

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DE  
TÍTULO DE INGENIERO FINANCIERO**

**TEMA: “CREACIÓN E IMPLANTACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA  
DE CANOA, PROVINCIA DE MANABÍ”**

**AUTOR:**

**PAOLA RIVADENEIRA**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**EC. MILTON RIVADENEIRA**

**QUITO, 2003**

## **RESUMEN**

La presente tesis tiene como objetivo determinar la viabilidad económica financiera de un proyecto turístico ubicado en la provincia de Manabí, mediante la creación e implementación de una hostería ecológica en la parroquia de Canoa.

El estudio de mercado demuestra que la provincia de Manabí tiene un gran potencial turístico tanto por sus atractivos naturales y culturales. Además la provincia es elegida por variedad de turistas que en las temporadas de la costa y de la sierra que encuentran en sus playas descanso y esparcimiento.

El proyecto contará con 10 cabañas con capacidad para 26 personas.

Por tratarse de una hostería el terreno estará ubicado distante de los sitios poblados, este, acompañado de las obras civiles son las inversiones de mayor costo para el proyecto. Otras inversiones importantes son el menaje para el funcionamiento de las habitaciones, el equipo para el funcionamiento del área de producción y el mobiliario y decoración, los que servirán para adecuar las instalaciones y crear un ambiente agradable para los huéspedes.

La inversión inicial será de \$ 286.054.44, la que será financiada de la siguiente manera: 120.000,00 con las aportaciones de los 4 socios y los

166.054,44 restantes con un crédito a 10 años con una tasa del 18% anual, en una institución bancaria.

En el estudio legal, ambiental y administrativo, se establecen los requisitos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Los principales requerimientos son la licencia única de funcionamiento, que se debe obtener anualmente; el permiso sanitario, que otorga el Ministerio de Salud; en el aspecto ambiental el permiso para funcionar como una empresa ecológica.

En el estudio financiero queda demostrado que este proyecto es viable ya que tiene un VAN de \$ 233.882,75, que siendo mayor que uno se considera aceptable. Una TIR de 33.79% que es mayor a las dos tasas de las fuentes de financiamiento.

## **ABSTRACT**

The following thesis is directed to demonstrate the feasibility of a tourist project in the Manabí province through the creation and implementation of an ecological inn in the Canoa Parish.

The market study demonstrates that the Manabí province has great tourist potential due to both its natural and cultural attractions. Furthermore, the province has been chosen because of the variety of tourists who come to the region to find relaxation and entertainment on its beaches during the vacation seasons for the coast and the mountainous regions.

The project will have 10 cabins for a total capacity of 26 people.

As it is an inn, the property will be located far from populated areas and the land itself, along with the construction work, are the project's highest cost investments. Other important investments are the linens for the rooms, the equipment for the kitchen, and the furniture and decorations which will be used to equip the installations and create a pleasant environment for the guests.

The initial investment will be \$286,054.44 which is to be financed in the following way: \$120,000.00 from the four partners' contributions and the remaining \$166,054.44 from a 10 year bank loan with an 18% annual rate.

We see all the requirements necessary for the launching of the project in the legal, administrative, and environmental study. Mainly these are the sole operating license, which must be obtained every year, and the health permit which the Minister of Health awards. In the environmental aspect we will obtain the operational license as an ecological company which will bring us benefits although we will still have to comply with certain requirements.

The financial study showed that this project is feasible as it has a VAN of \$233,882.75 which is higher than one and therefore acceptable. And it has a 33.79% TIR which is higher than the two rates from the operational sources.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico primero a Dios, y a toda mi familia en especial a mi madre, padre y hermana, que han estado conmigo todo este tiempo que ha transcurrido no solo en la universidad sino a lo largo de toda mi vida. Por que juntos hemos logrado salir adelante por la fuerza y la unión que tenemos por ser una gran familia.

Paola

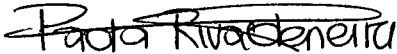
## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todas las personas que han hecho posible que yo pueda llegar a concluir este trabajo, ya que este significa la culminación de una etapa en mi vida y el comienzo de una nueva.

A mi familia que es el apoyo mas grande con el que cuento, de igual manera a Denny que más que un enamorado a sido un gran complemento en mi vida.

A la U.I.S.E.K. ya que las enseñanzas de sus profesores son el reflejo de la persona y el profesional que soy ahora.

Yo Paola Rivadeneira C.I. 17125372-3 me responsabilizo por el contenido de la presente tesis, y aseguro que no es copia de ningún otro documento.

  
Paola Rivadeneira de la Torre

## **INDICE DE CONTENIDO**

### **1. Generalidades**

|          |                           |   |
|----------|---------------------------|---|
| 1.1.     | Antecedentes del proyecto | 1 |
| 1.1.1.   | Introducción              | 1 |
| 1.2.     | Tipo de proyecto          | 2 |
| 1.3.     | Objetivos                 | 3 |
| 1.3.1.   | Objetivo General          | 3 |
| 1.3.2.   | Objetivos Específicos     | 3 |
| 1.4.     | Variables e indicadores   | 4 |
| 1.4.1.   | Canoa                     | 4 |
| 1.4.2.   | Clima                     | 4 |
| 1.4.3.   | Entorno físico natural    | 5 |
| 1.4.4.   | Habitad humano            | 5 |
| 1.4.5.   | División política         | 6 |
| 1.4.6.   | Economía del sector       | 6 |
| 1.4.7.   | Atractivos culturales     | 6 |
| 1.4.8.   | Micro localización        | 7 |
| 1.4.8.1. | Transporte                | 8 |
| 1.4.9.   | Macro localización        | 9 |

### **2. Estudio de Mercado**

|        |                             |    |
|--------|-----------------------------|----|
| 2.1.   | Investigación del mercado   | 10 |
| 2.1.1. | Objetivo general            | 10 |
| 2.1.2. | Objetivos específicos       | 10 |
| 2.2.   | Plan de investigación       | 11 |
| 2.3.   | Estructura del mercado      | 11 |
| 2.4.   | Obtención de la información | 12 |
| 2.4.1. | Tamaño de la muestra        | 12 |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2.4.2. Estructura de la encuesta               | 14 |
| 2.5. Estudio del comportamiento del consumidor | 15 |
| 2.5.1. Preguntas específicas                   | 15 |
| 2.5.2. Preguntas generales                     | 17 |
| 2.5.3. Perfil del cliente                      | 24 |
| 2.6. Análisis de la demanda                    | 24 |
| 2.6.1. Demanda histórica                       | 24 |
| 2.6.2. Demanda potencial                       | 26 |
| 2.6.3. Demanda objetivo                        | 26 |
| 2.6.4. Proyección de la demanda                | 27 |
| 2.7. Análisis de la oferta                     | 30 |
| 2.7.1. Inventario de la oferta                 | 31 |
| 2.7.2. Proyección de la oferta                 | 31 |
| 2.7.3. Oferta sustitutiva y complementaria     | 33 |
| 2.8. Análisis de la competencia                | 36 |
| 2.9. Balance Oferta – Demanda                  | 36 |
| 2.9.1. Formas de comercialización              | 38 |
| 2.10. Participación del proyecto en el mercado | 39 |
| 2.11. Conclusiones y recomendaciones           | 40 |
| 2.11.1. Conclusiones                           | 40 |
| 2.11.2. Recomendaciones                        | 41 |

### **3. Estudio Técnico**

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 3.1. Factores que determinan la localización        | 42 |
| 3.1.1. Macro localización                           | 42 |
| 3.1.2. Micro localización                           | 42 |
| 3.1.2.1. Clima                                      | 43 |
| 3.1.2.2. Abastecimiento de agua                     | 43 |
| 3.1.2.3. Abastecimiento de energía eléctrica        | 44 |
| 3.1.2.4. Servicios de transporte                    | 44 |
| 3.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto | 45 |
| 3.2.1. Habitaciones                                 | 45 |

|          |                                  |    |
|----------|----------------------------------|----|
| 3.2.1.1. | Capacidad teórica                | 45 |
| 3.2.1.2. | Capacidad real                   | 47 |
| 3.2.2.   | Restaurante                      | 49 |
| 3.2.2.1. | Capacidad teórica                | 49 |
| 3.2.2.2. | Capacidad real                   | 50 |
| 3.2.3.   | Áreas recreativas y parqueaderos | 50 |
| 3.2.4.   | Plano de las instalaciones       | 51 |
| 3.2.5.   | Costo de las instalaciones       | 51 |
| 3.3.     | Diseño de las instalaciones      | 53 |
| 3.3.1.   | Área de habitaciones             | 53 |
| 3.3.2.   | Área de restaurante              | 53 |
| 3.3.3.   | Áreas de recreación              | 54 |
| 3.4.     | Programa operacional             | 54 |
| 3.4.1.   | Áreas productivas                | 55 |
| 3.4.1.1. | Habitaciones                     | 55 |
| 3.4.1.2. | Pisos                            | 57 |
| 3.4.1.3. | Recepción                        | 59 |
| 3.4.1.4. | Restaurante                      | 60 |
| 3.4.1.5. | Bar                              | 62 |
| 3.4.1.6. | Cocina                           | 63 |
| 3.4.1.7. | Bodega                           | 64 |
| 3.5.     | Programa turístico               | 68 |
| 3.6.     | Áreas de apoyo                   | 69 |
| 3.6.1.   | Administración                   | 69 |
| 3.6.2.   | Mantenimiento y limpieza         | 70 |

#### **4. Aspectos jurídicos, organización administrativa e impacto ambiental**

|        |                                                    |    |
|--------|----------------------------------------------------|----|
| 4.1.   | Constitución de la compañía                        | 71 |
| 4.1.1. | Requisitos para la conformación de la compañía     | 71 |
| 4.1.2. | Obtención del Registro Único de Contribuyentes RUC | 71 |
| 4.1.3. | Registro en el Ministerio de Turismo               | 73 |

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 4.1.4. Licencia única anual de funcionamiento      | 74 |
| 4.1.5. Permiso de funcionamiento sanitario         | 76 |
| 4.1.6. Requisitos para poder ejercer el ecoturismo | 77 |
| 4.2. Otros requisitos                              | 79 |
| 4.3. Estructura administrativa                     | 79 |
| 4.4. Organización administrativa                   | 80 |
| 4.4.1. Plan estratégico                            | 80 |
| 4.4.1.1. Misión                                    | 80 |
| 4.4.1.2. Visión                                    | 80 |
| 4.4.1.3. Objetivo general                          | 80 |
| 4.4.1.4. Objetivos específicos                     | 81 |
| 4.4.1.5. Estratégicas                              | 81 |
| 4.5. Impacto ambiental                             | 81 |
| 4.5.1. Marco legal                                 | 81 |
| 4.5.2. Identificación de los impactos ambientales  | 82 |
| 4.5.3. Aspectos positivos                          | 83 |
| 4.5.4. Aspectos negativos                          | 83 |
| 4.5.5. Medidas de mitigación                       | 84 |

## **5. Estudio Financiero**

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 5.1. Presupuesto de inversión                  | 85 |
| 5.1.1. Activos fijos                           | 85 |
| 5.1.1.1. Terreno                               | 85 |
| 5.1.1.2. Obras civiles                         | 85 |
| 5.1.1.3. Menaje                                | 86 |
| 5.1.1.4. Mobiliario y decoración               | 86 |
| 5.1.1.5. Equipo                                | 87 |
| 5.1.2. Activos diferidos                       | 87 |
| 5.1.3. Capital de trabajo                      | 87 |
| 5.2. Costo del proyecto                        | 88 |
| 5.3. Estructura de financiamiento              | 88 |
| 5.4. Costos y gastos incurridos en el proyecto | 91 |

|        |                                              |     |
|--------|----------------------------------------------|-----|
| 5.4.1. | Costo de insumos para el restaurante         | 91  |
| 5.4.2. | Costos de insumos para el bar                | 94  |
| 5.4.3. | Gasto suministros                            | 94  |
| 5.4.4. | Gastos indirectos                            | 95  |
| 5.4.5. | Gastos sueldos                               | 95  |
| 5.4.6. | Amortización                                 | 96  |
| 5.4.7. | Depreciación y valor de salvamento           | 96  |
| 5.5.   | Pronostico de ingresos                       | 97  |
| 5.6.   | Presupuesto de costos y gastos operacionales | 100 |
| 5.6.1. | Costos variables                             | 100 |
| 5.6.2. | Costos fijos                                 | 102 |
| 5.6.3. | Costos totales                               | 102 |
| 5.6.4. | Punto de equilibrio                          | 104 |
| 5.7.   | Estado de resultados proyectado              | 105 |
| 5.8.   | Flujos de caja proyectado con inflación      | 107 |
| 5.9.   | Evaluación financiera                        | 108 |
| 5.9.1. | Valor actual neto (VAN)                      | 108 |
| 5.9.2. | Tasa interna de retorno (TIR)                | 108 |
| 5.9.3. | Período real de recuperación (PRR)           | 109 |
| 5.9.4. | Relación Beneficio Costos (B/C)              | 109 |

## **6. Decisión de inversión**

|      |                 |     |
|------|-----------------|-----|
| 6.1. | Conclusiones    | 110 |
| 6.2. | Recomendaciones | 111 |

## Índice de tablas, figuras y anexos

### **TABLAS**

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Simbología del mapa de la Provincia de Manabí                                                     | 9  |
| 2. Registro de visitantes nacionales y extranjeros<br>(Parque Nacional Machalilla)                   | 24 |
| 3. Ubicación del turismo en la economía                                                              | 25 |
| 4. Total de turistas nacionales y extranjeros que<br>visitan el Parque Nacional Machalilla           | 28 |
| 5. Ecuaciones de regresión y coeficientes<br>de determinación propuestos                             | 29 |
| 6. Proyección del No. de turistas que visitan<br>el Parque Nacional Machalilla                       | 29 |
| 7. Proyección de la demanda                                                                          | 30 |
| 8. Inventario de la oferta Cantón San Vicente                                                        | 31 |
| 9. No. de establecimientos para alojamiento en la<br>Provincia de Manabí                             | 32 |
| 10. Total de personal ocupado en los establecimientos<br>de tipo turístico en la Provincia de Manabí | 32 |
| 11. Proyección de la oferta                                                                          | 33 |
| 12. Inventario de Hostales en le Cantón San Vicente                                                  | 34 |
| 13. Inventario de establecimientos de comidas y bebidas<br>en el Cantón San Vicente                  | 35 |
| 14. No. de habitaciones demandadas                                                                   | 38 |
| 15. Participación del proyecto en el mercado                                                         | 39 |
| 16. Tipo de habitación y capacidad                                                                   | 45 |
| 17. Capacidad teórica Hostería "Las Cañadas"                                                         | 46 |
| 18. Capacidad real anual Hostería "Las Cañadas"                                                      | 48 |
| 19. Capacidad real mensual Hostería "Las Cañadas"                                                    | 48 |
| 20. Capacidad teórica del restaurante                                                                | 49 |
| 21. Capacidad real del restaurante                                                                   | 50 |

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| 22. Área de las habitaciones y costo de las instalaciones              | 51 |
| 23. Costo de construcción del área comunal                             | 52 |
| 24. Costo poso séptico y cisterna                                      | 52 |
| 25. Resumen del costo de las instalaciones                             | 52 |
| 26. Precio por habitación                                              | 56 |
| 27. Equipamiento para habitaciones                                     | 56 |
| 28. Equipamiento para operación de pisos                               | 58 |
| 29. Artículos para la operación de recepción                           | 59 |
| 30. Artículos para la operación del restaurante                        | 60 |
| 31. Artículos para la operación del Bar                                | 62 |
| 32. Artículos para la operación de producción                          | 63 |
| 33. Artículos para bodega                                              | 67 |
| 34. Resumen del costo de las necesidades                               | 68 |
| 35. Licencia anual de funcionamiento valores                           | 75 |
| 36. Permiso de funcionamiento sanitario                                | 76 |
| 37. Capital de trabajo                                                 | 87 |
| 38. Costo del Proyecto                                                 | 88 |
| 39. Aportaciones de los socios                                         | 89 |
| 40. Financiamiento del proyecto                                        | 89 |
| 41. Cálculo del valor de los recursos propios                          | 90 |
| 42. Costo promedio ponderado de capital                                | 91 |
| 43. Costo de insumos para el restaurante                               | 92 |
| 44. Costo promedio de materia prima para el restaurante                | 93 |
| 45. Costo promedio de materia prima para el bar                        | 94 |
| 46. Gasto suministros                                                  | 94 |
| 47. Gastos administrativos y de mantenimiento                          | 95 |
| 48. Tabla de amortización                                              | 96 |
| 49. Depreciación y valor de salvamento, valores y porcentajes          | 97 |
| 50. Valor de salvamento                                                | 97 |
| 51. Precios promedio por departamento                                  | 98 |
| 52. Parámetros para el calculo de los ingresos y egresos               | 98 |
| 53. Incremento de los precios a través de la vida útil<br>del proyecto | 99 |
| 54. Ingreso por departamento                                           | 99 |

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| 55. Incremento de los costos a través de la vida útil<br>del proyecto | 101 |
| 56. Costos variables                                                  | 101 |
| 57. Costos fijos                                                      | 102 |
| 58. Costos totales                                                    | 103 |
| 59. Punto de equilibrio                                               | 104 |

## FIGURAS

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| 1. Mapa de la Provincia de Manabí             | 9   |
| 2. Distribución por sexo                      | 15  |
| 3. Distribución por edad                      | 15  |
| 4. Ocupación de los encuestados               | 15  |
| 5. Procedencia                                | 16  |
| 6. Lugares visitados                          | 17  |
| 7. Procedencia de la información sobre Canoa  | 18  |
| 8. Frecuencia de visita a Canoa               | 19  |
| 9. Estadía promedio                           | 19  |
| 10. Tipo de hospedaje                         | 20  |
| 11. Número de personas con las que viaja      | 20  |
| 12. Motivación del viaje                      | 21  |
| 13. Medio de transporte                       | 21  |
| 14. Presupuesto de vacaciones                 | 22  |
| 15. Preferencia hacia una Hostería Ecológica  | 23  |
| 16. Satisfacción en los servicios turísticos  | 23  |
| 17. Proyección de datos observados (demanda)  | 28  |
| 18. Costos y gastos incurridos en el proyecto | 103 |

## **ANEXOS**

1. Encuesta
2. "Acuerdo Nacional de Voluntades para la Competitividad Turísticas del Ecuador"
3. Plano de las instalaciones Hostería "Las Cañadas"
4. Facturas pro forma
5. Reglamento de las empresas llamadas compañía limitada
6. Solicitud de Registro y permiso sanitario
7. Nomina de sueldos
8. Fotos de la Parroquia de Canoa

# CAPITULO 1

## GENERALIDADES

### *1.1 Antecedentes del proyecto*

#### *1.1.1 Introducción*

De acuerdo a la definición propuesta por la OMT, el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.<sup>1</sup>

La industria turística en el Ecuador ha venido desarrollándose muy rápidamente, en todas las regiones. Esto se debe a que el país tiene un potencial turístico muy grande, gracias a su biodiversidad y sus distintos tipos de paisajes como el archipiélago, la costa, sierra y oriente.

Esto hace que el turista, en especial el que está interesado en el medio ambiente, turismo de aventura, conozca culturas y tradiciones diferentes y encuentre en el Ecuador un ambiente diferente al turismo tradicional.

---

<sup>1</sup> UN-EUROSTAT-OCDE-OMT; Cuenta Satélite del Turismo (CTS): Los productos turísticos, p.14.

Desde el año 2001 el turismo ha ocupado en la balanza de pagos el 3er lugar lo que indica que después del petróleo y el banano el turismo es una fuente de ingresos importante para nuestro país, esto demuestra que es una industria próspera ya que crea empleo a todos los niveles es decir que tiene un efecto multiplicador dentro de las comunidades.

### 1.2 Tipo de proyecto

El tipo de proyecto es turístico es decir que se enfoca en satisfacer las necesidades básicas de alojamiento, alimentación y recreación de los turistas.

Una parte esencial de este proyecto es que es de tipo ecológico, es decir que trata de conservar al máximo la armonía con el medio para lo cual utiliza diversas técnicas de optimización de recursos además del tratamiento de los desperdicios.

Este proyecto trata de dar un enfoque ecológico al turista, es decir que este se enfoque en conocer el medio, su cultura y disfrutar del mismo sin dañarlo. De ahí el llamado turismo ecológico y de aventura, ya que estos permiten que los turistas se relacionen estrechamente con la naturaleza.

### 1.3 Objetivos

#### *1.3.1 Objetivo General*

Determinar si existe mercado para la puesta en marcha de una Hostería de tipo ecológica, en el recinto de Canoa, que cuente con todos los servicios complementarios (restaurante, cafetería, zonas verdes y de recreación, etc).

#### *1.3.2 Objetivos Específicos*

- Analizar la oferta y la demanda existente para así saber en que parte de la población debemos centrarnos.
- Investigar si en esta parroquia se cuenta con la suficiente infraestructura para satisfacer las necesidades del flujo de turistas.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.

## **1.4 Variables e indicadores**

### **1.4.1 Canoa**

Este es un lugar de majestuosas aguas y colorido, aquí se puede encontrar el peñón de los piqueros azules, hermosas dunas de arena y cálidas playas. Las olas aquí tienen la dimensión perfecta para la práctica del surf, es por eso que Canoa se ha convertido varias veces en la sede del campeonato nacional y se está ganando un buen nombre en el ámbito internacional. Las condiciones geográficas de esta playa también permiten la práctica de parapente y alas delta.<sup>2</sup>

### **1.4.2 Clima**

La Costa del Pacífico tiene una estación lluviosa entre diciembre y mayo y otra seca desde junio a noviembre. Su temperatura oscila entre los 23 y 36 grados centígrados . En especial la zona que comprende Bahía de Caráquez, San Vicente y Canoa tiene una temperatura promedio de 25 grados centígrados y posee un clima subtropical entre seco y húmedo.

---

<sup>2</sup> [http://www.vivecuador.com/html2/esp/sanvicente\\_playas.htm](http://www.vivecuador.com/html2/esp/sanvicente_playas.htm)

### **1.4.3 Entorno Físico Natural**

Canoa es una pequeña población rural que cuenta con los servicios básicos como agua, luz y comunicaciones. Su entorno natural esta lleno de belleza con sus playas y caminos vecinales. Es parte de una extensión de 790 km<sup>2</sup> que comprende las parroquias urbanas de San Vicente, la parroquia rural de Canoa, y algunas comunidades.

Por otra parte la parroquia de Canoa esta muy cerca de varios atractivos naturales muy importantes como son: El Parque Nacional Machalilla, donde se puede visitar la Isla de la Plata, la Isla de Salango, en las cuales habitan varias especies en peligro de extinción, y entre los meses de junio a octubre se puede ver a las ballenas.

### **1.4.4 Habitación Humano**

Esta es una población de 2000 habitantes en su zona medular, las viviendas generalmente son de caña guadua y madera, pero en los últimos tiempos se esta utilizando materiales como el cemento y ladrillo. Las personas llevan un estilo de vida muy ligado a las actividades del campo, como son la siembra y el cuidado de ganado.

Algunos de los productos que podemos encontrar son toronja, maracuyá, cacao, guanábana, sandia, papaya, ají, algodón, además de tagua que es utilizada en la fabricación de varios artículos pero en especial de botones.

Algunos de los principales productos que forman parte de la dieta de sus habitantes son el plátano, yuca, maíz, maní.<sup>3</sup>

#### *1.4.5 División Política*

San Vicente fue erigido como parroquia el 25 de mayo de 1907, luego pasaron 92 años en los que lastimosamente se vivió un estado de marginación, hasta el 16 de noviembre de 1999, cuando fue elevada a la condición de cantón, comprende las parroquias urbanas de San Vicente, la parroquia rural de Canoa, y algunas comunidades.

#### *1.4.6 Economía del Sector*

La economía del sector se basa en la agricultura, ganadería, pesca de camarón y el turismo. Esta última actividad le brinda muchos ingresos en especial en la temporada de vacaciones de la sierra que comprende los meses de julio, agosto y septiembre y en la temporada de vacaciones de la costa en febrero, marzo y abril. Que es cuando los turistas se acercan a esta comunidad a disfrutar de sus encantos, en grandes cantidades por lo que movilizan a los dueños de hostales, hosterías, restaurantes, etc.

#### *1.4.7 Atractivos Culturales*

Existen variadas manifestaciones culturales, como las del histórico pueblo de Montecristi; además, se localizan sitios en los

---

<sup>3</sup> [http://www.vivecuador.com/html2/esp/sanvicente\\_montubia.htm](http://www.vivecuador.com/html2/esp/sanvicente_montubia.htm)

cuales se han encontrado vestigios de las culturas Valdivia, Machalilla, Jama-Coaque, Precolombina de Manta, entre otras.<sup>4</sup>

Además este es un pueblo muy religioso por lo cual en varias fechas se realiza procesiones, ceremonias, fiestas, banquetes, etc. Algunas de estas fiestas son:

- Fiesta de San Pedro y San Pablo
- Fiesta de Santa Roza
- Fiesta del Divino Niño
- Fiesta de la Virgen del Quinche

Estas fiestas se celebran a lo largo de la costa ecuatoriana.

#### *1.4.8 Micro localización*

El proyecto se encuentra en la parroquia rural de Canoa que es parte del cantón San Vicente, la población esta formada por una agrupación central de casas que se encuentran al final de la carretera que une la parroquia San Vicente con Canoa. Es ahí donde se encuentran los principales establecimientos turísticos, de comunicaciones y los públicos también, es decir este es el centro de la población hacia donde los turistas concurren.

---

<sup>4</sup> <http://www.embajadaecuacol.net/provincias.htm>

La mayoría de las viviendas son de tipo tradicional, (caña guadua y madera) y algunos de los establecimientos hoteleros tiene una arquitectura que va de acuerdo con el ambiente.

#### *1.4.8.1 Transporte*

Esta parroquia es muy accesible al turista por varias vías saliendo desde Quito, como Sto. Domingo-Pedernales, que es relativamente corta (5 horas), Los Bancos-Pedernales, o también recorriendo un tramo más largo es Sto. Domingo-Chone-Bahía de Caráquez que serian aproximadamente 8 ½ horas.

Hay variedad de compañías de transporte terrestre que brindan servicios con costo de acuerdo a la comodidad, entre ellas tenemos: Coactur, Costa Norte, Reina del Camino, Rutas Carmenses. Además San Vicente cuenta con un aeropuerto que en temporada alta es puesto en funcionamiento, en donde arriban los vuelos que salen desde Quito y Guayaquil.

#### 1.4.9 Macro localización



Figura 1: Mapa de la Provincia de Manabí

Tabla 1

|  |                            |  |             |  |           |
|--|----------------------------|--|-------------|--|-----------|
|  | Capital de Provincia       |  | Carretera   |  | Ciudades  |
|  | Balnearios                 |  | Arqueología |  | Artesanía |
|  | Parque Nacional Machalilla |  |             |  |           |

Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador<sup>5</sup>

El proyecto se encuentra localizado en la Provincia de Manabí que tiene como límites al norte, la provincia de Esmeraldas, al sur la provincia del Guayas, al este las provincias de Los Ríos y Guayas, y al Oeste el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 18.400 Km<sup>2</sup>.

