los negocios sociales, ejercer las funciones que le competen como entidad directiva suprema de la Compañía y todas aquellas funciones que la Ley y estos estatutos no atribuyan expresamente a otro organismo social.
- c) Reformar este contrato social, previo el cumplimiento de los requisitos legales.
- d) Interpretar en forma obligatoria para todos los accionistas y órganos administradores las normas consagradas en los presentes estatutos.
- e) Autorizar la constitución de mandatarios generales de la Compañía.
- f) Resolver de acuerdo a la Ley sobre aumentos y disminuciones de capital.
- g) Nombrar y remover Presidente, Gerente General y Comisarios principal y suplentes.
- h) Señalar las remuneraciones del Gerente General, Presidente y Comisario.
- i) Disponer y resolver sobre el reparto de utilidades, y,
- j) Autorizar al Gerente General la realización de contratos cuya cuantía exceda de cinco mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (USD 5.000,00), así como los actos de disposición de bienes muebles de la Compañía.

### **ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.- QUORUM.-** Para que la Junta General

Ordinaria o Extraordinaria pueda válidamente dictar resoluciones, deberá reunirse en el

domicilio principal de la Compañía y concurrir a ella el numero de personas que representen por lo menos el cincuenta por ciento del capital pagado de la Compañía. En segunda convocatoria se reunirá con el numero de asistentes, debiendo expresarse esta circunstancia en la convocatoria.

**ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.- MAYORIA.-** salvo las excepciones legales y estatutarias, las decisiones de la Junta General serán tomadas por la mitad mas uno del capital pagado representado en ella. Los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría, en caso de empate, la propuesta se considerara negada.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- DERECHO A VOTO.-** En la Junta General cada acción ordinaria pagada tendrá derecho a un voto, las que no se encuentren liberadas, dan derecho a voto en proporción a su haber pagado.

**ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.- REPRESENTACIÓN.-** Los accionistas pueden hacerse representar ante las Juntas Generales de Accionistas para ejercer sus derechos y atribuciones, mediante carta dirigida al Presidente de ella o poder. Cada accionista no puede hacerse representar sino por un solo mandatario cada vez, cualquiera que sea su numero de acciones. Asimismo, el mandatario no puede votar en representación de otra u otras acciones de un mismo mandante en sentido distinto, pero la persona que sea mandatario de varios accionistas puede votar en sentido diferente en representación de cada uno de sus mandantes.

**ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- RESOLUCIONES.-** Las resoluciones de Junta General tomadas conforme a la Ley y estos estatutos obligan a todos los

accionistas, presentes o ausentes, estuvieren de acuerdo o no con las mismas, salvo el derecho de oposición, en los términos que determina la Ley.

**ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.- LIBRO DE ACTAS.-** Las resoluciones de las Juntas Generales así como una sintética relación de las sesiones se hará constar por medio de las actas que se extenderán de acuerdo a la Ley en hojas móviles escritas a maquina en el anverso y reverso de cada hoja, las mismas que serán foliadas y con numeración continua y sucesiva y rubricadas una por una por el Secretario y el Presidente de cada Junta.

## CAPÍTULO CUARTO

### ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN

#### EL PRESIDENTE Y EL GERENTE GENERAL

**ARTÍCULO VIGÉSIMO.- DEL PRESIDENTE DE LA COMPAÑÍA.-** El Presidente será nombrado por la Junta General para un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido indefinidamente por iguales periodos.

Sus atribuciones y deberes serán los siguientes:

- a) Convocar, presidir y dirigir las sesiones de Junta General, debiendo suscribir las actas de sesiones de dicho organismo.



- b) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los títulos de acciones o certificados provisionales.
- c) Suscribir el nombramiento del Gerente General, y,
- d) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o fallecimiento de este, hasta que la Junta General proceda a nombrar un nuevo Gerente General, con todas las atribuciones del subrogado.

La Junta General deberá designar un Presidente subrogante en caso de ausencia temporal y un nuevo Presidente en caso de ausencia definitiva.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- DEL GERENTE GENERAL.-** El Gerente General será elegido por la Junta General para un periodo de dos años, tendrá la representación legal judicial o extrajudicial de la compañía. Podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser accionistas de la Compañía. Este administrador no podrá ejercer ningún otro cargo que a juicio de la Junta General sea incompatible con las actividades de la Compañía.

El Gerente General tendrá los mas amplios poderes de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la Ley, los presentes estatutos y las instrucciones impartidas por la Junta General. En cuanto a sus derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades se estará a lo dispuesto por la Ley de Compañías y este contrato social.

Son atribuciones especiales del Gerente General:

- a) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria, encaminados a la consecución del objeto social de la Compañía.
- b) Ejecutar a nombre de la Compañía toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones.
- c) Previa autorización de la Junta General nombrar mandatarios generales y apoderados especiales de la Compañía y removerlos cuando considere conveniente.
- d) Someter anualmente a la Junta General Ordinaria un informe relativo a la gestión llevada a cabo al frente a la Compañía, así como el balance general y demás documentos que la Ley exige.
- e) Formular a la Junta General las recomendaciones que considere convenientes en cuanto a la distribución de utilidades y la constitución de reservas.
- f) Nombrar y remover al personal de la Compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones.
- g) Dirigir y supervigilar la contabilidad de la Compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos.
- h) Abrir y cerrar cuentas bancarias y designar a la o las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago contra las referidas cuentas.
- i) Librar, aceptar, endosar y avalar letras de cambio y cualesquiera otros papeles de comercio.
- j) Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General, y,
- k) Ejercer y cumplir todas las atribuciones y deberes que reconocen e imponen la Ley y los estatutos presentes así como todas aquellas que sean inherentes a su función y necesarias para el cabal cumplimiento de su cometido.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO.- DE LOS SUBGERENTES.- Cuando la Junta General de Accionistas lo estime conveniente, nombrara uno o mas subgerentes por el tiempo y con las atribuciones que se le señalare en sus respectivos nombramientos, en sus respectivos nombramientos, entre los cuales podrá incluirse la representación legal.

## CAPÍTULO QUINTO

### FISCALIZACIÓN.- COMISARIOS PRINCIPAL Y SUPLENTE

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO.- DE LOS COMISARIOS.- La Junta General nombrara un comisario principal y uno suplente. Al Comisario le corresponde el examen de la contabilidad, sus justificaciones, así como el estudio del estado económico y financiero de la Compañía, para lo cual ejercerá las atribuciones señaladas en la Ley y presentara a la Junta General Ordinaria un informe sobre el cual la Junta deberá pronunciarse.

El Comisario durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegido indefinidamente y tendrá todos los derechos y obligaciones previstos en la Ley.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO.- BALANCES.- Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los presentara el Gerente General a consideración de la Junta General Ordinaria. El balance contendrá no solo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la sociedad, sino también las explicaciones necesarias que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la Compañía que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias, por un contador o auditor calificado.

ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO.- REPARTO DE UTILIDADES Y FORMACIÓN DE RESERVAS.- A propuesta del Gerente General, la cual podrá ser aprobada o modificada, la Junta General resolverá sobre distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, castigos y gratificaciones, pero anualmente se segregaran de los beneficios líquidos por lo menos el diez por ciento (10%) para formar el fondo de reserva legal hasta que este fondo alcance un valor igual al cincuenta por ciento (50%) del capital social. La Junta General para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la Ley de Compañías.

Una vez hechas las deducciones legales, la Junta General podrá decidir la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar, para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales. Para el efecto, será necesario el consentimiento unánime de todos los accionistas presentes, en caso contrario, del saldo distribuible de los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los accionistas en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la Compañía.

## CAPÍTULO SEXTO

### DISPOSICIONES VARIAS

**ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO.- ACCESO A LOS LIBROS Y CUENTAS.-** La inspección y conocimiento de los libros y cuentas de la Compañía, de sus cajas, carteras, documentos y escritos en general solo podrá permitirse a las entidades y autoridades que tengan la facultad para ello en virtud de contratos o por disposición de la Ley, así como a aquellos empleados de la Compañía cuyas labores así lo requieran, sin perjuicio de los que para fines especiales establezca la Ley.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO SÉPTIMO.- NORMAS SUPLETORIAS.-** Para todo aquello sobre lo que no haya expresamente disposición estatutaria se aplicarán las normas contenidas en la Ley de Compañías, normas reglamentarias y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la Compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos.

**HASTA AQUÍ LOS ESTATUTOS**

**CUARTA.- DECLARACIONES.-** a) Los firmantes de la presente escritura pública son los accionistas fundadores de la Compañía, quienes declaran expresamente que ninguno de ellos se reserva en su provecho personal, beneficios tomados del capital de la Compañía en acciones u obligaciones.

Usted, Señor Notario, se servirá agregar y anteponer las cláusulas de estilo necesarias para la completa validez de este instrumento.

#### 6.4 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

ACTA DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE LA COMPAÑÍA “FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A.” –FEROSA-

En la ciudad de Quito, a los 6 días del mes de septiembre de 2009, a las catorce horas, en el local de la compañía FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A. –FEROSA-, ubicada en el Barrio Miraflores, de la parroquia de Nanegalito, bajo la dirección de la señora Cecilia Genoveva Reyes Morillo, nombrada para el efecto por la Junta, se reúnen los siguientes accionistas: LUIS ALFREDO SALAZAR ESTRELLA, MONICA ALEXANDRA SALAZAR ESTRELLA, SILVIA MARGARITA BELTRÁN CARTAGENA, PATRICIA DE LAS MERCEDES GONZÁLEZ BENÍTEZ, OLGA PATRICIA SÁENZ LEIVA, CECILIA GENOVEVA REYES MORILLO y XIMENA ESCOBAR SARRIA. Estando presente la totalidad del capital suscrito, los accionistas por unanimidad acuerdan celebrar Sesión de Junta General de Accionistas, para tratar los siguientes asuntos: 1.- Nombramiento del Presidente de la Compañía; y 2.- Nombramiento de Administrador General de la Compañía. El señor Director declara instalada la sesión y dispone se de curso al orden del día o asuntos acordados y luego de la debida deliberación del asunto, por unanimidad del capital social presente, la Junta General de Accionistas, RESUELVE: 1.- Nombrar como PRESIDENTE de la Compañía FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A., al señor LUIS ALFREDO SALAZAR ESTRELLA, por el período estatutario de 2 años.- Luego se delibera sobre el segundo punto y por unanimidad del capital social presente, la Junta General de

Accionistas, RESUELVE: 2.- Nombrar como ADMINISTRADOR GENERAL de la compañía FINCA ECOLÓGICA EL ROSARIO S.A. a la señorita SILVIA MARGARITA BELTRÁN CARTAGENA por el período de 2 años. Luego, por haberse resuelto todos los puntos acordados, el señor Director de la Junta declara un receso para redactar el Acta. A las 15:30 se reinstala la sesión y se da lectura al acta la que es aprobada por unanimidad del capital social. Para constancia suscriben el acta todos los socios presentes.

MARGARITA BELTRÁN CARTAGENA  
GERENTE

LUIS SALAZAR ESTRELLA  
PRESIDENTE

MONICA SALAZAR ESTRELLA  
ACCIONISTA

PATRICIA GONZÁLEZ BENÍTEZ  
ACCIONISTA

PATRICIA SÁENZ LEIVA  
ACCIONISTA

CECILIA REYES MORILLO  
ACCIONISTA

XIMENA ESCOBAR SARRIA  
ACCIONISTA

## 6.5 REQUERIMIENTOS Y REQUISITOS PARA CREAR UNA EMPRESA DENTRO DEL CANTÓN QUITO.

### 6.5.1 REQUERIMIENTOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

#### MARCO LEGAL

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.

#### DÓNDE Y CÓMO TRAMITAR

El impuesto de patentes municipales s grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### PATENTE PERSONAS NATURALES

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas y formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- Presentar planilla de mejoras emitida por el Departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
- Copias de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Copia de carta de pago de impuesto predial.



## PATENTE JURÍDICA NUEVA

Es el requisito al constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía, original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

## IMPUESTO DE 1.5 x 1000

Están obligados a realizar este pago todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y licencia única anual de funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos, es decir, contribuyentes que explotan establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportes (aéreos, terrestres, acuáticos y rentadores de autos) y establecimientos de animación y entretenimiento.

## PLAZO PARA DECLARAR

Hasta el 31 de julio de cada año.

## 6.5.2 REQUISITOS PARA CREAR UNA EMPRESA

### MINISTERIO DE TURISMO

Se deben presentar los siguientes documentos para tramitar la licencia de funcionamiento en el Ministerio de Turismo:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil.

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Fotocopia de cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Fotocopia del contrato compra-venta del establecimiento.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, marca del producto, marca de servicios, en trámite.
- Fotocopia del título de propiedad.
- Lista de precios de los servicios ofertados.
- Inventario valorado de Activos Fijos.
- Formulario de 1 x 1000 (Ministerio de Turismo)<sup>12</sup>

## MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Los requisitos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito son:

- Uso del suelo.
- Patentes municipales.
- Medio ambiente.
- Certificado del Cuerpo de Bomberos.
- Certificado sanitario.

