

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TESIS DE GRADO

**TEMA: PROYECTO DE PRE - FACTIBILIDAD DE UN CLUB CAMPESTRE EN
SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS**

PROVINCIA DE PICHINCHA

AUTOR: MILTON SALAZAR

**VISTO BUENO
INGENIERO RODRIGO IRIGOYEN
DIRECTOR DE TESIS**

D.....CALIFICACIÓN.....

QUITO - ECUADOR



Agradecimiento

A mi papá y mamá por darme todo su apoyo y las herramientas necesarias para lograr culminar con éxito mis estudios a mis hermanos que con su cariño han sido la fortaleza, inspiración para alcanzar las metas.

Al Ing. Rodrigo Irigoyen que guió mi tesis con profesionalismo y amistad aportando valiosamente con sus conocimientos para la elaboración de mi tesis.

A cada uno de mis profesores que en el transcurso de mi carrera me proporcionaron las herramientas necesarias para poder desarrollarme en el profesional y personal.

Agradezco a cada una de las personas que intervinieron en la elaboración de mi tesis, instituciones públicas y privadas, que intervinieron en la elaboración de mi tesis.

A todos mis amigos que siempre me han apoyado y han estado junto a mí en todos los momentos de mi vida.



INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país en vías de desarrollo que cuenta con muchas riquezas tanto culturales como ecológicas con mucho potencial de explotación, para promover este movimiento debemos empezar principalmente por exportar el turismo interno.

Partiendo de esta idea hemos creado un proyecto innovador enfocado principalmente en generar desarrollo socio económico, dicho desarrollo que afectaría positivamente a la población local de Santo Domingo de los Colorados, generando empleos de manera directa e indirecta y a la vez llenando expectativas de un público con exigencias específicas, las cuales son creadas por la necesidad del lugar.

Se ha creado un club campestre que cuenta con una diversidad extensa de instalaciones dirigidas a cada necesidad tales como: canchas de fútbol, voley, básquet tenis piscina e inclusive canchas para deportes alternativos como para squash, equitación instalaciones de SPA, servicio de peluquería restaurante salón de recepción y eventos, áreas verdes jardines, parques infantiles, etc. Por esto que el club campestre esta dirigido a un grupo de clase media - alta y alta. Según encuestas realizadas que podrán ser apreciadas a lo largo de la tesis.

Santo Domingo es el lugar ideal para la realización del proyecto en cuestión alcanzando así los mas altos estándares en negociación de esta índole.



INTRODUCTION

Ecuador is a country which is still in ways of development, very rich in culture and ecology with lots of potential to take advantage of. To promote this movement, we have to start by taking care of intern tourism. Going from this idea we have created a project which is innovative and focused basically in generating social and economical progress which is going to affect people of Sto. Domingo in a very positive way, we can promote the economy of the entire area and at the same time fulfill expectations of a selected group of people. In this case we have developed a project which is a Camp Club that counts with a very extensive diversity of facilities which are directed to each necessity. Such as; tennis courts, football, volley, basketball, pools... We have also created courts for alternative sports such as; squash, horse riding... a section for all kinds of games, spa services, hair saloon, catering, restaurants, rooms adequate for conventions, kids area, open facilities, between others... for this reason the Club Camp is directed specially to a selected group of people which are socially classified as medium to high class. According to lots of research made for the elaboration of this thesis, Sto. Domingo is the ideal place for the realization of this project, reason why we are able to reach the highest standards expected in this competitive market.



INDICE:

1.1 HISTORIA DEL TURISMO	6
1.2 EL TURISMO	7
1.2.1 CONCEPTOS.....	8
1.2.2 TURISMO SOCIAL.....	8
1.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.....	8
1.3.1 EL TURISTA.....	9
1.3.2 CLASE PRIVILEGIAD.....	9
1.3.3 CARACTERÍSTICAS.....	9
1.3.4 CLASE BURGUESA.....	9
1.3.5 CLASE JUVENIL.....	9
1.3.6 CLASE POPULAR.....	10
1.4 IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURAL DEL TURISMO	10
1.5 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS	11
1.6 ORGANISMO DE TURISMO	13
1.7 CONCEPTO Y DEFINICIONES DE TURISMO	14
1.8 HISTORIA DEL TURISMO EN EL ECUADOR.....	15
1.9 PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICAS	17
1.9.1 VOLUMEN ANUAL DE PASAJEROS.....	18
1.10 SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS	18