<sup>5</sup> <http://www.vivecuador.com/html2/esp/costa.htm>

## CAPITULO 2

### ESTUDIO DE MERCADO

#### *2.1 Investigación del mercado*

Este tiene como objeto estimar la demanda de un bien o servicio, es decir, la capacidad que tendrá un proyecto de inversión a largo plazo para colocarse en el mercado. En otras palabras, el Estudio de Mercado pretende establecer la cantidad de un bien o servicio que la comunidad estará dispuesta a adquirir y retirar del mercado a determinados precios, con cierta calidad y diseño, y durante un período de tiempo establecido.<sup>7</sup>

##### *2.1.1 Objetivo General*

Determinar si es factible, la creación e implantación de una hostería ecológica en la parroquia de Canoa, provincia de Manabí.

##### *2.1.2 Objetivos Específicos*

- ❖ Conocer la posible oferta existente y los servicios complementarios en el sector.

---

<sup>7</sup> Naciones Unidas, Manual de Proyectos de Viabilidad Industrial, Rodrigo Saenz, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, 2001, Pág. 320

- ❖ Establecer cuales son necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros, en la parroquia de Canoa.
- ❖ Definir el mercado objetivo y potencial.
- ❖ Determinar la participación el proyecto en el mercado.

## 2.2 Plan de investigación

Se realizará mediante la obtención de información primaria, por medio de encuestas realizadas en la zona donde se ubicara el proyecto, e información secundaria obtenida de los Ministerios de Medio Ambiente y Turismo, además de los distintos textos relacionados con el tema.

## 2.3 Estructura del Mercado

La estructura del Mercado esta dada por la cantidad de hosterías que existen en la zona, además de hostales, hoteles, residencias y cualquier establecimiento dedicado al hospedaje de turistas. Tomando en cuenta que existen distintos tipos de turistas con distinta capacidad monetaria, gustos y además de acuerdo al tipo de turismo que este prefiera realizar.

## 2.4 Obtención de la información

Para determinar el comportamiento del Consumidor realizaremos la encuesta respectiva la cual nos dará la información que necesitamos para determinar nuestra demanda, al igual que nos dirá cual es el segmento de mercado al que debemos enfocarnos para atraer la mayor de cantidad de clientes.

### 2.4.1 *Tamaño de la Muestra*

El tamaño de la muestra se medirá en base al número de turistas, es decir personas que pernotan en los lugares a los que viajan, los cuales visitan la provincia de Manabí. Este dato esta en base a las visitas realizadas en el primer trimestre del 2003. Este dato es el más importante ya que es la temporada en la que se recibe la mayor cantidad de turistas, debido a que se junta la temporada de vacaciones de la costa y las vacaciones de Carnaval en la sierra.

Para encontrar el valor de la muestra aplicamos la siguiente fórmula estadística<sup>8</sup>:

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

---

<sup>8</sup> <http://www.turismo.uma.es/~estadist/interac/Estimaprop.htm>

Donde:

$n$  = tamaño de la muestra

$N$  = tamaño de la población

$z$  = intervalo de confianza

$p$  = porcentaje de la muestra que tiene las características deseadas

$e$  = error muestral

Los valores de  $p$  y  $q$  serán de 0.50 para los dos, ya que no conocemos la proporción exacta de los visitantes que estarán dispuestos a hospedarse en una Hostería de este tipo.

Utilizaremos un intervalo de confianza de 95 % (1.96) lo que nos garantiza la confiabilidad que tendrán los resultados de la encuesta y un error muestral del 5% que se considera aceptable en este tipo de estudio.

Una vez especificados los valores de los componentes de la fórmula, para obtener la muestra tenemos:

$$n = \frac{\frac{1.96^2 * 0.50(1 - 0.50)}{0.05^2}}{1 + \frac{1}{108.966} \left( \frac{1.96^2 * 0.50(1 - 0.50)}{0.05^2} - 1 \right)}$$

$$n = \frac{384.16}{1.0035163}$$

$$n = 382.8139$$

$$n \approx 383$$

#### *2.4.2 Estructura de la encuesta*

La encuesta esta compuesta por 11 preguntas de opción múltiple, con las cuales se trata de recaudar la información necesaria para determinar el perfil del cliente. La encuesta se realizo en la Parroquia de Canoa, en los alrededores donde se ubicará el establecimiento. Ver anexo 1.

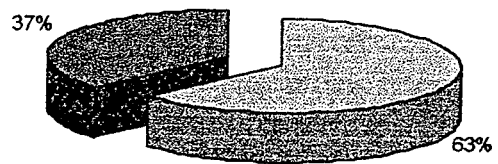
## 2.5 Estudio del comportamiento del Consumidor

### 2.5.1 Preguntas específicas

- Sexo

| SEXO      |      |
|-----------|------|
| MASCULINO | 63%  |
| FEMENINO  | 37%  |
| TOTAL     | 100% |

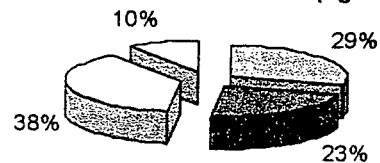
DISTRIBUCION POR SEXO (figura 2)



- Edad

| EDAD      |      |
|-----------|------|
| 15-25     | 29%  |
| 26-35     | 23%  |
| 36-45     | 38%  |
| MAS DE 46 | 10%  |
| TOTAL     | 100% |

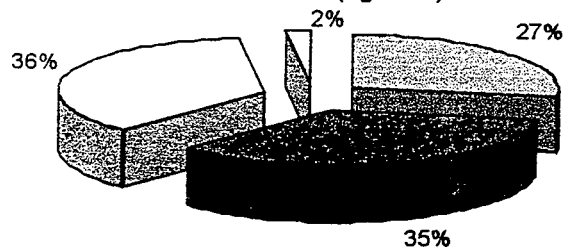
DISTRIBUCION POR EDAD (figura 3)



- Ocupación

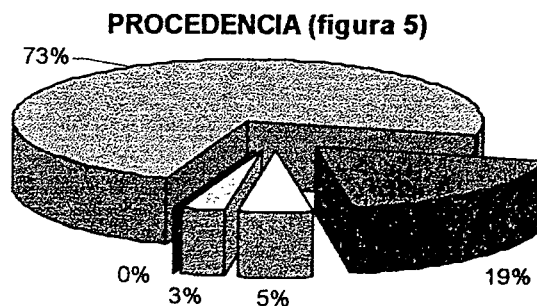
| OCUPACIÓN     |      |
|---------------|------|
| ESTUDIANTE    | 27%  |
| EMPRESARIO    | 35%  |
| INDEPENDIENTE | 36%  |
| OTROS         | 2%   |
| TOTAL         | 100% |

OCUPACIÓN (figura 4)



- Procedencia

| PROCEDENCIA  |      |
|--------------|------|
| NACIONAL     | 73%  |
| SUDAMERICA   | 19%  |
| NORTEAMERICA | 5%   |
| EUROPA       | 3%   |
| OTROS        | 0%   |
| TOTAL        | 100% |



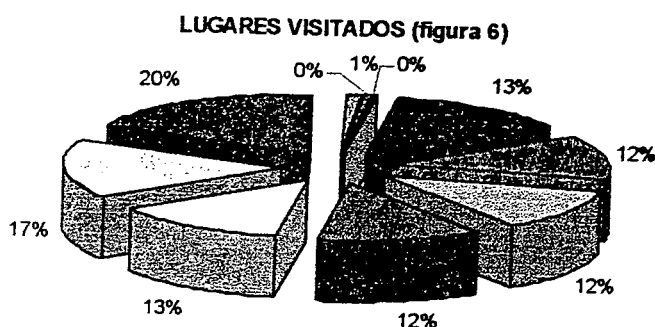
Del muestreo realizado se encontró que, el turista nacional con un 73% de afluencia es el más representativo, seguido de Sudamérica con 19% en el cual resalta principalmente los de nacionalidad colombiana y Norteamérica con un 5%, esto demuestra que nuestra atención debe estar enfocada hacia el turista nacional. Por otra parte la mayoría de gente trabaja como dependiente con 35% por lo cual podemos estimar que sus recursos pueden ser constantes para poder gozar de vacaciones cada cierto tiempo.

El 63% son hombres, se podría estimar que son padres de familia en su gran mayoría ya que el 38% se encuentra entre 36 – 45 años de edad, por lo cual un establecimiento con áreas recreativas para la familia sería lo adecuado. Otro porcentaje importante es los estudiantes con 27%, de igual manera se puede estimar que sus edad esta entre los 15 – 25 años de edad con un 29%, la conservación del medio y los programas de ecoturismo que ofrece la zona serían un factor importante para llamar su atención.

### 2.5.2 Preguntas generales

- Lugares Visitados

| Lugares Visitados      | %   |
|------------------------|-----|
| P. Nacional Machalilla | 12% |
| Playa de los Frailes   | 12% |
| Montecristi            | 13% |
| Bahía                  | 17% |
| Canoa                  | 19% |
| Bosque de Pacoche      | 1%  |
| Isla de Zalango        | 0%  |
| Cueva Siete Iglesias   | 0%  |
| Manta                  | 13% |
| Otros                  | 12% |



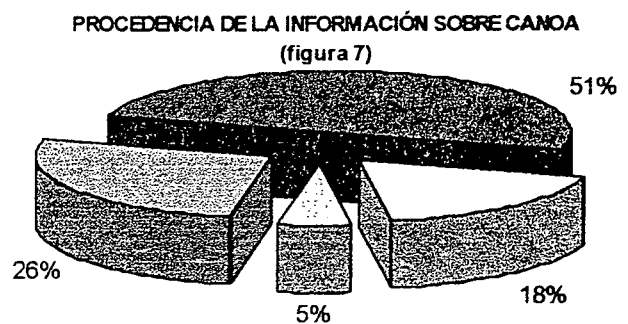
Hemos mencionado antes la Provincia de Manabí esta llena de atractivos naturales, vemos que el Parque Nacional Machalilla al igual que la Playa de los Frailes que se encuentra en este parque, llaman la atención de los turistas por su gran variedad de flora y fauna, además de zonas destinadas para acampar, este se encuentra localizado a aproximadamente a 1 hora y media de la Parroquia de Canoa, por otra parte la ciudad de Manta que es un centro del comercio, en la cual se puede encontrar diversión de todo tipo para la gente cosmopolita, esta se encuentra a 1 hora desde de Canoa.

El porcentaje de Otros (12%) comprende principalmente los alrededores de la Parroquia, como los son San Vicente y Bahía, esta ultima una ciudad muy turística, con departamentos y hoteles de lujo. Estas dos están a las riveras de un brazo de mar donde se conecta el Río Chone

con el Océano Pacífico, se comunican entre si por medio marítimo (gabarra), la cual esta en constante funcionamiento.

- Cómo recibió información sobre Canoa

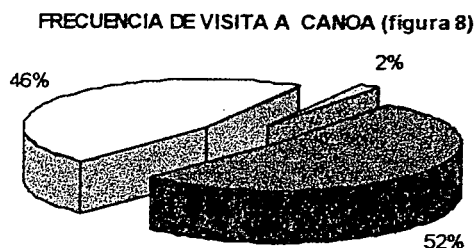
| Información        | %   |
|--------------------|-----|
| Agencias de Viajes | 26% |
| Amistades          | 50% |
| Publicidad         | 18% |
| Otros              | 5%  |



Al parecer la publicidad de “boca a boca”, es la más popular con un 50% es decir por medio de amistades, familiares, etc. Esto nos lleva a pensar que hacer contacto directo con la gente sería una buena alternativa, las agencias de viajes tiene un porcentaje significativo, nuestro proyecto debe encontrar formas de promoción no solo personal sino también empresarial es decir desarrollar paquetes turísticos en los cuales estemos incluidos y estemos en capacidad de brindar un servicio de alto nivel. La publicidad es un aspecto importante en especial la que viene impulsando el Ministerio de Turismo con la Ruta del Pacífico.

- Frecuencia con que visita Canoa

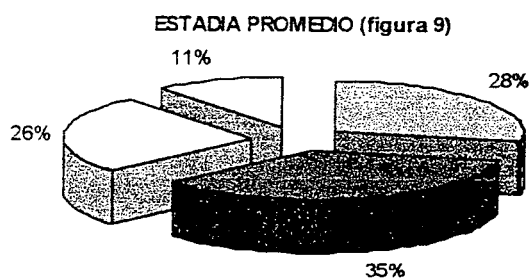
| Frecuencia de visita | %   |
|----------------------|-----|
| Una vez por mes      | 2%  |
| Una vez al año       | 52% |
| Dos veces al año     | 46% |



La mayoría de la gente encuestada visita Canoa 1 vez por año (52%), quiere decir que las personas eligen un feriado o una sola temporada de vacaciones para pasar en este lugar, y el 46% viene por lo menos 2 veces por año, esto es un indicador importante porque se ve que Canoa tiene un flujo constante de turistas los cuales demandan servicios continuamente.

- Estadía Promedio

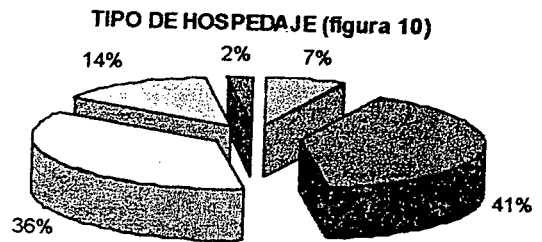
| Estadía Promedio | %   |
|------------------|-----|
| 1 a 3 días       | 28% |
| 4 a 7 días       | 35% |
| 7 a 9 días       | 26% |
| Más de 10 días   | 11% |



La estadía promedio es de cuatro a siete días, seguido de la permanencia de uno a tres días. Esto garantiza de cierta manera que los turistas tendrán que buscar alojamiento para su estancia en Canoa.

- Tipo de hospedaje

| Tipo de hospedaje  | %   |
|--------------------|-----|
| Hotel 5 estrellas  | 7%  |
| Hostal             | 41% |
| Hostería Ecológica | 36% |
| Casa de Amigos     | 14% |
| Otros              | 2%  |

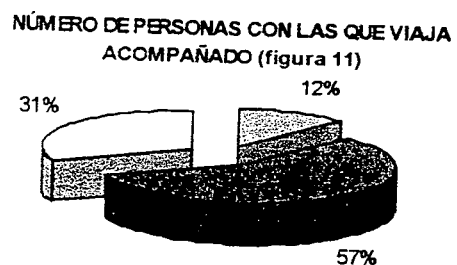


Vemos que un porcentaje muy bajo es el que realmente está buscando establecimientos de lujo, la mayoría se centra en los hostales (41%), esto puede deber a que los hay de todos los precios, además que son abundantes en esta localidad. El hospedaje con amigos o conocidos se debe a que al ser turismo nacional, se tiene a prestar o a arrendar casas de playa.

Nuestro mercado potencial se encuentra en ese 36% que prefiere, hosterías ecológicas.

- Número de personas con las que viaja

| Número de personas | %   |
|--------------------|-----|
| 1 - 2 personas     | 12% |
| 3 - 4 personas     | 57% |
| 5 - 6 personas     | 31% |

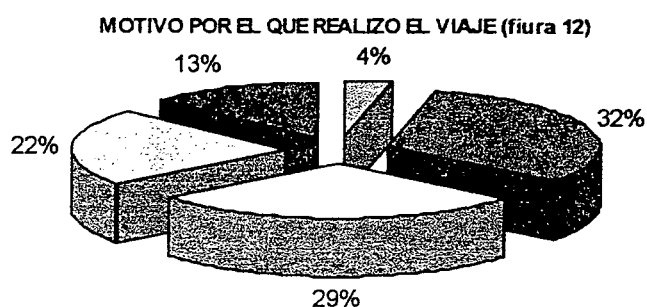


Los grupos más comunes son de tres a cuatro personas, lo que dice que generalmente viajan en familia o en grupos reducidos. Por lo tanto las

facilidades para este tipo de personas deben ser tomadas muy en cuenta. Podemos ver que grupos de hasta de seis personas son comunes también, para lo que deberíamos implementar una política de descuentos para grupos.

- Motivación del viaje

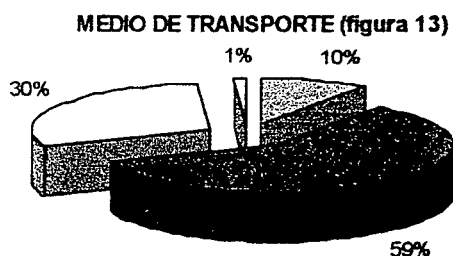
| Motivación del viaje | %   |
|----------------------|-----|
| Negocios             | 4%  |
| Vacaciones           | 32% |
| Ecoturismo           | 29% |
| Playa                | 22% |
| Otros                | 13% |



La mayoría viene de vacaciones y en general con el objetivo de salir un poco de la rutina y tener un poco de esparcimiento. En Canoa se pueden realizar deportes acuáticos, al igual que es un lugar muy propicio para, alas delta y parapente, además como vemos un 29% esta muy interesado en el Ecoturismo para lo cual la zona brinda muchas facilidades.

- Medio de transporte

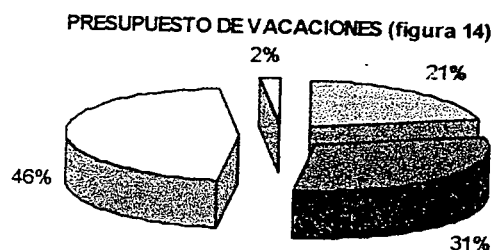
| Medio de transporte     | %   |
|-------------------------|-----|
| Aéreo                   | 10% |
| Vehículo propio         | 59% |
| Transporte de pasajeros | 30% |
| Marítimo                | 1%  |



El vehículo propio es lo más usado para acceder a Canoa, esto nos da una pauta del nivel económico que tienen las personas que pasan sus vacaciones en este lugar, el transporte de pasajeros es un porcentaje importante también lo cual le da a Canoa un movimiento de turistas bastante fluido. Mediante vía aérea es muy poca la cantidad de personas que llega y es en las ocasiones que el aeropuerto funciona ya que su operación no es regular.

- Presupuesto de vacaciones

| Presupuesto de vacaciones | %   |
|---------------------------|-----|
| \$150 - \$300             | 21% |
| \$300 - \$400             | 31% |
| \$450 - \$600             | 46% |
| Más de \$600              | 2%  |

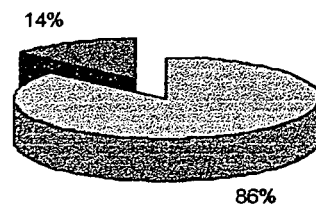


Para una estadía promedio de 4 a 7 días, es normal un presupuesto se \$450 a \$600 con esto vemos que la gente si tiene la capacidad económica para acceder al precio que impone una Hostería Ecológica. Tomando en cuenta que hemos identificado que las personas viajan en grupos lo que podría dar un promedio de \$100 a \$150 por persona en este período de tiempo.

- Preferencia hacia una Hostería Ecológica

| Hostería Ecológica | %   |
|--------------------|-----|
| SI                 | 86% |
| NO                 | 14% |

LE GUSTARIA HOSPEDARSE EN UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA (figura 15)

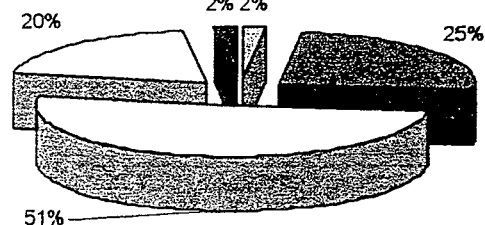


La gente responde muy bien al concepto de una Hostería Ecológica, con un 86%, que se podría estimarse como el valor real de  $p$  real, es decir las personas que sí cumplen con el atributo y el valor de  $q$  de 14% es decir personas que no cumplen con el atributo, esto demuestra que nuestro proyecto tiene un campo amplio para poder entrar en el mercado con este tipo de negocio.

- Satisfacción con los servicios turísticos de Canoa

| Nivel                        | %   |
|------------------------------|-----|
| Extremadamente satisfactorio | 2%  |
| Muy satisfactorio            | 25% |
| Satisfactorio                | 51% |
| Poco satisfactorio           | 20% |
| Insatisfactorio              | 2%  |

SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS TURÍSTICOS (figura 16)



La mayoría de personas piensa que los servicios que se brindan en Canoa son buenos, pero le falta aun mucho por hacer, especialmente con lo que se refiere a los servicios sanitarios y la asepsia con se maneja los insumos en instalaciones como restaurantes y lugares de esparcimiento. Esto es un factor que no es controlable por el proyecto, afecta al mismo

ya que con un mejor manejo de estos recursos la afluencia de turistas podría aumentar.

### 2.5.3 Perfil del cliente

El perfil de cliente propicio para nuestro proyecto son las personas que tengan una capacidad económica media o media alta, que estén entre 26 a 45 años de edad, estén dispuestos a pasar una temporada de mínimo 2 días en la Parroquia de Canoa y tengan propensión a establecimientos y actividades ecológicas.

## 2.6 Análisis de la demanda

### 2.6.1 Demanda histórica

**Tabla 2**

**REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRAJEROS  
PARQUE NACIONAL MACHALILLA**

| 1998     |          | 1999     |          | 2000     |          | 2001     |          |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| NACIONAL | ESTRANJ. | NACIONAL | ESTRANJ. | NACIONAL | ESTRANJ. | NACIONAL | ESTRANJ. |
| 6.374    | 4.287    | 11.702   | 7.121    | 23.532   | 7.337    | 21.086   | 7.277    |

Elaborada Paola Rivadeneira. Fuente, Ministerio de Turismo

Tomamos en cuenta la afluencia de visitantes al Parque Nacional Machalilla por ser los datos de mayor confiabilidad, otra razón importante es que este es el tipo de turista al que estamos enfocados, es decir a las

personas que les interesa hacer turismo ecológico, vemos como desde el año 1.998 hasta el año 2.000 hubo un incremento en los turistas nacionales y extranjeros, tomando en cuenta que los turistas nacionales tiene una mayor representación en todos los años. Un decrecimiento desde el 2.000 hasta el 2.001 que pudo ser causado por la crisis económica que vivió el país antes de entrar en un sistema de dolarización.

**Tabla 3**

**UBICACIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA 2.001**

(En millones de US \$)

|                   | PETRÓLEO<br>CRUDO | BANANO      | TURISMO     | CAMARON     | OTR.ELAB.<br>PROD. MAR | FLORES<br>NATURALES |
|-------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|---------------------|
| UBICACIÓN<br>2001 | 1.722,30<br>1     | 864,50<br>2 | 430,00<br>3 | 281,40<br>4 | 272,30<br>5            | 238,10<br>6         |

Elaborada Paola Rivadeneira. Fuente, Ministerio de Turismo

El turismo es considerado uno de los tres principales ingresos como se demuestra en la tabla. En lo que se refiere al ingreso de divisas al país, la balanza de pagos del Ecuador correspondiente al año 2.001, en su rubro de viajes registra US \$430 millones, lo que significa un incremento cercano al 7% con relación al año 2.000. Esta cifra ubica al turismo receptor en el tercer lugar de generación de divisas si se compara con los ingresos provenientes de los principales productos de exportación.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Ministerio de Turismo, Principales indicadores Turísticos año 2001, Banco Central del Ecuador

### 2.6.2 Demanda potencial

La demanda potencial es toda aquella que podemos estimar que en un futuro demandara nuestros servicios. Con los datos obtenidos de la encuesta, el valor de  $p$  real 85% personas que estarías dispuestas a solicitar un servicio de este tipo, del total de turistas que visitan la provincia de Manabí en los feriados (I trimestre 2003)<sup>10</sup>, podemos estimar el siguiente valor:

|                                                               |         |
|---------------------------------------------------------------|---------|
| Turistas que visitan Manabí                                   | 108.966 |
| 85% que esta dispuesto a hospedarse en una Hostería ecológica | 92.621  |

Vemos que 92.621 personas son las que estarían relativamente interesadas en hospedarse en una Hostería Ecológica, este es un dato general que hace referencia a la provincia.

### 2.6.3 Demanda objetivo

Mediante esta conseguimos estimar cual es la demanda específica de nuestro proyecto y así poder hacer el análisis de la oferta y la demanda. Para esto haremos referencia a nuestro perfil del cliente, que son las personas a las que enfocaremos nuestros servicios.

<sup>10</sup> Departamento de la Cuenta Satélite, No. De visitas que salieron los feriados según destino, Ministerio de turismo, datos no publicados. 2003

## DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO

92.621

Personas que se encuentran entre  
15 - 45 años de edad (90%)

83.359

Personas que pernotarían entre  
4 - 9 días (61%)

50.849

Personas que están interesadas  
en el Ecoturismo (29%)

14.746

36% se hospeda en Hostería  
Ecológica

5.309

La demanda objetivo de nuestro proyecto es de 5.309 personas que visitan la provincia de Manabí con un propósito ecológico.

#### 2.6.4 Proyección de la demanda

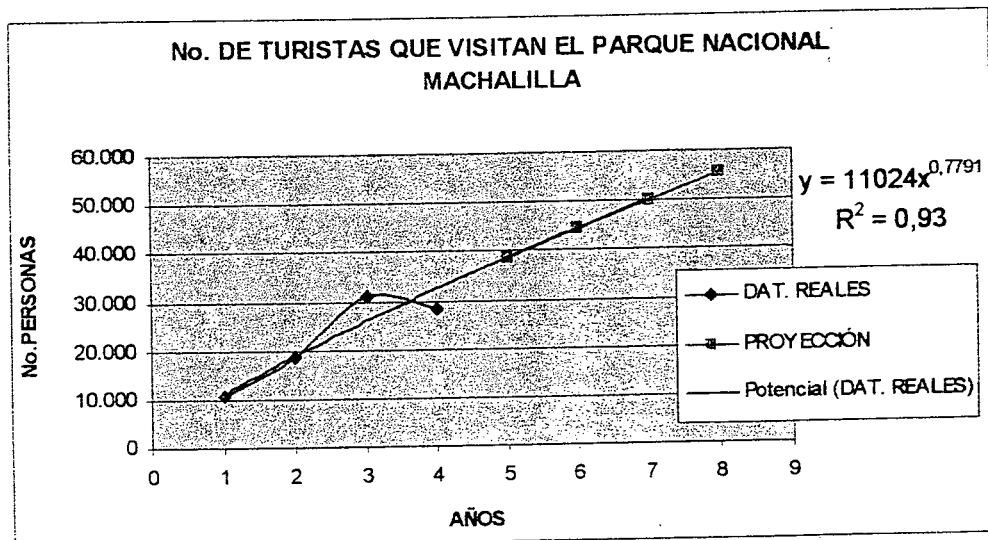
Una vez fijada la demanda objetivo, se debe hacer una proyección de la demanda por un período de 4 años, para estimar el posible número de visitantes esperados. Para esta proyección utilizaremos el método de mínimos cuadrados par así encontrar cual es la ecuación que más se acopla a los datos que se tiene de el Parque Nacional Machalilla. Tomamos estos datos ya que son el único registro seguro que se puede tomar como una aproximación a la cantidad de turistas que visitan esta zona de la provincia con la intención de un turismo ecológico.