## MINISTERIO DE SALUD

Los requisitos son los siguientes:

- Solicitud para el permiso de funcionamiento.
- Solicitud de inspección.
- Planilla de inspección.

---

<sup>12</sup> Fuente: Ministerio de Turismo

- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia de carné de salud ocupacional.
- Certificado sanitario.

## CUERPO DE BOMBEROS

- Solicitud de inspección.
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC.

## SERVICIO DE RENTAS INTERNAS – SRI –

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia de planilla de luz, agua o teléfono
- Contrato de compra – venta del bien inmueble

## CAPITULO VII

### 7. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, e orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. Por tanto, el primer paso en un proceso ésta naturaleza es definir objetivos para poder formular, a continuación, los interrogantes y criterios que van a ser satisfechos con los resultados del análisis que es el tercer paso a través de diversas técnicas.

#### 7.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Una vez identificado el mercado para el que está dirigido el presente proyecto, así como el tamaño y localización del proyecto, este capítulo persigue los siguientes objetivos:

- Determinar la cuantía de las inversiones requeridas para poner en marcha el proyecto.
- Determinar la forma de financiamiento del mismo

La inversión total del proyecto estará formada por activos fijos tangibles, activos intangibles o diferidos y capital de trabajo, que suman US\$ 368.834.10, de los cuales el financiamiento será el que a continuación se detalla:

## INVERSIÓN TOTAL

CONCEPTO	TOTAL
Activos Fijos Tangibles	350.515.90
Activos Fijos Intangibles	8.416.00
Capital de Trabajo	9.902.10
Inversión Total	368.834.10

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

## 7.2 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Son aquellos que dispone la empresa ya sea en bienes o valores, cortado a una fecha determinada. Son sujetos de depreciación, excepto el terreno.

Para el presente proyecto, los activos fijos tangibles son los que a continuación se detallan:

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	81.600,00
Edificaciones	206.601,00
Maquinaria y Equipo	27.466,30
Vehículo	27.540,00
Implementos de cocina	1.770,60
Equipo de computo	2.208,30
Equipos de oficina	1.117,30
Muebles y Enseres	2.212,40
TOTAL	350.515,90

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

### 7.2.1 TERRENO

La obra se realizará en la Provincia de Pichincha, parroquia Nanegalito, a una hora aproximadamente de Quito, ahí se encuentra ubicado el terreno donde se construirá la hostería, el mismo que tiene un área de 10.000 m<sup>2</sup>, tiene un avalúo de US\$ 8.00 por metro cuadrado, obteniendo un valor total de US\$ 80.000.00 por el terreno.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Terreno rural	Ha	1,00	80.000,0	80.000,0
			Subtotal	80.000,0
			Imprevistos 2%	1.600,0
			Total	81.600,0

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

## 7.2.2 EDIFICACIONES

La edificación se refiere a todos los costos de construcción de la hostería. Este valor asciende a US\$ 183.549.00. A continuación se puede observar en la siguiente tabla el detalle de estos costos.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Cabañas	m2	290,00	140,00	40.600,0
Oficinas	m2	40,00	180,00	7.200,0
Cocina	m2	80,00	180,00	14.400,0
Bar restaurante	m2	200,00	180,00	36.000,0
Sala de recepción	m2	40,00	180,00	7.200,0
Bodegas	m2	20,00	120,00	2.400,0
Piscina	m2	98,00	250,00	24.500,0
Sauna turco hidromasaje	m2	27,00	250,00	6.750,0
Canchas deportivas	m2	650,00	20,00	13.000,0
Juegos Infantiles	m2	100,00	30,00	3.000,0
Parqueaderos	m2	500,00	95,00	47.500,0
			Subtotal	179.950,0
			Imprevistos 2%	3.599,0
			Total	183.549,0

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora



### 7.2.3 VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Furgoneta de 18 pasajeros	Unidad	1,0	27.000,0	27.000,0
			Subtotal	27.000,0
			Imprevistos 2%	540,0
			Total	27.540,0

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

## 7.2.4 MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Calefones	Unidad	11,00	270,00	2.970,0
Televisor 40"	Unidad	1,00	1.589,88	1.589,9
Minicomponente	Unidad	1,00	276,27	276,3
Extractor de olores	Unidad	1,00	187,00	187,0
Cocina industrial a gas	Unidad	1,00	2.090,00	2.090,0
Refrigeradora	Unidad	1,00	1.999,00	1.999,00
Congelador	Unidad	1,00	820,00	820,0
Lavadora	Unidad	1,00	799,00	799,0
Batidora semiindustrial	Unidad	1,00	624,00	624,0
Licuadaora 64 onz	Unidad	1,00	583,00	583,0
Sanduchera	Unidad	1,00	523,59	523,6
Bandejas térmicas	Unidad	3,00	109,67	329,0
Microondas	Unidad	1,00	149,00	149,0
Muebles para bar	Unidad	1,00	1.200,00	1.200,0
Cama 2 plazas con veladores	Unidad	10,00	270,00	2.700,0
Cama 1 1/2 plaza con velador	Unidad	10,00	210,00	2.100,0
sillas de madera	Unidad	5,00	20,00	100,0
sillas giratorias	Unidad	2,00	75,00	150,0
silla ejecutiva	Unidad	1,00	110,00	110,0
Comedor 6 puestos	Unidad	1,00	420,00	420,0
Muebles de cocina	Unidad	1,00	2.200,00	2.200,0
Abrillantadora	Unidad	1,00	134,00	134,0
Planta eléctrica	Unidad	1,00	1.200,00	1.200,0
Tanque de gas	Unidad	13,00	52,00	676,0
Horno 4 gavetas	Unidad	1,00	1.520,00	1.520,0
Parrilla para carnes	Unidad	1,00	90,00	90,0
			Subtotal	25.539,8
			Imprevistos 2%	510,8
			Total	26.050,5

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

## 7.2.5 INSTRUMENTOS Y UTENSILIOS DE COCINA

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Cafetera	UN	1,00	102,99	103,0
Dispensador de agua	UN	3,00	61,12	183,4
Extractor de jugo	UN	1,00	110,00	110,0
Picadora	UN	1,00	60,00	60,0
Tazones de acero	UN	2,00	9,00	18,0
Olla de presión 10.5 Qt.	UN	1,00	369,32	369,3
Olla de inducción 24 Qt.	UN	1,00	177,81	177,8
Olla de inducción 12 Qt.	UN	2,00	108,14	216,3
Cacerola de inducción 10 Qt.	UN	1,00	101,38	101,4
Sartén teflón 36 cm diámetro	UN	1,00	71,28	71,3
Sartén no adherente 28 cm	UN	2,00	44,97	89,9
Sartén teflón 24 cm diámetro	UN	2,00	40,85	81,7
Cucharón capacidad 8 onz	UN	2,00	8,51	17,0
Proporcionador 8 onz	UN	2,00	3,64	7,3
Espumadera	UN	2,00	4,72	9,4
Jarra térmica 48 onz	UN	2,00	10,04	20,1
Cubertería	docenas	2,00	50,00	100,0
			Subtotal	1.735,9
			Imprevistos 2%	34,7
			Total	1.770,6

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

## 7.2.6 EQUIPOS DE COMPUTACION

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Computadores	UN	3,00	605,00	1.815,0
Impresora	UN	1	350,00	350,0
			Subtotal	2.165,0
			Imprevistos 2%	43,3
			<b>Total</b>	<b>2.208,3</b>

## 7.2.7 MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Sillón de espera 3 personas	UN	2,00	130,00	260,0
Mesa de centro	UN	1,00	60,00	60,0
Counter	UN	1,00	155,00	155,0
Taburetes	UN	10,00	45,00	450,0
Estantería	UN	2,00	572,00	1.144,0
Basureros	UN	20,00	5,00	100,0
			<b>Subtotal</b>	<b>2.169,0</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>43,4</b>
			<b>Total</b>	<b>2.212,4</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaboración: La Autora

## 7.2.8 EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Máquina registradora	UN	1,00	500,00	500,0
Central telefónica	UN	1,00	270,00	270,0
Teléfonos	UN	4,00	45,00	180,0
Telefax	UN	1,00	110,00	110,0
Perforadora	UN	3,00	5,46	16,4
Grapadora	UN	3,00	6,34	19,0
			<b>Subtotal</b>	<b>1.095,4</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	21,9
			<b>Total</b>	<b>1.117,3</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

### 7.3 ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Corresponden a la elaboración de los estudios y diseños del presente proyecto, así como a registros, afiliación y licencias de operación.

#### ACTIVOS INTANGIBLES

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Estudios y diseños definitivos	6.000,00
Gastos de Constitución	1.600,00
Afiliación Cámara de Turismo	500,00
Registros y licencias	151,00
Subtotal	8.251,0
Imprevistos 2%	165,0
Total	8.416,0

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

## 7.4 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

El capital de trabajo solo se usa para financiar la operación de un negocio y dar margen a recuperar la cartera de ventas. Es la inversión en activos a corto plazo y sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario.

Descripción	Valor Total Anual	Valor Total Mensual
Mano de Obra directa	25.092,0	2.091,0
Materiales directos	33.127,7	2.760,6
Mantenimiento y Reparación	2.985,9	248,8
Mantelería y blancos	13.415,0	1.117,9
Menaje y Cristalería	1.291,2	107,6
Insumos	5.332,8	444,4
Seguros	8.790,6	732,6
Gastos Administrativos y Generales	25.459,2	2.121,6
Gastos de Ventas	3.331,3	277,6
<b>Total</b>	<b>118.825,7</b>	<b>9.902,1</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

## 7.5 CUADRO DE FUENTES Y USOS

Se plantea que la inversión correspondiente a terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, vehículo y equipo de oficina se lo financie con recursos ajenos, en este caso, por la Corporación Financiera Nacional –CFN-

Concepto	Valor	Préstamo		Recursos Propios	
		%	Valor	%	Valor
Terreno	81.600,00	100	81.600,00		
Construcciones	206.601,00	70	144.620,70	30	61.980,30
Maquinaria y Equipo	27.466,31	70	19.226,41	30	8.239,89
Vehículo	27.540,00	50	13.770,00	50	13.770,00
Implementos de cocina	1.770,60	50	885,30	50	885,30
Equipo de computo	2.208,30			100	2.208,30
Equipos de Oficina	1.117,31			100	1.117,31
Muebles y enseres	2.212,38			100	2.212,38
Activos Fijos					
Intangibles	8.416,02			100	8.416,02
Capital de Trabajo	9.902,14			100	9.902,14
<b>Total</b>	<b>368.834,05</b>	<b>0,71</b>	<b>260.102,41</b>	<b>0,29</b>	<b>108.731,64</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora



## 7.6 COSTOS E INGRESOS

Constituyen los desembolsos en efectivo o reales como, mano de obra directa, materiales directos, mantelería y blancos, menaje, insumos, gastos de administración, gastos de ventas, así como aquellos que únicamente se constituyen en asientos contables, es decir, el caso de las depreciaciones y amortizaciones.