1.10.1“SU HISTORIA”	18
1.11 SÍMBOLOS CANTONALES.....	19
1.11.1 HIMNO A SANTO DOMINGO.....	19
1.11.2 SIGNIFICADO DE LOS SÍMBOLOS CANTONALES	20
1.11.3 BANDERA.....	20
1.11.4 ESCUDO	20
1.12 CANTON SANTO DOMINGO	21
1.13 FECHAS DE CONMEMORACIÓN CANTONAL	22
1.13.1 TURISMO.....	23
1.14 EL ESFUERZO.....	23
1.15 PARROQUIAS RURALES:.....	24
1.15.1 ALLURIQUÍN.....	24
1.15.2 PARROQUIA PUERTO LIMÓN.....	25
1.15.3 SANTA MARÍA DEL TOACHI.....	25
1.15.4 PARROQUIA LUZ DE AMÉRICA.....	26
1.15.5 VALLE HERMOSO.....	26
1.15.6 PARROQUIA SAN JACINTO DEL BÚA.....	27
1.16 MONUMENTOS DE SANTO DOMINGO	28
1.17 BIBLIOTECA MUNICIPAL.....	30
1.18 CULTURAS INDÍGENAS.....	31
1.18.1 KASAMA.....	31
1.18.2 TSÁCHILAS.....	31



1.19 LEYENDA LOCAL	34
1.20 TURISMO URBANO	35
1.20.1 CERRO MIRADOR EL BOMBOLI.....	35
1.21 JARDIN BOTÁNICO “LA CAROLINA”	36
1.22 BOSQUE PROTECTOR “LA PERLA”	37
1.23 PARQUE ZARACAY	38
CAPÍTULO II	40
MARCO LEGAL.....	40
2.1 MARCO LEGAL	40
2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPAÑÍA LIMITADA	40
2.3 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	41
2.4 INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL.....	41
2.5 BENEFICIOS ESPECIALES	41
2.6 AUTORIZACIÓN DEL PROYECTO	42
2.7 OBTENCIÓN DE PERMISOS.....	43
2.7.1 REGISTRO DE OPERACIÓN TURÍSTICA : MINISTERIO DE TURISMO	43
2.7.2. CERTIFICADO DE AFILIACIÓN EN LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO: CAPTUR	43
2.7.3 CERTIFICADO DE AFILIACIÓN PROVISIONAL	44



2.7.4 CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEFINITIVO	45
2.7.5 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES : SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	46
2.7.6 LICENCIA DE USO DE REPERTORIOS MUSICALES ADMINISTRADOS : SAYCE	46
2.7.7 CERTIFICADO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: IEPI	47
2.7.8 PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR	48
 CAPÍTULO III.....	 50
ANÁLISIS DE MERCADO.....	50
3.1 OBJETIVO GENERAL	50
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	50
3.3 ESTUDIO DE MERCADO	50
3.4 OFERTA Y DEMANDA	51
3.4.1 DEMANDA	51
3.4.2 DEMANDA ACTUAL DE LA ZONA.....	51
3.4.3 OFERTA DEL SECTOR.....	52
3.5 SERVICIOS OFERTADOS	52
3.6 ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL	52



3.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA	53
3.8 TABULACIÓN Y RESULTADOS	53
3.9 COMPARACIONES	59
3.10 CONCLUSIONES	61
3.11 PLAN DE MARKETING MIX	61
3.11.1 PROMOCIÓN	61
3.11.2 PRODUCTO	62
3.11.3 PRECIO	62
3.11.4 PLAZA	62
CAPÍTULO IV	63
ESTUDIO TÉCNICO	63
4.1 DEFINICIÓN DEL PROYECTO	63
4.2 UBICACIÓN	63
4.3 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	63
CAPÍTULO V	69
ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO DEL PROYECTO	69
5.1 ESTRUCTURA DE CAPITAL	69
5.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	69
5.3. SALARIOS UNITARIOS DEL PERSONAL DEL CLUB CAMPESTRE	77



5.4 COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN.....	78
5.5 MUEBLES Y ENSERES	80
5.6 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	81
5.7 MENAJE.....	83
5.8 ANALISIS FINANCIERO	85
5.8.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	85
5.8.2 PROYECCIÓN DE GASTOS Y DEPRECIACIÓN.....	86
5.8.3 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	87
5.8.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	88
5.8.5 FLUJO DE CAJA.....	89
5.8.6 FACTIBILIDAD TECNICA VAN, TIR.....	90
5.8.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	91
ANEXOS:	95



CAPÍTULO I

RESEÑA HISTÓRICA Y CULTURAL

1.1 HISTORIA DEL TURISMO

Las primeras manifestaciones del Turismo la encontramos en los hechos que refieren viajes como antigua forma de turismo. En la literatura podemos observar claramente esos viajes: La Eneida, La Odisea y La Ilíada. Los juegos olímpicos Griegos causando muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y recreación.

Edad Media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Guerra de la “Cruzadas”, peregrinaciones a Santiago de Compostela, existencia de posadas en los caminos, expansión y búsqueda de nuevas rutas comerciales.

A mediados del siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas, en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje del Caballero y la Diligencia.