**Tabla 4**  
**TOTAL DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN EL PARQUE NACIONAL MACHALILLA**

| AÑOS | No. TURISTAS |
|------|--------------|
| 1998 | 10.661       |
| 1999 | 18.823       |
| 2000 | 30.869       |
| 2001 | 28.363       |

Elaboración: Paola Rivadeneira, Fuente: M. de Medio Ambiente

**Figura17**



Proyección de los datos observados (proyección demanda)

Para poder proyectar los datos obtenidos del No. De visitas al Parque Nacional Machalilla, analizamos las ecuaciones y sus respectivos coeficientes de determinación para poder escoger el que mejor se adapte a los datos observados.

**Tabla 5**  
**ECUACIONES DE REGRESION Y COEFICIENTE DE DETERMINACION**  
**PROPUESTOS**

| MODELO      | ECUACION RESULTANTE               | COEFICIENTE DE DETERMINACION |
|-------------|-----------------------------------|------------------------------|
| LINEAL      | $y = 6515,2x + 5891$              | $R^2 = 0,8236$               |
| LOGARITMICA | $y = 14.567 \ln x + 10.605$       | $R^2 = 0,8928$               |
| CUADRATICO  | $y = -2.667x^2 + 19.850x - 7.444$ | $R^2 = 0,9341$               |
| POTENCIAL   | $y = 11.024 x^{0,7701}$           | $R^2 = 0,93$                 |
| EXPONENCIAL | $8.684,9 e^{0,343 x}$             | $R^2 = 0,8312$               |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Como podemos ver en la tabla 6, la ecuación que mejor se ajusta a nuestros datos es la cuadrática, con un  $R^2 = 0.9341$  pero al ejecutar este modelo la tendencia es a la baja, lo que no es muy real ya que el turismo es una de las áreas productivas con mayor crecimiento nacional e internacional. Por lo tanto tomamos la ecuación potencial que también tiene un  $R^2 = 0.93$ , muy cercano al anterior, y su tendencia es a aumentar.

**Tabla 6**  
**PROYECCIÓN DEL No. DE TURISTAS QUE VISITAN EL**  
**PARQUE NACIONAL MACHALILLA**

|   | TURISTAS | TASA DE CRECIMIENTO |
|---|----------|---------------------|
| 1 | 10.661   | PROYECCION          |
| 2 | 18.823   |                     |
| 3 | 30.869   |                     |
| 4 | 28.363   |                     |
| 5 | 38.628   |                     |
| 6 | 44.524   |                     |
| 7 | 50.206   |                     |
| 8 | 55.710   |                     |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Una vez que obtenemos los datos proyectados, tomamos la tendencia que tiene todo este conjunto de datos (pendiente de la proyección), y la utilizamos para proyectar nuestra demanda objetivo.

**Tabla 7**

**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

| AÑO  | DEMANDA OBJETIVO | CRECIMIENTO PROMEDIO |
|------|------------------|----------------------|
| 2001 | 5.309            |                      |
| 2002 |                  | 5611                 |
| 2003 |                  | 5931                 |
| 2004 |                  | 6269                 |
| 2005 |                  | 6626                 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Podemos aplicar la misma tasa de crecimiento en los 2 casos ya que están relacionados entre si, ya que como se menciono anteriormente el tipo de turistas que viajan al Parque Nacional Machalilla es el tipo de turista al que nos estamos enfocando, por lo tanto su tendencia sirve para proyectar nuestra demanda futura.

## **2.7 Análisis de la oferta**

Fue necesario investigar el conjunto de oferentes en el Cantón San Vicente y en especial la Parroquia de Canoa, además de los productos que representan alternativas sustitutiva y/o complementaria al producto ofrecido por el proyecto.

2.7.1 *Inventario de la Oferta***Tabla 8**Cantón San Vicente<sup>11</sup>Hosterías

Parroquia: San Vicente

| Razón Social | Dirección | Categoría | Hab. | Plazas |
|--------------|-----------|-----------|------|--------|
| 0            | 0         | 0         | 0    | 0      |

Cabañas

|           |         |         |    |    |
|-----------|---------|---------|----|----|
| Alcatraz  | Malecón | Primera | 28 | 70 |
| Monte Mar | Malecón | Primera | 28 | 56 |

Parroquia: Canoa

Hosterías

|                    |           |         |    |    |
|--------------------|-----------|---------|----|----|
| Canoa No. 2        | Vía Canoa | Primera | 22 | 75 |
| Montañita de Canoa | Vía Jama  | Segunda | 7  | 30 |

|       |    |     |
|-------|----|-----|
| Total | 85 | 231 |
|-------|----|-----|

Elaboración: Paola Rivadeneira. Fuente: Ministerio de Turismo.

2.7.2 *Proyección de la oferta*

Se debe establecer el número de oferentes de alojamiento localizados en la Provincia de Manabí.

<sup>11</sup> Ministerio de Turismo, Catastro Manabí 2003. Dirección Provincial de Manabí.

**Tabla 9**  
**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS PARA ALOJAMIENTO EN LA**  
**PROVINCIA DE MANABÍ**

| <b>Años</b>        | <b>No. Establecimientos</b> | <b>No. Habitaciones</b> | <b>No. Plazas</b> |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------|
| 2000 <sup>12</sup> | 166                         | 3.347                   | 7.812             |
| 2001 <sup>13</sup> | 242                         | 4.199                   | 10.767            |

Elaboración: Paola Rivadeneira. Fuente: Ministerio de Turismo

Para poder establecer el crecimiento de la oferta examinaremos la cantidad de personal ocupado.

**Tabla 10**  
**TOTAL DE PERSONAL OCUPADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE**  
**TIPO TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ**

| <b>Años</b>        | <b>Personal Ocupado</b> |
|--------------------|-------------------------|
| 2000 <sup>14</sup> | 2.755                   |
| 2001 <sup>15</sup> | 3.038                   |

Elaboración: Paola Rivadeneira Fuente: M. de Turismo

La tasa de crecimiento que se obtuvo de el número de personal ocupado es de 2.10%, la cual aplicaremos al número de establecimientos existentes en la Parroquia de Canoa según el Catastro de la Provincia de Manabí 2003.

<sup>12</sup> Ministerio de Turismo, Principales Indicadores Turísticos 2000, Capacidad de los establecimientos de alojamiento según provincias, Pág. 14

<sup>13</sup> Ministerio de Turismo, Boletín de Estadísticas Turísticas 1997 – 2001, Capacidad de los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo 2001.

<sup>14</sup> Ministerio de Turismo, Principales Indicadores Turísticos 2000, Capacidad de los establecimientos de alojamiento y según provincias, Pág. 14 Y 15

<sup>15</sup> Ministerio de Turismo, Boletín de Estadísticas Turísticas 1997 – 2001,

Tabla 11

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

| Año  | Hab. | Plazas |
|------|------|--------|
| 2001 | 56   | 126    |
| 2002 | 56   | 126    |
| 2003 | 85   | 231    |
| 2004 | 87   | 236    |
| 2005 | 89   | 241    |

Elaboración: Paola Rivadeneira

**2.7.3 Oferta sustituta y complementaria**

Se entiende como sustitutos a los bienes y/o servicios que pueden ser consumidos a cambio del que se piensa producir ya que satisfacen aproximadamente y con niveles parecidos de calidad las mismas necesidades. En cambio, los complementarios no están destinados a satisfacer las mismas necesidades que el producto, por el contrario sirven de apoyo y atracción para el mismo.

Podemos tomar en cuenta como oferta sustituta a los hostales ya que estos tienen una estructura similar a las Hosterías, con la diferencia que estos se encuentran situados en las zonas urbanas.

En el Cantón San Vicente existen la siguiente cantidad de hostales:

**Tabla 12**Cantón San Vicente<sup>16</sup>Hostales

Parroquia: San Vicente

| <b>Razón Social</b> | <b>Dirección</b> | <b>Categoría</b> | <b>Hab.</b> | <b>Plazas</b> |
|---------------------|------------------|------------------|-------------|---------------|
| Del Mar             | Malecón          | Segunda          | 12          | 34            |
| Vacaciones          | Malecón          | Segunda          | 25          | 77            |
| San Vicente         | Malecón          | Tercera          | 26          | 44            |

Parroquia: Canoa

Hostales

|                     |                    |         |    |    |
|---------------------|--------------------|---------|----|----|
| País Libre          | Filomeno Hernández | Primera | 24 | 65 |
| Bambú               | Malecón            | Segunda | 14 | 16 |
| Posada de Daniel la | Javier Santos      | Segunda | 22 | 70 |
| Shelmar             | Javier Santos      | Segunda | 12 | 36 |
| Sol y Mar           | Vía a Canoa        | Segunda | 12 | 86 |

|              |           |            |
|--------------|-----------|------------|
| <b>Total</b> | <b>84</b> | <b>428</b> |
|--------------|-----------|------------|

Elaboración: Paola Rivadeneira Fuente: M. de Turismo

Además de estos establecimientos existe la siguiente oferta complementaria:

- ❖ La Provincia de Manabí cuenta con 119 sitios naturales y 81 manifestaciones culturales<sup>17</sup>, ubicándola con un 12.5% del total nacional. Después de la provincia de Pichincha es la que tiene la mayor cantidad de atractivos turísticos.

<sup>16</sup> Ministerio de Turismo, Catastro Manabí 2003. Dirección Provincial de Manabí.

<sup>17</sup> Ministerio de Turismo, Principales Indicadores Turísticos 2001, Distribución de los atractivos turísticos por clusters.

- ❖ El Cantón San Vicente cuenta con la siguiente oferta de alimentos y bebidas<sup>18</sup>:

**Tabla 13**

Parroquia: San Vicente

Restaurante

| Razón Social | Dirección | Categoría | Mesas | Plazas |
|--------------|-----------|-----------|-------|--------|
| Farra la     | Malecón   | Tercera   | 6     | 24     |
| Petiso       | Malecón   | Tercera   | 8     | 32     |
| Servi Pollo  | Malecón   | Tercera   | 4     | 16     |
| Sol y Sombra | Malecón   | Tercera   | 6     | 24     |

Parroquia: Canoa

Restaurante

|               |                         |         |    |    |
|---------------|-------------------------|---------|----|----|
| Arena Bar     | Malecón                 | Tercera | 10 | 40 |
| Costa Azul    | Javier Santos y Malecón | Tercera | 10 | 40 |
| Choza La      | Javier Santos           | Tercera | 7  | 28 |
| Jixsy         | Javier Santos           | Tercera | 9  | 36 |
| Torbellino El | Javier Santos           | Tercera | 10 | 40 |
| Tronco Bar    | Javier Santos           | Tercera | 6  | 24 |

|       |    |     |
|-------|----|-----|
| Total | 76 | 304 |
|-------|----|-----|

Elaboración: Paola Rivadeneira Fuente: M. de Turismo

Esto hace que la Parroquia de Canoa y sus lugres aledaños cuenten con una infraestructura hotelera, que a pesar de necesitar una mejor organización hacia los aspectos de sanidad y calidad en el servicio, prestan atención al turista en las distintas temporadas.

<sup>18</sup> Ministerio de Turismo, Catastro Manabí 2003. Dirección Provincial de Manabí.

Se puede considerar que estos establecimientos pueden ser sustitutivos al servicio de restauran que presta nuestro establecimiento. Pero al encontrarse la Hostería en las afueras de la comunidad la gente prefiere el servicio más cercano.

## 2.8 Análisis de la Competencia

La competencia directa se encuentra en las hosterías de primera categoría que se encuentran en el Cantos San Vicente, haciendo estas un total de 1 establecimiento, se podría considerar de igual manera a las cabañas que hacen un total de 2 establecimientos, como consta en el inventario de la oferta. Estos establecimientos brindan servicios similares al de nuestro proyecto.

Otra competencia indirecta son los hostales de las distintas categorías, que hacen un total de 8 establecimientos.

## 2.9 Balance Oferta-Demanda

Es la forma de expresar cuantitativamente la viabilidad de ejecutar el proyecto con respecto del mercado en base a las proyecciones de la oferta y la demanda en un horizonte temporal mínimo de 5 años, y

mediante su comparación prever la futura existencia y magnitud de los superávit o los déficit de la demanda.

El déficit o el superávit para el servicio de alojamiento se lo obtiene a base de una ecuación que toma en cuenta el porcentaje de ocupación promedio y general aceptable para la planta instalada, período anual de apertura del establecimiento y la estadía o permanencia promedio del futuro huésped<sup>19</sup>.

Como lo demuestra la siguiente formula:

$$H.D. = \frac{V * E}{P * R * L.A.}$$

Donde:

H.D. = habitaciones demandadas

V = número de visitantes promedio

E = estadía promedio (6 días)

P = promedio de ocupación aceptada para el proyecto (50%)

R = relación cama/habitación (1,5)

L.A. = promedio anual en que permanecerá abierto el establecimiento  
(365 días)

---

<sup>19</sup> Hernández Edgar Alonso, Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, segunda edición.

Tabla 14

**NUMERO DE HABITACIONES DEMANDADAS**

| Años | Visitantes<br>esperados | Habitaciones<br>demandadas | Habitaciones<br>ofertadas | Habitaciones<br>(Def)/Sup. |
|------|-------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 2001 | 5.309                   | 97                         | 56                        | (41)                       |
| 2002 | 5.638                   | 103                        | 56                        | (47)                       |
| 2003 | 5.987                   | 109                        | 85                        | (24)                       |
| 2004 | 6.359                   | 116                        | 87                        | (29)                       |
| 2005 | 6.753                   | 123                        | 89                        | (35)                       |

Elaboración: Paola Rivadeneira

De acuerdo al análisis realizado de la oferta y la demanda vemos que nuestro proyecto vendría a satisfacer demanda insatisfecha en todos los años proyectados, esto nos da la pauta que no solo tendríamos campo para establecernos sino también de expansión continua.

**2.9.1 Formas de comercialización**

La mayoría de los establecimientos se manejan por medio de la intermediación con agencias de viajes, es decir que el establecimiento puede estar contratado como parte de un paquete turístico.

También es frecuente que los establecimientos pequeños generen sus propios canales de comercialización, por medio de programas turísticos, alianzas con establecimientos similares y publicidad.

Nuestra estrategia de comercialización por ser un proyecto pequeño y encontrarse en su primera etapa, optaremos por alianzas con agencias de

viajes de Quito y Guayaquil que son las ciudades de donde proviene la mayor afluencia de turistas hacia la Provincia de Manabí.

## 2.10 Participación del proyecto en el mercado

Conociendo todo lo referente en cuanto al perfil del consumidor potencial, la demanda y la oferta, con esto establecidas las oportunidades del mercado, es necesario precisar la participación en el mercado del proyecto.

**Tabla 15**

| Provincia de Manabí                                   | No. | Hab.  | Plazas | %    |
|-------------------------------------------------------|-----|-------|--------|------|
| Total de establecimientos                             | 242 | 4.199 | 10.767 | 100% |
| Número de establecimientos de primera categoría       | 30  | 693   | 1.785  | 17%  |
| No. de hosterías existentes de primera categoría 2001 | 10  | 146   | 542    | 5,0% |
| Proyecto Hostería "Las Cañadas"                       | 1   | 10    | 26     | 0,2% |
| Total de hosterías después de establecido el proyecto | 11  | 156   | 568    | 5,3% |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Vemos que nuestro proyecto ocuparía el 0,2% del total de establecimientos ubicados en la Provincia de Manabí, no es un porcentaje representativo si se lo toma frente un 100%, pero examinando la gran demanda de servicios no solo de alojamiento sino de todo lo que necesitan los turistas que visitan la Provincia de Manabí, este es un porcentaje que indica cuanto podremos captar del total de plazas existentes.

## 2.11 Conclusiones y recomendaciones

### 2.11.1 Conclusiones

- ❖ De acuerdo con el estudio de mercado nos damos cuenta que tenemos demanda que cubrir por lo tanto la factibilidad de un proyecto de alojamiento tiene posibilidades para ser ejecutado.
- ❖ La Provincia de Manabí es una de las provincias más visitadas por los turistas nacionales y extranjeros, por lo cual vemos que la posible instalación de actividades como el alojamiento y locales de alimentos y bebidas son una buena opción de inversión.
- ❖ Vamos a satisfacer demanda insatisfecha esto nos dará la oportunidad captar clientes fijos para nuestro establecimiento, que puedan tener en nosotros lo que los demás por falta de capacidad y/o calidad no les puedan brindar.
- ❖ El Ministerio de Turismo esta llevando a cabo varias campañas para incentivar el turismo además de la implementación de varias políticas para la competitividad como es el “Acuerdo Nacional de Voluntades para la Competitividad Turísticas del Ecuador” (Anexo 2), por lo que vemos que este es un sector con muchas perspectivas de crecimiento.

### 2.11.2 Recomendaciones

- ❖ Según los datos recaudados por la encuesta nos podemos dar cuenta que la mayoría del turismo es interno (nacional), lo que quiere decir que debemos enfocarnos en los turistas nacionales ya que ellos son los que traen los ingresos para este tipo de establecimientos.
- ❖ Implementar técnicas de marketing que nos ayuden a mantener y captar clientes, y así llenar las bajas que nos dejan los intermedios de las temporadas de afluencia turística. Introduciéndonos en el mercado empresarial principalmente.

## CAPITULO 3

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 Factores que determinan la localización del proyecto

##### 3.1.1 *Macro localización*

La Hostería llevará el nombre de "LAS CAÑADAS", el proyecto estará ubicado en la Provincia de Manabí, Parroquia de Canoa, vía Canoa-San Vicente Km. 4.

La Provincia de Manabí cuenta con más de 200 atractivos turísticos entre sitios naturales y manifestaciones culturales, lo cual la hace muy apta para el turismo.

##### 3.1.2 *Micro localización*

Se ha escogido un terreno un poco apartado ya que como se ha mencionado antes la característica principal de una Hostería es que se encuentre alejada de los centros poblados. En este caso el terreno se encuentra a 30m de la carretera y tiene una extensión de 80m x 60m (4.800 m<sup>2</sup>), colindando al mar.

Esta extensión de terreno nos da espacio para las zonas verdes y recreacionales, además para crear un ambiente relajado en la Hostería.

Además otro punto importante es que los alrededores no son muy poblados conservando así un ambiente más tranquilo e integrado a la naturaleza.

#### 3.1.2.1 *Clima*

Es bastante equilibrado, con temperaturas que alcanzan 25°C, aunque tienen máximas relativas que pueden llegar a 36°C. Existe una zona con clima tropical sabana hacia la costa y otra de tropical monzón, que ocupa el sector occidental<sup>20</sup>.

Una de las principales características para elegir la Parroquia de Canoa es su clima, ya que por sus playas amplias hace que el calor no sea abrumador por el contrario cree un ambiente agradable y fresco, además en estas playas las personas pueden gozar de mayor privacidad.

#### 3.1.2.2 *Abastecimiento de agua*

El abastecimiento no será muy costoso ya que en San Vicente existe agua entubada proveniente de la presa la Estancilla, de la cual nos preveremos. Y tanto para el consumo humano como para la producción culinaria nos abasteceremos de agua embotellada (Tesalia). Para evitar

---

<sup>20</sup> <http://www.embajadaecuacol.net/provincias.htm>

cualquier posible enfermedad, constaremos con una cisterna la cual trataremos con cloro para desinfectar el agua.

#### *3.1.2.3 Abastecimiento de energía eléctrica*

El abastecimiento será normal ya que estamos ubicados cerca de la carretera por donde pasan líneas eléctricas que llevan la energía de San Vicente a Canoa. Solo sería necesario una instalación con la empresa de energía eléctrica local.

#### *3.1.2.4 Servicios de transporte*

La Provincia de Manabí tiene varias carreteras, por ser una de las más pobladas y visitadas del país. Por otro lado para acceder a las Parroquias de Canoa y San Vicente la mayoría de las carreteras se encuentran en buen estado y otras están siendo rehabilitadas. En lo que tiene que ver con el transporte para los turistas, existen varias compañías de transporte de pasajeros que ya han sido mencionadas anteriormente, además por la facilidad del sistema vial acceder en vehículos propios o alquilados no es ningún problema.

### 3.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

#### 3.2.1 Habitaciones

Cada cabaña tendrá el aspecto de pequeñas villas de 2 pisos cada una, con un área de 4m x 5m (20m<sup>2</sup>) cada piso, además de un baño privado para cada habitación.

Las habitaciones estarán repartidas de la siguiente manera:

**Tabla 16**

#### **TIPO DE HABITACION Y CAPACIDAD**

|                    | CABANA 1                   | CABANA 2             | CABANA 3       | CABANA 4               | CABANA 5         |
|--------------------|----------------------------|----------------------|----------------|------------------------|------------------|
| TIPO DE HABITACION | Matrimonial<br>Matrimonial | Matrimonial<br>Doble | Doble<br>Doble | Cuádruple<br>Cuádruple | Triple<br>Triple |
| PAX                | 4                          | 4                    | 4              | 8                      | 6                |
| TOTAL HABITACIONES | 10                         |                      |                |                        |                  |
| TOTAL PAX          | 26                         |                      |                |                        |                  |

Elaboración: Paola Rivadeneira

##### 3.2.1.1 Capacidad teórica

El tamaño de las instalaciones está dado primero por la capacidad a la cual nuestro establecimiento tiene acceso, como se ve en el estudio de mercado. Esto es, el número de habitaciones demandadas (Tabla 14), que podemos usar como un parámetro para establecer con cuantas plazas contará nuestro establecimiento.

De acuerdo con esta información y tomando en cuenta las limitaciones físicas como lo es el tamaño del terreno, la Hostería "Las Cañadas" tendrá una *capacidad de 26 personas* en total. Este valor se encuentra en el parámetro establecido anteriormente; tomando en cuenta el tamaño del terreno se podría construir más cabañas pero siendo esta la etapa inicial del proyecto partiremos con un valor que sea fácil de manejar.

La capacidad teórica vendría a ser la capacidad anual de la hostería con un 100% de ocupación los 365 días al año. Es decir a cuantos visitantes podríamos alojar en este período de tiempo.

**Tabla 17**

**CAPACIDAD TEÓRICA HOSTERIA "LAS CAÑADAS"**

| NÚMERO DE HABITACIONES | TIPO DE HABITACIÓN | No. DE OCUPANTES POR HABITACION | OCUPACIÓN 100 % (365d) |
|------------------------|--------------------|---------------------------------|------------------------|
| 3                      | Matrimonial        | 2                               | 2.190                  |
| 3                      | Doble              | 2                               | 2.190                  |
| 2                      | Triple             | 3                               | 2.190                  |
| 2                      | Cuádruple          | 4                               | 2.920                  |
| 10                     | TOTAL DE OCUPANTES |                                 | <b>9.490</b>           |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Vemos que la capacidad teórica de nuestro establecimiento es de 9.490 personas anualmente.

### 3.2.1.2 Capacidad real

Esta capacidad práctica o real es la que debe empatar con la demanda física del producto o servicio establecido en el estudio de mercado<sup>21</sup>.

Como mencionamos anteriormente la capacidad esta dada también por lo que nos indica el estudio de mercado, por lo cual fijamos el valor de 26 personas y 10 habitaciones. De acuerdo con nuestro estudio de mercado nos podemos dar cuenta de que nuestro establecimiento no contara con un 100% de ocupación los 365 días del año.

Nuestra ocupación estará dada por la temporada del año en la que nos encontremos, además que por ser un establecimiento nuevo no se puede esperar un porcentaje de ocupación alto ya que la gente no lo conoce.

Podríamos decir que las épocas de mayor afluencia de turistas son los meses de enero, febrero, marzo (temporada de la costa) y julio, agosto, septiembre (temporada de la sierra). En estos meses podríamos aspirar a tener un 100% de ocupación pero a pesar de esto como se dijo antes el proyecto es nuevo así que se espera que al principio la ocupación sea menor. En los meses que se encuentran fuera de la temporada de costa y sierra, podríamos tener un 50% de ocupación o menos, mediante un promedio podemos decir que tendremos una ocupación anual del 70%,

---

<sup>21</sup> Ec. Rodrigo Saenz Flores, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Edición junio 2000, Pág.360.

que con el tiempo aumentara ya que la Hostería se establecerá en el mercado.

**Tabla 18**  
**CAPACIDAD REAL ANUAL HOSTERIA “LAS CAÑADAS”**

| NÚMERO DE HABITACIONES | TIPO DE HABITACIÓN | No. DE OCUPANTES POR HABITACIÓN | OCUPACIÓN 70 % (365d) |
|------------------------|--------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 3                      | Matrimonial        | 2                               | 1.533                 |
| 3                      | Doble              | 2                               | 1.533                 |
| 2                      | Triple             | 3                               | 1.533                 |
| 2                      | Cuádruple          | 4                               | 2.044                 |
| 10                     | TOTAL DE OCUPANTES |                                 | 6.643                 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Vemos que la capacidad de la Hostería es 6.643 personas anualmente, lo que vasta para cubrir la demanda.

**Tabla 19**  
**CAPACIDAD TEÓRICA MENSUAL HOSTERIA “LAS CAÑADAS”**

| NÚMERO DE HABITACIONES | TIPO DE HABITACIÓN | No. DE OCUPANTES POR HABITACIÓN | OCUPACIÓN 70 % (30d) |
|------------------------|--------------------|---------------------------------|----------------------|
| 3                      | Matrimonial        | 2                               | 126                  |
| 3                      | Doble              | 2                               | 126                  |
| 2                      | Triple             | 3                               | 126                  |
| 2                      | Cuádruple          | 4                               | 168                  |
| 10                     | TOTAL DE OCUPANTES |                                 | 546                  |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 3.2.2 Restaurante

La capacidad del restaurante está directamente relacionada con el número de personas que puede alojar la hostería ya que solo dará servicio a los huéspedes de la misma.

La capacidad del restaurante será de 32 personas, es decir de 8 mesas de 4 personas cada una. Esto calculando el espacio físico que debe ser tomando en cuenta además para tener una holgura en caso de algún imprevisto.

#### 3.2.2.1 Capacidad teórica

Como mencionamos anteriormente el restaurante solo entenderá a los huéspedes de la hostería. La capacidad del restaurante es de 11.680 personas (365 días x 32 personas), esta cantidad es más que suficiente para atender la capacidad teórica de la hostería que es de 9.490 personas

**Tabla 20**

#### CAPACIDAD TEÓRICA RESTAURANTE

| CAPACIDAD RESTAURANTE<br>No. PERSONAS | OCUPACIÓN 365 DÍAS<br>100% |
|---------------------------------------|----------------------------|
| 32                                    | 11.680                     |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 3.2.2.2 Capacidad real

Al igual que la Hostería se conoce que es muy poco probable que se conserve un porcentaje de ocupación del 100% todo el año. Por lo cual mediante un promedio tendremos un 75% de ocupación anualmente cuando el proyecto esté establecido.

**Tabla 21**

#### CAPACIDAD REAL DEL RESTAURANTE

| CAPACIDAD RESTAURANTE<br>No. PERSONAS | OCUPACIÓN 365 DÍAS<br>70% |
|---------------------------------------|---------------------------|
| 32                                    | 8.176                     |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Vemos que el restaurante tiene la capacidad suficiente de atender a los huéspedes de la Hostería ya que la capacidad real de esta es de 6.643 personas anualmente (tabla 18), y la del restaurante es de 8.176 personas anualmente.

### 3.2.3 Áreas recreativas y parqueaderos

Habrán dos áreas recreativas en las cuales se podrán realizar distintas actividades deportivas. Además de un área para hacer fogatas preparada con este fin. No se usará concreto en ninguna de estas dos áreas, una será preparada con césped y la otra con arena, tendrán un tamaño aproximado de 10 m x 5 m cada una.