A continuación se detalla cada uno de los rubros antes mencionados:

### 7.6.1 MANO DE OBRA DIRECTA

Este rubro corresponde al pago que se realizará a los miembros que laborarán en la finca, es decir, aquellos que tendrán contacto directo con los turistas.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Cocinero	Profesional	1,00	500,00	6.000,00
Ayudante de cocina	Profesional	1,00	400,00	4.800,00
Mesero	Profesional	1,00	400,00	4.800,00
Mucama	Profesional	1,00	400,00	4.800,00
Conserje	Profesional	1,00	350,00	4.200,0
<b>Subtotal</b>				<b>24.600,0</b>
<b>Imprevistos 2%</b>				<b>492,0</b>
<b>Total</b>				<b>25.092,0</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

## 7.6.2 MATERIALES DIRECTOS

Corresponde a la compra de los productos que se necesitarán para ofrecer a los turistas un servicio de calidad, así como el costo de los menús.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Desayunos	Menús	2.880,00	1,56	4.492,8
Almuerzos	Menús	2.880,00	4,50	12.960,0
Cenas	Menús	2.880,00	4,50	12.960,0
Jabón de tocador	Paquetes	3.000,00	0,15	450,0
Papel higiénico	Paquetes	200,00	0,58	116,0
Shampoo	Sachets	3.000,00	0,15	450,0
Desinfectante 4 litros	Galones	50,00	4,72	236,0
Detergente	Kilos	100,00	1,88	188,0
Escobas	UN	12,00	2,64	31,7
Trapeadores	UN	12,00	5,03	60,4
Ajax cloro	Galones	24,00	3,59	86,2
Guante caucho	Pares	30,00	0,88	26,4
recogedor de basura	UN	6,00	3,72	22,3
Lava platos 1.000 gr.	UN	60,00	1,83	109,8
Cepillo sanitario con base	UN	12,00	1,30	15,6
Fregador de platos	UN	60,00	0,20	12,0
Jabón líquido 2 lt.	Galones	50,00	5,22	261,0
<b>Subtotal</b>				32.478,1
<b>Imprevistos 2%</b>				649,6
<b>Total</b>				33.127,7

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

### 7.6.3 MANTELERÍA Y BLANCOS

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Sábanas 2 plazas	Docenas	12,00	192,00	2.304,00
sábanas 1 1/2 plazas	Docenas	12,00	168,00	2.016,00
juego toallas	Docenas	12,00	144,00	1.728,00
manteles de mesa	Docenas	40,00	120,00	4.800,00
servilletas de tela	Docenas	160,00	14,40	2.304,00
<b>Subtotal</b>				<b>13.152,0</b>
<b>Imprevistos 2%</b>				<b>263,0</b>
<b>Total</b>				<b>13.415,0</b>

#### 7.6.4 MENAJE Y CRISTALERÍA

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Plato 15.5 cm diámetro	UN	36,00	2,39	86,04
Plato sopero 22.6 cm	UN	36,00	3,91	140,76
Plato tendido 25.4 cm	UN	36,00	4,61	165,96
Plato poste 19.3 cm	UN	36,00	2,88	103,68
Plato para taza 14 cm	UN	36,00	1,78	64,08
Taza	UN	36,00	2,19	78,84
copa para vino 7.5 onz	UN	36,00	2,59	93,24
copa para agua 33.5 onz	UN	36,00	3,06	110,16
Salseras 200 cc	UN	24,00	0,83	19,92
Cuchillo profesional	UN	5,00	10,08	50,40
Azucarera	UN	20,00	4,19	83,80
Mantequillero	UN	20,00	0,97	19,40
Tabla de picar	UN	2,00	15,00	30,00
Vasos cerveceros	UN	24,00	1,18	28,32
vasos de vidrio para jugos	UN	60,00	1,05	63,00
Jarra 48 onz	UN	4,00	12,66	50,64
Hielera	UN	2,00	2,80	5,60
Pirex	UN	6,00	12,00	72,00
<b>Subtotal</b>				<b>1.265,8</b>
<b>Imprevistos 2%</b>				<b>25,3</b>
<b>Total</b>				<b>1.291,2</b>

## 7.6.5 INSUMOS

Corresponde a rubros que son indispensables para el buen funcionamiento de la hostería.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Agua	m3	2.400,00	0,20	480,0
Energía eléctrica	Kwh	12.000,00	0,08	960,0
Teléfono	Minutos	36.000,00	0,02	720,0
Combustible	Galones	12,00	15,00	180,0
Gasolina vehículo	Galones	400,00	2,05	820,0
Gas industrial	kilos (45)	60,00	34,47	2.068,2
			<b>Subtotal</b>	<b>5.228,2</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>104,6</b>
			<b>Total</b>	<b>5.332,8</b>

## 7.7 GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Dentro de este rubro se tienen las depreciaciones y amortizaciones, cuyo rubro representa un gasto ficticio, es decir, no representan desembolsos reales de dinero si no solo asientos contables. Además tenemos mantenimiento, reparación y seguros.

### 7.7.1 DEPRECIACIONES

Concepto Depreciación Línea Recta	Inversión	Vida útil	%	Valor Total Anual
Edificaciones	206.601.00	20	5	10.330.10
Maquinaria y Equipo	27.466.30	10	10	2.746.60
Vehículo	27.540.00	5	20	5.508.00
Instrumentos y utensilios de cocina	1.770.60	3	33	589.60
Equipos de cómputo	2.280.30	3	33	735.40
Equipo de oficina	1.117.30	5	20	372.10
Muebles y Enseres	2.212.40	10	10	221.20
Total Depreciación				20.503.00
Amortización				
Activos Diferidos (intangibles)	8.416.00	5	20	1.683.20
Total				22.186.20

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

## 7.7.2 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

Corresponde a aquellos desembolsos de dinero ocasionados por la acción de mantener los activos de la Finca Ecológica El Rosario.

Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Edificaciones	206.601.00	0.1	20.660.10	1.721.70	20.660.10
Maquinaria y Equipo	27.466.30	0.05	1.373.30	114.40	1.373.30
Vehículo	27.540.00	0.05	1.377.00	114.80	1.377.00
Equipos de cómputo	2.208.30	0.05	110.40	9.20	110.40
Equipo de oficina	1.117.30	0.02	22.30	1.90	22.30
Muebles y Enseres	2.212.40	0.02	44.20	3.70	44.20
				Subtotal	2.927.30
				Imprevistos	58.50
				2%	
				Total	2.985.90

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

### 7.7.3 SEGUROS

Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Edificaciones	206.601.00	0.03	6.198.00	516.50	6.198.00
Maquinaria y Equipo	27.466.30	0.03	824.00	68.70	824.00
Vehículo	27.540.00	0.05	1.377.00	114.80	1.377.00
Instrumentos y utensilios de cocina	1.770.60	0.03	53.10	4.40	53.10
Equipos de cómputo	2.208.30	0.03	66.20	5.50	66.20
Equipos de oficina	1.117.30	0.03	33.50	2.80	33.50
Muebles y enseres	2.212.40	0.03	66.40	5.50	66.40
				Subtotal	8.618.30
				Imprevistos	172.40
				2%	
				Total	8.790.60

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora



## 7.8 GASTOS DE ADMINISTRACION

Los gastos de administración tienen una naturaleza fija, es decir, que éstos no varían en función de niveles de servicios ni producción. A continuación se detallan los principales ítems que integran este rubro:

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Administrador	Persona	1.00	800.00	800.00	9.600.00
Secretaria – Recepcionista	Persona	1.00	400.00	400.00	4.800.00
Jefe Alimentos y Bebidas	Persona	1.00	450.00	450.00	5.400.00
Contador	Persona	1.00	400.00	400.00	4.800.00
Útiles de oficina	Mensual	1.00	30.00	30.00	360.00
				Subtotal	24.960.00
				Imprevistos 2%	499.20
				Total	25.459.20

Fuente: Investigación Propia  
Elaboración: La Autora

## 7.9 GASTOS DE VENTAS

Corresponde a los gastos que se realizarán por concepto de la acción de vender, es decir por las actividades estrechamente relacionadas con el proceso de hacer llegar el servicio a los turistas.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Diseño página web	UN	1,00	300,00	300,00	300,0
Mantenimiento página web	UN	1,00	50,00	50,00	50,0
Trípticos	millar	2,00	300,00	600,00	600,0
Valla publicitaria	UN	1,00	300,00	300,00	300,0
Publicidad prensa	UN	6,00	336,00	2.016,00	2.016,0
<b>Subtotal</b>					<b>3.266,0</b>
<b>Imprevistos 2%</b>					<b>65,3</b>
<b>Total</b>					<b>3.331,3</b>

## 7.10 COSTO FINANCIERO

Corresponde al pago de los intereses generados por el préstamo que se realizará a la Corporación Financiera Nacional para el financiamiento parcial del proyecto. El préstamo se propone realizar por el valor de US\$ 260.102.41 a un plazo de 10 años pagaderos semestralmente a una tasa de interés del 10%.

## 7.11 TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL

Período		Pagos Periódicos	Interés	Amortización	Saldo Insoluto	Pago Anual Interés	Amortización Anual
Año	Semestre						
	<b>260.102.41</b>						
1	252.236.24	20.871.29	13.005.12	7.866.17	252.236.24		
2	243.976.76	20.871.29	12.611.81	8.259.48	243.976.76	25.616.93	16.125.65
3	235.304.31	20.871.29	12.198.84	8.672.45	235.304.31		
4	226.198.24	20.871.29	11.765.22	9.106.07	226.198.24	23.964.05	17.778.53
5	216.636.86	20.871.29	11.309.91	9.561.38	216.636.86		
6	206.597.41	20.871.29	10.831.84	10.039.45	206.597.41	22.141.75	19.600.83
7	196.055.99	20.871.29	10.329.87	10.541.42	196.055.99		
8	184.987.50	20.871.29	9.802.80	11.068.49	184.987.50	20.132.67	21.609.91
9	173.365.58	20.871.29	9.249.37	11.621.92	173.365.58		
10	161.162.57	20.871.29	8.668.28	12.203.01	161.162.57	17.917.65	23.824.93
11	148.349.41	20.871.29	8.058.13	12.813.16	148.349.41		
12	134.895.59	20.871.29	7.417.47	13.453.82	134.895.59	15.475.60	26.266.98
13	120.769.08	20.871.29	6.744.78	14.126.51	120.769.08		
14	105.936.24	20.871.29	6.038.45	14.832.84	105.936.24	12.783.23	28.959.35
15	90.361.77	20.871.29	5.296.81	15.574.48	90.361.77		
16	74.008.56	20.871.29	4.518.09	16.353.20	74.008.56	9.814.90	31.927.68
17	56.837.70	20.871.29	3.700.43	17.170.86	56.837.70		
18	38.808.30	20.871.29	2.841.89	18.029.41	38.808.30	6.542.31	35.200.27
19	19.877.42	20.871.29	1.940.41	18.930.88	19.877.42		
20	-	20.871.29	993.87	19.877.42	-	2.934.29	38.808.30

## 7.12 PROYECCIÓN DE COSTOS

La proyección de los costos, se los ha realizado considerando un crecimiento paulatino de la oferta del proyecto, partiendo de 8 turistas por semana en el año uno, hasta llegar a 17 en el año diez. El criterio para la proyección de los costos variables fue el de crecer en función del porcentaje del crecimiento de la oferta del proyecto, mientras que para los costos fijos, cada uno tiene sus propios comportamientos.

A continuación se detalla cada uno de los rubros:

COSTOS DIRECTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano obra directa	25.092.00	28.353.96	31.472.90	34.620.19	37.736.00	40.754.88	44.015.27	47.096.34	50.393.09	53.416.67
Materiales directos	33.127.68	37.434.28	41.552.05	45.707.26	49.820.91	53.806.58	58.111.11	62.178.89	66.531.41	70.523.29
Mantelería y blancos	13.415.04	15.159.00	16.826.48	18.509.13	20.174.96	21.788.95	23.532.07	25.179.31	26.941.86	28.58.38
Menaje y cristalería	1.291.16	1.459.01	1.619.50	1.781.45	1.941.78	2.097.12	2.264.89	2.423.43	2.593.07	2.748.66
Insumos	5.332.76	6.026.02	6.688.89	7.357.77	8.019.97	8.661.57	9.354.50	10.009.31	10.709.96	11.352.56
Mnte. y Reparación	2.985.87	3.015.73	3.045.59	3.075.45	3.105.31	3.135.16	3.165.02	3.194.88	3.224.74	3.254.60
Seguros	8.618.28	7.882.13	7.145.98	6.409.71	5.768.04	5.093.70	4.694.77	4.295.83	3.896.89	3.497.95
Depreciaciones	20.502.95	20.502.95	20.502.95	20.502.95	20.502.95	14.994.95	14.994.95	14.994.95	14.994.95	14.994.95
Amortizaciones	1.683.20	1.683.20	1.683.20	1.683.20	1.683.20					
Total costos produc.	112.048.95	121.516.28	130.537.54	139.647.12	148.753.12	150.332.93	160.132.58	169.372.95	179.285.98	188.347.07
Gastos Adminis.	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20
Gastos Ventas	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32
Gastos Financieros	25.616.93	23.964.05	22.141.75	20.132.67	17.917.65	15.475.60	12.783.23	9.814.90	6.542.31	2.934.29
<b>TOTAL</b>	<b>166.456.40</b>	<b>174.270.86</b>	<b>181.469.82</b>	<b>188.570.31</b>	<b>195.461.30</b>	<b>194.599.05</b>	<b>201.706.33</b>	<b>207.978.37</b>	<b>214.618.81</b>	<b>220.071.87</b>

## 7.13 CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS FIJOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seguros	8.618.28	7.882.13	7.145.98	6.409.71	5.768.04	5.093.70	4.694.77	4.295.83	3.896.89	3.497.95
Depreciaciones	20.502.95	20.502.95	20.502.95	20.502.95	20.502.95	14.994.95	14.994.95	14.994.95	14.994.95	14.994.95
Amortizaciones	1.683.20	1.683.20	1.683.20	1.683.20	1.683.20					
Gastos Administrativos	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20	25.459.20
Gastos Ventas	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32	3.331.32
Gastos Financieros	25.616.93	23.964.05	22.141.75	20.132.67	17.917.65	15.475.60	12.783.23	9.814.90	6.542.31	2.934.29
Mnto. y reparación	2.985.87	3.015.73	3.045.59	3.075.45	3.105.31	3.135.16	3.165.02	3.194.88	3.224.74	3.254.60
<b>TOTAL FIJOS</b>	<b>88.197.76</b>	<b>85.838.59</b>	<b>83.310.00</b>	<b>80.594.51</b>	<b>77.767.68</b>	<b>67.489.94</b>	<b>64.428.50</b>	<b>61.091.08</b>	<b>57.449.42</b>	<b>53.472.31</b>
Mano obra directa	25.092.00	28.353.96	31.472.90	34.620.19	37.736.00	40.754.88	44.015.27	47.096.34	50.393.09	53.416.67
Materiales directos	33.127.68	37.434.28	41.552.05	45.707.26	49.820.91	53.806.58	58.111.11	62.178.89	66.531.41	70.523.29
Mantelería y blancos	13.415.04	15.159.00	16.826.48	18.509.13	20.174.96	21.788.95	23.532.07	25.179.31	26.941.86	28.558.38
Menaje y cristalería	1.291.16	1.459.01	1.619.50	1.781.45	1.941.78	2.097.12	2.264.89	2.423.43	2.593.07	2.748.66
Insumos	5.332.76	6.026.02	6.688.89	7.357.77	8.019.97	8.661.57	9.354.50	10.009.31	10.709.96	11.352.56
<b>TOTAL VARIABLES</b>	<b>78.258.64</b>	<b>88.432.27</b>	<b>98.159.82</b>	<b>107.975.80</b>	<b>117.693.62</b>	<b>127.109.11</b>	<b>137.277.84</b>	<b>146.887.29</b>	<b>157.169.40</b>	<b>166.599.56</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>166.456.40</b>	<b>174.270.86</b>	<b>181.469.82</b>	<b>188.570.31</b>	<b>195.461.30</b>	<b>194.599.05</b>	<b>201.706.33</b>	<b>207.978.37</b>	<b>214.618.81</b>	<b>220.071.87</b>

## 7.14INGRESOS

Los ingresos se establecieron en función del número de turistas que tendremos al año y el de 2.880 en el primer año, es decir 8 turistas diarios, tomado en cuenta que los ingresos se incrementarán año a año debido al crecimiento de turistas.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Turistas	2.880.00	3.240.00	3600.00	3960.00	4320.00	4.680.00	5.040.00	5.400.00	5.760.00	6.120.00
Precio ventas primer paquete	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Ingresos totales	172.800.00	194.400.00	216.000.00	237.600.00	259.200.00	280.800	302.400	324.000.00	345.600.00	367.200.00



## 7.15 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación de proyectos tiene como objetivo, establecer las bondades que recibirá el inversionista por asignar recursos a una inversión específica.

Para el presente proyecto el objetivo principal es:

- Comprobar la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero.



## 7.15.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Determina la situación del proyecto al inicio de las operaciones.

### ACTIVOS

#### Activo Corriente

Caja/Bancos	9902,1	
Total Activo Corriente		9902,1

#### Activo Fijo

Terreno	81600,0	
Construcciones	206601,0	
Vehículo	27540,0	
Implementos de cocina	1770,6	
Maquinaria y Equipo	27466,3	
Equipos de computo	2208,3	
Equipo de oficina	1117,3	
Muebles y Enseres	2212,4	
Total Activo Fijo		350515,9

#### Activos Diferidos

<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>368834,1</b>
----------------------	--	-----------------

### PASIVOS

#### Pasivos a Largo Plazo

Préstamo Largo Plazo	260102,4	
<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>		<b>260102,4</b>

#### **PATRIMONIO**

Capital	108731,6	
<b>Total Patrimonio</b>		<b>108731,6</b>

<b>TOTAL PAS. + PATRIM.</b>		<b>368834,1</b>
-----------------------------	--	-----------------

## 7.15.2 ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

El estado de resultados refleja el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al final de un período determinado, generalmente un año. En el presente proyecto se determinará la utilidad del ejercicio de cada año.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS	172.800.00	194.400.00	216.000.00	237.600.00	259.200.00	280.800.00	302.400.00	324.000.00	345.600.00	367.200.00
COSTO DE PRODUCCIÓN	112.048.90	121.516.30	130.537.50	139.647.10	148.753.10	150.332.90	160.132.60	169.373.00	179.286.00	188.347.10
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>60.751.00</b>	<b>72.884.00</b>	<b>85.462.00</b>	<b>97.953.00</b>	<b>110.447.00</b>	<b>130.467.00</b>	<b>142.267.00</b>	<b>154.627.00</b>	<b>166.314.00</b>	<b>178.853.00</b>
GASTOS ADMINISTR.	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00	25.459.00
GASTO DE VENTAS	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00	3.331.00
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>31.961.00</b>	<b>44.093.00</b>	<b>56.672.00</b>	<b>69.162.00</b>	<b>81.656.00</b>	<b>101.677.00</b>	<b>113.477.00</b>	<b>125.837.00</b>	<b>137.523.00</b>	<b>150.062.00</b>
GASTO FINANCIERO	25.617.00	23.964.00	22.142.00	20.133.00	17.918.00	15.476.00	12.783.00	9.815.00	6.542.00	2.934.00
<b>UTILIDAD ANTES DE REPARTO</b>	<b>6.344.00</b>	<b>20.129.00</b>	<b>34.530.00</b>	<b>49.030.00</b>	<b>63.739.00</b>	<b>86.201.00</b>	<b>100.694.00</b>	<b>116.022.00</b>	<b>130.981.00</b>	<b>147.128.00</b>
15% REPARTO TRABAJADORES	952.00	3.019.00	5.180.00	7.354.00	9.561.00	12.930.00	15.104.00	17.403.00	19.647.00	22.069.00
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTOS</b>	<b>5.392.00</b>	<b>17.110.00</b>	<b>29.351.00</b>	<b>41.675.00</b>	<b>54.178.00</b>	<b>73.271.00</b>	<b>85.590.00</b>	<b>98.618.00</b>	<b>111.334.00</b>	<b>125.059.00</b>
25% IMPUESTO RENTA	1.348.00	4.277.00	7.338.00	10.419.00	13.544.00	18.318.00	21.397.00	24.655.00	27.834.00	31.265.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.044.00</b>	<b>12.832.00</b>	<b>22.013.00</b>	<b>31.256.00</b>	<b>40.633.00</b>	<b>54.953.00</b>	<b>64.192.00</b>	<b>73.964.00</b>	<b>83.501.00</b>	<b>93.794.00</b>

### 7.15.3 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Al flujo de caja se le considera uno de los elementos más importantes dentro de la evaluación de un proyecto, y por tanto, corresponde al movimiento de efectivo que tendrá el proyecto durante su vida útil.

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRECIACION Y AMORTIZACION	V. RESIDUAL	C. TRABAJO	INV. INICIAL	PRESTAMO	AMORTIZACION	FNC
0					368.834.10	260.102.41		-108.731.60
1	4.044.00	22.549.00					16.125.60	10.467.90
2	12.832.00	22.549.00					17.778.50	17.146.80
3	22.013.00	22.549.00					19.600.80	24.068.70
4	31.256.00	22.549.00			3.978.89		21.609.90	26.883.70
5	40.633.00	22.549.00					23.824.90	37.588.60
6	54.953.00	13.298.00					26.267.00	39.792.20
7	64.192.00	13.298.00			3.978.89		28.959.30	41.903.80
8	73.964.00	13.298.00					31.927.70	52.254.80
9	83.501.00	13.298.00					35.200.27	58.057.50
10	93.794.00	13.298.00	185.134.00	9.902.10	3.978.89		38.808.30	255.377.20

#### 7.15.4 VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA –VAN-

Para traer a valor presente los valores futuros de ingresos y egresos, se trabajo con una tasa de descuento equivalente al 12.10% lo cual corresponde al costo ponderado del capital ajeno y propio más un 8% de tasa de libre riesgo del mercado.

Este criterio muestra que el proyecto debe aceptarse si su Valor Actual Neto –VAN- es igual o superior a cero, donde él, es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos en moneda actual.

El cálculo para sacar el VAN se lo realizó de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} \text{Tasa Pasiva} &= 0.05 & \text{Tasa Activa} &= 10\% & T &= 0.6375 \\ \text{Recursos Propios} &= 30\% & \text{Recursos Ajenos} &= 70\% \\ \text{Tasa de Libre Riesgo} &= 8\% \end{aligned}$$

$$I_0 - \frac{FNC}{(1+i)^n} = 0$$

$$\text{Ejemplo para primer año } I_0 - \frac{10468}{(1+0,121)^1} = 9337$$

#### TASA DE DESCUENTO

$$\begin{aligned} i &= TP (\%RP) + TA (1-t) (\%RA) + TR \\ i &= 0.1210625 \\ I &= 12.10\% \end{aligned}$$

PERIODO	FNC	FNCA
0	-108.732.00	-108.732.00
1	10.468.00	<b>9.337.00</b>
2	17.147.00	13.643.00
3	24.069.00	17.083.00
4	26.884.00	17.020.00
5	37.589.00	21.228.00
6	39.792.00	20.046.00
7	41.904.00	18.830.00
8	52.255.00	20.945.00
9	58.058.00	20.758.00
10	255.377.00	81.449.00
VAN		<b>131.608.00</b>

Los resultados son favorables para el inversionista, ya que a más de recuperar su inversión, el proyecto permitirá acumular un valor de 131.607.99 dólares adicionales durante el período de vida útil del proyecto, en valor presente.

### 7.15.6 TASA INTERNA DE RETORNO PARA EL INVERSIONISTA –TIR-

La TIR determina el nivel de rentabilidad que el inversionista obtendrá por la decisión de invertir en este proyecto. La TIR se calcula de la siguiente manera:

$T_m$  = Tasa menor                       $T_M$  = Tasa Mayor

$$TIR = (T_m + (T_M - T_m) * \frac{VAN_{T_m}}{(VAN_{T_m} - VAN_{T_M})})$$

$$TIR = (0,2576 + (0,2776 - 0,2576) * \frac{5224,2}{(5224,2 - 4886,2)}) = 26,8\%$$

AÑOS	FNC	TASA 25.765%	TASA 27.765%
0	-108.732	-108.732	-108.732
1	10.468	8.323	8.193
2	17.147	10.841	10.504
3	24.069	12.100	11.540
4	26.884	10.746	10.089
5	37.589	11.947	11.041
6	39.792	10.056	9.148
7	41.904	8.420	7.540
8	52.255	8.349	7.359
9	58.058	7.376	6.400
10	255.377	25.798	22.032
		5.224.2106	-4.886.217

Como se puede observar la Tasa Interna de Retorno –TIR- para el inversionista es del 26,8%. Lo expresado en otras palabras es que, por cada dólar invertido en el proyecto, el inversionista obtendrá un 26.8% de rentabilidad.

### 7.15.7 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN PRI

Este indicador permite calcular el tiempo estimado en que el inversionista recuperará los recursos en el proyecto.

PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-108.732	-108.732	-108.732
1	10.468	9.016	-99.715
2	17.147	12.721	-86.994
3	24.069	15.380	-71.615
4	26.884	14.797	-56.818
5	37.589	17.819	-38.998
6	39.792	16.248	-22.750
7	41.904	14.738	-8.013
8	52.255	15.830	7.817
9	58.058	15.148	22.965
10	255.377	57.393	80.358

Como se puede apreciar en el cuadro del PRI, el inversionista podrá recuperar su inversión en el séptimo año, lo que significa que el proyecto si es rentable y que muestra cualidades muy favorables.