La zona para parqueaderos se encontrara el la parte lateral del terreno y tendrá capacidad para 16 vehículos.

3.2.4 Plano de las instalaciones

Distribución de las instalaciones. Anexo 3

3.2.5 Costo de las instalaciones

Cada piso tendrá un área de 4m x 5m (20 m<sup>2</sup>), lo que hace un total de 40 m<sup>2</sup> de construcción, ya que cada cabaña consta de 2 pisos. A continuación se detalla el costo de los principales rubros para la construcción de las obras civiles.

Tabla 22

HABITACIONES - AREA DE 40 m<sup>2</sup>

| CONCEPTO                                 | DIMENSION          | VALOR POR METRO | TOTAL |
|------------------------------------------|--------------------|-----------------|-------|
| Piso HS                                  | 50 m <sup>2</sup>  | 15              | 750   |
| Baldosa                                  | 50 m <sup>2</sup>  | 15              | 750   |
| Columnas, cimentación<br>(estructura)-HA | 8 m <sup>3</sup>   | 250             | 2.000 |
| Paredes y enlucidos                      | 100 m <sup>2</sup> | 20              | 2.000 |
| Ventanas y puertas                       | 20 m <sup>2</sup>  | 80              | 1.600 |
| Cubierta y techo de madera               | 30 m <sup>2</sup>  | 500 (T)         | 500   |
| Piezas sanitarias y eléctricas           | -                  | 500 (T)         | 500   |
| TOTAL POR CABAÑA                         |                    |                 | 8.100 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

De acuerdo con la tabla anterior podemos obtener un costo promedio por metro cuadrado de construcción de, 202,5 USD. Este precio será la base

para estimar el costo de construcción del área comunal y las instalaciones complementarias.

**Tabla 23**

**AREA COMUNAL**

| CONCEPTO           | DIMENSION         | VALOR x m | TOTAL         |
|--------------------|-------------------|-----------|---------------|
| Cocina             | 20 m <sup>2</sup> | 202,5     | 4.050         |
| Restaurante        | 48 m <sup>2</sup> | 202,5     | 9.720         |
| Bar y sala para TV | 40 m <sup>2</sup> | 202,5     | 8.100         |
| <b>TOTAL</b>       |                   |           | <b>21.870</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

**Tabla 24**

**INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS**

| CONCEPTO                                      | DIMENSION         | VALOR x m | TOTAL         |
|-----------------------------------------------|-------------------|-----------|---------------|
| Poso séptico e instalaciones suplementaria HA | 4 m <sup>3</sup>  | 250       | 1.000         |
| Cisterna HA                                   | 10 m <sup>3</sup> | 250       | 2.500         |
| Recepción                                     | 16 m <sup>2</sup> | 202,5     | 3.240         |
| Cuarto de maquinas                            | 12 m <sup>2</sup> | 202,5     | 2.430         |
| Guardianía                                    | 15 m <sup>2</sup> | 202,5     | 3.038         |
| Cuarto de almacenamiento                      | 16 m <sup>2</sup> | 202,5     | 3.240         |
| <b>TOTAL</b>                                  |                   |           | <b>15.448</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

**Tabla 25**

**RESUMEN DEL COSTO DE LAS INSTALACIONES**

| CONCEPTO                   | CANTIDAD | VALOR \$      |
|----------------------------|----------|---------------|
| Habitaciones               | 5        | 40.500        |
| Área comunal               | 1        | 21.870        |
| Instalaciones completarias |          | 15.448        |
| <b>COSTO TOTAL</b>         |          | <b>77.818</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

HA = hormigón armado      HS = hormigón simple      (T) = costo total

### 3.3 Diseño de instalaciones

#### 3.3.1 Área de habitaciones

Las habitaciones serán de estilo rustico, con techos de paja con base de hormigón para brindar una mayor seguridad. Habrá habitaciones matrimoniales, dobles, triples y cuádruples.

Las cabañas constarán con agua tratada y distribuida mediante una bomba; tendrán además red eléctrica.

#### 3.3.2 Área comunal

Se ha establecido que el restaurante solo brinde atención a los huéspedes de la Hostería, este será administrado de acuerdo al flujo de turistas y con el respaldo de un segundo que tenga experiencia en este tipo de servicio.

Esta área constara de:

- Cocina
- Servicios higiénicos para el personal y los huéspedes
- Una bodega para productos perecederos y no perecederos
- Bodega de lencería
- Restauran con capacidad para 32 personas

- Bar

### 3.3.3 Áreas de recreación

Contará con dos canchas de uso múltiple para desarrollar actividades como voley, fútbol, etc.

### 3.4 Programa operacional

Para tener una idea clara de la manera en que funcionará este establecimiento y los servicios que debe brindar se pone a consideración su definición de acuerdo al, Reglamento Hotelero:

#### **Hosterías de primera categoría (tres estrellas).**

Deberán contar con los siguientes servicios:

- a) Servicio de recepción las 24 horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá además del español el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción.
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales en los lugares donde hubiere este servicio y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por una operadora.
- c) Botiquín de primeros auxilios.

Conociendo esto, es este punto se especifican los aspectos técnicos del proyecto donde se concreta la manera de cómo han de desarrollarse las actividades en el establecimiento para determinar el número de personal a contratar, el mobiliario requerido, equipo, inhalaciones especiales, menaje, decoración, etc. Para ello es fundamental precisar las actividades de sus participantes dependiendo cada una de las áreas productivas y de apoyo, que conforman el establecimiento.

Los departamentos de Alimentos y Bebidas, y el de Habitaciones y Pisos, son las principales **áreas productivas**, porque son las que generan las fuentes de ingreso que aseguran la permanencia del establecimiento.

### **3.4.1 Áreas productivas**

#### ***3.4.1.1 Habitaciones***

El servicio de alojamiento ofrecerá al cliente la oportunidad de permanecer en la hostería "Las Cañadas", a cambio de precios justos, determinados en base a la calidad del servicio a prestar y con relación a un estudio de tarifas en establecimientos hoteleros de similar categoría y características. Además se determino tarifas aplicables para agencias de viajes que se beneficiaran de un descuento del 15%, que concuerda con las exigencias y manera de operar de las mismas.

Tabla 26

## PRECIO DE LAS HABITACIONES

| TIPO DE HABITACION | TARIFA NORMAL + IMP | TARIFA AGENCIAS Y GRUPOS | TARIFA PROMEDIO |
|--------------------|---------------------|--------------------------|-----------------|
| simple             | 21,96               | 18,67                    | 20,31           |
| doble              | 24,40               | 20,74                    | 22,57           |
| triple             | 36,60               | 31,11                    | 33,86           |
| cuádruple          | 48,80               | 41,48                    | 45,14           |
| TARIFA PROMEDIO    |                     |                          | 30,47           |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Para la normal operación y funcionamiento de las habitaciones, se deben contemplar las necesidades básicas en cuanto a equipo, mobiliario, decoración, lencería, cristalería e instalaciones especiales.

Tabla 27

## EQUIPAMIENTO PARA HABITACIONES

| MOBILIARIO Y DECORACIÓN          |                           | VALOR      | VALOR        |
|----------------------------------|---------------------------|------------|--------------|
| No.                              | DESCRIPCIÓN               | INDIVIDUAL | TOTAL        |
| 4                                | camas literas             | S/. 150,00 | 600,00       |
| 10                               | bases de 1 1/2 plazas     | S/. 84,00  | 840,00       |
| 3                                | bases de 2 plazas         | S/. 86,00  | 258,00       |
| 23                               | colchones de 1 1/2 plazas | S/. 81,00  | 1.863,00     |
| 3                                | colchones de 2 plazas     | S/. 74,00  | 222,00       |
| 10                               | Burros                    | S/. 95,00  | 950,00       |
| 15                               | lámparas colgantes        | S/. 62,00  | 930,00       |
| 10                               | basureros para habitación | S/. 1,78   | 17,80        |
| 10                               | Closet                    | S/. 680,00 | 6.800,00     |
| TOTAL DE MOBILIARIO Y DECORACIÓN |                           |            | S/ 12.480,80 |

| LENCERÍA          |                                | VALOR      | VALOR       |
|-------------------|--------------------------------|------------|-------------|
| No.               | DESCRIPCIÓN                    | INDIVIDUAL | TOTAL       |
| 26                | almohadas de plumón            | S/. 7,00   | 182,00      |
| 10                | juegos de sábanas 1 1/2 plazas | S/. 32,54  | 325,40      |
| 3                 | juegos de sábanas de 2 plazas  | S/. 40,60  | 121,80      |
| 10                | edredones de 1 ½ plazas        | S/. 52,87  | 528,70      |
| 3                 | edredones de 2 plazas          | S/. 59,35  | 178,05      |
| 26                | toallas de cuerpo              | S/. 11,00  | 286,00      |
| 10                | alfombras para salida de baño  | S/. 7,00   | 70,00       |
| TOTAL DE LENCERÍA |                                |            | S/ 1.691,95 |

| EQUIPO          |                          | VALOR      | VALOR       |
|-----------------|--------------------------|------------|-------------|
| No              | DESCRIPCIÓN              | INDIVIDUAL | TOTAL       |
| 10              | Teléfonos                | S/. 20,00  | 200,00      |
| 5               | Calefones                | S/. 310,00 | 1.550,00    |
| 7               | tanques de gas domestico | S/. 20,00  | 140,00      |
| 1               | Bomba                    | S/. 156,01 | 156,01      |
| TOTAL DE EQUIPO |                          |            | S/ 2.046,01 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Las habitaciones se hallaran dotadas de agua fría y caliente, para lo que es necesario la instalación de un sistema de calefones suficiente para proporcionar la temperatura considerada adecuada para el aseo personal de 40°C a 50°C, los cuales utilizarán cilindros de gas licuado para su funcionamiento.

#### 3.4.1.2 Pisos

Este se encarga del cuidado de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias al momento de ser ocupadas por los huéspedes, como dispone el Reglamento Hotelero<sup>22</sup>, con la creación de un departamento de "ama de llaves". Para la normal operación y funcionamiento de este departamento se determinó las siguientes necesidades:

<sup>22</sup> Reglamento Hotelero, Capítulo IV, Art.21, Quito-Ecuador, Pág. 43 y 44

Tabla 28

## EQUIPAMIENTO PARA LA OPERACIÓN DE PISOS

| MOBILIARIO                       |                      | VALOR      | VALOR     |
|----------------------------------|----------------------|------------|-----------|
| No.                              | DESCRIPCIÓN          | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 2                                | stands para acomodar | S/. 150,00 | 300,00    |
| 1                                | Planchador           | S/. 30,00  | 30,00     |
| TOTAL DE MOBILIARIO Y DECORACIÓN |                      |            | S/ 330,00 |

| LENCERÍA       |                                | VALOR      | VALOR    |
|----------------|--------------------------------|------------|----------|
| No.            | DESCRIPCIÓN                    | INDIVIDUAL | TOTAL    |
| 13             | almohadas de plumón            | S/. 7,00   | 91,00    |
| 10             | juegos de sábanas 1 1/2 plazas | S/. 32,54  | 325,40   |
| 3              | juegos de sábanas de 2 plazas  | S/. 40,60  | 121,80   |
| 5              | edredones de 1 1/2 plazas      | S/. 52,87  | 264,35   |
| 5              | basureros pequeños             | S/. 1,78   | 8,90     |
| 2              | edredones de 2 plazas          | S/. 59,35  | 118,70   |
| 26             | toallas de cuerpo              | S/. 11,00  | 286,00   |
| 4              | escoba                         | S/. 1,86   | 7,44     |
| 4              | palas para recoger             | S/. 1,35   | 5,40     |
| 10             | alfombras para salida de baño  | S/. 7,00   | 70,00    |
| TOTAL LENCERÍA |                                |            | 1.298,99 |

| EQUIPO          |                        | VALOR      | VALOR     |
|-----------------|------------------------|------------|-----------|
| No.             | DESCRIPCIÓN            | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 1               | lavadora 20 libras     | S/. 450,00 | 450,00    |
| 2               | plancha Black & Decker | S/. 35,00  | 70,00     |
| TOTAL DE EQUIPO |                        |            | S/ 520,00 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Tomando en cuenta que al principio la capacidad de ocupación no será del 100%, por estar el proyecto en su primera etapa de operación se contratará dos personas para que cumplan la función de camareras.

### 3.4.1.3 Recepción

Este departamento se encargara de atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en los registros, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir las facturas y recibir el importe de las mismas.

Otras de sus funciones serán, custodiar las llaves de las habitaciones, recibir, guardar y entregar a los huéspedes la correspondencia así como los avisos o mensajes que reciban, cuidar la recepción y entrega de equipaje y la atención a los clientes. Para el funcionamiento de este departamento es necesario determinar las necesidades con respecto a mobiliario, decoración y equipo como se detalla a continuación:

**Tabla 29**

#### ARTÍCULOS PARA LA OPERACIÓN DE RECEPCIÓN

| MOBILIARIO          |                     | VALOR      | VALOR        |
|---------------------|---------------------|------------|--------------|
| No.                 | DESCRIPCIÓN         | INDIVIDUAL | TOTAL        |
| 1                   | Counter             | S/. 136,00 | 136,00       |
| 1                   | Escritorio          | S/. 400,00 | 400,00       |
| 2                   | sillas de oficina   | S/. 50,00  | 100,00       |
| 2                   | sillones 2 personas | S/. 216,00 | 432,00       |
| 1                   | Archivador          | S/. 60,00  | 60,00        |
| 2                   | lámpara colgante    | S/. 57,00  | 114,00       |
| TOTAL DE MOBILIARIO |                     |            | S/. 1.242,00 |

| EQUIPO          |                      | VALOR      | VALOR        |
|-----------------|----------------------|------------|--------------|
| No.             | DESCRIPCIÓN          | INDIVIDUAL | TOTAL        |
| 2               | computadora completa | S/. 570,00 | 1.140,00     |
| 1               | fax Panasonic        | S/. 250,00 | 250,00       |
| 2               | teléfono de 2 líneas | S/. 110,00 | 220,00       |
| TOTAL DE EQUIPO |                      |            | S/. 1.610,00 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 3.4.1.4 Restaurante

Esta es una importante fuente de ingresos para el establecimiento, además que se brindar este servicio es básico en una Hostería. Para su normal operación y se consideró aspectos básicos en cuanto a mobiliario y decoración, equipo, blancos, lencería, cristalería e instalaciones especiales como de detalla a continuación:

**Tabla 30**

#### ARTÍCULOS PARA LA OPERACIÓN DEL RESTAURANTE

| BLANCOS       |                 | VALOR      | VALOR     |
|---------------|-----------------|------------|-----------|
| No.           | DESCRIPCIÓN     | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 20            | Manteles        | S/. 7,00   | 140,00    |
| 10            | paños de repaso | S/. 0,50   | 5,00      |
| TOTAL BLANCOS |                 |            | S/ 145,00 |

| CRISTALERÍA       |                  | VALOR      | VALOR     |
|-------------------|------------------|------------|-----------|
| No.               | DESCRIPCIÓN      | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 32                | copa vino        | S/. 2,00   | 64,00     |
| 32                | vasos pequeño    | S/. 0,75   | 24,00     |
| 32                | vaso highball    | S/. 1,06   | 33,92     |
| 10                | jarra de cristal | S/. 2,78   | 27,80     |
| 10                | Saleros          | S/. 0,59   | 5,90      |
| 10                | Pimenteros       | S/. 0,59   | 5,90      |
| 10                | Hieleras         | S/. 2,10   | 21,00     |
| TOTAL CRISTALERÍA |                  |            | S/ 182,52 |

| LOZA       |                       | VALOR      | VALOR     |
|------------|-----------------------|------------|-----------|
| No.        | DESCRIPCIÓN           | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 32         | plato postre          | S/. 1,84   | 58,88     |
| 32         | plato sopero          | S/. 2,37   | 75,84     |
| 32         | cebicheros/ensaladera | S/. 1,25   | 40,00     |
| 32         | plato ovalo           | S/. 3,22   | 103,04    |
| 10         | Teteras               | S/. 4,25   | 42,50     |
| 32         | plato para café       | S/. 0,93   | 29,76     |
| 32         | tasa para café        | S/. 1,28   | 40,96     |
| 10         | Azucarera             | S/. 2,20   | 22,00     |
| TOTAL LOZA |                       |            | S/ 412,98 |

| CUBERTERÍA       |                      | VALOR      | VALOR      |
|------------------|----------------------|------------|------------|
| No.              | DESCRIPCIÓN          | INDIVIDUAL | TOTAL      |
| 32               | cucharas soperas     | S/. 0,58   | 18,56      |
| 32               | Tenedores trincheros | S/. 0,58   | 18,56      |
| 32               | cuchillos trincheros | S/. 1,06   | 33,92      |
| 32               | cucharas de postre   | S/. 0,36   | 11,52      |
| 10               | pinzas de hielo      | S/. 3,71   | 37,10      |
| TOTAL CUBERTERÍA |                      |            | S/. 119,66 |

|              |            |
|--------------|------------|
| TOTAL MENAJE | S/. 860,16 |
|--------------|------------|

| MOBILIARIO Y DECORACIÓN          |                         | VALOR      | VALOR      |
|----------------------------------|-------------------------|------------|------------|
| No.                              | DESCRIPCIÓN             | INDIVIDUAL | TOTAL      |
| 12                               | mesas redonda plástico  | S/. 20,95  | 251,40     |
| 48                               | sillas de plástico      | S/. 5,30   | 254,40     |
| 2                                | puntos de apoyo         | S/. 7,30   | 14,60      |
| 10                               | vasijas decorativas     | S/. 4,00   | 40,00      |
| 5                                | lámparas con ventilador | S/. 62,00  | 310,00     |
| TOTAL DE MOBILIARIO Y DECORACIÓN |                         |            | S/. 870,40 |

| EQUIPO          |                            | VALOR      | VALOR      |
|-----------------|----------------------------|------------|------------|
| No.             | DESCRIPCIÓN                | INDIVIDUAL | TOTAL      |
| 1               | TV color 25"               | S/. 439,00 | 439,00     |
| 1               | cafetera completa 42 tazas | S/. 80,00  | 80,00      |
| TOTAL DE EQUIPO |                            |            | S/. 519,00 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Manteniendo los criterios de que la Hostería en su inicio contara con un 50% de ocupación y que esta se mantendrá en los primeros meses de operación. Se contratarán 2 meseros preparados para que formen parte de la atención del restaurante y del bar. Quedara al criterio de los mismos la designación del capitán que lidere el establecimiento y el resto de personal del área.

## 3.4.1.5 Bar

Esta área se encarga de la elaboración y venta de bebidas con o sin alcohol, puras o combinadas, para su funcionamiento se necesita cumplir con los aspectos básicos como se detalla a continuación:

Tabla 31

## ARTICULOS PARA LA OPERACIÓN DEL BAR

| BLANCOS       |                 | VALOR      | VALOR   |
|---------------|-----------------|------------|---------|
| No.           | DESCRIPCIÓN     | INDIVIDUAL | TOTAL   |
| 5             | paños de repaso | S/. 0,50   | 2,50    |
| TOTAL BLANCOS |                 |            | S/ 2,50 |

| CRISTALERÍA y OTROS |                        | VALOR      | VALOR     |
|---------------------|------------------------|------------|-----------|
| No.                 | DESCRIPCIÓN            | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 32                  | copa cóctel            | S/. 1,20   | 38,40     |
| 32                  | vaso highball          | S/. 1,06   | 33,92     |
| 32                  | vaso cervecero         | S/. 1,35   | 43,20     |
| 1                   | conjunto de coctelería | S/. 200,00 | 200,00    |
| 1                   | cooler de 20 litros    | S/. 21,56  | 21,56     |
| TOTAL CRISTALERÍA   |                        |            | S/ 337,08 |

|              |  |  |           |
|--------------|--|--|-----------|
| TOTAL MENAJE |  |  | S/ 339,58 |
|--------------|--|--|-----------|

| EQUIPO          |                          | VALOR      | VALOR     |
|-----------------|--------------------------|------------|-----------|
| No.             | DESCRIPCIÓN              | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 1               | equipo de sonido Samsung | S/. 359,00 | 359,00    |
| TOTAL DE EQUIPO |                          |            | S/ 359,00 |

| MOBILIARIO          |              | VALOR      | VALOR     |
|---------------------|--------------|------------|-----------|
| No.                 | DESCRIPCIÓN  | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 1                   | bar completo | S/. 570,00 | 570,00    |
| TOTAL DE MOBILIARIO |              |            | S/ 570,00 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

## 3.4.1.6 Cocina

Esta área de producción se encarga de transformar la materia prima en productos comestibles, además de responsabilizarse por la conservación y distribución del inventario de insumos. Por las múltiples y complejas actividades que se desarrollan la cocina para su normal operación se necesitaran los instrumentos detallados a continuación:

**Tabla 32**  
**ARTÍCULOS PARA LA OPERACIÓN DE PRODUCCIÓN**

| BLANCOS       |                 | VALOR      | VALOR   |
|---------------|-----------------|------------|---------|
| No.           | DESCRIPCIÓN     | INDIVIDUAL | TOTAL   |
| 10            | paños de repaso | S/. 0,50   | 5,00    |
| TOTAL BLANCOS |                 |            | S/ 5,00 |

| BATERÍA DE COCINA |                          | VALOR      | VALOR    |
|-------------------|--------------------------|------------|----------|
| No.               | DESCRIPCIÓN              | INDIVIDUAL | TOTAL    |
| 1                 | olla de 23 lts.          | S/. 134,00 | 134,00   |
| 1                 | olla de 30,3 lts.        | S/. 70,34  | 70,34    |
| 1                 | Escurreidor              | S/. 5,23   | 5,23     |
| 2                 | Sartenes                 | S/. 54,82  | 109,64   |
| 1                 | Rodillo                  | S/. 3,00   | 3,00     |
| 1                 | Espátula                 | S/. 1,73   | 1,73     |
| 3                 | tabla de picar           | S/. 14,36  | 43,08    |
| 2                 | coladores metálicos      | S/. 29,15  | 58,30    |
| 3                 | cuchillos mango largo    | S/. 14,68  | 44,04    |
| 5                 | bandeja grande metálica  | S/. 30,00  | 150,00   |
| 5                 | bandeja mediana metálica | S/. 50,00  | 250,00   |
| 2                 | cuchillo cebollero       | S/. 18,14  | 36,28    |
| 2                 | cuchillo des-huesador    | S/. 10,80  | 21,60    |
| 2                 | Peladores                | S/. 2,16   | 4,32     |
| 1                 | Abrelatas                | S/. 10,55  | 10,55    |
| 1                 | Tijera                   | S/. 8,20   | 8,20     |
| 1                 | Sacabocados              | S/. 5,32   | 5,32     |
| 2                 | Cucharetas               | S/. 15,92  | 31,84    |
| 2                 | Paletas                  | S/. 7,18   | 14,36    |
| TOTAL BATERÍA     |                          |            | S/ 1.002 |

|              |  |  |             |
|--------------|--|--|-------------|
| TOTAL MENAJE |  |  | S/ 1.006,83 |
|--------------|--|--|-------------|

| EQUIPO DE COCINA          |                                    | VALOR        | VALOR        |
|---------------------------|------------------------------------|--------------|--------------|
| No.                       | DESCRIPCIÓN                        | INDIVIDUAL   | TOTAL        |
| 1                         | cocina modular                     | S/. 1.509,00 | 1.509,00     |
| 1                         | olla de presión                    | S/. 84,00    | 84,00        |
| 1                         | refrigerador/congelador IG 42 I-ES | S/. 5.650,00 | 5.650,00     |
| 1                         | batidora semi industrial           | S/. 486,00   | 486,00       |
| 1                         | licuadora casera Oster             | S/. 75,00    | 75,00        |
| 1                         | Microondas                         | S/. 205,00   | 205,00       |
| 2                         | Esgrimidor                         | S/. 150,00   | 300,00       |
| TOTAL DE EQUIPO DE COCINA |                                    |              | S/. 8.309,00 |

| MOBILIARIO          |                         | VALOR      | VALOR     |
|---------------------|-------------------------|------------|-----------|
| No.                 | DESCRIPCIÓN             | INDIVIDUAL | TOTAL     |
| 1                   | mesas de trabajo madera | S/. 170,00 | 170,00    |
| 2                   | Lavabo                  | S/. 70,00  | 140,00    |
| TOTAL DE MOBILIARIO |                         |            | S/. 50,00 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Los platos que se preparan serán, comida tradicional costeña ya que los insumos son accesibles y de buena calidad, además que una característica de los viajeros es consumir platos tradicionales de la zona.

El combustible a utilizar en esta área será gas doméstico o gas licuado de petróleo.

El equipo de trabajo en esta área constará de dos integrantes que serán parte de la nómina de la Hostería, un jefe de cocina y un ayudante de cocina.

#### 3.4.1.7 Bodega

Este departamento se encarga de almacenar los distintos materiales para los departamentos. La bodega responde a las

necesidades del establecimiento, se la dividirá en dos partes que proveerán al restaurante, bar y la cocina.

Esta será el centro de acopio de blancos, cristalería, cubertería, loza y decoración que suministrará al restaurante, además allí también se localizará el inventario de licores necesario para abastecer al bar.

Las materias primas solicitadas por el departamento de producción, que por su naturaleza se clasifican en perecederas y no perecederas, requieren de equipo e instalaciones especiales para su conservación por lo que constara de las siguientes secciones:

❖ Armario congelador

Sirve para la conservación de varios géneros perecederos por largos periodos de hasta seis meses, su temperatura será de 20°C bajo cero que es la temperatura a la cual se congelan los géneros.

❖ Armario refrigerador

Su función es conservar en buenas condiciones higiénicas los géneros perecederos, su temperatura será de 1° a 2°C aproximadamente. Se usa en la conservación de alimentos crudos como piezas de carne y también géneros cocinados como fondos.

Las funciones de estos dos armarios serán cumplidas por el refrigerador/congelador IG 42 I-ES. Que al contar con dos compartimentos conservara adecuadamente los alimentos.

#### ❖ División para frutas y verduras

Es un pequeño espacio donde se embodegan frutas, verduras y hortalizas, no necesariamente deberá cumplir con alguna temperatura específica, pero deberá estar alejado de temperaturas extremas calientes y del sol. Este debe estar provisto de estantes para el almacenaje de los géneros, los mismos que deberán estar estructurados a manera de rejillas para facilitar la circulación de aire.

#### ❖ Economato

Espacio físico donde se almacenaran los alimentos no perecederos, debe tener un ambiente fresco y seco para evitar posible daños en los géneros allí depositados<sup>23</sup>.

Además en este espacio se conservara un inventario de algunos de los utensilios necesarios para el funcionamiento de los departamentos, esto servirá para cubrir cualquier imprevisto. La cantidad que se almacenará será 20% de las necesidades de cada departamento.