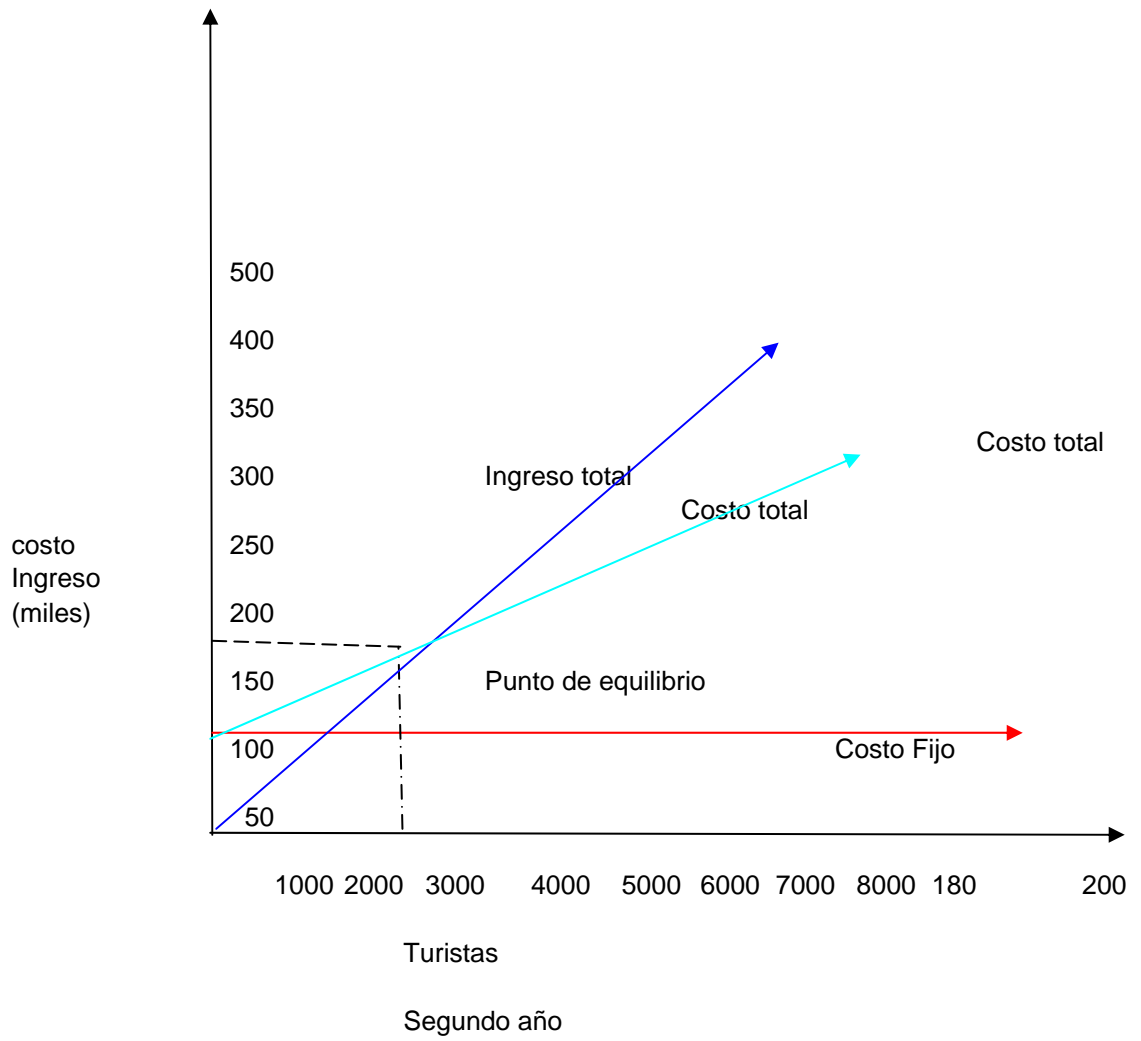
### 7.15.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Permite determinar en qué punto de ventas, el inversionista ni pierde ni gana, y por otra parte cuál debe ser el nivel mínimo de capacidad del proyecto para no perder ni ganar.

La fórmula para determinar el punto de equilibrio en dólares es: 
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
82.689.75	80.330.59	77.802.00	75.086.51	72.259.67	61.981.94	58.920.49	55.583.08	51.941.41	47.964.31
83.766.64	94.656.31	105.068.50	115.575.35	125.977.13	136.055.30	146.939.73	157.225.51	168.231.29	178.325.17
<b>166.456.40</b>	<b>174.986.89</b>	<b>182.870.50</b>	<b>190.661.86</b>	<b>198.236.81</b>	<b>198.037.24</b>	<b>205.860.22</b>	<b>212.808.59</b>	<b>220.172.71</b>	<b>226.289.48</b>
172.800.00	194.400	216.000	237.600	259.200.00	280.800	302.400.00	324.000.00	345.600.00	367.200.00
160.488.10	156.564.00	151.492.00	146.204.50	140.589.30	120.242.90	114.611.60	107.983.70	101.207.00	93.249.60
2.880.00	3.240.00	3.600.00	3.960.00	4.320.00	4.680.00	5.040.00	5.400.00	5.760.00	6.120.00
29.20	29.20	29.20	29.20	29.20	29.20	29.20	29.20	29.20	29.20
60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
2.675.00	2.609.00	2.525.00	2.437.00	2.343.00	2.004.00	1.910.00	1.800.00	1.687.00	1.554.00





## 7.16 ÍNDICES FINANCIEROS

Hasta este punto de la evaluación del presente proyecto, la decisión básica de aceptar o rechazar el proyecto, ya está tomada al haber evaluado la rentabilidad económica del mismo. Sin embargo, utilizando los estados financieros proyectados, se puede evaluar las condiciones operacionales de la hostería, las cuales se analizar con las razones financieras, que tiene como propósito señalar los puntos fuertes y débiles o sensibles del proyecto.

Para tener una visión más clara de la liquidez y rentabilidad de la hostería, se ha considerado los siguientes indicadores financieros:

### 7.16.1 RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN

La rentabilidad sobre la inversión significa que por cada dólar invertido, la utilidad es de 1.096 centavos.

$$\text{Rentabilidad sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre la inversión} = \frac{4.044}{368.834.10}$$

$$\text{Rentabilidad sobre la inversión} = 1.096\%$$

## 7.16.2 RENTABILIDAD SOBRE RECURSOS PROPIOS

La rentabilidad sobre recursos propios quiere decir que por cada dólar de recurso propio invertido en el proyecto, se recuperará 3.70 centavos adicionales.

$$\text{Rentabilidad sobre recursos propios} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Recursos Propios}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre recursos propios} = \frac{4.044}{108.731.05}$$

$$\text{Rentabilidad sobre recursos propios} = 0.037$$

$$\text{Rentabilidad sobre recursos propios} = 3.70\%$$

## 7.16.3 RENTABILIDAD SOBRE VENTAS

Este indicador financiero muestra que por cada dólar vendido, se obtendrá 2.30 centavos adicionales.

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{4.044}{172.800}$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = 0.023$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = 2.30\%$$

#### 7.16.4 ÍNDICE DE COBERTURA

A partir de la utilidad operacional existen 0.76 veces de capacidad para cumplir los compromisos con terceros, que en este caso corresponde al pago del préstamo.

$$\text{Índice de Cobertura} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Interés} + \text{Amortización}}$$

$$\text{Índice de Cobertura} = \frac{31.961}{25.617 + 16.125.65}$$

$$\text{Índice de Cobertura} = 0.76$$

## CAPITULO VIII

### 8. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

#### 8.1 DEFINICIÓN

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es un proceso técnico y a la vez un procedimiento jurídico administrativo que tiene por objeto la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto o actividad produciría en caso de ser ejecutado, así como la prevención, corrección y valoración de los mismos.<sup>13</sup>

De esta manera, las Evaluaciones de Impacto Ambiental se han convertido en el instrumento más poderoso que nuestra sociedad posee, en la actualidad, para preservar el medio ambiente y los recursos naturales, al enmarcarse dentro de un proceso más amplio que introduce los factores ambientales en la toma de decisiones sobre la conveniencia o no de un proyecto con incidencia importante en el medio natural.

La Evaluación de Impacto Ambiental debe comprender, al menos, la estimación de los efectos sobre la población humana, la fauna, la flora, el suelo, el aire, el clima, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área presumiblemente afectada. Asimismo debe comprender la estimación de la incidencia del proyecto, obra o actividad que tiene sobre las relaciones sociales y las condiciones de tranquilidad pública, tales como: ruidos, vibraciones, olores y emisiones luminosas, y la de cualquier otra incidencia ambiental que pudiera producirse.

---

<sup>13</sup> SÁNCHEZ Angel, Introducción a la Evaluación del Impacto Ambiental, España 2009

## 8.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La Finca Ecológica El Rosario, se encuentra en la parroquia de Nanegalito, cantón Quito, provincia de Pichincha, en el kilómetro 63 de la vía Calacalí – La Independencia.

En la actualidad es un área de producción agrícola y ganadera, sin embargo, a continuación se describen las principales características de la finca.

El proyecto tiene como fin aprovechar las características naturales de la Finca Ecológica El Rosario, así como su vista panorámica espectacular y sus alrededores para desarrollar el turismo ecológico, a través de la prestación de servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

## 8.2.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA FINCA

Tipo de Proyecto	Agricultura y ganadería Turismo
Nivel de los estudios técnicos del proyecto	Estudio de Factibilidad
Categoría del proyecto	Construcción Equipamiento
Localización	Noroccidente de la provincia de Pichincha
Clima	Templado 2.300 – 3.000 msnm
Ocupación actual del área de influencia	Áreas agrícolas y ganaderas Bosques naturales Zona de potencial turístico Zonas escénicas únicas
Calidad del suelo	Fértil
Permeabilidad del suelo	El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.
Condiciones de drenaje	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones.
Precipitaciones	Lluvias en época invernal o esporádicas.
Calidad del aire	Puro. No existen fuentes contaminante que lo alteren.
Vegetación	Arbustos, Pastos, Cultivos, Matorrales
Uso de la vegetación	Alimenticio Comercial Medicinal Ornamental
Fauna	Insectos Anfibios Aves Mamíferos

### 8.3 GESTIÓN AMBIENTAL

Se denomina gestión ambiental al conjunto de diligencias conducentes al manejo integral del sistema ambiental. Dicho de otro modo e incluyendo el concepto de desarrollo sostenible, es la estrategia mediante la cual se organizan las actividades que afectan al medio ambiente, con el fin de lograr una adecuada calidad de vida, previniendo o mitigando los problemas ambientales.

La gestión ambiental responde al “cómo hay que hacer” para conseguir lo planteado por el desarrollo sostenible, es decir, para conseguir un equilibrio adecuado para el desarrollo económico, crecimiento de la población, uso racional de los recursos y protección y conservación del ambiente. Abarca un concepto integrador superior al del manejo ambiental: en efecto, considera además las acciones a ejecutarse por la parte operativa y también las directrices, lineamientos y políticas formuladas desde los entes rectores, que terminan mediando la implementación.<sup>14</sup>

### 8.4 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

Se denomina plan de manejo ambiental al plan que, de manera detallada, establece las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, compensar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados en el desarrollo de un proyecto, obra o actividad; incluye también los planes de seguimiento, evaluación y monitoreo y los de contingencia.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> <http://es.wikipedia.org/gestión> ambiental

<sup>15</sup> [http://es.wikipedia.org.plan de manejo ambiental](http://es.wikipedia.org.plan%20de%20manejo%20ambiental)



## 8.5 PLAN DE MITIGACIÓN

Es el conjunto de medidas y obras a implementar antes de la ocurrencia de un desastre, con el fin de disminuir el impacto sobre los componentes de los sistemas.

### 8.5.1 MEDIDAS AMBIENTALES DE LOS COMPONENTES FÍSICOS

#### COMPACTACIÓN DEL SUELO

Actualmente el terrero donde se va a llevar a cabo el proyecto está siendo utilizado para el cultivo de maíz, plátano, yuca, café y pasto para el ganado. Para prevenir y mitigar el impacto de la compactación a ser llevado a cabo para la ejecución de la obra, se recomienda utilizar un solo sitio donde se coloquen los materiales para la construcción de las diferentes instalaciones y trasladar el material excedente a un vertedero autorizado y por un medio también autorizado.

Además se señalarán los senderos que serán de un metro de ancho, por los cuales los turistas tendrán que caminar.

#### MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS Y LÍQUIDOS EN EL SUELO

- En sitios estratégicos de la finca se colocarán contenedores u otro tipo de envase rotulados y con tapa para realizar la recolección de desechos como papel, cartón, plástico, vidrio y resto de comidas de tal manera que los residuos sean clasificados de antemano y se realice la disposición final de todos estos desechos por medio de un transporte y un sitio autorizado.

- Se revisarán periódicamente las condiciones de orden y aseo de las instalaciones de los contenedores así como de los alrededores de éstos. Así mismo se lavarán los contenedores después de la recolección de la basura
- Durante la construcción del proyecto, se prohibirá arrojar residuos de materiales en vertientes, quebradas o ríos que estén cercanos.
- Los materiales de la construcción deberán ser aprovechados al máximo para evitar el desperdicio de los mismos.
- Se utilizarán insecticidas naturales para eliminar las plagas que ataquen los cultivos, pues lo que se pretende es que los alimentos que se obtengan de la finca, sean lo más sanos posible, mediante el sistema de cultivo orgánico y, por consiguiente, preservantes de la salud.
- Se aprovecharán los desechos orgánicos de la finca para la producción de material orgánico y colocar en la medida de lo posible en áreas verdes y parque.
- No se utilizarán recipientes ni utensilios desechables, para evitar el aumento de basura y la contaminación del suelo.
- En la medida de lo posible se adquirirán productos y materiales que se puedan reciclar y no sean dañinos para la salud y el medio ambiente.

- Se construirá un tanque de almacenamiento para aprovechar el agua lluvia para ser utilizada en el riego de jardines y mantener el suelo húmedo por más tiempo.
- Se evitará el desperdicio de agua mediante la colocación de válvulas de paso.
- Se instará a los empleados a economizar el agua, la energía eléctrica y el gas.

## CONTAMINACIÓN POR RUIDO

Durante la construcción del proyecto, la contaminación por ruido será temporal, sin embargo, se recomienda que se utilicen herramientas que no provoquen mucho ruido; por otra parte y a fin de reducir los ruidos por transporte se procurará que los vehículos sean utilizados al máximo de su capacidad.

### 8.5.2 MEDIDAS DE MITIGACION DE COMPONENTES SOCIO-ECONOMICO-CULTURAL

Hemos de entender el proceso de mitigación como una actividad para moderar, disminuir o reducir las condiciones negativas que afecten al medio ambiente, por consiguiente, la operación del proyecto no debe comprometer los recursos básicos de las comunidades locales, como el agua potable, la energía eléctrica, etc. El proyecto será más bien un motivo de apoyo a las iniciativas de mejoramiento de las condiciones y estándares de salud de la localidad.

Incentivar, alentar y motivar a los pobladores a involucrarse en la actividad turística a fin de que reconozcan que ésta es otra forma de generar ingresos para sus familias, con

el aporte de su trabajo, con la elaboración de artesanías y múltiples actividades propias de la zona.

Contribuir en la capacitación a los pobladores de la zona para que participen en las actividades de la finca e interactúen con los turistas.

Capacitar a las comunidades aledañas para que reciban al turista con cortesía y educación y de esa manera suscitar atracción y opinión favorable de los visitantes.

### 8.5.3 REDUCCIÓN DE OTROS IMPACTOS AMBIENTALES NEGATIVOS

La energía eléctrica es uno de los rubros más importantes en los costos de operación de una empresa turística.

La inversión en usos más eficientes de la energía y el mejoramiento de las prácticas de manejo pueden llevar a reducciones significativas en los costos de operación y en la facturación energética, ya que la utilización de fuentes de energía renovables como paneles solares fotovoltaicos (consumo moderado) y paneles solares térmicos, reduce la contaminación local, mantiene la calidad del destino turístico y sobre todo enriquece la experiencia del turista.

## CAPÍTULO IX

### 9. ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL

#### 9.1 DEFINICIÓN

Es el efecto previsto de un proyecto en las condiciones de vida de la población. Engloba los diversos beneficios que proporciona el proyecto y que, en términos cualitativos o cuantitativos, justifican el monto de la inversión.<sup>16</sup>

#### 9.2 DESARROLLO

En los proyectos de turismo incluidos dentro de un plan nacional de desarrollo cabe evaluar, con la debida anticipación, los impactos positivos y negativos, que podrán ser el resultante de su aplicación.

El proyecto que hemos desarrollado con anterioridad es de menor volumen, puesto que, el área geográfica a ser utilizada es equivalente a una hectárea, dentro de un inconmensurable territorio subtropical, en el que se prevé la prestación de servicios de alojamiento, alimentación y recreación.

En este capítulo se señalan aspectos teóricos que incidirán en el crecimiento turístico de la zona a futuro, lo cual obligará a analizar la población desde el ámbito demográfico y el mercado laboral en los años venideros, así como, el medio natural, el consumo

---

<sup>16</sup> [www.cofemermin.gob](http://www.cofemermin.gob)

potencial de recursos naturales, anotando que se producirán consecuencias socioculturales.

Desde el punto de vista positivo es evidente que el fomento al turismo en la zona tendrá resultados que podrán cuantificarse y cualificarse en lo relacionado al crecimiento del trabajo y empleo productivos sustanciales que contribuirán al desarrollo económico del país.

Por supuesto, que en el futuro la presencia de la Finca Ecológica El Rosario, con probabilidad producirá cambios en la mano de obra campesina, ya que, en muchos casos tendrán que abandonar la tareas de producción agrícola y ganadera, para estudiar y especializarse en las nuevas exigencias que implica un turismo planificado y organizado.

Los proyectos de desarrollo turístico generarán un impacto económico que tendrán a su vez que ser cuantificados y comparados con los costos de inversión de tales proyectos, así como, deberán ser puntualizados y analizados los impactos positivos y negativos en la población, a fin de preverlos y reencausarlos.

Ahora bien, en el ámbito de los proyectos económicos, con anticipación se pueden determinar los resultados, sin embargo, en los proyectos sociales no se puede predecir con mayor exactitud los resultados de su aplicación, sino solo en términos generales, puesto que, podemos afirmar que se obtendrá un incremento sustantivo y la satisfacción de necesidades básicas de las personas y grupos sociales, o generarán la elevación de las condiciones de vida por efecto de la presencia de nuevos cambios de actitudes y presencia de valores.

Los proyectos turísticos deberán responder a un plan integral que consideren la realidad social, cultural y política actual proyectando a la vez la idealización de un futuro promisorio de las gentes que tendrán que vivir y aportar al desarrollo turístico de su respectiva zona.

Incentivar, alentar y motivar a los pobladores a involucrarse en la actividad turística a fin de que reconozcan que ésta es otra forma de generar ingresos para sus familias, con el aporte de su trabajo, con la elaboración de artesanías y múltiples actividades propias de la zona.

Contribuir en la capacitación a los pobladores de la zona para que participen en las actividades de la finca e interactúen con los visitantes.

Capacitar a las comunidades aledañas para que reciban al turista con cortesía y educación y de esa manera suscitar atracción y opinión favorable.

En definitiva estoy convencida que todos los proyectos que sean con fines económicos y sociales tendrán un impacto significativo en el incremento de la mano de obra especializada, en la generación de trabajo y empleo productivos y, por consiguiente en la elevación del ingreso individual, colectivo y zonal que, contribuya par el desarrollo nacional.

De los conceptos antes vertidos, destacamos que el término desarrollo significa, la elevación de la cultura, la elevación del bienestar y el dinámico crecimiento del país.

## CAPÍTULO X

### 10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 10.1 CONCLUSIONES

- El proyecto forma parte de las tendencias actuales, ya que el turista de hoy en día busca una combinación de calidez, diversión, diversidad cultural y natural, con condiciones climáticas atractivas para la vista y su recreación, y donde se pueda realizar prácticas ambientales.
- Actualmente la demanda turística demuestra una clara inclinación hacia lugares naturales y rurales, por lo que se considera que la aplicación de opciones como la que se presenta en este proyecto son un fuerte atractivo que llevará a la Finca Ecológica El Rosario un flujo considerable de turistas que desean dejar el estrés de las grandes ciudades e integrarse a la vida del campo y disfrutar de la naturaleza.
- Por las características de la propuesta del negocio, fue necesario crear una sociedad anónima, bajo el nombre de “Finca Ecológica El Rosario”, la misma que fue creada como persona jurídica para ofrecer el servicio de alojamiento, alimentación y recreación.



- La ubicación geográfica de la finca, es ideal para poner en marcha el proyecto, pues cuenta con un territorio exuberante desde el punto de vista de la naturaleza y además cuenta con una vista panorámica excepcional.
- El proyecto ecológico, beneficiará a la parroquia de Nanegalito, pues se puede tomar como ejemplo para implementar el turismo en esta zona.
- Los precios ofertados por la finca, son atractivos y están acorde a las exigencias del nuevo modelo de turista, que busca tranquilidad, privacidad y al mismo tiempo recreación y buena alimentación.
- La inversión total del proyecto será financiada en un 70% por la Corporación Financiera Nacional y el 30% restante, corresponderá a las aportaciones de los socios de la Finca Ecológica El Rosario.
- Los indicadores utilizados para valorar el proyecto durante el período de evaluación, arrojaron datos satisfactorios y demuestran que el proyecto no solo es viable, sino, que también es rentable.
- La inversión será recuperada en poco tiempo, constituyéndose en un proyecto atractivo para los potenciales inversionistas.
- El funcionamiento de la hostería, representará un beneficio para el factor social, pues se integra a la comunidad en el proceso de implementación del proyecto con plazas de trabajo.

- El presente proyecto se puede llevar a cabo bajo lineamientos de conservación, ya que es posible desarrollar el turismo, manteniendo buenas prácticas ambientales por parte de todos los actores involucrados.
- Poner en marcha el proyecto ecológico, pues es viable y rentable desde el punto de vista financiero.

## 10.2 RECOMENDACIONES

- Crear un programa de promoción de los atractivos naturales y culturales de la zona y de los alrededores de la parroquia Nanegalito, para fortalecer la creación la finca ecológica.
- Al ser Nanegalito un punto obligado de paso hacia la costa ecuatoriana, partiendo desde Quito, se debe fomentar la conciencia turística en los habitantes de la zona, para dar un excelente servicio al visitante.
- Que las instituciones y autoridades de la zona involucradas en el sector turístico, brinde capacitación a los pobladores para que puedan involucrarse en la actividad turística.
- Intercambiar conocimientos y estrategias con otros establecimientos turísticos del sector, para realizar alianzas estratégicas de desarrollo.

## BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL César Augusto, Metodología de la Investigación, Segunda Edición 2006
- CORPORACIÓN METROPOLITANA DE TURISMO, Guía de Trámites para la instalación y formulación de establecimientos turísticos en el Municipio de Distrito Metropolitano de Quito, Impresión Global Graphics – Quito, Ecuador 2008.
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Editorial Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones actualizado a octubre 2006 – Quito, Ecuador.
- DOMENEC Biasca, Mil detalles que hay que cuidar en un hotel, un restaurante, un bar, Editorial Limusa SA, Grupo Noriega Editores, México 1997.
- KOTLER Philip, Las preguntas más frecuentes del Marketing, Editorial Norma, 2003.
- KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, Marketing version para Latinoamérica 11<sup>o</sup> Edición, Prentice Hall, México, 2007.
- MARTÍNEZ Francisco Juan y SOLSONA Monzones Javier, Alojamiento turístico rural, Madrid-España, 2004.
- MESTRES Soler Juan R., Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera, Segunda Edición, Barcelona-España, 1999.
- MINISTERIO DE TURISMO, Revista Discover Pichincha, Año III – N° 15, Mayo-Junio 2009.
- MINISTERIO DE TURISMO, Revista Ecuador, El Hemisferio Sur en estado puro, 2006.
- MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, Plan Especial Parroquia Nanegalito, 2009.

- MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, Guía Turística del Valle Equinoccial al Noroccidente, 2008
- PALAO Jorge, GÓMEZ Vincent, Diez Claves para ser un empresario de éxito – Construya una fuerza de ventas de excelencia, 2008.
- PALAO Jorge, GÓMEZ Vincent, Diez Claves Para Ser un Empresario de Éxito – Domine el Marketing para alcanzar el éxito, 2008
- RAYA José, Turismo, Hotelería y Restaurantes, Editorial Lexis, Edición 2007, Lima-Perú
- SÁNCHEZ Ángel, Introducción a la Evaluación del Impacto Ambiental, España 2009
- TODA LA GASTRONOMÍA DE LA A a la Z, Productos, Técnicas y Recetas, Editorial Everest, Primera Edición 2003, León – España.
- [http://www.protocolo.org/gest\\_west/proto](http://www.protocolo.org/gest_west/proto)
- <http://es.wikipedia.org/gestionambiental>
- <http://es.wikipedia.org/plandemanejoambiental>
- <http://www.cofemermin.gob>



# BHOSYS - PROSYS COM

A lberto Orellana S-1029 e Iturralde  
Teléfs. 2611121, 099444190  
Quito

Nº 10 - 01 - 016

**Proforma**

### Ciente

Nombre Mónica Salazar  
Dirección Yaguachi E5-78 y Pedro Mena  
Ciudad Quito Prov. Pichincha CP  
Teléfono 2542577

Fecha 14-Ene-10  
Nº pedido \_\_\_\_\_  
Representante \_\_\_\_\_  
FOB (franco a bordo) \_\_\_\_\_

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
1	Computador personal, procesador Intel dual core 2.6 GHz Mainboard Intel, 1 GB de memoria RAM, disco de 320 GB Unidad DVD writer, unidad Card reader, tarjeta de red LAN Monitor LCD de 19 pulgadas, teclado ampliado, mouse parlantes multimedia, web cam	510,00 \$	510,00 \$
1	Computador personal, procesador Intel core 2 duo, 2,93 GHz Mainboard Intel, 2 GB de memoria RAM, disco de 500 GB Unidad DVD writer, unidad Card reader, tarjeta de red LAN Monitor LCD de 19 pulgadas, teclado ampliado, mouse parlantes multimedia, web cam	605,00 \$	605,00 \$

### Detalles de pago

- En efectivo
- Con cheque
- Tarjeta de crédito

Garantía Un año  
Entrega Inmediata  
Caduca 31 de enero 2010

	0,00 \$
<b>TOTAL</b>	<b>1.115,00 \$</b>

Son : Un mil ciento quince dolares 00/100







# TERMALIMEX

Diseño y Equipamiento de Cocina y Lavandería

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES  
RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

Quito, enero 08 de 2009

OFERTA TX-01031023.09  
OFERTA PARA COMPRA LOCAL

Señora  
Mónica Salazar  
Ciudad.