---

<sup>23</sup> Garcés M, Tecnología de Cocina, Editorial Paraninfo, Madrid-España, Pág. 29

Tabla 33

## STOCK EN BODEGA PARA LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS

| CRISTALERÍA       |                    | VALOR      | VALOR    |
|-------------------|--------------------|------------|----------|
| No.               | DESCRIPCIÓN        | INDIVIDUAL | TOTAL    |
| 6                 | copa vino          | S/. 2,00   | 12,80    |
| 6                 | vasos cervecedores | S/. 1,35   | 8,64     |
| 13                | vaso highball      | S/. 1,06   | 13,57    |
| 2                 | jarra de cristal   | S/. 2,78   | 5,56     |
| 2                 | Saleros            | S/. 0,59   | 1,18     |
| 2                 | Pimenteros         | S/. 0,59   | 1,18     |
| 2                 | Hieleras           | S/. 2,10   | 4,20     |
| TOTAL CRISTALERÍA |                    |            | S/ 47,13 |

| BLANCOS       |                 | VALOR      | VALOR    |
|---------------|-----------------|------------|----------|
| No.           | DESCRIPCIÓN     | INDIVIDUAL | TOTAL    |
| 4             | Manteles        | S/. 7,00   | 28,00    |
| 5             | paños de repaso | S/. 0,50   | 2,50     |
| TOTAL BLANCOS |                 |            | S/ 30,50 |

| LOZA       |                       | VALOR      | VALOR    |
|------------|-----------------------|------------|----------|
| No.        | DESCRIPCIÓN           | INDIVIDUAL | TOTAL    |
| 6          | plato postre          | S/. 1,84   | 11,78    |
| 6          | plato sopero          | S/. 2,37   | 15,17    |
| 6          | cebicheros/ensaladera | S/. 1,25   | 8,00     |
| 6          | plato ovalo           | S/. 3,22   | 20,61    |
| 2          | Teteras               | S/. 4,25   | 8,50     |
| 6          | plato para café       | S/. 0,93   | 5,95     |
| 6          | tasa para café        | S/. 1,28   | 8,19     |
| 2          | Azucarera             | S/. 2,20   | 4,40     |
| TOTAL LOZA |                       |            | S/ 82,60 |

| CUBERTERÍA       |                      | VALOR      | VALOR    |
|------------------|----------------------|------------|----------|
| No.              | DESCRIPCIÓN          | INDIVIDUAL | TOTAL    |
| 6                | cucharas soperas     | S/. 0,58   | 3,71     |
| 6                | tenedores trincheros | S/. 0,58   | 3,71     |
| 6                | cuchillos trincheros | S/. 1,06   | 6,78     |
| 6                | cucharas de postre   | S/. 0,36   | 2,30     |
| 2                | pinzas de hielo      | S/. 3,71   | 7,42     |
| TOTAL CUBERTERÍA |                      |            | S/ 23,93 |

|              |  |           |  |
|--------------|--|-----------|--|
| TOTAL MENAJE |  | S/ 184,16 |  |
|--------------|--|-----------|--|

Elaboración: Paola Rivadeneira

La seguridad de los activos realizables y de operación se maximiza en el control de las bodegas de cualquier establecimiento, por lo mismo es necesario contar en la nómina con un bodeguero para el manejo de los inventarios.

Las necesidades de todos los departamentos hacen un total de:

**Tabal 34**

|                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| TOTAL MENAJE                     | S/. 5.381,67        |
| TOTAL EQUIPO                     | S/. 13.363,01       |
| TOTAL DE MOBILIARIO Y DECORACIÓN | S/. 15.543,20       |
| <b>TOTAL DE LAS NECESIDADES</b>  | <b>S/ 34.287,88</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Valores cotizados mediante facturas pro forma, Anexo 4.

### 3.5 Programa turístico

Este constituirá en paseos programados, a los lugares aledaños a la Hostería como a ciertos destinos un poco alejados, como pueden ser:

- Recorrido al manglar y la isla Corazón ubicados en el brazo de mar del río Chone.
- Traslado y visita hacia el Parque Nacional Machalilla.
- Visita a la reserva arqueológica de Agua Blanca
- Visita a la Isla de Salango
- Paseos en lancha a Islotes Verdes

Los cuales tendrán un costo promedio de 13 USD por persona, este costo comprende guianza, alimentación y transporte. Su costo podría variar minimamente dependiendo del lugar visitado pero en promedio tendría este valor.

### 3.6 Áreas de apoyo

Estas áreas se encargan de brindar asistencia a las áreas productivas de la empresa, de las cuales se beneficia directamente el cliente. Estas son administración, mantenimiento y limpieza.

#### 3.6.1 *Administración*

Se encarga de todo el manejo de la empresa, así como de tomar las decisiones. Forman parte de él, la Gerencia, la Administración y el departamento de contabilidad.

La Gerencia se encarga del manejo financiero así como de la elaboración, planificación y ejecución de las distintas actividades en la Hostería. Además se encarga de la publicidad y el marketing de la misma.

La Administración, se encarga del manejo del personal asignándole sus funciones y sobre todo se encarga de la capacitación de los mismos.

El departamento contable se encarga de llevar los registros de las transacciones realizadas, como el control de los inventarios, pagar los sueldos, etc.

Para esta área será necesario contar con una persona que haga el papel de recepcionista y pueda a su vez manejar los registros contables.

### *3.6.2 Mantenimiento y Limpieza*

Este departamento se encargara de mantener en buen estado los equipos e instalaciones y en caso de producirse alguna desperfecto este deberá corregirlos inmediatamente. Se contratará una persona que se encargue de la limpieza de las áreas públicas y a la vez que trabaje conjuntamente con el encargado de mantenimiento.

Esta será otra función para la persona que desarrollara la actividad de bodeguero, como un complemento.

## CAPITULO 4

### ASPECTOS JURÍDICOS, ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA E IMPACTO AMBIENTAL

Todo proyecto tiene una base legal a la que se debe regir, es decir leyes y reglamentos que tiene que cumplir para le correcto desenvolvimiento de le mismo.

#### 4.1 Constitución de la compañía

La estructura de la compañía será de **responsabilidad limitada**, por las facilidades que ofrece el Estado para su formación. Ver anexo 5.

##### *4.1.1 Requisitos para la conformación de la compañía*

- a) Identificar a la empresa con un nombre, el mismo que será aprobado por la Superintendencia de Compañías en base a un certificado emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

El nombre de la compañía será, CAÑADAS. CIA. LTDA

b) Con ello se procede a notarizar la Escritura de Constitución de la compañía que debe estar constituida principalmente por:

❖ Comparecientes

❖ Estatutos:

- Denominación
- Objetivo
- Domicilio
- Plazo
- Capital
- Plazo para el pago del capital suscrito no pagado
- Título de aportaciones
- Junta general

c) Apertura de la cuenta de integración del capital

d) Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo (CAPTUR), como lo disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y su Federación Nacional publicada en el R.O. 689 del 5 de mayo de 1995.

e) Inscripción en el Registro Mercantil, donde se registra a la personería jurídica con su respectivo representante legal<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Superintendencia de Compañías, Instructivo para la constitución, aumento de capitales y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas a control de la Superintendencia de compañías. Septiembre 2000, Pág. 8,9.

#### *4.1.2 Obtención del Registro Único de contribuyentes (RUC)*

Para la obtención de este documento se necesita cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Copia del Estatuto de la compañía con el certificado de la inscripción correspondiente a la Superintendencia de Compañías.
- b) Copia de la inscripción en el Registro Mercantil.
- c) Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- d) Copia de un documento que certifique la dirección de la compañía.

#### *4.1.3 Registro en el Ministerio de Turismo*

Para la obtención de este documento se necesita cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Copia certificada de la escritura de la compañía.
- b) Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- c) Copia del RUC.
- d) Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- e) Copia del título de propiedad del establecimiento, registrado en el Juzgado de Inquilinato.

- f) Lista de precios de los servicios ofertados, original y copia.

#### 4.1.4 *Licencia única anual de funcionamiento*

Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la Ley y en el presente Reglamento, deberán registrarse como tales en la Corporación Ecuatoriana de Turismo, CETUR, obtener la Licencia Anual de Funcionamiento, la aprobación de los Precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos es otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Directorio y otros instructivos administrativos<sup>25</sup>.

Art. 142.- **Solicitud de registro.**- Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;

---

<sup>25</sup> De la obligación de registro y la obtención de licencia anual de funcionamiento, Registro Oficial No. 726, martes 17 de diciembre del 2002.

- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante<sup>26</sup>.

Solicitud de Registro. Ver anexo 6.

Los establecimientos de alojamiento turístico, pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado a continuación por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento, hasta un tope máximo del fijado para cada tipo y categoría<sup>27</sup>.

**Tabla 35**

|                                    | <u>VALOR A PAGAR</u>       |                    |
|------------------------------------|----------------------------|--------------------|
|                                    | Por habitación<br>en US \$ | Máximo<br>en US \$ |
| 1.1.5. Hosterías-paraderos moteles |                            |                    |
| <b>1.5.5.1. Primera</b>            | <b>7.10</b>                | <b>710.00</b>      |
| 1.5.5.2. Segunda                   | 5.90                       | 590.00             |
| 1.5.1.3. Tercera                   | 4.75                       | 475.00             |

Elaboración: Paola Rivadeneira Fuente: Ministerio de Turismo

<sup>26</sup> De la obligación de registro y la obtención de licencia anual de funcionamiento, Registro Oficial No.726, martes 17 de diciembre del 2002.

<sup>27</sup> De la obligación de registro y la obtención de licencia anual de funcionamiento Título III, Reglamento general para la aplicación de la Ley de Turismo.

De acuerdo con los valores anteriores nuestro establecimiento deberá pagar la cantidad de  $(710.00/100) \times 10$  habitaciones = 71.00 USD para obtener la Licencia Única de Funcionamiento.

#### 4.1.5 Permiso de funcionamiento sanitario del Ministerio de Salud

Para obtener este permiso se necesita:

- a) Solicitud valorada.
- b) Plantilla de la inscripción.
- c) Certificado de categoría del establecimiento.
- d) Carné de salud ocupacional, original y copia.
- e) Copia de la cedula del propietario.
- f) Copia del RUC.

El valor que pagarán será la cantidad que resulte de multiplicar el número total de habitaciones que posea el establecimiento por el valor/habitación que corresponda en la tabla, de acuerdo al tipo y categoría otorgados por el Ministerio de Turismo<sup>28</sup>.

**Tabla 36**

| Código          | Concepto              | Valor/habitación<br>dólares |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------|
| 1.1.5.          | Hosterías – Paradores |                             |
|                 | Moteles               |                             |
| <b>1.1.5.1.</b> | <b>Primera</b>        | <b>1.15</b>                 |
| 1.1.5.2.        | Segunda               | 1.05                        |
| 1.1.5.3.        | Tercera               | 0.95                        |

Elaboración: Paola Rivadeneira Fuente: Ministerio de Turismo

<sup>28</sup> Manual Legal de Turismo (2.11).

De acuerdo con esta tabla el valor a pagar por nuestro establecimiento sería de, 10 habitaciones x 1.15 = 11.5 USD para obtener el Permiso Sanitario.

#### 4.1.6 *Requisitos para poder ejercer el ecoturismo*

Según la Ley vigente en este momento para poder ejercer actividades relacionada con el ecoturismo se debe:

Art. 165.- Actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado.- Las personas naturales o jurídicas pueden ejercer actividades de ecoturismo, previo el cumplimiento de los requisitos exigidos por el Ministerio de Turismo, sus leyes, reglamentos y demás normas vigentes<sup>29</sup>.

Art. 168.- Categoría especial.- El Ministerio de Turismo establecerá la categoría adicional especial de "Empresa de Ecoturismo" dentro de sus normativas reglamentarias para la clasificación de establecimientos.

Se llama empresa de ecoturismo a la persona natural, jurídica o comunidad legalmente reconocida que desarrolle actividades de ecoturismo, reconocida como tal por las autoridades correspondientes. Esta categoría especial se determinara sobre la base de un proceso de certificación de sostenibilidad voluntaria a la que las personas naturales,

---

<sup>29</sup> Registro Oficial No. 726 Martes 17 de diciembre del 2002. Del Ecoturismo y la Sostenibilidad Título V, Pág. 26.

jurídicas y comunidades legalmente reconocidas dedicadas al ecoturismo, pueden optar. Esta certificación avalará sus acciones<sup>30</sup>.

**Art.- 169.- Procedimiento para obtener la categoría especial.-** Las empresas dedicadas a ejercer actividades vinculadas con el ecoturismo podrán acceder a la categoría especial de “Empresa de ecoturismo”.

Quienes deseen obtener dicha categoría, solicitarán la certificación de sostenibilidad al momento de obtener su registro o actualizarlo, en el caso de establecimientos nuevos o existentes, respectivamente.

Esta certificación de sostenibilidad voluntaria, implica un reconocimiento al manejo desplegado por las empresas en lo relativo a la conservación de la biodiversidad y prevención y control de la contaminación ambiental<sup>31</sup>.

**Art.170 - Normas para la certificación.-** Para efectos de la certificación, el Ministerio de Turismo elaborará las respectivas normas técnicas de calidad y escogerá los métodos y mecanismos de certificación más idóneos<sup>32</sup>.

**Art. 172.- Beneficios.-** Las empresas de ecoturismo certificadas, se sujetarán al siguiente régimen de beneficios:

---

<sup>30</sup> Registro Oficial No. 726 Martes 17 de diciembre del 2002.Del Ecoturismo y la Sostenibilidad Título V, Pág. 26.

<sup>31</sup> Registro Oficial No. 726 Martes 17 de diciembre del 2002.Del Ecoturismo y la Sostenibilidad Título V, Pág. 27.

<sup>32</sup> Registro Oficial No. 726 Martes 17 de diciembre del 2002.Del Ecoturismo y la Sostenibilidad Título V, Pág. 27.

- a) Acceso directo a los beneficios establecidos en la Ley Especial de Desarrollo Turístico; y,
- b) Preferencia dentro de la planificación promocional del país, que efectúa el Ministerio de Turismo<sup>33</sup>.

De acuerdo con los artículos vistos vemos que ejercer la actividad de ecoturismo también le traerá ciertos beneficios a nuestro establecimiento, además de estar colaborando con el medio ambiente siguiendo las normas fijadas por el Ministerio.

#### 4.2 Otros requisitos

- ❖ Número Patronal
- ❖ Permiso de la Intendencia
- ❖ Inscripción en la AHOTEP.

#### 4.3 Estructura Administrativa

Esta organización se maneja por jerarquías, con jefes y subordinados, con la idea de que para satisfacer al cliente externo, primero se debe satisfacer al cliente interno (empleados), esto nos dará la pauta para una administración en la que todos puedan opinar y ayudar a

---

<sup>33</sup> Registro Oficial No. 726 Martes 17 de diciembre del 2002. Del Ecoturismo y la Sostenibilidad Título V, Pág. 27.

tomar decisiones. Con esto le daremos a nuestra compañía una administración dinámica que con el tiempo dará frutos.

#### 4.4 Organización Administrativa

##### *4.4.1 Plan estratégico*

###### *4.4.1.1 Misión*

Brindar un servicio de calidad, es decir un servicio con personal capacitado en todas las áreas para que se satisfaga las necesidades de los huéspedes de forma eficiente e inmediata.

###### *4.4.1.2 Visión*

Consolidar al proyecto como un establecimiento de calidad, que compita con otros por medio de los servicios con valor agregado.

###### *4.4.1.3 Objetivo general*

Darle al proyecto espacio en el mercado de turismo ecológico en la Parroquia de Canoa, mediante un manejo sustentado con estudios técnicos y financieros.

#### 4.4.1.4 *Objetivos específicos*

- ❖ Satisfacer al cliente.
- ❖ Desarrollar planes de marketing para obtener una constante promoción.
- ❖ Impulsar el turismo interno en el país.

#### 4.4.1.5 *Estrategias*

- ❖ Brindar un servicio de calidad será nuestra principal estrategia.
- ❖ Alianzas con operadores turísticos, para formar parte de sus programas.
- ❖ Organización de espectáculos mensualmente o trimestralmente para atraer a determinados grupos de personas.

### 4.5 Impacto Ambiental

#### 4.5.1 *Marco Legal*

Todo proyecto esta en la obligación de hacer un estudio ambiental, para saber de que forma afecta el entorno en que se va desarrollando.

Nos basamos en al Constitución, la que "reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre

de contaminación". Para lo cual creó la Ley de Gestión Ambiental, para establecer parámetros en los que las instituciones se desenvuelven.

Las condiciones a cumplir para la puesta en marcha de este proyecto son las siguientes de acuerdo a las leyes antes mencionadas:

Art. 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas; y los proyectos de inversión pública o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme al Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio recto será el precautelatorio.

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

#### *4.5.2 Identificación de los impactos ambientales*

Entre las distintas categorías que existen para establecer los impactos ambientales, el proyecto se encuentra en la categoría de "Impactos Potenciales Negativos Moderados"<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores, Manual de formulación y evaluación de proyectos, Junio 2000

#### 4.5.3 Aspectos positivos

- ❖ Se sembrará variedad de árboles que sean nativos de la zona, los cuales servirán como complemento para el paisaje de la Hostería, además de ayudar a mantener la flora de la región.
- ❖ Se trabajará con los moradores para mantener los árboles ya existentes enfocándonos en especial en la zona aledaña al proyecto para crear un ambiente acogedor y natural para todos.

#### 4.5.4 Aspectos negativos

- ❖ Existe un impacto negativo en el ambiente desde la etapa pre-operativa por la presencia de desechos y materiales de construcción.
- ❖ Diariamente se producirá basura tanto orgánica e inorgánica durante la operación del proyecto.
- ❖ Presencia diaria de aguas servidas y aguas negras durante la operación del establecimiento.
- ❖ El constante uso de gas licuado de petróleo presentará niveles mínimos de polución que de alguna manera incidirá en el ambiente.

#### 4.5.5 Medidas de mitigación

- ❖ Los materiales de construcción serán transportados hacia los lugares destinados para este tipo de desperdicios como lo son los rellenos sanitarios.
- ❖ La basura orgánica e inorgánica será clasificada previamente, para luego deshacerse de ella por medio del sistema recolector de basura del sector, respetando los horarios y manteniendo los desperdicios en lugares aislados para evitar los malos olores, la aglomeración de insectos que pueden causar enfermedades o contaminación de los insumos para la Hostería.
- ❖ Las aguas servidas y negras serán enviadas a posos sépticos, que se encontraran a una distancia de 20m mínimo de las instalaciones donde se encuentren alimentos o personas.
- ❖ En el área de producción que emana gases y vapores serán instaladas chimeneas y filtros de aire.

## CAPITULO 5

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 Presupuesto de inversión

##### *5.1.1 Activos fijos*

Son aquellos que se caracterizan por tener naturaleza permanente o estar en constante uso. Dentro de estos se encuentran terrenos, edificaciones, equipo, menaje.

##### *5.1.1.1 Terreno*

Se adquirirá un terreno de 60 m x 70 m (4.200 m<sup>2</sup>), el cual se encuentra ubicado en el Km. 4 de la Vía San Vicente – Canoa, el mismo que tiene un costo de 40 USD por m<sup>2</sup>, precio determinado por su propietario actual Sr. Eduardo Zambrano Lor ;lo que determina una cifra de 168.000,00 USD.

##### *5.1.1.2 Obras civiles*

Se construirá todas las obras civiles ya que el terreno no cuenta con ninguna obra previa, las principales obras que deben construirse son:

- ❖ Área Administrativa (recepción)
- ❖ Área Comunal (cocina, restaurante, bar, galería)
- ❖ Cabañas
- ❖ Área de almacenamiento
- ❖ Cuarto de Maquinas
- ❖ Guardianía

Lo sumando todas las construcciones hace un total de 77.817,50 USD.

#### 5.1.1.3 *Menaje*

Esto comprende todos los utensilios que se necesitan para la cocina, restaurante, habitaciones, etc. El monto por este concepto es de 5.381,67 USD.

#### 5.1.1.4 *Mobiliario y decoración*

Esto comprende todos los implementos que se necesitan para amoblar y decorar las habitaciones, recepción, restaurante, etc. El monto por este concepto es de 15.543,20 USD.

### 5.1.1.5 *Equipo*

Esto se refiere a todo lo que tenga que ver con equipo para recepción, restaurante, cocina, etc. El monto por este concepto es de 13.375,85 USD.

### 5.1.2 *Activos diferidos*

En estos podemos contar con los gastos de constitución, permisos necesarios, apertura, etc. El monto por este concepto es de 600 USD.

### 5.1.3 *Capital de trabajo*

Es la cantidad de dinero que se necesita para operar en la primera etapa del proyecto, se lo calcula para cubrir las necesidades del 1er mes de funcionamiento. La estructura del capital de trabajo se desarrolla de la siguiente forma:

**Tabla 37**

**CAPITAL DE TRABAJO**

|                                    |                 |
|------------------------------------|-----------------|
| SUELDOS 1ER MES                    | 2.465,69        |
| SERVICIOS BASICOS                  | 330,00          |
| PROMOCION                          | 155,39          |
| INSUMOS 1ER MES                    | 2.397,98        |
| <b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b> | <b>5.349,06</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 5.2 Costo del Proyecto

Es la inversión total necesaria para la ejecución del proyecto. La inversión se financiara con dos fuentes que son, las aportaciones propias y el financiamiento mediante deuda.

**Tabla 38**

**COSTO DEL PROYECTO**

| CONCEPTO                      | VALOR             | PORCENTAJE     |
|-------------------------------|-------------------|----------------|
| Terreno                       | 168.000,00        | 58,73%         |
| Obra civil                    | 77.817,50         | 27,20%         |
| Equipo                        | 13.363,01         | 4,67%          |
| Menaje                        | 5.381,67          | 1,88%          |
| Mobiliario y decoración       | 15.543,20         | 5,43%          |
| <b>TOTAL DE AC. FIJOS</b>     | <b>280.105,38</b> | <b>97,92%</b>  |
| Gasto de constitución         | 300,00            | 0,10%          |
| Gastos de apertura            | 300,00            | 0,10%          |
| <b>TOTAL DE AC. DIFERIDOS</b> | <b>600,00</b>     | <b>0,21%</b>   |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>     | <b>5.349,06</b>   | <b>1,87%</b>   |
| <b>COSTO DEL PROYECTO</b>     | <b>286.054,44</b> | <b>100,00%</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 5.3 Estructura de financiamiento

La estructura del capital (recursos propios) estará dada en un principio por las aportaciones iniciales de 4 socios, cada una de USD 30.000.

**Tabla 39**

|              | VALOR             | PARTICIPACION |
|--------------|-------------------|---------------|
| SOCIO A      | 30.000,00         | 25%           |
| SOCIO B      | 30.000,00         | 25%           |
| SOCIO C      | 30.000,00         | 25%           |
| SOCIO D      | 30.000,00         | 25%           |
| <b>TOTAL</b> | <b>120.000,00</b> | <b>100%</b>   |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Restando las aportaciones que serán realizadas por los socios del costo de proyecto, obtenemos el valor que será financiado con deuda.

**Tabla 40****FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

|                      | VALOR             | %              |
|----------------------|-------------------|----------------|
| Aportaciones propias | 120.000,00        | 41,95%         |
| Préstamo             | 166.054,44        | 58,05%         |
| <b>TOTAL</b>         | <b>286.054,44</b> | <b>100,00%</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Para el cálculo del costo promedio ponderado de capital es necesario estimar dos tasas nominales, como lo son la tasa nominal o costo de los recursos propios y el costo de los recursos que vamos a obtener a crédito.

Para obtener el costo de los recursos propios tenemos que tomar en cuenta que la moneda es el dólar, por lo cual tomamos primero es el rendimiento nominal de las letras del tesoro de los Estados Unidos de Norte América a 10 años plazo, 4.88%<sup>35</sup>, a esto le restamos la inflación de los Estados Unidos, 2.86%. El resultado de esta operación es 2.02%, es

<sup>35</sup> [www.inversionistaonline.com/tmp/bond\\_2003728132353.html#tesoro](http://www.inversionistaonline.com/tmp/bond_2003728132353.html#tesoro)

decir el rendimiento real de la letras del tesoro de los Estados Unidos. Finalmente como estamos calculando el costo de los recursos en nuestro país a este resultado le sumamos la inflación del Ecuador, 7.60%<sup>36</sup>, y el riesgo país, 10.82<sup>37</sup>%. Con esto obtenemos el valor de los recursos propios en el Ecuador es, 21.44%.

**Tabla 41**

|                                             |        |
|---------------------------------------------|--------|
| Letras del tesoro EU a 10 años plazo        | 4.88%  |
| - Inflación de los EU                       | 2.86%  |
| = Rendimiento real de las letras del tesoro | 2.02%  |
| + Riesgo país Ecuador                       | 11.82% |
| + Inflación del Ecuador                     | 7.60%  |
| = Rendimiento de los recursos propios       | 21.44% |

Elaboración: Paola Rivadeneira

El valor de la tasa activa del Banco del Pichincha es, 18.00% anual, siendo esta la tasa correspondiente para los prestamos a la pequeña industria.<sup>38</sup>

Una vez obtenidos los valores de las tasas nominales correspondientes para los recursos propios ( $K_e$ ) y para los recursos financiados con deuda ( $K_d$ ), pasamos a calcular el valor del costo promedio ponderado de capital ( $K_p$ ):

<sup>36</sup> Tasa de inflación anualizada (jun2002/jun2003), [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

<sup>37</sup> [www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)

<sup>38</sup> [www.capeiepi.com/boletin/n\\_052/h1.asp](http://www.capeiepi.com/boletin/n_052/h1.asp)

**Tabal 42****COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (Kp)**

| CONCEPTO              | VALOR<br>USD | PATICIPACION<br>% | TASA<br>NOMINAL | COSTO<br>PONDERADO |
|-----------------------|--------------|-------------------|-----------------|--------------------|
| PASIVO DE LARGO PLAZO | 166.054,44   | 58,05%            | 18,00%          | 10,45%             |
| CAPITAL SOCIAL        | 120.000,00   | 41,95%            | 21,44%          | 8,99%              |
| INVERSION INICIAL     | 286.054,44   | 100,00%           | <b>Kp</b>       | <b>19,44%</b>      |

Elaboración: Paola Rivadeneira

**5.4 Costos y gastos incurridos en el proyecto**

Para calcular los costos incurridos en este proyecto no es posible aplicar la contabilidad industrial, tal como se configura metodológicamente a la totalidad de actividades del hotel, ya que solo la operación de alimentos y bebidas presenta transformación de materia prima para convertirse en producto terminado<sup>39</sup>.

Debemos identificar los costos directos relacionados con nuestra actividad, los materiales directos o materia prima requeridas para la elaboración de los distintos platos y bebidas.

**5.4.1 *Costo de insumos para el restaurante***

Los costos por plato a prepararse en el restaurante se detallan a continuación.

<sup>39</sup> Adolfo Scheel M. Evaluación Operacional y Financiera aplicada a la industria hotelera, Ira Edición. Pág. 83.