No:	CANT	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
01	1	Olla de presión ALL AMERICAN 910-AL de fabricación americana, fabricada de aluminio de 10.5 Qt. de capacidad.	369.32	369.32
02	1	Olla de presión de fabricación americana All American Mod. 915, capacidad para 15-1/2 qt.	393.87	393.87
03	2	Colador Up Date U-COL-140 fabricado de acero inoxidable de 13 Qt. de capacidad.	13.07	26.14
04	1	Olla de inducción ADCRAFT SSP-40 fabricada de acero inoxidable de 40 Qt. de capacidad, provista de tapa.	250.91	250.91
05	2	Olla de inducción ADCRAFT SSP-24 fabricada de acero inoxidable de 24 Qt. de capacidad, provista de tapa.	177.81	355.62
06	1	Cacerola de inducción ADCRAFT SPS-10 fabricada de acero inoxidable de 10 Qt. de capacidad, provista de tapa.	101.38	101.38
07	1	Olla de inducción ADCRAFT SSP-12 fabricada de acero inoxidable de 12 Qt. de capacidad, provista de tapa.	108.14	108.14
08	1	Brazler ADCRAFT BRA-15T fabricado de aluminio de 15 Qt. de capacidad, provisto de tapa.	82.83	82.83
09	1	Sarten de teflon MATFER 906036 de 36 cm de diámetro	71.28	71.28
09a	1	Sartén MATFER 906028 fabricado de aluminio no adherente de 28 cms. de diámetro.	44.97	44.97
10	1	Sarten de teflon MATFER 906024 de 24 cm de diámetro	40.85	40.85
10	1	Licadora WARING Mod. MX1100XT, capacidad 64 onz., timer electrónico 30 segundos, contenedor de policarbonato, espec. elec. 115/60/1.	583.00	583.00
11	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID K5SS, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 325w.	624.00	624.00
12	2	Cucharón SUNNEX 4615LA fabricado en una sola pieza de acero inoxidable de 3 mm. de espesor, capacidad 8 onzas.	8.51	17.02
13	2	Porcionador perforado UPADTE U-SPPF-8 de 8 onzas de capacidad.	3.64	7.28
14	2	Espumadera SUNNEX 411SM fabricada en una sola pieza de acero inoxidable de 2 mm. de espesor, longitud 37 cms.	4.72	9.44
15	2	Jarra térmica para dispensar líquidos calientes o fríos SUNNEX 89056W, 48 oz. de capacidad con botón para dispensar.	10.04	20.08
16	2	Jarra CARLISLE 5583-07 fabricada de policarbonato de 48 onzas de capacidad.	12.66	25.32
17	1	Picadora de papas manual UPDATE U-FFC-25 con cuchillas de acero inoxidable, tamaño de corte 0.25".	85.54	85.54

Soluciones de Calidad

Quito: Rumipamba 011-00 y Av. 10 de Agosto | PBX: 2275-912 / Fax: 2274-806  
info@termalimex.com

Guayaquil: Garzocentro 2000 locales 1108-1109 | Telf.: 04 2244-253 / Fax: 04 2246-870  
infoqye@termalimex.com

www.termalimex.com



No:	CANT	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
18	1	Sanduchera ADCRAFT SG-811E/F, operación eléctrica a 1750 watts, unidad fabricada de acero inoxidable provista de control de temperatura de 120 a 570°F. Espec. eléctrica 120/60/1	523.59	523.59
19	24	Copa para vino marca BORMIOLI 5.15540, fabricada en vidrio templado de 7.5 Onz, 21.8 cl de capacidad.	2.59	62.16
19a	24	Copa BORMIOLI 5.15520, fabricada en vidrio templado de 11 1/4 onz, 33.5 cl de capacidad	3.06	73.44
20	24	Bowl multiuso ARCOPAL 50061	3.30	79.20
20a	24	Plato ARCOPAL (R) 22506 de 15,5 cms. de diámetro, color blanco.	2.39	57.36
20b	24	Plato sopero ARCOPAL (R) 22514 de 22.6 cms. de diámetro, color blanco.	3.91	93.84
20c	24	Plato tendido ARCOPAL (R) 24742 de 25.4 cms. de diámetro, color blanco.	4.61	110.64
20d	24	Plato para postre ARCOPAL (R) 22530 de 19.3 cms. de diámetro, color blanco.	2.88	69.12
20e	24	Taza ARCOPAL (R) 25269 de 7-1/4 onzas de capacidad, color blanco.	2.19	52.56
20f	24	Plato para taza ARCOPAL (R) 22720 de 14 cms. de diámetro, color blanco.	1.78	42.72
<b>SUBTOTAL US\$.</b>				<b>4,381.62</b>
<b>DSTO. ESPECIAL US\$.</b>				<b>350.55</b>
<b>SUBTOTAL US\$.</b>				<b>4,031.07</b>
<b>12% IVA US\$.</b>				<b>483.69</b>
<b>TOTAL US\$.</b>				<b>4,514.76</b>

Atentamente,  
Tatiana Garcés F.  
DPTO. COMERCIAL  
TERMALIMEX CIA. LTDA.





## MONTERO SALTOS MIRIAN

R.U.C. 1704542479001

CARRION OE3-61 Y ULLOA

Telefax: 255 1411 / 222 2436

PROFORMA No. 7152

Cliente: SALAZAR ESTRELLA MONICA

Atencion: SALAZAR

Cédula/RUC: 1707336879

Fecha: 10.02/2010

Elaborado por: QUISPE RODRIGUEZ CARLOS JULIO

CODIGO	MARCA	MODELO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNITARIO	DESCUENTO	SUBTOTAL
7702484073114	CORONA	PA1 101708712	AZUCARERA x 1 lit. 200cc 1 pz.	15	4.15	0.00%	62.78
7702484073138	CORONA	PA1 101303312	PIMENTERO ACTUALITE REDONDO 1 un.	15	2.05	0.00%	31.01
7702484072862	CORONA	PA1 101700048	MANTEQUILLEROS 6.5 cm Ø	30	0.97	0.00%	29.10
7891112054581	TRAMONTINA	24627-180	CUCHILLO PARA FIAMBRE 10 "	1	7.38	0.00%	7.38
7891112053052	TRAMONTINA	24608-180	CUCHILLO PARA CARNE Ø	1	11.49	0.00%	11.49
7891112053144	TRAMONTINA	24610-080	CUCHILLO P/DESPELLEJAR Ø	1	10.43	0.00%	10.43
7891112053472	TRAMONTINA	24622-080	CUCHILLO PARA FILETEAR Ø	1	6.28	0.00%	6.28
7891112053518	TRAMONTINA	24624-180	HACHUELA BLANCAS "	1	14.87	0.00%	14.87
1533070161647	MONTERO	VF-019	SAMOBAR RECTANG 1/1 14 L LACERO 14 L	5	109.87	0.00%	548.95

**MIRIAN MONTERO**  
**1704542479001**

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

Tiempo de Validez: 24 horas

Forma de Pago: Efectivo o Cheque a nombre de MONTERO SALTOS MIRIAN

Tiempo de Entrega: \_\_\_\_\_

Este documento es solo un listado de precios y no garantiza la disponibilidad de stock

SUBTOTAL: 721.95

DESCUENTO: 0.00

I.V.A.: 88.63

TOTAL: 808.58

# MUEBLES "EL EJECUTIVO"

Muebles Modulares Metalicos y Mixtos para Oficina, Computadoras, Consultorios Médicos, Hospitales, Cosmetología, Counters, Sillas, Sillones y Muebles sobre medida.

Av. 10 de Agosto 3128 (N29-126 y Cristóbal de Acuña (Diagonal a Vallejo Araujo) Telefax: 222-6746 / 240-6429 • Quito  
Av. 6 de Diciembre N53-225

.U.C.: 1703237261001

PROFORMA Nº 005509

Fecha: QUITO, ENERO 12/2010

Nombre: MONICA SALAZAR R.U.C./C.I.: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

CANT.	D E T A L L E	VALOR	
		UNITARIO	TOTAL
1	COUNTER DE RECEPCION		\$ 155,00
1	SILLA APILABLE EN POLIVINILO. (AZUL)		32,00
1	TABURETE (REGULACION MANUAL)		45,00
<p>NOTA: (ESTE PRECIO NO INCLUYE IVA)</p>			
<p>ME JE MUEBLES "EL EJECUTIVO" <i>José Donoso G.</i> José Donoso G.</p>			

# MEGA SANTAMARIA S.A. PROFORMA # 008716

Pág 1 de 1

Usuario ILES ANGAMARCA ROMMEL ANDRES

Periodo 01-01-2010 al 31-12-2010

Emisión 11-JAN-2010

Hora 17:03:22


Nombre Cliente: SALAZAR ESTRELLA MONICA ALEXDRANDA  
 Identificación: 1707398879  
 Dirección: YAGUACHI E5-78 Y PEDRO MONCAYO  
 Cursal: SANTA CLARA  
 Observaciones:

Teléfono: 2542757  
 Código Interno: 000011  
 Fecha Proforma: 11/01/2010  
 Fecha Vencimiento: 19/01/2010  
 Total Proforma: 256.13

## DETALLE

Código Barras	Nombre	Unid.	Cant.	Peso	Total	Precio Venta	% Desccto	Precio Descon	Total IVA
02430526527	GLADE AMBIENTAL PLUGINS ACEITE REP. BRISAS DE VAINILLA Un.	Un.	12.00	1.00	12.00	3.60	0.00	3.60	43.20 *
02166020306	AS DETERGENTE F/LIMON 5 Kg.	Un.	6.00	1.00	6.00	9.43	0.00	9.43	56.58 *
036724000	LAVA CREMA LAVAVAJILLAS X 5 Kg.	Un.	1.00	1.00	1.00	9.18	0.00	9.18	9.18 *
69095442	SANTA MARIA DESINFECTANTE F/FLORAL 4000 cc.	Un.	6.00	1.00	6.00	4.72	0.00	4.72	28.32 *
61023202153	KLEENEX FLOR PAPEL HIGIENICO CANASTA 3 EN 1 X 12 Un.	Un.	6.00	1.00	6.00	6.99	0.00	6.99	41.94 *
61030101500	AJAX CLORO REGULAR 3785 cc.	Un.	1.00	1.00	1.00	3.59	0.00	3.59	3.59 *
61000123815	MUNDIAL ESCOBA FIBRA GRANDE Un.	Un.	6.00	1.00	6.00	2.64	0.00	2.64	15.84 *
61006000059	ESTRELLA ESPONJA DE ACERO 6 EN 1 Un.	Un.	12.00	1.00	12.00	0.20	0.00	0.20	2.40 *
61027543085	MASTER GUANTE AZUL C-20# 8½ Un.	Un.	12.00	1.00	12.00	0.88	0.00	0.88	10.56 *
61130003933	AIR WICK AMBIENTAL AEROSOL FRESCURA CITRICA 346 ml.	Un.	6.00	1.00	6.00	2.39	0.00	2.39	14.34 *
61164100011	MICROLIMPIA TRAPERO MICROFIBRA CON TUBO Un.	Un.	6.00	1.00	6.00	5.03	0.00	5.03	30.18 *

Total 0%	0.00
Total 12%	228.70
Total IVA	27.43
<b>Total</b>	<b>256.13</b>
Reten. 0% Fuente	0.00
Reten. 0% IVA	0.00
<b>Total a Pagar</b>	<b>256.13</b>

  
**MEGA SANTA CLARA**  
**RUC. 1792060346001**  
 Ramírez Dávalos Oe2-83 y  
 Versailles

Elaborado Por  
ILES ANGAMARCA ROMMEL ANDRES

Autorizado Por  
ILES ANGAMARCA ROMMEL ANDRES

Entregado a  
SALAZAR MONICA

NOTA: El tiempo de vigencia de la proforma es de 8 días.





**HIDROSISTEMAS** ECUADOR CIA. LTDA.



Quito 14 de Enero del 2010

Señor(es): MONICA SALAZAR

PROFORMA No. 03323

Dirección : 10 DE AGOSTO No 30145 5 PISO

Teléfono : 2542-757 OF: 2524-392

Obra : NANEGALITO

ARTICULO	UNIDAD	CANTI.	P. UNITARIO	VALOR
<b>CABINA PARA BAÑO SAUNA</b> (2,50 x 3,00 x 2,30)  Cabina de madera de estas características: Forramiento en duela de pino secada al horno Aislamiento térmico entre pared y madera Bancas de descanso tipo L en dos niveles Cubierta de madera para el piso, desarmable Corral para protección de generador de calor Lampara para iluminar la cabina Acabado de la cabina con resina Puerta con pomo de madera <b>COSTO TOTAL DE LA CABINA INSTALADA</b>	GLOBAL			2.386,00
<b>EQUIPO PARA BAÑO SAUNA</b>  Generador para baño sauna de 12 KW. incluye: Cajón de resistencias fabricado en tol galvanizado y recubierto en acero inoxidable. Tablero de control con switch de encendido luz piloto, termostato para control de temperatura, arrancador electrognético para encendido a 220 V.	U	2	420,00	840,00
Materiales para instalación del sauna	GLOBAL			260,00
Mano de obra de instalación	GLOBAL			250,00

<b>GARANTIA :</b> Nuestros equipos están garantizados por un año contra defectos de fabricación exclusivamente más no contra las variaciones de voltaje.	SUBTOTAL \$	3.738,00
5 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO	I.V.A. 12% \$.	448,56
<b>CONDICIONES DE PAGO : A CONVENIR</b>	TOTAL \$.	4.186,56

VALIDO POR: 30 DIAS

  
POR HIDROSISTEMAS ECUADOR CIA. LTDA.



**HIDROSISTEMAS** ECUADOR CIA. LTDA.



Quito 14 de Enero del 2010

Señor(es): MONICA SALAZAR

PROFORMA No. 03325

Dirección : 10 DE AGOSTO No 30145 5 PISO

Teléfono : 2542-757 OF: 2524-392

Obra : NANEGALITO

ARTICULO	UNIDAD	CANTI.	P. UNITARIO	VALOR
<b>TURCO AUTOMATICO A GAS</b> (2,50 x 3,00 x 2,30) - Dos quemadores de calefón de 70.000 BTU/hora - Piezo eléctrico para encendido - Bujía para encendido - Válvula de paso de gas para piloto - Válvula de paso de gas - Control eléctrico del nivel de agua - Válvula solenoide abastecimiento de agua - Switch de encendido para 110 V. - Piloto indicador de encendido - Termostato con regulación de 0-100 grados	U	1	1.450,00	1.450,00
Material para instalación del sauna	GLOBAL			300,00
Mano de obra de instalación	GLOBAL			350,00

**GARANTIA :**

Nuestros equipos están garantizados por un año  
contra defectos de fabricación exclusivamente  
más no contra las variaciones de voltaje.

**35 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO**

**CONDICIONES DE PAGO : A CONVENIR**

**VALIDO POR: 30 DIAS**

<b>SUBTOTAL \$</b>	<b>2.100,00</b>
<b>I.V.A. 12% \$</b>	<b>252,00</b>
<b>TOTAL \$</b>	<b>2.352,00</b>

POR HIDROSISTEMAS ECUADOR CIA. LTDA.





**HIDROSISTEMAS** ECUADOR CIA. LTDA.



Quito 14 de Enero del 2010

Señor(es): MONICA SALAZAR

PROFORMA No. 03324

Dirección : 10 DE AGOSTO No 30145 5 PISO

Teléfono : 2542-757 OF: 2524-392

Obra : NANEGALITO

ARTICULO	UNIDAD	CANTI.	P. UNITARIO	VALOR
<b>CABINA PARA BAÑO SAUNA</b> (2,50 x 3,00 x 2,30)				
Cabina de madera de estas características: Forramiento en duela de pino secada al horno Aislamiento térmico entre pared y madera Sillas de descanso tipo L en dos niveles Cubierta de madera para el piso, desarmable Corral para protección de generador de calor Lampara para iluminar la cabina Acabado de la cabina con resina Puerta con pomo de madera				
<b>COSTO TOTAL DE LA CABINA INSTALADA</b>	GLOBAL			2.388,00
<b>EQUIPO PARA BAÑO SAUNA A GAS</b>				
Dos quemadores de calefón de 70.000 BTU/hora Piezo eléctrico para encendido Válvula de paso de gas Switch de encendido para 110 V. Piloto indicador de encendido Tablero con termostato regulación de 0-100 grados	U	1	1.680,00	1.680,00
Materiales para instalación del sauna	GLOBAL			260,00
Mano de obra de instalación	GLOBAL			350,00
<b>WARRANTIA :</b> Nuestros equipos están garantizados por un año contra defectos de fabricación exclusivamente y no contra las variaciones de voltaje.			<b>SUBTOTAL \$</b>	<b>4.678,00</b>
<b>15 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO</b>			<b>I.V.A. 12% \$.</b>	<b>561,36</b>
<b>CONDICIONES DE PAGO : A CONVENIR</b>			<b>TOTAL \$.</b>	<b>5.239,36</b>

POR HIDROSISTEMAS ECUADOR CIA. LTDA.

# MUEBLES ANRIEDOS HERNANDEZ

Somos fabricantes, Trabajamos sobre catálogo: SALA, COMEDOR Y DORMITORIO  
RESTAURACIÓN DE MUEBLES, RETAPIZADOS Y RELACADOS

SONIA DE LOURDES COLLAGUAZO MARTÍNEZ

RUC: 1707474720001

Almacén: Av. América 2528 y Diego de Atienza

Tel.: 2552 626

Fábrica: Clemente Ballén, Emilio Mallendorf S13-135

Tel.: 2654 517 • QUITO - ECUADOR

PROFORMA  
**NOTA DE PEDIDO**

00000009

Quito, 8 de ENERO del 20 10

SEÑOR (ES): MONICA SALAZAR RUC/CC.: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ TELÉFONO: \_\_\_\_\_

Por lo siguiente:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. Unitario	V. Total
1	JUEGO DE SALA KATALAN	420.00	420.00
	↓ BUTACA 3		
	↓ BUTACA 2		
	↓ BUTACA 1		
	↓ MESA DE CENTRO		
	376 sin intereses.		
Salida la mercadería no se admite reclamos ni devoluciones		SUBTOTAL	420.00
Son: _____		0 % IVA	_____
_____		IVA 12 %	_____
Original: Cliente • Copia: Emisor		TOTAL \$	420.00.

  
VENDEDOR

\_\_\_\_\_  
COMPRADOR

\_\_\_\_\_  
GARANTE

Atentamente.....  
2544-469/2543-740/2569840  
ALMACENES JUAN  
ELJURI  
COTIZACION:

SRS.....  
Fecha *12-1-2010*.....  
ARTICULO *T.V.*.....  
MARCA *Sony 40"*.....  
MODELO *S.S. VDP 4055*.....  
PRECIO *\$ 589,88*.....

Precio incluye IVA.  
Valor puede modificar sin  
previo aviso.  
Su Pago en efectivo o  
Tarjeta de crédito.  
Contribuyentes Especiales-

Atentamente.....  
2544-469/2543-740/2569840

Atentamente.....  
2544-469/2543-740/2569840  
ALMACENES JUAN  
ELJURI  
COTIZACION:

SRS.....  
Fecha *12-1-2010*.....  
ARTICULO *Monitor para pc*.....  
MARCA *Sony*.....  
MODELO *CMTHPR95*.....  
PRECIO *\$ 276,27*.....

Precio incluye IVA.  
Valor puede modificar sin  
previo aviso.  
Su Pago en efectivo o  
Tarjeta de crédito.  
Contribuyentes Especiales-

Atentamente.....  
2544-469/2543-740/2569840





PROFORMA

PARA NELLY CUITO  
DE: CONGAS PLANTA  
FECHA: 19/01/2010

CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNITARIO	TOTAL
1	CILINDRO DE 45 KG.	174.72	174.72
1	CARGA DE GAS DE 45 KG	34.47	34.47

NOTA: \* LOS PRECIOS INCLUYEN IVA  
\* EL VALOR DE LA CARGA ES VALIDO HASTA EL DIA  
MIERCOLES 20 DE ENERO. DEBIDO A CAMBIOS DE  
ATT: PRECIO CADA DIA JUEVES

*RW*  
FERNANDA VILLACIS  
D.T.O. FACTURACION

COMPAÑIA NACIONAL DE GAS DE  
"CONGAS"





# ALEQUIP

INDUSTRIA DE EQUIPOS DE COCCIÓN Y REFRIGERACIÓN DE ALIMENTOS

viernes, julio 31, 2009

## PROFORMA N° 293 - 09

Cliente: Sra. Nellyh Cuito  
Mail: nelyza3@hotmail.com  
Proyecto: s/p

ITEM	CANT	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	P. TOTAL
1	1	COCINA DE 4 QUEMADORES CON PLANCHA Y HORNO CON TERMOSTATO.- Tope en acero inoxidable terminado pulido de 1.5mm de espesor. Módulo en acero inoxidable terminado pulido de 1mm de espesor. Funcionamiento a gas baja o alta presión. Parrillas de hierro fundido de 40x40cm. Quemadores de hierro fundido con capacidad de 30,000 BTU; con control de llama y llaves de media vuelta italianas. Con pilotos de encendido cada uno. <i>Plancha</i> con espacio útil de 40x70cm. en acero negro laminado al caliente de 15mm de espesor con quemador en U tipo flauta de 35,000 BTU. <i>Horno</i> de cocción en su base totalmente en acero inoxidable con espacio útil de 68x55x30cm con quemador en U tipo flauta de 35,000 BTU con control de termostato y paredes revestidas en lana de vidrio, cada uno. Bandejas de desperdicios. Patas en tubo redondo de acero inoxidable 409 con niveladores de altura importados. Dimensiones aproximadas: 130x100x85cm.	\$ 2,090.00	\$ 2,090.00
2	1	COCINA DE 2 QUEMADORES EN LÍNEA CON BASE ABIERTA.- Tope en acero inoxidable terminado pulido de 1.5mm de espesor. Módulo en acero inoxidable terminado pulido de 1mm de espesor. Funcionamiento a gas baja o alta presión. Parrillas de hierro fundido de 40x40cm. Quemadores de hierro fundido con capacidad de 30,000 BTU; con control de llama y llaves de media vuelta italianas. Con pilotos de encendido cada uno. Bandejas de desperdicios. Patas en tubo redondo de acero inoxidable 409 con niveladores de altura importados. Dimensiones aproximadas: 80x60x85cm.	\$ 374.00	\$ 374.00
3	1	HORNO DE 4 GABETAS.- Módulo en acero inoxidable de 1mm de espesor. Funcionamiento a gas a baja o alta presión. Quemador de 30,000 BTUS. Con control de temperatura. Patas en acero inoxidable con niveladores de altura importados. Dimensiones aproximadas: 65x80x140cm.	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00
4	1	CÁMARA DE LEUDO.- Totalmente en acero inoxidable 430 brillante pulido de 1mm de espesor. Con aislamiento térmico con lana de vidrio, sistema eléctrico a base de níquelina para producir ambiente húmedo. Con control de termostato para agua. Capacidad para 15 bandejas de panificación. No incluye bandejas. Dimensiones aproximadas: 65x60x140cm.	\$ 1,140.00	\$ 1,140.00

# ALEQUIP

INDUSTRIA DE EQUIPOS DE COCCIÓN Y REFRIGERACIÓN DE ALIMENTOS

ITEM	CANT	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	P. TOTAL
5	1	REFRIGERANTE DE UNA PUERTA.- Módulo con 1 puerta en acero inoxidable de 1mm de espesor. Con motor para refrigerado de 1/4HP con enfriamiento de fross. Con aislamiento inyectado poliuretano. 4 repisas tipo rejilla en lámina de 1mm de espesor. Interiores en lámina de acero inoxidable. Puerta con empaque hermético. Funcionamiento 120v. Dimensiones aproximadas: 70x75x210cm.	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00
6	1	CONGELADOR DE UNA PUERTA.- Módulo con 1 puerta en acero inoxidable de 1mm de espesor. Con motor para refrigerado de 1/3HP con enfriamiento de fross. Con aislamiento inyectado poliuretano. 4 repisas tipo rejilla en lámina de 1mm de espesor. Interiores en lámina de acero inoxidable. Puerta con empaque hermético. Funcionamiento 120v. Dimensiones aproximadas: 70x75x210cm.	\$ 2,160.00	\$ 2,160.00
7	1	LICUADORA INDUSTRIAL.- Vaso en acero inoxidable. Con motor de 1/5HP. Capacidad de 5 litros.	\$ 580.00	\$ 580.00
8	1	MESA DE TRABAJO DE CENTRO.- Tope en acero inoxidable mate de 1.5mm de espesor. Don entrepaños en acero inoxidable pulido de 1mm de espesor. Patas en tubo redondo de acero inoxidable con rudas para trabajo pesado. Dimensiones aproximadas: 80x60x85cm.	\$ 488.40	\$ 488.40
9	1	ESTANTERÍA.- En estructura tubular en acero inoxidable, con 5 repisas sólidas en lámina de acero inoxidable 430 de 1mm de espesor. Dimensiones aproximadas: 140x50x200cm.	\$ 572.00	\$ 572.00
10	1	METRO DE CAMPANA DE EXTRACCIÓN DE PARED.- Totalmente en acero inoxidable de 1mm de espesor, con rieles para filtros de trampa de grasa, no incluye filtros. Dimensiones aproximadas: 100x100x50cm.	\$ 440.00	\$ 440.00
10a	1	METRO DE DUCTO LINEAL.- En lámina galvanizada de 0.7mm de espesor. Dimensiones aproximadas: 40x40cm.	\$ 65.00	\$ 65.00
10b	1	CODO PARA DUCTO.- En lámina galvanizada de 0.7mm de espesor.	\$ 95.00	\$ 95.00
11c	1	ACOPLE PARA DUCTO.- En lámina galvanizada de 0.7mm de espesor.	\$ 180.00	\$ 180.00
			Subtotal	\$ 11,604.40
			12% IVA	\$ 1,392.53
			Total	\$ 12,996.93

## OBSERVACIONES:

Forma de pago: 60% de anticipo; saldo tres pagos con cheques post fechados

Tiempo de entrega: 20 días laborables

Garantía: Por el lapso de un año sobre defectos de fabricación

Duración de la proforma: 15 días calendario

ATENTAMENTE,

Wilter Túqueres

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.