Tabla 43

**PESCADO FRITO**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Pescado         | Onza     | 10       | 1,06  |
| Arroz           | Onza     | 5        | 0,07  |
| Plátano         | Unidad   | 1        | 0,08  |
| Ensalada        | Unidad   | 1        | 0,18  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 1,39  |

**ARROZ CON CAMARÓN**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Camarón         | Onza     | 9        | 2,28  |
| Arroz           | Onza     | 12       | 0,18  |
| Plátano         | Unidad   | 1        | 0,08  |
| Ensalada        | Unidad   | 1        | 0,18  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 2,72  |

**ARROZ CON CONCHA**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Concha          | Onza     | 9        | 2,25  |
| Arroz           | Onza     | 12       | 0,18  |
| Plátano         | Unidad   | 1        | 0,08  |
| Ensalada        | Unidad   | 1        | 0,18  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 2,69  |

**ARROZ MARINERO**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Camarón         | Onza     | 4        | 1,01  |
| Concha          | Onza     | 4        | 1,00  |
| Calamar         | Onza     | 4        | 0,45  |
| Arroz           | Onza     | 12       | 0,18  |
| Ensalada        | Unidad   | 1        | 0,18  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 2,82  |

**DESAYUNO AMERICANO**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Huevos          | Unidad   | 2        | 0,14  |
| Pan             | Unidad   | 2        | 0,12  |
| Mermelada       | Onzas    | 2        | 0,27  |
| Mantequilla     | Onzas    | 2        | 0,27  |
| Leche           | Litro    | 1/4      | 0,20  |
| Jugo            | Litro    | 1/4      | 0,30  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 1,30  |

**CEVICHE**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Camarón         | Onza     | 10       | 2,53  |
| Limón           | Unidad   | 5        | 0,13  |
| Plátano         | Unidad   | 2        | 0,16  |
| Encebollado     | Unidad   | 1        | 0,25  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 3,07  |

**SANCOCHO**

| INSUMOS         | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO |
|-----------------|----------|----------|-------|
| Carne           | Libra    | 1/2      | 1,00  |
| Yuca            | Libra    | 1/2      | 0,20  |
| Plátano         | Unidad   | 1        | 0,08  |
| Verduras        | Unidad   | 2        | 0,50  |
| COSTO POR PLATO |          |          | 1,78  |

Elaboración: Paola Rivadeneira

El costo promedio para bebidas (gaseosas, jugos, agua, cerveza, etc.), se estima en USD 0.30 el vaso.

El costo promedio resultante de materia prima para el restaurante es:

**Tabla 44**

**COSTO PROMEDIO DE MATERIA PRIMA  
POR PERSONA**

| ALIMENTOS Y BEBIDAS       | COSTO TOTAL |
|---------------------------|-------------|
| Pescado frito             | 1,39        |
| Arroz con camarón         | 2,72        |
| Arroz con concha          | 2,69        |
| Arroz mariner             | 2,82        |
| Desayuno americano        | 1,30        |
| Ceviche                   | 3,07        |
| Sancocho                  | 1,78        |
| <b>PROMEDIO POR PLATO</b> | <b>2,25</b> |
| Bebidas                   | 0,30        |
| <b>COSTO TOTAL</b>        | <b>2,55</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

#### 5.4.2 Costo de insumos par el Bar

Los de materia prima a utilizarse en el bar y sus costos se detallan a continuación:

**Tabla 45**

**COSTO PROMEDIO DE MATERIA PRIMA  
POR PERSONA**

| PRODUCTO              | UNIDADES | CANTIDAD | COSTO       |
|-----------------------|----------|----------|-------------|
| WHISKY                | Vaso     | 1        | 0,82        |
| RON                   | Vaso     | 1        | 0,39        |
| CÓCTEL                | Vaso     | 1        | 0,36        |
| VINO                  | Vaso     | 1        | 0,90        |
| <b>COSTO POR VASO</b> |          |          | <b>0,62</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

#### 5.4.3 Gastos suministros

Son aquellos que son necesarios para el consumo de cada huésped.

**Tabla 46**

**COSTO DE LOS SUMINSTROS X HUESPED**

| SUMINISTROS              | COSTO       |
|--------------------------|-------------|
| Jabón de manos           | 0,40        |
| Jabón de cuerpo          | 0,40        |
| Shampoo y acondicionador | 0,50        |
| Papel higiénico          | 0,25        |
| <b>COSTO X HUESPED</b>   | <b>1,55</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

#### 5.4.4 Gastos indirectos

Estos gastos son los que hacen referencia a la administración de la Hostería y su mantenimiento, este se considera un gasto indirecto ya que no importa la cantidad de huéspedes es un gasto en el que se debe incurrir.

**Tabla 47**

#### **GASTO ADMINISTRATIVOS Y DE MANTENIMIENTO**

| <b>GASTOS</b>                     | <b>COSTO MESUAL</b> |
|-----------------------------------|---------------------|
| Suministros de oficina            | 50,00               |
| Suministros de aseo               | 40,00               |
| Luz                               | 100,00              |
| Agua                              | 160,00              |
| Teléfono                          | 70,00               |
| Mantenimiento(1% de los ingresos) | 155,39              |
| Publicidad (1% de los ingresos)   | 155,39              |
| <b>TOTAL GASTOS</b>               | <b>730,79</b>       |

Elaboración: Paola Rivadeneira

#### 5.4.5 Gasto sueldos

Este es un gasto fijo en el cual la empresa debe incurrir sin tener que tomar en cuenta el número de visitas, este rubro se puede modificar en años posteriores de acuerdo a la capacidad de visitantes de la Hostería.

Con un total de 10 empleados en la nomina el gasto por sueldos ascenderá a USD 2.465,69 mensualmente.<sup>40</sup> Detalle de nomina Anexo 7.

<sup>40</sup> Salario básico unificado y rol de pagos, La Tablita dolarizada 2003. Pág. 2 y 5

#### 5.4.6 Amortización

El pago de nuestro crédito se realizara con, dividendos iguales que incluyen capital más intereses, con 1 período de gracia para el pago de capital, nos basaremos en la siguiente tabla de amortización:

**Tabla 48**

**TABLA DE AMORTIZACION**

|                   |            |
|-------------------|------------|
| Monto             | 166.054,44 |
| Tasa de Interés   | 18,00%     |
| Plazo en años     | 10         |
| Años de gracia    | 1          |
| Pago de dividendo | 38.590,19  |

| PERIODO | CAPITAL INICIAL | PAGO DE INTERESES | PAGO DE CAPITAL | DIVIDENDO | CAPITAL REDUCIDO |
|---------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------|------------------|
| 1       | 166.054,44      | 29.889,80         | -               | 29.889,80 | 166.054,44       |
| 2       | 166.054,44      | 29.889,80         | 8.700,39        | 38.590,19 | 157.354,05       |
| 3       | 157.354,05      | 28.323,73         | 10.266,46       | 38.590,19 | 147.087,59       |
| 4       | 147.087,59      | 26.475,77         | 12.114,43       | 38.590,19 | 134.973,16       |
| 5       | 134.973,16      | 24.295,17         | 14.295,02       | 38.590,19 | 120.678,13       |
| 6       | 120.678,13      | 21.722,06         | 16.868,13       | 38.590,19 | 103.810,00       |
| 7       | 103.810,00      | 18.685,80         | 19.904,39       | 38.590,19 | 83.905,61        |
| 8       | 83.905,61       | 15.103,01         | 23.487,18       | 38.590,19 | 60.418,43        |
| 9       | 60.418,43       | 10.875,32         | 27.714,88       | 38.590,19 | 32.703,55        |
| 10      | 32.703,55       | 5.886,64          | 32.703,55       | 38.590,19 | 0,00             |

Elaboración: Paola Rivadeneira

#### 5.4.7 Depreciación y valor de salvamento

La depreciación y el valor de salvamento permitirán estructurar un monto destinado a la reposición periódica de los activos del proyecto; para ello se toma en cuenta una depreciación lineal y un valor de salvamento según sea el caso.

Tabla 49

## DEPRECIACION Y VALOR DE SALVAMENTO DE ACTIVOS FIJOS

| CONCEPTO                | VIDA ÚTIL (AÑOS) | PORCENTAJE DE DEPRECIACION | VALOR SALVAMENTO |
|-------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| Terreno                 | -                | -                          | 100%             |
| Obra civil              | 20               | 5%                         | 80%              |
| Equipo                  | 10               | 10%                        | 20%              |
| Menaje                  | 5                | 20%                        | 2%               |
| Mobiliario y decoración | 10               | 10%                        | 10%              |

| CONCEPTO                | VALOR      | DEPRECIACION ANUAL | VALOR SALVAMENTO |
|-------------------------|------------|--------------------|------------------|
| Terreno                 | 168.000,00 | -                  | 168.000,00       |
| Obra civil              | 77.817,50  | 3.890,88           | 62.254,00        |
| Equipo                  | 13.363,01  | 1.336,30           | 2.672,60         |
| Menaje                  | 5.381,67   | 1.076,33           | 107,63           |
| Mobiliario y decoración | 15.543,20  | 1.554,32           | 1.554,32         |
| <b>TOTAL</b>            |            | <b>7.857,83</b>    | <b>66.588,56</b> |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Tabla 50

## VALOR DE SALVAMENTO

| DETALLE                  | Obra Civil | Equipo     | Mobiliario | Terreno    | Menaje    |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-----------|
| Valor de salvamento      | 62.254,00  | 2.672,60   | 1.554,32   | 168.000,00 | 107,63    |
| Valor en libros          | -38.908,75 | -13.363,01 | -15.543,20 | 168.000,00 | -5.381,67 |
| Utilidad (Pérdida)       | 23.345,25  | -10.690,41 | -13.988,88 | -          | -5.274,04 |
| Impuesto 25%             | 5.836,31   | -2.672,60  | -3.497,22  | -          | -1.318,51 |
| Valor neto de salvamento | 56.417,69  | 5.345,20   | 5.051,54   | 168.000,00 | 1.426,14  |

Elaboración: Paola Rivadeneira

5.5 Pronostico de ingresos

Una vez establecidos los productos que se podrán en el mercado y sus respectivos costos, se terminarán los precios promedio para cada a cada departamento.

Tabla 51

PRECIOS POR DEPARTAMENTO

| DEPARTAMENTO | PRECIO<br>PROMEDIO |
|--------------|--------------------|
| HABITACIONES | 30,47              |
| RESTAURANTE  | 3,35               |
| BAR          | 1,24               |
| P. TURISTICO | 20,00              |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Establecidos los precios y con los parámetros que se indican a continuación podemos establecer los ingresos que tendrá la Hostería, a lo largo de su vida útil. Estos parámetros también nos serán útiles para estimar los costos y gastos del proyecto.

Tabla 52

| DATOS                                 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % DE OCUPACIÓN PREVISTO               | 50%   | 55%   | 60%   | 65%   | 70%   |
| PERNOCTACIONES AL AÑO (# de personas) | 4.745 | 5.220 | 5.694 | 6.169 | 6.643 |
| ESTADIA PROMEDIO (días)               | 6     | 6     | 6     | 6     | 6     |
| NUMERO DE PAX AL AÑO                  | 791   | 870   | 949   | 1028  | 1.107 |
| INFLACIÓN                             | 7,60% |       |       |       |       |

| DATOS                                 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| % DE OCUPACIÓN PREVISTO               | 75%   | 75%   | 75%   | 75%   | 75%    |
| PERNOCTACIONES AL AÑO (# de personas) | 7.118 | 7.118 | 7.118 | 7.118 | 7.118  |
| ESTADIA PROMEDIO (días)               | 6     | 6     | 6     | 6     | 6      |
| NUMERO DE PAX AL AÑO                  | 1.186 | 1.186 | 1.186 | 1.186 | 1.186  |

Elaboración: Paola Rivadeneira

La inflación es un factor que debemos tomar en cuenta, ya que hace que los precios se incrementen de año a año, por lo cual el cálculo de estos

incrementos es imprescindible para poder estimar los ingresos de cada departamento.

Tabla 53

INCREMENTO DE LOS PRECIOS A TRAVÉS DE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

| AÑOS         | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HABITACIONES | 30,47 | 32,79 | 35,28 | 37,96 | 40,84 |
| RESTAURANTE  | 3,35  | 3,61  | 3,88  | 4,18  | 4,49  |
| BAR          | 1,24  | 1,33  | 1,43  | 1,54  | 1,66  |
| TURÍSTICO    | 20,00 | 21,52 | 23,16 | 24,92 | 26,81 |

| AÑOS         | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HABITACIONES | 43,95 | 47,29 | 50,88 | 54,75 | 58,91 |
| RESTAURANTE  | 4,83  | 5,20  | 5,60  | 6,02  | 6,48  |
| BAR          | 1,78  | 1,92  | 2,06  | 2,22  | 2,39  |
| TURÍSTICO    | 28,85 | 31,04 | 33,40 | 35,94 | 38,67 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Los ingresos por departamento son:

Tabla 54

INGRESO POR DEPARTAMENTO (CON INFLACIÓN)

| AÑO | INGRESO HABITACIONES | INGRESO RESTAURANTE | INGRESOS POR BAR | INGRESO P. TURÍSTICO | INGRESOS TOTALES |
|-----|----------------------|---------------------|------------------|----------------------|------------------|
| 1   | 144.577,78           | 15.902,53           | 5.861,32         | 23.725,00            | 190.066,62       |
| 2   | 171.122,26           | 18.822,23           | 6.937,46         | 28.080,91            | 224.962,86       |
| 3   | 200.866,42           | 22.093,88           | 8.143,31         | 32.961,88            | 264.065,49       |
| 4   | 234.143,29           | 25.754,10           | 9.492,39         | 38.422,57            | 307.812,34       |
| 5   | 271.318,04           | 29.843,06           | 10.999,49        | 44.522,89            | 356.683,47       |
| 6   | 312.790,94           | 34.404,78           | 12.680,84        | 51.328,53            | 411.205,08       |
| 7   | 336.563,05           | 37.019,54           | 13.644,58        | 55.229,50            | 442.456,67       |
| 8   | 362.141,84           | 39.833,03           | 14.681,57        | 59.426,94            | 476.083,38       |
| 9   | 389.664,62           | 42.860,34           | 15.797,37        | 63.943,39            | 512.265,71       |
| 10  | 419.279,13           | 46.117,73           | 16.997,97        | 68.803,09            | 551.197,91       |

Elaboración: Paola Rivadeneira

## 5.6 Presupuesto de costos y gastos operacionales

Aquí se registran todos los egresos que comprometan periódicamente a la empresa en sus operaciones. Se cuantifican los costos y gasto operacionales generados por el funcionamiento del establecimiento, donde se entiende por costos a los egresos que la empresa realiza para adquirir los insumos físicos indispensables para realizar sus procesos productivos, mientras que los gastos son el resto de egresos por cubrir, incluida la mano de obra, financieros, gastos indirectos e impuestos.<sup>41</sup>

### *5.6.1 Costos variables*

Son aquellos que varían en proporción directa a cambios en el volumen o nivel de actividad, o sea, existe correlación o grado de asociación con la misma venta.<sup>42</sup>

Estos al igual que los precios se ven afectados por la inflación, por lo cual se van incrementando con el transcurso del tiempo.

---

<sup>41</sup> Hernández Edgar Alonso, Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, 2da edición, México Pág.97.

<sup>42</sup> Adolfo Scheel M., Evaluación Operacional y Financiera aplicada a la industria hotelera, Primera Edición, Pág. 229.

Tabla 55

## INCREMENTO DE LOS COSTOS A TRAVÉS DE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

| AÑOS         | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| RESTAURANTE  | 2,53  | 2,73  | 2,93  | 3,16  | 3,40  |
| BAR          | 0,62  | 0,66  | 0,72  | 0,77  | 0,83  |
| INSUMOS      | 1,55  | 1,67  | 1,79  | 1,93  | 2,08  |
| P. TURISTICO | 13,00 | 13,99 | 15,05 | 16,19 | 17,43 |

| AÑOS         | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| RESTAURANTE  | 3,66  | 3,93  | 4,23  | 4,55  | 4,90  |
| BAR          | 0,89  | 0,96  | 1,03  | 1,11  | 1,19  |
| INSUMOS      | 2,24  | 2,41  | 2,59  | 2,79  | 3,00  |
| P. TURISTICO | 18,75 | 20,18 | 21,71 | 23,36 | 25,13 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Los costos por departamento son:

Tabla 56

## COSTOS VARIABLES (CON INFLACIÓN)

| AÑO | HABITACIONES | RESTAURANTE | BAR      | PROGRAMA TURÍSTICO | TOTAL      |
|-----|--------------|-------------|----------|--------------------|------------|
| 1   | 7.354,75     | 12.025,19   | 2.930,66 | 15.421,25          | 37.731,84  |
| 2   | 8.705,08     | 14.233,01   | 3.468,73 | 18.252,59          | 44.659,41  |
| 3   | 10.218,18    | 16.706,97   | 4.071,66 | 21.425,22          | 52.422,03  |
| 4   | 11.911,00    | 19.474,75   | 4.746,19 | 24.974,67          | 61.106,61  |
| 5   | 13.802,10    | 22.566,74   | 5.499,74 | 28.939,88          | 70.808,46  |
| 6   | 15.911,84    | 26.016,23   | 6.340,42 | 33.363,55          | 81.632,04  |
| 7   | 17.121,14    | 27.993,47   | 6.822,29 | 35.899,17          | 87.836,08  |
| 8   | 18.422,35    | 30.120,97   | 7.340,78 | 38.627,51          | 94.511,62  |
| 9   | 19.822,45    | 32.410,16   | 7.898,68 | 41.563,20          | 101.694,50 |
| 10  | 21.328,96    | 34.873,34   | 8.498,98 | 44.722,01          | 109.423,28 |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 5.6.2 Costos fijos

Son aquellos que permanecen constantes o que no responden a cambios por volúmenes de ventas.<sup>43</sup>

**Tabla 57**

#### **COSTOS FIJOS (CON INFLACIÓN)**

| <b>AÑO</b> | <b>ADMINISTRACIÓN Y<br/>MANTENIMIENTO</b> | <b>SUELDOS</b> | <b>TOTAL</b> |
|------------|-------------------------------------------|----------------|--------------|
| 1          | 8.769,47                                  | 36.429,98      | 45.199,45    |
| 2          | 9.435,95                                  | 39.198,66      | 48.634,61    |
| 3          | 10.153,08                                 | 42.177,76      | 52.330,84    |
| 4          | 10.924,71                                 | 45.383,27      | 56.307,98    |
| 5          | 11.754,99                                 | 48.832,40      | 60.587,39    |
| 6          | 12.648,37                                 | 52.543,66      | 65.192,03    |
| 7          | 13.609,65                                 | 56.536,98      | 70.146,63    |
| 8          | 14.643,98                                 | 60.833,79      | 75.477,77    |
| 9          | 15.756,92                                 | 65.457,16      | 81.214,08    |
| 10         | 16.954,45                                 | 70.431,90      | 87.386,35    |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 5.6.3 Costos totales

Es la totalización de los costos variables y fijos.

<sup>43</sup> Adolfo Scheel M., *Evaluación Operacional y Financiera aplicada a la industria hotelera*, Primera Edición, Pág. 223.

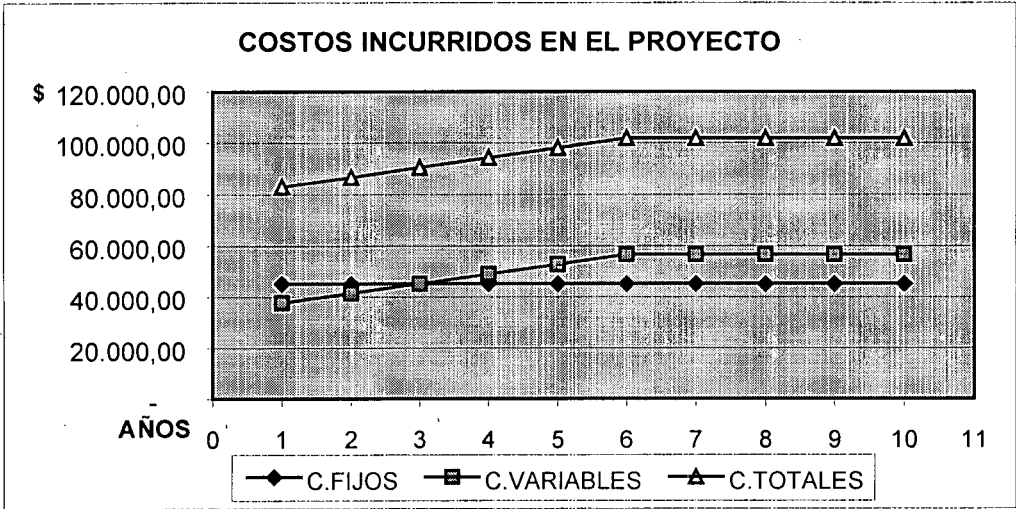
Tabla 58

COSTOS TOTALES (CON INFLACIÓN)

| AÑO | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTOS TOTALES |
|-----|--------------|------------------|----------------|
| 1   | 45.199,45    | 37.731,84        | 82.931,30      |
| 2   | 48.634,61    | 44.659,41        | 93.294,02      |
| 3   | 52.330,84    | 52.422,03        | 104.752,87     |
| 4   | 56.307,98    | 61.106,61        | 117.414,59     |
| 5   | 60.587,39    | 70.808,46        | 131.395,85     |
| 6   | 65.192,03    | 81.632,04        | 146.824,07     |
| 7   | 70.146,63    | 87.836,08        | 157.982,70     |
| 8   | 75.477,77    | 94.511,62        | 169.989,39     |
| 9   | 81.214,08    | 101.694,50       | 182.908,58     |
| 10  | 87.386,35    | 109.423,28       | 196.809,63     |

Elaboración: Paola Rivadeneira

Figura 18



Elaboración: Paola Rivadeneira

Esta figura muestra como los costos del proyecto se desenvuelven a través de los años de vida útil del mismo. Pero en un escenario de moneda constante es decir suponiendo que la inflación no afectara ni a los precios ni a los costos.

#### 5.6.4 Punto de equilibrio

Es el punto en el cual los ingresos son igual a los egresos, por lo tanto no se obtiene ni pérdida ni ganancia. La fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

**Tabla 59**

#### PUNTO DE EQUILIBRIO EFECTIVO

| AÑO | PUNTO DE EQUILIBRIO | PORCENTAJE DE VENTAS | MARGEN DE SEGURIDAD |
|-----|---------------------|----------------------|---------------------|
| 1   | 56.394,92           | 29,67%               | 70,33%              |
| 2   | 60.680,93           | 26,97%               | 73,03%              |
| 3   | 65.292,68           | 24,73%               | 75,27%              |
| 4   | 70.254,92           | 22,82%               | 77,18%              |
| 5   | 75.594,30           | 21,19%               | 78,81%              |
| 6   | 81.339,46           | 19,78%               | 80,22%              |
| 7   | 87.521,26           | 19,78%               | 80,22%              |
| 8   | 94.172,88           | 19,78%               | 80,22%              |
| 9   | 101.330,02          | 19,78%               | 80,22%              |
| 10  | 109.031,10          | 19,78%               | 80,22%              |

Elaboración: Paola Rivadeneira

### 5.7 Estado de resultados proyectado

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (CON INFLACIÓN)

### DE LA HOSTERÍA "LAS CAÑADAS"

(Del 1ro a 5to año del proyecto)

|                                       | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>INGRESOS POR DEPARTAMENTO</b>      |                   |                   |                   |                   |                   |
| Habitaciones                          | 144.577,78        | 171.122,26        | 200.866,42        | 234.143,29        | 271.318,04        |
| Restaurante                           | 15.902,53         | 18.822,23         | 22.093,88         | 25.754,10         | 29.843,06         |
| Bar                                   | 5.861,32          | 6.937,46          | 8.143,31          | 9.492,39          | 10.999,49         |
| Programa turístico                    | 23.725,00         | 28.080,91         | 32.961,88         | 38.422,57         | 44.522,89         |
| <b>TOTAL DE VENTAS</b>                | <b>190.066,62</b> | <b>224.962,86</b> | <b>264.065,49</b> | <b>307.812,34</b> | <b>356.683,47</b> |
| <b>COSTOS Y GASTOS POR DEPART.</b>    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Habitaciones                          | 7.354,75          | 8.705,08          | 10.218,18         | 11.911,00         | 13.802,10         |
| Restaurante                           | 12.025,19         | 14.233,01         | 16.706,97         | 19.474,75         | 22.566,74         |
| Bar                                   | 2.930,66          | 3.468,73          | 4.071,66          | 4.746,19          | 5.499,74          |
| Programa turístico                    | 15.421,25         | 18.252,59         | 21.425,22         | 24.974,67         | 28.939,88         |
| <b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>       | <b>37.731,84</b>  | <b>44.659,41</b>  | <b>52.422,03</b>  | <b>61.106,61</b>  | <b>70.808,46</b>  |
|                                       |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>UTILIDAD DEPARTAMENTAL</b>         | <b>152.334,78</b> | <b>180.303,44</b> | <b>211.643,46</b> | <b>246.705,73</b> | <b>285.875,01</b> |
| Administración y Mantenimiento        | 8.769,47          | 9.435,95          | 10.153,08         | 10.924,71         | 11.754,99         |
| Sueldos                               | 36.429,98         | 39.198,66         | 42.177,76         | 45.383,27         | 48.832,40         |
| Depreciación                          | 7.857,83          | 7.857,83          | 7.857,83          | 7.857,83          | 7.857,83          |
| Activos. Diferidos                    | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>             | <b>99.217,50</b>  | <b>123.751,01</b> | <b>151.394,79</b> | <b>182.479,92</b> | <b>217.369,79</b> |
| Intereses                             | 29.889,80         | 29.889,80         | 28.323,73         | 26.475,77         | 24.295,17         |
| <b>UTIL. ANTES DE PART. LABORAL</b>   | <b>69.327,70</b>  | <b>93.861,21</b>  | <b>123.071,06</b> | <b>156.004,15</b> | <b>193.074,62</b> |
| Participación laboral 15%             | 10.399,15         | 14.079,18         | 18.460,66         | 23.400,62         | 28.961,19         |
| <b>UTIL. ANTES DE IMP. A LA RENTA</b> | <b>58.928,54</b>  | <b>79.782,02</b>  | <b>104.610,40</b> | <b>132.603,53</b> | <b>164.113,43</b> |
| Impuestos 25%                         | 14.732,14         | 19.945,51         | 26.152,60         | 33.150,88         | 41.028,36         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                  | <b>44.196,41</b>  | <b>59.836,52</b>  | <b>78.457,80</b>  | <b>99.452,65</b>  | <b>123.085,07</b> |

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (CON INFLACIÓN)

### DE LA HOSTERÍA “LAS CAÑADAS”

(Del 6to al 10mo año del proyecto)

|                                       | AÑO 6             | AÑO 7             | AÑO 8             | AÑO 9             | AÑO 10            |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>VENTAS POR DEPARTAMENTO</b>        |                   |                   |                   |                   |                   |
| Habitaciones                          | 312.790,94        | 336.563,05        | 362.141,84        | 389.664,62        | 419.279,13        |
| Restaurante                           | 34.404,78         | 37.019,54         | 39.833,03         | 42.860,34         | 46.117,73         |
| Bar                                   | 12.680,84         | 13.644,58         | 14.681,57         | 15.797,37         | 16.997,97         |
| Programa turístico                    | 51.328,53         | 55.229,50         | 59.426,94         | 63.943,39         | 68.803,09         |
| <b>TOTAL DE VENTAS</b>                | <b>411.205,08</b> | <b>442.456,67</b> | <b>476.083,38</b> | <b>512.265,71</b> | <b>551.197,91</b> |
| <b>COSTOS Y GASTOS POR DEPART.</b>    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Habitaciones                          | 15.911,84         | 17.121,14         | 18.422,35         | 19.822,45         | 21.328,96         |
| Restaurante                           | 26.016,23         | 27.993,47         | 30.120,97         | 32.410,16         | 34.873,34         |
| Bar                                   | 6.340,42          | 6.822,29          | 7.340,78          | 7.898,68          | 8.498,98          |
| Programa turístico                    | 33.363,55         | 35.899,17         | 38.627,51         | 41.563,20         | 44.722,01         |
| <b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>       | <b>81.632,04</b>  | <b>87.836,08</b>  | <b>94.511,62</b>  | <b>101.694,50</b> | <b>109.423,28</b> |
| <b>UTILIDAD DEPARTAMENTAL</b>         | <b>329.573,04</b> | <b>354.620,60</b> | <b>381.571,76</b> | <b>410.571,21</b> | <b>441.774,63</b> |
| Administración y Mantenimiento        | 12.648,37         | 13.609,65         | 14.643,98         | 15.756,92         | 16.954,45         |
| Sueldos                               | 52.543,66         | 56.536,98         | 60.833,79         | 65.457,16         | 70.431,90         |
| Depreciación                          | 7.857,83          | 7.857,83          | 7.857,83          | 7.857,83          | 7.857,83          |
| Activos. Diferidos                    | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>             | <b>256.463,18</b> | <b>276.556,14</b> | <b>298.176,16</b> | <b>321.439,30</b> | <b>346.470,45</b> |
| Intereses                             | 21.722,06         | 18.685,80         | 15.103,01         | 10.875,32         | 5.886,64          |
| <b>UTIL. ANTES DE PART. LABORAL</b>   | <b>234.741,12</b> | <b>257.870,34</b> | <b>283.073,15</b> | <b>310.563,99</b> | <b>340.583,81</b> |
| Participación laboral 15%             | 35.211,17         | 38.680,55         | 42.460,97         | 46.584,60         | 51.087,57         |
| <b>UTIL. ANTES DE IMP. A LA RENTA</b> | <b>199.529,95</b> | <b>219.189,79</b> | <b>240.612,18</b> | <b>263.979,39</b> | <b>289.496,24</b> |
| Impuestos 25%                         | 49.882,49         | 54.797,45         | 60.153,04         | 65.994,85         | 72.374,06         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                  | <b>149.647,46</b> | <b>164.392,34</b> | <b>180.459,13</b> | <b>197.984,54</b> | <b>217.122,18</b> |

[illegible]

## 5.9 Evaluación financiera

### 5.9.1 *Valor actual neto (VAN)*

El VAN, considera de manera explícita el valor del dinero en el tiempo, por lo que se estima como una técnica compleja de preparación de presupuestos de capital. Todas estas técnicas descuentan, de una u otra forma, los flujos de efectivo de la empresa a una tasa específica, llamada tasa de descuento, que se refiere al rendimiento mínimo que es necesario obtener en el proyecto.<sup>44</sup>

Vemos que en nuestro proyecto hemos obtenido un VAN de \$ 233.882,75 de acuerdo con los parámetros de este análisis todo valor que supere a cero es aceptable.

### 5.9.2 *Tasa interna de retorno (TIR)*

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.<sup>45</sup>

El TIR de este proyecto es de 33.79%.

---

<sup>44</sup> Lawrence J. Gitman, Principios de Administración Financiera, Octava edición, Pág. 312

<sup>45</sup> Nassir Sapag, Reinaldo Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, Tercera edición, Pág. 318

### 5.9.3 *Período real de recuperación (PRR)*

Es el tiempo real que tarda el proyecto generando ingresos a partir de sus flujos de caja actualizados, para poder recuperar la inversión que se hizo en el mismo.

La inversión realizada al inicio del proyecto podrá ser recuperada al 4.37 año de funcionamiento del proyecto.

### 5.9.4 *Relación beneficio – costo (B/C)*

Este método utiliza los flujos de caja actualizados y los divide para la inversión inicial del proyecto. Esto nos muestra cuanto ha sido el beneficio que hemos obtenido al invertir cierta suma de dinero.

La relación Costo/Beneficio es de 1.82 .

## CAPITULO 6

### CONCLUIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

- El proyecto tiene un VAN de \$ 233.882,75 lo que de acuerdo a los criterios de decisión es aceptable ya que es mayor que cero.
- La TIR del proyecto es de 33.79% lo que implica que la rentabilidad a obtener en este proyecto es superior a las fuentes de financiamiento que se utilizaron.
- El proyecto tiene un PRR de 4.37 años lo que se considera aceptable ya que de acuerdo a los criterios de decisión mientras menor sea este valor se lo considera mejor.
- La relación Costo/Beneficio se considera aceptable cuando tiene un valor superior a uno. En el proyecto esta relación tiene un valor de 1.82 lo que implica que el VAN es positivo.

## 6.2 Recomendaciones

- En vista de que todos los requerimientos para que el proyecto pueda ser puesto en marcha han sido cumplidos, se recomienda invertir en el mismo.
  
- El uso de deuda en un proyecto le brinda al mismo un apalancamiento que tiene beneficios pero al mismo tiempo se incurre en un riesgo que debe ser controlado para no caer en el incumplimiento de las obligaciones.

## ANEXO 1

### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Le solicitamos su valiosa colaboración, su ayuda permitirá establecer un campo de investigación sobre un "Proyecto para la creación de una Hostería Ecológica en Canoa"

Marque con X las respuestas que crea conveniente.

|         |                 |                     |
|---------|-----------------|---------------------|
| Sexo    | Edad            | Ocupación           |
| F _____ | 15-25 _____     | Estudiante _____    |
| M _____ | 26-35 _____     | Empresario _____    |
|         | 36-45 _____     | Independiente _____ |
|         | Más de 46 _____ |                     |

1.- ¿De la provincia de Manabí, qué lugares ha visitado en este viaje?

|                                  |                                    |
|----------------------------------|------------------------------------|
| Parque Nacional Machalilla _____ | Bosque de Pacoche _____            |
| Playa de los Frailes _____       | Zona de buceo e Isla Salango _____ |
| Montecristi _____                | Cueva de las Siete Iglesias _____  |
| Bahía _____                      | Manta _____                        |
| Canoa _____                      | Otros, especifique _____           |

2.- ¿Cómo o dónde recibió información sobre las playas de Canoa?

|                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| Agencias de Viajes _____ | Publicidad _____         |
| Amistades _____          | Otros, especifique _____ |

3.- ¿Con que frecuencia visita las playas de Canoa?

Una vez por mes \_\_\_\_\_  
Una vez al año \_\_\_\_\_  
Dos veces al año \_\_\_\_\_

4.- ¿Cuál ha sido su estadía promedio en Canoa?

1 a 3 días \_\_\_\_\_  
3 a 7 días \_\_\_\_\_  
7 a 10 días \_\_\_\_\_  
Más de 10 días \_\_\_\_\_

5.- ¿Qué tipo de hospedaje prefiere durante sus vacaciones en la playa?

Hotel 5 estrellas \_\_\_\_\_  
Hosterías \_\_\_\_\_  
Hostería Ecológica \_\_\_\_\_  
Casa de amigos \_\_\_\_\_  
Otras \_\_\_\_\_

6.- Con cuántas personas viaja usted acompañado en este viaje:

1-2 personas \_\_\_\_\_

3-4 personas \_\_\_\_\_

5-6 personas \_\_\_\_\_

7.-¿El motivo de su viaje fue por?

Negocios \_\_\_\_\_

Vacaciones \_\_\_\_\_

Ecoturismo \_\_\_\_\_

Playa \_\_\_\_\_

Otros, especifique \_\_\_\_\_

8.-¿Cuál fue su medio de transporte?

Aéreo \_\_\_\_\_

Vehículo propio \_\_\_\_\_

Transporte de pasajero \_\_\_\_\_

Marítimo \_\_\_\_\_

9.-¿Cuál es su presupuesto de vacaciones?

150-300 \_\_\_\_\_

300-450 \_\_\_\_\_

450-600 \_\_\_\_\_

más de 600 \_\_\_\_\_

10.-¿En su próxima visita le gustaría hospedarse en una Hostería Ecológica, sistema todo incluido: alimentación, hospedaje, juegos deportivos?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

11.- ¿Piensa usted que los servicios turísticos existentes en el sector cumplen sus expectativas?

Extremadamente satisfactorio \_\_\_\_\_

Muy Satisfactorio \_\_\_\_\_

Satisfactorio \_\_\_\_\_

Poco satisfactorio \_\_\_\_\_

Insatisfactorio \_\_\_\_\_

Gracias por su colaboración.....

## ANEXO 2

### **ACUERDO NACIONAL DE VOLUNTADES PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA DEL ECUADOR**

En la ciudad de Quito a los 28 días del mes de Abril de 2000, comparecen las siguientes personas: Señor Doctor Gustavo Noboa Bejarano, Presidente Constitucional de la República; Señora Rocío Vázquez Alcázar, Ministra de Turismo; Señor Doctor Antonio Andretta, Ministro de Gobierno y Policía; Señor Doctor Gonzalo Salvador, Ministro encargado de Relaciones Exteriores; Señor Contralmirante Hugo Unda, Ministro de Defensa Nacional y Presidente del Honorable Consejo Nacional de Aviación Civil; Señor Abogado Jorge Guzmán Ortega, Ministro de Finanzas y Crédito Público; Señor Ingeniero José Macchiavello Almeida, Ministro de Obras Públicas; Señor Fabián Melo de la Torre Ministro encargado de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca; Señor Ingeniero Héctor Ayón, Ministro del Ambiente encargado; Señor Doctor Luis Fernando Torres, Presidente de la Asociación Ecuatoriana de Municipalidades; Señor Ingeniero Montgomery Sánchez, Presidente del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador; Señor Luis Hanna Mousse, Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador; Señor Doctor Medardo Mora Solórzano, Presidente del Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas y el Señor Vicente Pólit Montes de Oca, Presidente del Comité Ecuatoriano para la defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente, con el objeto de suscribir el presente Acuerdo Nacional de Voluntades, que se registrará al tenor de las siguientes cláusulas:

#### **PRIMERA.- ANTECEDENTES**

El Ministerio de Turismo, atendiendo las disposiciones contenidas en la Ley Especial de Desarrollo Turístico, y en concordancia con sus objetivos primordiales, ha desarrollado con el apoyo y asistencia técnica del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y de la Organización Mundial de Turismo el "Plan Nacional de Competitividad Turística del Ecuador", instrumento de planificación para los próximos cinco años, que dará las pautas indispensables para el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible a nivel nacional.

Dentro del Plan de Competitividad se realizó un diagnóstico de la realidad turística del país en base a doce factores claves que inciden en la actividad, los mismos que sirvieron como punto de partida para definir planes de acción concretos que deben ser implementados por los distintos actores tanto de los sectores público como privado, con el fin de eliminar las deficiencias encontradas y convertir al turismo en la principal actividad reactivadora de la Economía del Ecuador, tanto como fuente generadora de empleo directo e indirecto como de ingreso de divisas.

El Gobierno Nacional ha declarado al turismo como actividad estratégica de la economía, respaldada por las políticas de Estado emanadas para el efecto, sin perjuicio de lo cual se hace necesario comprometer a todos los actores involucrados en el cumplimiento de los objetivos antes indicados.

#### **SEGUNDA.- OBJETO**

El objeto de este Acuerdo Nacional de Voluntades para la Competitividad Turística del Ecuador es el de establecer un compromiso formal de todos los actores involucrados para la adopción de estrategias e implementación de planes de acción que permitan enfocar y resolver problemas específicos de la cadena de producción y comercialización del sector, a través de una correcta canalización y racionalización de esfuerzos entre sector público, empresarios privados, organizaciones no gubernamentales y comunidades, con el propósito de generar ventajas competitivas y, por lo tanto, una cadena de valor capaz de mejorar su posición en el mercado internacional.

#### **TERCERA.- OBLIGACIONES DE LAS PARTES**

Las partes, en el ámbito de sus competencias, se comprometen a aportar todo su contingente, que incluye recursos humanos, financieros, físicos y comerciales para la consecución de las diferentes metas del Plan de Competitividad, incluyendo la participación activa en los Comités Operativos que el mismo Plan contempla para su ejecución.

En términos globales las partes se comprometen a ejecutar acciones encaminadas a la mejora de la competitividad del sector turístico en los siguientes aspectos cumpliendo lo que a cada una les corresponde dentro del siguiente marco de obligaciones:

##### **1. HOSPITALIDAD, FACILITACIÓN Y SEGURIDAD**

###### **Hospitalidad**

- Fortalecimiento de la tradicional hospitalidad del Ecuador, a través de una intensiva y permanente campaña de sensibilización ciudadana.
- Promoción de un Código de ética profesional de las empresas y del personal de servicios relacionados con las áreas de operación turística en todos sus aspectos.

- Desarrollo de programas de turismo con participación comunitaria en los sectores rurales de alto interés turístico.

#### **Facilitación**

- Puesta en funcionamiento de los Centros de Atención de Fronteras (CENAF)
- Instrumentación de una adecuada y moderna señalización turística vial.
- Mejoramiento de las instalaciones portuarias y aeroportuarias.
- Agilitación y simplificación de los trámites de migración y aduanas.

#### **Seguridad**

- Desarrollo y mejoramiento continuo de la seguridad turística a través del fortalecimiento e implementación de la Policía Turística en todo el país.
- Dotación a nivel nacional de la infraestructura adecuada de seguridad en las áreas urbanas y rurales de mayor afluencia turística.
- Creación del "Centro de llamadas para la protección al turista".

### **2. MARCO JURÍDICO Y NORMATIVIDAD**

- Reforma a la Ley Especial de Desarrollo Turístico.
- Desarrollo y promulgación del Reglamento General de la Ley y los Reglamentos especiales de cada actividad.
- Elaboración del nuevo marco jurídico para el manejo turístico de las Áreas Naturales Protegidas y Vida Silvestre.
- Elaboración del marco jurídico para la formalización, regulación y fortalecimiento de las microempresas turísticas.

### **3. APOYO GUBERNAMENTAL A LA INVERSIÓN Y SIMPLIFICACIÓN DE CARGAS FISCALES AL SECTOR Y AL TURISTA**

- Emisión de un cuerpo coherente de políticas e Instrumentos necesarios para viabilizar los acuerdos interinstitucionales de apoyo al sector y de fomento de las inversiones.
- Simplificación de los trámites y procedimientos de inversión y tributación del sector turístico incluyendo la unificación de tasas y licencias.

### **4. INFRAESTRUCTURAS DE SERVICIOS, DE ACCESO Y DE CONECTIVIDAD**

#### **Servicios básicos**

- Establecimiento de prioridades de inversión a nivel provincial y cantonal en cuanto a la dotación de infraestructura básica de apoyo a la actividad turística: agua potable, energía eléctrica, comunicaciones y saneamiento ambiental.
- Facilitación de la concesión de licencias de telecomunicaciones adecuadas para la operación turística.

#### **Accesibilidad y conectividad**

- Rehabilitación integral de las principales vías de circulación troncal y de acceso a las áreas turísticas prioritarias.
- Priorización de la construcción y estabilización de los tramos que faltan para integrar los circuitos turísticos nacionales y regionales.
- Rehabilitación, a través de concesión, de la red ferroviaria y de su operación turística.
- Desarrollo de programas de mejoramiento del acceso aéreo, fluvial y marítimo del país, incluyendo mayor libertad en el comercio aéreo bilateral y multilateral, tanto de pasajeros como de carga.

### **5. INFORMACION**

- Creación del Banco de Datos Sectoriales y de Mercado a cargo del sector privado.
- Creación e implementación de la Cuenta Satélite de Turismo.
- Utilización de la Red Externa del Ministerio de Relaciones Exteriores para divulgar información del Ecuador como destino turístico.
- Creación y mantenimiento de la página Web de Ecuador para informar sobre el país como destino turístico y como medio de información y divulgación interna.
- Eliminación de impuestos para la elaboración de guías, videos y otros materiales promocionales.

### **6. DESARROLLO TECNOLÓGICO, FORMACIÓN Y CAPACITACION**

- Colaboración y coordinación con países amigos y organismos internacionales para el mejoramiento de los estándares de la educación técnica del turismo.

- Auspicio de un proceso acelerado de creación de cuerpos investigadores del fenómeno turístico, en el entorno académico.
- Revisión y coordinación de los estudios comparativos de las mallas curriculares para adecuarlos a la demanda real de profesionales turísticos de calidad que requiera el país.
- Promoción de tecnologías alternativas limpias para las empresas turísticas.
- Estudio propuesta de un régimen de homologación de normas contables y de costos, con miras a que se estandaricen en todas las empresas del subsector, incluyendo análisis de paquetes computacionales (*software*) en sistemas de gestión y contabilidad que mejor se adapten a las condiciones del Ecuador.
- Establecimiento de convenios de cooperación con el sector académico para que los programas de capacitación estén adaptados a las necesidades del sector turístico tanto público como privado.
- Programas de capacitación y adiestramiento en las comunidades para favorecer la profesionalización del microempresario turístico.

## **7. IMAGEN, MERCADEO Y COMERCIALIZACION**

- Creación de una imagen visual única con su respectivo manual de aplicación para ser utilizada por todos los frentes de promoción Internos y externos: turismo, comercio exterior, CORPEI, medio ambiente, entre otros.
- Implementación de una Campaña Internacional de fortalecimiento de la imagen país coordinada por la Presidencia de la República.
- Establecimiento y financiamiento del Fondo Mixto de Promoción Turística.
- Elaboración del Plan de Mercadeo Integral del país como destino turístico, incluyendo planes de contingencia y mecanismos de evaluación permanente y reformulación de estrategias.
- Creación de Fondos Mixtos regionales de promoción para que contribuyan en el diseño de campañas más específicas por productos y actividades, incluida la promoción del turismo interno.
- Implementación del Programa de Determinación de Índices Comparativos (Benchmarking) que posibilite el análisis de la competencia internacional en relación con los productos turísticos de Ecuador.

## **8. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD**

- Puesta en marcha de un nuevo sistema de categorización de los servicios turísticos principales donde se incorporen los conceptos más modernos de calidad, no sólo en relación con las instalaciones y los medios físicos, sino que mida el profesionalismo y el nivel de cualificación del servicio en sí.
- Creación y divulgación de un instrumento de medición del nivel de satisfacción de los turistas que incluya encuestas, estadísticas sobre quejas y reclamos y opinión de expertos calificados.
- Creación de un sistema de Certificación de Calidad del servicio turístico del Ecuador.

## **9. PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA**

- Ejecución de estudios y muestreos de productividad que permitan ir difundiendo indicadores de referencia a los empresarios.
- El Fondo Mixto de Promoción adaptará modelos de medición de eficiencia de los planes de promoción para maximizar la inversión que se realice.

## **10. DIRECCIONAMIENTO HACIA EL MERCADO EXTERNO**

- Definición e implementación de estrategias de mercado, basadas en estudios especializados ejecutados por organismos externos expertos.
- Eliminación de todas las instancias que signifiquen tratamiento discriminatorio contra el turismo extranjero, favoreciendo el mercado receptivo.

## **11. ARTICULACIÓN DE LA CADENA DE VALOR CON EL MERCADO EXTERNO**

- Creación de una base de datos de todos los operadores y mayoristas internacionales capaces de ofrecer el producto turístico ecuatoriano.
- Fortalecimiento de la presencia ecuatoriana en asociaciones y sistemas de Integración Intergubernamentales o privados que tengan influencia comprobada en el mercadeo o la divulgación de productos turísticos específicos.
- Penetración y búsqueda de nuevos mercados emisores de turismo de interés.

## **12. MEJORA DE LA COMPETENCIA Y DEL ENTORNO PROFESIONAL**

- Despliegue de acciones para eliminar las prácticas de competencia desleal.

- Elaboración y puesta en práctica de reglas de juego cooperadas y transparentes entre las ONG's interesadas en proteger las comunidades receptoras en los destinos ecoturísticos, las comunidades mismas y los operadores profesionales o comerciales.
- Elaboración de sistemas de concesión y operación de recursos turísticos que garanticen el acceso competitivo de todos los operadores interesados, evitando situaciones de privilegio y exclusión.

#### **CUARTA.- SUSTENTABILIDAD DE LA OPERACIÓN TURÍSTICA**

La actividad turística operará de manera sustentable, respetando el ecosistema, minimizando los impactos ambientales y sociales y conservando los patrimonios cultural y social de la nación, promoviendo la participación de las comunidades y otros actores involucrados y la equidad de los beneficiarios.

#### **QUINTA.- DURACIÓN**

Debido a sus especiales características, este Acuerdo Nacional de Voluntades tendrá una duración de cinco años, a partir de la fecha de su suscripción.

#### **SEXTA.- DECLARACIONES**

Este Acuerdo debe ser aplicado e interpretado y modificado por las partes intervinientes, tantas veces que sean necesarias, y mantenerlo vigente y dinámico para beneficio del turismo del país.

Leído que fuera el contenido íntegro del presente Convenio, las partes se ratifican en su contenido y para constancia firman en ejemplares de igual tenor y valor.

**GUSTAVO NOBOA BEJARANO**  
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

**ROCÍO VAZQUEZ ALCÁZAR**  
MINISTRA DE TURISMO

**ANTONIO ANDRETA**  
MINISTRO DE GOBIERNO Y POLICIA

**HUGO UNDA**  
MINISTRO DE DEFENSA

**JORGE GUZMÁN ORTEGA**  
MINISTRO DE FINANZAS

**GONZALO SALVADOR**  
MINISTRO DE RELACIONES EXTERIORES (e)

**JOSE MACCHIAVELO ALMEIDA**  
MINISTRO DE OBRAS PUBLICAS

**FABIAN MELO DE LA TORRRE**  
MINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR  
INDUSTRIALIZACIÓN Y PESCA (e)

**HECTOR AYLLON**  
MINISTRO DEL AMBIENTE

**LUIS FERNANDO TORRES**  
PRESIDENTE DE AME

**MONTGOMERY SÁNCHEZ**  
PRESIDENTE DE CONCOPE

**MEDARDO MORA SOLÓRZANO**  
PRESIDENTE DEL CONUEP

**LOUIS HANNA MOUSSE**  
PRESIDENTE DE FENACAPTUR

**VICENTE POLIT MONTES DE OCA**  
PRESIDENTE DE CEDENMA

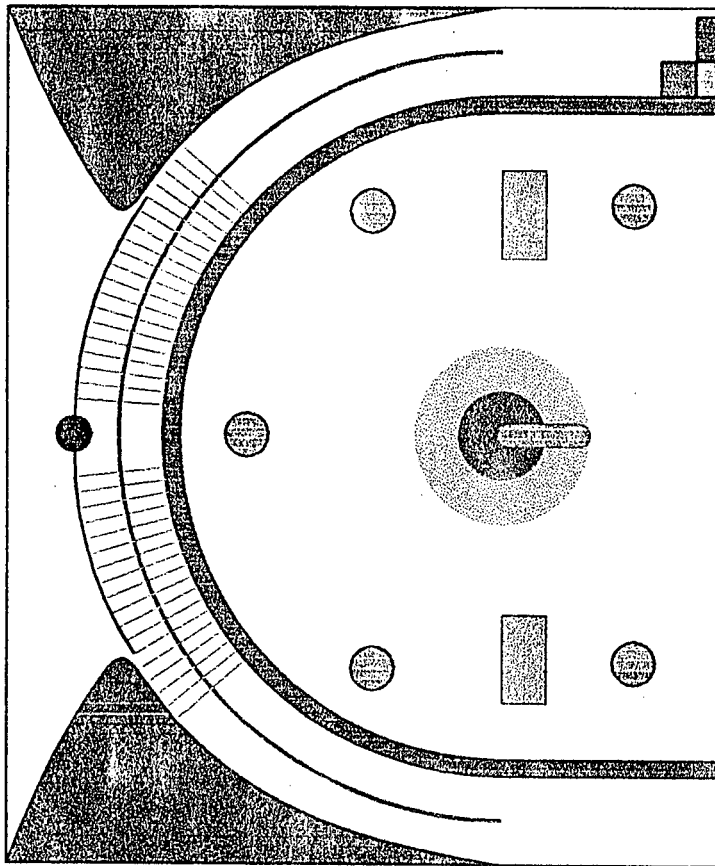
# ANEXO 3



ENTRADA

CARRETERA

SAIDA



ACCESO A  
VEHICULOS

PUYA



RECEPCIÓN 4m x 4m (16 m<sup>2</sup>)

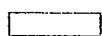


Área comunal:

Bar 40 m<sup>2</sup>

Cocina 20 m<sup>2</sup>

Restaurante 48m<sup>2</sup>



16 plazas de estacionamiento

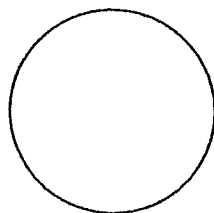


CABAÑAS 4m x 5m (20 m<sup>2</sup>)



Área de jardín

10m x 10m (100 m<sup>2</sup>)



Área comunal 20m x 20m



Area recreativa 10m x 5m (50 m<sup>2</sup>)



Cuarto de almacenamiento 4m x 4m (16 m<sup>2</sup>)



Habitación del guardia 4m x 3m (12m<sup>2</sup>)



Cuarto de maquinas 3m x 5m (15 m<sup>2</sup>)



Galería 10m x 10m (100 m<sup>2</sup>)

ANEXO 4

FACTURAS PRO-FORMA



**ingeniería  
gastronómica S.A.**

**PRESUPUESTO N= 10125**

SEÑORA: PAOLA RIVADENEIRA  
EMPRESA:  
DIRECCION:  
E-MAIL:  
TELEFONOS:

**COCINA MODULAR GN-75 PRO A GAS**

CGN-75 PRO 4 HORNALLAS / CON HORNO

1.509

**FREIDORA LINEA PRO**

FPRO-27

1.215

**ANAFE MODULAR GN-75 PRO A GAS**

ANG-75PRO P.BIFERA Y PARRILLA

1.197

ANG-75PRO P.LISA Y PARRILLA

1.157

ANG-75PRO NEUTRO

732

ANG-75PRO BAÑO MARIA DOBLE

1.056

**REFRIGERADOR / CONGELADOR**

IG 42 I-ES (1 PUERTA REFRIGERADOR) / (1 PUERTA FREEZER)

5.650

**TOTAL**

12.516

**TODOS ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA**

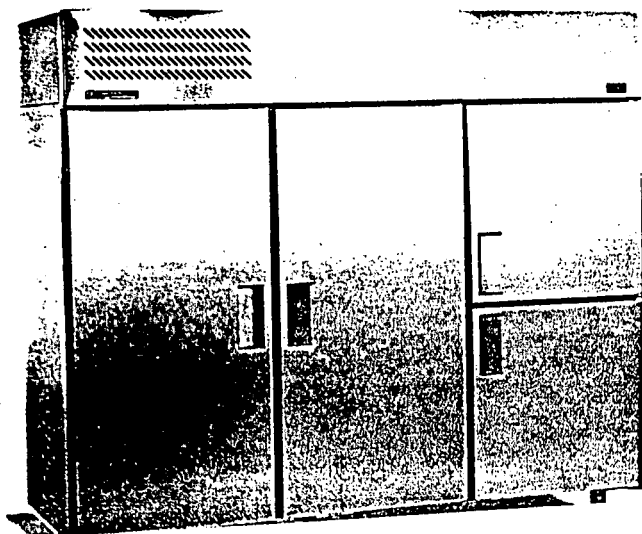
**FORMA DE PAGO:**

50 % EL MOMENTO DEL CONTRATO  
50 % A LA ENTREGA

**TIEMPO DE ENTREGA:**

45 DIAS A PARTIR DEL DEPOSITO INICIAL

GALO HERMOSA BAEZ  
GERENTE DE VENTAS  
2920-913 / 097600043



REFRIGERADOR GASTRONORM  
16 42 I-ES

# NOTA DE VENTA

Fecha: 18 JUNIO DEL 2003.

Señor: PAPA UNDAWEDER

| Cant. | ARTÍCULO                | V. Unit. | V. Total |
|-------|-------------------------|----------|----------|
| 1     | LICUADORA<br>OSTER.     | 75.00    |          |
| 1     | CAFETERA.<br>WEST BEND. | 80.00    |          |
|       | 40. PR 285.             |          |          |
| 1     | F/BUCHA.<br>OSTER 4033  | 35.00.   |          |
| 1     | TELEFONO G.H.           | 110.     |          |
| 1     | TELEFONO G.H.           | 20.00    |          |

**CORBIL**  
Centro Comercial N. U.  
Local No. PB 57

Salida la mercaderia no se acepta reclamos

2247.141

ALMACENES JAPON S.A.  
RUC: 1791349806005

SUCUR: VENTAS QUICENTRO SHOPPING  
DIR: QUICENTRO SHOPPING  
RUC: 1791349806013  
TELEF:  
QUITO - ECUADOR  
FECHA: 18/06/2003

Gracias por preferirnos

Código de Barras: 4901780809974  
Generico: MINICOMPONENTE  
Marca: SONY  
Modelo: MHC-RG330  
Vendedor: DIANNA  
Oferta especial: 359.00

Cotizacion a Efectivo  
Precios sujetos a modificación sin  
previo aviso

\*\* CREDITO APROBADO HASTA USD 1.000 \*\*

ALMACENES JAPON S.A.  
RUC: 1791349806005

SUCUR: VENTAS QUICENTRO SHOPPING  
DIR: QUICENTRO SHOPPING  
RUC: 1791349806013  
TELEF:  
QUITO - ECUADOR  
FECHA: 18/06/2003

Gracias por preferirnos

Código de Barras: 036723225006  
Generico: TELEVISOR  
Marca: SAMSUNG  
Modelo: CL-25M6W  
Vendedor:  
Oferta especial: 439.00

Cotizacion a Efectivo  
Precios sujetos a modificación sin  
previo aviso

\*\* CREDITO APROBADO HASTA USD 1.000 \*\*



# TERMALIMEX

Equipamiento de cocina y lavandería  
Quito, 26 de junio del 2003

Oferta TX-6257-03  
OFERTA COMPRA LOCAL

Señorita  
PAOLA RIVADENEIRA  
Ciudad.-

Attn.:2891516

| COD | CANT | DESCRIPCION                                                                                                    | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| 01  | 1    | Plato ovalado ARCOPAL (R) 25251 de 29 cms., color blanco.                                                      | 3,22           | 3,22        |
| 02  | 1    | Plato tendido ARCOPAL (H) 59943 de 25.8 cms. de diámetro, color blanco.                                        | 2,78           | 2,78        |
| 03  | 1    | Plato sopero ARCOPAL (R) 22514 de 22.6 cms. de diámetro, color blanco.                                         | 2,37           | 2,37        |
| 04  | 1    | Ensaladera ARCOPAL (R) 43319 de 12 cms. de diámetro, color blanco.                                             | 1,25           | 1,25        |
| 05  | 1    | Plato para postre ARCOPAL (R) 22530 de 19.3 cms. de diámetro, color blanco.                                    | 1,84           | 1,84        |
| 06  | 1    | Taza ARCOPAL (R) 25269 de 7-1/4 onzas de capacidad, color blanco.                                              | 1,28           | 1,28        |
| 07  | 1    | Plato para taza ARCOPAL (R) 22720 de 14 cms. de diámetro, color blanco.                                        | 0,93           | 0,93        |
| 08  | 1    | Cuchara de café DELCO Mod. 0910510 de acero inoxidable.                                                        | 0,36           | 0,36        |
| 09  | 1    | Cuchara para sopa DELCO Mod. 0910520 de acero inoxidable.                                                      | 0,58           | 0,58        |
| 10  | 1    | Tenedor de mesa DELCO Mod. 0910610 de acero inoxidable.                                                        | 0,58           | 0,58        |
| 11  | 1    | Cuchillo de mesa DELCO Mod. 0910710 de acero inoxidable.                                                       | 1,06           | 1,06        |
| 12  | 1    | Dispensador de servilletas VOLLRATH 46799, fabricado de acero inoxidable, capacidad de 125 servilletas cortas. | 10,01          | 10,01       |
| 13  | 1    | Vaso LUMINARC 42441 fabricado de vidrio templado de 11-1/2 onz. de capacidad.                                  | 1,06           | 1,06        |
| 14  | 1    | Copa de agua, de vidrio, LUMINARC Mod. 25565, de 7-3/4 oz.                                                     | 2,27           | 2,27        |

| COD | CANT | DESCRIPCION                                                                                                                     | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| 15  | 1    | Jarra de cristal LUMINARC 53061,                                                                                                | 2,78           | 2,78        |
| 16  | 1    | Colador malla mediana HALCO S9195 fabricado de acero inoxidable de 15.9 cms. de diámetro.                                       | 5,23           | 5,23        |
| 17  | 1    | Colador chino fino HALCO S5012F fabricado de acero inoxidable de 30.5 cm. de longitud.                                          | 29,15          | 29,15       |
| 18  | 1    | Tazón HALCO S579 fabricado de acero inoxidable de 13 Qt. (12.3 lts) de capacidad                                                | 6,27           | 6,27        |
| 19  | 1    | Cucharon HALCO 7746, fabricado en acero inoxidable capacidad 6 oz.                                                              | 15,92          | 15,92       |
| 20  | 1    | Paleta para hamburguesas VOLLRATH 48080, fabricada en acero inoxidable con mango de madera, 12,1 cms. de largo.                 | 7,18           | 7,18        |
| 21  | 1    | Cuchara sólida HALCO 4760 fabricada de acero inoxidable de 33 cms. de longitud.                                                 | 4,24           | 4,24        |
| 22  | 1    | Pinza aislada de utilidad general HALCO 5511TN fabricada de acero inoxidable con mango aislado marrón de 22.8 cms. de longitud. | 3,71           | 3,71        |
| 23  | 1    | Tabla de picar CARLISLE 10884-02, fabricada de polietileno de 38.1 x 50.8 x 1.3 cms., color blanco.                             | 14,36          | 14,36       |
| 24  | 1    | Sarten VOLLRATH 67814, fabricado de aluminio no adherible con mango aislado GatorGrip, de 36 cms. de diámetro.                  | 54,82          | 54,82       |
| 25  | 1    | Olla de acero inoxidable HALCO SS2-3822T, capacidad de 23 lts. 36 de diametro, 22 de alto.                                      | 134,67         | 134,67      |
| 26  | 1    | Olla HALCO EW32WC, fabricada en aluminio 3004, 32qt (30.3L) de capacidad.                                                       | 70,45          | 70,45       |
| 27  | 1    | Dispensador de sopas CARLISLE XT5000SS-01 de fabricación americana, capacidad de 18.9 lts., color café.                         | 119,78         | 119,78      |
| 28  | 1    | Espátula HALCO 71777 fabricada de plástico de 40.6 cms. de longitud.                                                            | 1,73           | 1,73        |
| 29  | 1    | Cuchillo chef ancho VICTORINOX 5.2003.25 de fabricación suiza, hoja de 25 cms.                                                  | 18,14          | 18,14       |



# TERMALIMEX

|     |      | Equipamiento de cocina y lavandería                                                                                                                                                                                                                                        | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| COD | CANT | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                |                |             |
| 30  | 1    | Cuchillo deshuesadora VICTORINOX 5.6403.15                                                                                                                                                                                                                                 | 10,80          | 10,80       |
| 31  | 1    | Cuchillo rebanador VICTORINOX 5.4503.25 de fabricación suiza, hoja de acero inoxidable de 25 cm.                                                                                                                                                                           | 14,68          | 14,68       |
| 32  | 1    | Botella dispensadora de salsa de tomate CARLISLE Modelo 3866R, 12 onz. de capacidad, color rojo, flexibles.                                                                                                                                                                | 0,80           | 0,80        |
| 33  | 1    | Botella dispensadora de mostaza CARLISLE modelo 3866Y, 12 onz. cap. color amarillo, flexible.                                                                                                                                                                              | 0,80           | 0,80        |
| 34  | 1    | Botella dispensadora de aderezos CARLISLE modelo 3865C, transparente, 12 onz. cap. flexible.                                                                                                                                                                               | 1,29           | 1,29        |
| 35  | 1    | Licuadaora HAMILTON BEACH 911 de fabricación americana, vaso de acero inoxidable de 1/2 galón, dos velocidades de operación, motor de 1/2 HP.                                                                                                                              | 369,00         | 369,00      |
| 36  | 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. | 486,00         | 486,00      |
| 37  | 1    | Salero HALCO Mod. 153SP, 2 oz de capacidad, salero de vidrio panelado con tapa plana de acero inoxidable. Plazo de entrega: Inmediato.                                                                                                                                     | 0,59           | 0,59        |
| 38  | 1    | Sacacorcho profesional HALCO 88 fabricado de acero inoxidable con mango plástico.                                                                                                                                                                                          | 14,25          | 14,25       |
| 39  | 1    | Abrelatas HALCO 407 de 17.8 cm. de longitud.                                                                                                                                                                                                                               | 10,55          | 10,55       |
| 40  | 1    | Pelador para papas VICTORINOX 5.0203 de fabricación suiza.                                                                                                                                                                                                                 | 2,16           | 2,16        |
| 41  | 1    | Sacabocado VICTORINOX 7.6153.10 de fabricación suiza, 10 mm. de diámetro.                                                                                                                                                                                                  | 5,32           | 5,32        |

SUBTOTAL

1.434,26

12% IVA

172,11

TOTAL

1.606,37

CONDICIONES DE COMPRA VENTA



**TERMALIMEX**

Equipamiento de cocina y lavandería

**FORMA DE PAGO:**

Contado contra entrega

**PLAZO DE ENTREGA:**

Por confirmar

**VALIDEZ DE LA OFERTA:**

15 días a partir de la presente

Atentamente,

Inés Páez

DPTO.COMERCIAL

TERMALIMEX



VILLACIS JACOME CARLOS ALFREDO

**PROFORMA**

**S001-001**

**R.U.C. 1700160813001**

Av. 10 de Agosto 2811 y Av. Mariana de Jesús Telf: 2546038 Telfax: 2549740 / Quito - Ecuador

FECHA: 26/06/03

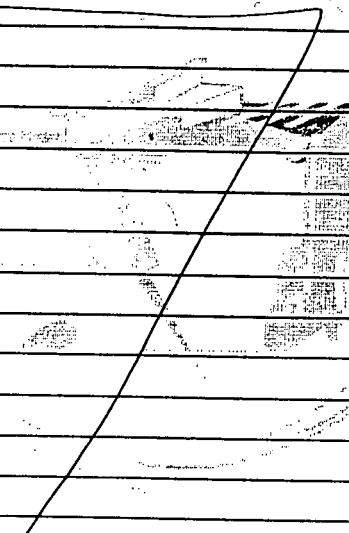
-№ 000195

CLIENTE: Pola Ruzdancic

TELEFONO: 2891516

**DIRECCION:**

R.U.C./CI: 17/253727-0

| CANTIDAD                                                                                                                                                                                           | DESCRIPCION                 | PRECIO UNIT.                                                       | PRECIO TOTAL                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                                                                                  | Lámpara Ventilador "Blanca" | \$ 62,00                                                           | \$ 62,00                                 |
| 1                                                                                                                                                                                                  | " sube y baja redonda       | \$ 57,00                                                           | \$ 57,00                                 |
| 1                                                                                                                                                                                                  | " Pantalla azul pequeña     | \$ 29,00                                                           | \$ 29,00                                 |
|                                                                                                                  |                             |                                                                    |                                          |
| <p><i>Gracias por su compra</i></p> <p>  J.J.<br/>           .....<br/>           Firma Autorizada         </p> |                             | SUBTOTAL \$<br>DESCUENTO \$<br>TARIFA 0%<br>I.V.A. 12%<br>TOTAL \$ | <p>148,00</p> <p>17,76</p> <p>165,76</p> |
| <p>.....<br/>Firma Cliente</p>                                                                                                                                                                     |                             |                                                                    |                                          |

**ORIGINAL - ADQUIRIENTE      COPLA - EMISOR**

COMERCIAL KYWI S.A.  
MATRIZ: Av. 10 de Agosto N° 24-595  
Las Cañeras - Tel: 2601722



R.U.C.: 1790041220001  
CONTRIBUYENTE ESPECIAL - RESOL. S.R.L. 5368

Señor(es):  
Código:  
Dirección:  
Ciudad:

Fono:

R.U.C.:  
Vend.: 41 DANILO AGUILAR  
Fecha de Emisión: 22/07/2003

PROFORMA DOLARES  
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

| CÓDIGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | DESCRIPCIÓN                       | CANT.               | PRECIO UNITARIO         | TOTAL         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------------------------|---------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ARMADA 10T A 2500V PROTEGIDA 110V | 1                   | \$156,01                | \$156,01      |
| <b>PROFORMA</b><br><b>VENDEDOR</b> <u>DANILO AGUILAR</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |                     |                         |               |
| CONDICIONES:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                   | SUBTOTAL            |                         |               |
| CREDITIVO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                   | DESCUENTO           |                         | \$156,01      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                   | DESCUENTO ADICIONAL |                         | \$0,00        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                   | TOTAL               |                         | \$156,01      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                   |                     |                         | TOTAL A PAGAR |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Porcentaje 0                      | Por.Vta.Neta        | IVA Tar. 12             | IVA Tar.0     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                   | \$156,01            | \$16,72                 | \$156,01      |
| <p>Este documento tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A.</p> <p>Los cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias</p> <p>deben ser comunicados al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el</p> <p>momento de la compra en el momento de la compra.</p> <p>Este documento de esta proforma no incluyen I.V.A.</p> |                                   |                     |                         |               |
| <br>REPRESENTANTE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                   |                     | FIRMA: _____<br>CLIENTE |               |

**SIDECA**  
SISTEMAS DE CALENTAMIENTO PARA AGUA  
**CALEFONES**

Av. 10 de Agosto Nº 3517 y Mariana de Jesús  
Telefax: 558-206 • Quito - Ecuador

R.U.C. 1706659107001

**P R O F O R M A**

№ 0693

Fecha: 26 JUNIO de 2003

Cliente: Sra. PAOLA ZIVATENEIRA R.U.C./C.I. ....

Dirección: ..... Telf.: .....

[illegible]



**Muebles  
VILLAFUERTE**

*El gusto por los detalles*

**Jorge Villafuerte E.  
R.U.C. 0905070744001**

DIRECCION: Av. De La Prensa N45-268 y Zamora  
Telfs.: 245036 - 439279  
FABRICA: Av. De La Prensa N49-112 Telf.: 249183

• SALAS • COMEDORES • DORMITORIOS • COLCHONES • LAMPARAS • VITRINAS

Autorización S.R.L. N° 957887560 S001 - 001

CIUDAD - FECHA: *Quito 19-01-03* *no formal*

N° 000314

CLIENTE: .....

DIRECCION DOMICILIO: ..... TELF: .....

DIRECCION OFICINA: ..... TELF. ....

| CANT.    | DETALLE                        | VALOR         |
|----------|--------------------------------|---------------|
| <i>8</i> | <i>Bar Jimón per 2 fubwete</i> | <i>\$570=</i> |
| <i>1</i> | <i>Velador mod. Almonio</i>    | <i>\$95=</i>  |
|          |                                |               |
|          |                                |               |
|          |                                |               |
|          |                                |               |
|          |                                |               |
|          |                                |               |
|          |                                |               |
|          |                                |               |

|                                           |                                   |                |  |
|-------------------------------------------|-----------------------------------|----------------|--|
| <i>Entregado 40%</i>                      | <i>23</i>                         | SUB-TOTAL      |  |
| ANTICIPO                                  | SALDO:                            | TARIFA 0       |  |
| FECHA DE ENTREGA: <i>Entregado - 101.</i> |                                   | ..... % I.V.A. |  |
| FIRMA AUTORIZADA: <i>[Signature]</i>      | FIRMA CLIENTE: <i>[Signature]</i> | TOTAL          |  |

He recibido las mercancías detalladas en esta factura por el valor indicado el Total a Pagar, suma que debo y pagaré en el plazo indicado en esta factura en caso de mora me sujeto a pagar los intereses previstos en la ley y en caso de juicio ejecutivo o verbal sumario; a elección del actor, me someto ante los jueces de la ciudad de Quito, para lo cual renuncio otro domicilio. Todos los muebles tienen garantía de 2 años en cuanto a su fabricación.

Imp. Andrade - Telf. 430788 RUC. 1704373552001 Aut.S.R.L. 1205 - Mayo 18/2000 válido para su emisión hasta Mayo/2001 Del 1 al 400 - Original: Cliente - Copia: Emisor

MUEBLES PRIETO  
RUC. 0601402340001  
P R O F O R M A

2554207

**Muebles <sup>PROFOR</sup> Prieto**

# FACTURA

TOBIAS OCTAVIO PRIETO CARRERA  
R.U.C. 0601402340001

001 001 000698

**MATRIZ:** Av. América 2330 y Aldana • Telfs.: 508596 / 540196  
**SUCURSAL:** Av. América 3261 y San Gabriel • Telf.: ~~508596~~  
**FABRICAMOS MUEBLES DE SALA, COMEDOR,**  
**DORMITORIO, MODULARES, ESCRITORIOS, CUNAS.**  
**DISTRIBUIDOR DE COLCHONES EN TODA MEDIDA**

**Autorización N° 953839161**

**Fecha:**

**Cliente:**

RUC/C.L.

**Dirección:**

Telf.:

**Forma de pago:**

**Entrega:**

| CANT.                                                                                                                                     | D E S C R I P C I O N | V.UNITARIO                                                                                                     | V. TOTAL |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1                                                                                                                                         | Touter                |                                                                                                                | 136      |
| 1                                                                                                                                         | Archivos de 4 gerdon  |                                                                                                                | 60       |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                |          |
|                                                                                                                                           |                       |                                                                                                                | 196      |
| Enriquez Rodríguez Norma Cecilia.<br>BOCETO'S RUC: 0907212195001<br>Autorización Nº 1548. Válido desde<br>marzo 23-2000 hasta marzo 2001. |                       | Total gravado con IVA tarifa 0% .....                                                                          |          |
|                                                                                                                                           |                       | Total gravado con IVA tarifa 12% .<br><div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></div> | 23,52    |
|                                                                                                                                           |                       | Importe IVA .....                                                                                              |          |
|                                                                                                                                           |                       | TOTAL DE ESTA FACTURA .....                                                                                    | 219,52   |

Enriquez Bohórquez Norma Cecilia.  
BOCETO'S RUC: 0907212195001  
Autorización Nº 1548. Válido desde  
marzo 23-2000 hasta marzo 2001.

**Total gravado con IVA tarifa 0%**

**Total gravado con IVA tarifa 12%.**

**Importe IVA**

**TOTAL DE ESTA FACTURA**

La mercadería viaja por cuenta y riesgo del comprador. No aceptamos dominio de la propiedad de la mercadería hasta su pago total. El valor del flete será cancelado por el cliente.  
**SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTA DEVOLUCIONES.**

Entregado por

Recibí Conforme

## ANEXO 5

### 1. DISPOSICIONES GENERALES

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituir la, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad a las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

### 2. DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Art. 100.- Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de

responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Art. 101.- Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

### **3. DEL CAPITAL DE LA COMPAÑÍA**

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones de un mil sures o múltiplos de mil.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Art. 104.- Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Art. 105.- La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

Art. 106.- Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

Art. 107.- La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

Art. 108.- No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

Art. 110.- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicará la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

Art. 112.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

Art. 113.- ~~La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceras, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social:~~

La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolos o insertar en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referentes a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolos del notario.

#### **4. DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS**

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;

b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

c) ~~A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;~~

d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.

i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercitarán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarse si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

**Art. 115.- Son obligaciones de los socios:**

a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;

b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;

c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique ingerencia en la administración;

d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;

e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

VALORES DE TASAS POR PERMISO SANITARIO  
DE FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS  
DE ALOJAMIENTO TURISTICO

Alojamiento Hotelero: Pagarán la cantidad que resulte de multiplicar el número total de habitaciones que posea el establecimiento por el valor/habitación que corresponde en esta tabla, de acuerdo al tipo y categoría, otorgados por el Ministerio de Turismo

| Código  | Concepto                                                                                                              | Valor/habitación<br>dólares |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 1.1.1.1 | Hoteles<br>Lujo<br>Primera<br>Segunda<br>Tercera<br>Cuarta                                                            | 1.40                        |
| 1.1.1.2 |                                                                                                                       | 1.20                        |
| 1.1.1.3 |                                                                                                                       | 1.05                        |
| 1.1.1.4 |                                                                                                                       | 0.95                        |
| 1.1.1.5 |                                                                                                                       | 0.85                        |
| 1.1.2   | Hoteles Residencias:<br>Primera<br>Segunda<br>Tercera<br>Cuarta                                                       | 1.20                        |
| 1.1.2.1 |                                                                                                                       | 1.05                        |
| 1.1.2.2 |                                                                                                                       | 0.95                        |
| 1.1.2.3 |                                                                                                                       | 0.85                        |
| 1.1.2.4 |                                                                                                                       | 0.85                        |
| 1.1.3   | Hoteles Apartamentos:<br>Primera<br>Segunda<br>Tercera<br>Cuarta                                                      | 1.20                        |
| 1.1.3.1 |                                                                                                                       | 1.05                        |
| 1.1.3.2 |                                                                                                                       | 0.95                        |
| 1.1.3.3 |                                                                                                                       | 0.95                        |
| 1.1.3.4 |                                                                                                                       | 0.85                        |
| 1.1.4   | Hostales - Hostales -<br>Residencias:<br>Pensiones, Cabañas,<br>Refugios, Albergues:<br>Primera<br>Segunda<br>Tercera | 1.05                        |
| 1.1.4.1 |                                                                                                                       | 0.95                        |
| 1.1.4.2 |                                                                                                                       | 0.85                        |
| 1.1.4.3 |                                                                                                                       | 0.85                        |
| 1.1.5   | Hosterías - Paradores<br>Moteles:<br>Primera<br>Segunda<br>Tercera                                                    | 1.15                        |
| 1.1.5.1 |                                                                                                                       | 1.05                        |
| 1.1.5.2 |                                                                                                                       | 0.95                        |
| 1.1.5.3 |                                                                                                                       | 0.95                        |

SOLICITUD DE REGISTRO

ALOJAMIENTO

Yo, ..... a ..... de ..... de .....

en calidad de Representante Legal de la Empresa ..... solicito al Ministerio de Turismo se dignen, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar y registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón social (persona jurídica) .....

Nombre del establecimiento .....

Ubicación del establecimiento .....

Calle No. Transversal Teléfono Tdx/Fax

Provincia Cantón Ciudad

Fecha de constitución: .....

Fecha inicio de operaciones: .....

Registro Único de Contribuyentes: .....

Número de cédula: .....

Monto de la inversión \$: .....

Total de empleados: .....

Ejecutivos Recepción Camareros Boleteros Cocina Meseros Otros

No. de habitaciones: ..... No. de plazas: .....

Observaciones: .....

Atentamente,

Propietario, Administrador y/o Representante Legal

ANEXO 6

1. Valor del permiso sanitario 2. Solicitud de Registro

| Sueldos 2003                 |            | Remuneración legal<br>mínima sectorial | Componente<br>salario | Valor<br>recar. (h) | Total<br>Mensual       | Décimo<br>Tercero | Décimo<br>Cuarto |
|------------------------------|------------|----------------------------------------|-----------------------|---------------------|------------------------|-------------------|------------------|
| Cargo                        |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Administración               |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Administrador                |            | 288,96                                 | 16,00                 |                     | 304,96                 | 25,41             | 288,96           |
| Recepcionista                |            | 114,66                                 | 16,00                 | 9,56                | 140,22                 | 11,68             | 114,66           |
| Alimentos y Bebidas          |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Mesero                       |            | 133,60                                 | 16,00                 |                     | 149,60                 | 12,47             | 133,60           |
| Jefe de cocina               |            | 141,68                                 | 16,00                 |                     | 157,68                 | 13,14             | 141,68           |
| Ayudante de cocina           |            | 104,24                                 | 16,00                 |                     | 120,24                 | 10,02             | 104,24           |
| Bodeguero                    |            | 121,26                                 | 16,00                 | 10,11               | 147,37                 | 12,28             | 121,26           |
| Mantenimiento                |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Encargado de A.Públicas      |            | 112,90                                 | 16,00                 |                     | 128,90                 | 10,74             | 112,90           |
| Habitaciones y Pisos         |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Camarera                     |            | 133,60                                 | 16,00                 |                     | 149,60                 | 12,47             | 133,60           |
| SUB-TOTAL                    |            | 1.150,90                               | 128,00                | 19,66               | 1.298,56               | 108,21            | 1.150,90         |
| -9-                          |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Cargo                        | Vacaciones | Aporte al<br>IESS 9,5%                 | Subtotal              | Total<br>Anual      | Número de<br>empleados | Total             |                  |
| Administración               |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Administrador                | 12,71      | 34,31                                  | 597,73                | 7.172,78            | 1                      | 7.172,78          |                  |
| Recepcionista                | 5,84       | 15,77                                  | 256,63                | 3.079,53            | 1                      | 3.079,53          |                  |
| Alimentos y Bebidas          |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Mesero                       | 6,23       | 16,83                                  | 285,07                | 3.420,84            | 2                      | 6.841,68          |                  |
| Jefe de cocina               | 6,57       | 17,74                                  | 301,33                | 3.615,97            | 1                      | 3.615,97          |                  |
| Ayudante de cocina           | 5,01       | 13,53                                  | 225,98                | 2.711,80            | 1                      | 2.711,80          |                  |
| Bodeguero                    | 6,14       | 16,58                                  | 270,47                | 3.245,60            | 1                      | 3.245,60          |                  |
| Mantenimiento                |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Encargado de A.Públicas      | 5,37       | 14,50                                  | 243,41                | 2.920,94            | 1                      | 2.920,94          |                  |
| Habitaciones y Pisos         |            |                                        |                       |                     |                        |                   |                  |
| Camarera                     | 6,23       | 16,83                                  | 285,07                | 3.420,84            | 2                      | 6.841,68          |                  |
| SUB-TOTAL                    | 54,11      | 146,09                                 | 2.465,69              | 29.588,30           | 10,00                  |                   |                  |
| Total por concepto de nómina |            |                                        |                       |                     |                        | 36.429,98         |                  |

## ANEXO 8

- Señalización de Canoa como parte de la Vía del Pacífico



- Vista del parque principal de la Canoa, ruta San Vicente - Canoa



- Calle principal de Canoa



- Vista a la playa, desde la calle principal



- Vista de la playa con que colinda el terreno



- Playa cercana al terreno