En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surge la primera Agencias de Viajes por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medición entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos. Entre otras manifestaciones tenemos el surgimiento de promotores internaciones y el desarrollo de grandes compañías de ferrocarriles. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubs Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.¹

¹ DAVILA. G. 2002. Cátedra de Introducción al Turismo y Hotelería. U.I.S.E.K



En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

El Transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental Entre los barcos podemos mencionar: El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line; Titanic de la White Star Line. Comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros con iniciación de las rutas turísticas. Sustitución de los antiguos vehículos de vapor por los de combustión interna (Henry Ford).

Los acontecimientos que marcan el principio de la transportación área: 1.919 un NC4 de estados Unidos cruzó el Atlántico en vuelo New York- Plymouth un avión británico recorre desde Terranova a Irlanda sin escala. Desde la II guerra mundial el continente Europeo entra en una etapa de reconstrucción y recuperación económica y social, el mejoramiento de los niveles de vida incrementa el turismo y se inicia una etapa de avances dentro de la transportación área:²

1.944 Creación de la I.A.T.A

1.947 Aparece el Constellation

1.948 Primer vuelo del Vickers Viscount, turbo hélice

1.955 Aparece el Carabelle

1.957 El B-707 terramotor a reacción, El Comet I, El Tupolet.

1.968 Debido al avance técnico comienza la era de los aviones modernos como por ejemplo: la familia de lo Douglas DC3 hasta DC10 con capacidad para 200 pasajeros; la Boing con sus 707, 727, 747 con capacidad para mas de 300 pasajeros y por últimos los aviones Supersónicos como el Concorde y Tupolet. Aparece el Concorde, que en vuelo de prueba recorre 1.500 millas por horas.³

En materia de navegación se construyen barcos cada ves más lujosa, que la rapidez la proporcionan los aviones. Los Ferry Boata usados en continente europeo; Las Car-Ferry para transportar al pasajero y su automóvil y los Hoovercraf.

² Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

³ <http://www.industriadelturismo.com/>



1.2 EL TURISMO⁴

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, dando en cada caso en particular una conceptualización que lo define de maneras diferentes, en todo caso, solo se concreta como una actividad humana realizada al desplazarse de un lugar a otro con diferentes motivos.

1.2.1 CONCEPTOS

Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tantos de los negocios como de las consideraciones profesionales.

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.⁵

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

1.2.2 TURISMO SOCIAL

Es el conjunto de relaciones y fenómenos que proviene de la participación en el campo del turismo de estrato social económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de servicio y no la del lucro.

⁴ DAVILA, G. 2002. Cátedra de Introducción al Turismo y Hotelería. U.I.S.E.K

⁵ http://www.unwto.org/index_s.php



1.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO⁶

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificamos al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

1.3.1 EL TURISTA

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

1.3.2 CLASE PRIVILEGIADA

Son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

1.3.3 CARACTERÍSTICAS

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

1.3.4 CLASE BURGUESA

Son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

1.3.4.1 CARACTERÍSTICAS

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
- Servicios de primera categoría, pero no de lujo. Prefieren viajes a Forfait.
- Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
- Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

⁶ DAVILA, G. 2002. Cátedra de Introducción al Turismo y Hotelería. U.I.S.E.K



1.3.5 CLASE JUVENIL

Son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

1.3.5.1 CARACTERÍSTICAS

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

1.3.6 CLASE POPULAR

Constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación al turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

1.3.6.1 CARACTERÍSTICAS

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países.

1.4 IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURAL DEL TURISMO

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.



El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.⁷

1.5 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

Tour: es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Ruta: es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

Itinerario: es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Estructura: es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Infraestructura: es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo



Recursos Turísticos: es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Balanza Turística: Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

Guía Turística: Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

Balanza de Pagos: Confrontación de ingreso y egreso total de un Estado, resultantes de las transacciones que realiza con el extranjero durante un año. En este instrumento contable se estiman dentro de los ingresos las exportaciones de mercancías, los gastos del turismo extranjero, créditos, inversiones, utilidades y otras categorías, y, dentro de los egresos, las importaciones, intereses sobre préstamos, dividendos, regalías y otros pagos.

Producto Turístico: Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

Valores Turísticos: Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

Conciencia Turística: conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial.

Núcleo Receptor: es una zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente proveedores de servicios: infraestructura vial, planta turística general,



espacio geográfico potencialmente explotable, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Corriente Turística: conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

Mercado Turístico: el término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

Guía de Turismo: Personas con profundo conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.⁸

1.6 ORGANISMO DE TURISMO

O.M.T (Organización mundial del Turismo): es la única organización intergubernamental cuya actividad se extiende a todos los sectores del turismo a escala mundial, y comprende como Miembros del Estados, territorios dependientes y a representantes del sector operacional privado. La O.M.T funciona a nivel universal y a través de seis (6) Comisiones Regionales (África, América, Asia, Meridional, Asia Oriental y el Pacífico). La organización ofrece a sus Estados

⁸ la Organización Mundial del Turismo(OMT), la división de estadística e informática de Cetur, y de propuestas de políticas de turismo del Arq. Héctor Cevallos.



Miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y toma de decisiones en todos los campos del Turismo.

A nivel internacional tenemos una serie de organismos que se encargan entre otras funciones importantes, de la atención del turismo y su desarrollo.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

OEA: Organización de los Estados Americano

1.7 CONCEPTO Y DEFINICIONES DE TURISMO

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo conforman. Como ya se ha mencionado anteriormente, existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar de turismo que queda reflejado en una definición universal.

El turismo, como materia de investigación universitaria, comienza a interesar en el periodo comprendido entre las dos grandes guerras mundiales (1919-1938). Durante este periodo, economistas europeos comienzan a publicar los primeros trabajos, destacando la llamada escuela Berlina con autores como GLUCKSMANN, SCHWINCK o BORMANN.

En 1942, los profesores de la universidad de Berna, W.HUNZIKER y K.KRAPF, definían el turismo como : La suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las distancias de no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada.

Posteriormente se definió al turismo como: los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.

El turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas. Como se puede observar,



acotan el espacio temporal de la actividad turística a introducir el término (periodo inferior a un año).

La OMT recoge todos los puntos positivos:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros.

Se trata de una definición amplia y flexible que concretiza las características más importantes del turismo estas son: introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocios, otros”.

Acotación temporal del periodo por un año, periodo realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos 3 meses o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la relimitación de los que se considera residencia habitual 6 meses -.

Relimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.

Localización de la actividad turística como la actividad realizada fuera de su entorno habitual. ⁹

1.8 HISTORIA DEL TURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador, desde hace décadas, por sus bellezas naturales, su cultura y el clima agradable se ha constituido para los viajeros en un destino atractivo. Esta visión es la que llevó a que en la década de los 40, se iniciaran los primeros esfuerzos por dotar al país con la primera línea aérea doméstica SEDTA de origen alemana, cuyos servicios se vieron interrumpidos por la Segunda Guerra Mundial.

Es la empresa PANAGRA quien al iniciar sus vuelos entre Quito, Cuenca, Guayaquil, Loja, Manta y Esmeraldas permitía que el destino Ecuador sea promocionado dentro de su paquete de 21 días por Sudamérica llamado “Circuito Interamericano de Panagra”.

⁹ DAVILA, G. 2002. Cátedra de Introducción al Turismo y Hotelería. U.I.S.E.K



Gracias a la formación y experiencia adquirida en esta empresa, algunos entusiastas funcionarios crean en 1947 la primera agencia de viajes, Ecuadorian Tours; en 1950 se abre Metropolitan Touring y en 1956 Turismundial. Los primeros intentos por realizar viajes hacia la Islas Galápagos se dan en los años 50, el primero de los cuales se lo realiza desde Guayaquil a bordo de una pequeña embarcación “el Cristóbal Carrier”.

La primera manifestación de promoción oficial de turismo se dio durante el Gobierno del Presidente Plaza Lasso (1948-1952), quien además creó la primera oficina de turismo adscrita a la Presidencia de la República. A cargo de esta oficina estuvo la realización de la primera “caravana” por Estados Unidos llevando folletería y artesanías típicas del país.

A los hoteles tradicionales Majestic y Humbolt en la capital, se une el Hotel Quito que fue construido con el fin de dotar a la capital de La República con el primer hotel de lujo, administrado por una cadena internacional, La Intercontinental, lo que permitió una difusión del destino a través de guías hoteleras internacionales.

En 1969 la empresa Metropolitan Touring inicia la operación a las Islas Galápagos y se encuentra ante la necesidad de iniciar la promoción de sus productos en el exterior mediante visitas “puerta a puerta”. A pesar de que en 1964 el Gobierno creó la Corporación Ecuatoriana de Turismo CETURIS, la promoción de Ecuador estaba en manos en el sector privado.

Aunque el turismo internacional moderno tiene una primera etapa de desarrollo entre 1945 y 1958, es en el segundo período que va de 1959 a 1973 que Ecuador encuentra un nicho en el mercado del turismo internacional. Sin embargo, la expansión del sector se da a mediados de los años ochenta, en que aparecen nuevos prestadores de servicios turísticos a todo nivel.

El sector turístico en Ecuador se ha caracterizado por un crecimiento promedio del 7% anual en la última década; crecimiento que, con excepción del año 1995 (guerra del Cenepa) y 1997 (fenómeno de El Niño), se ha mantenido a la par del crecimiento de las exportaciones del Ecuador. Sin embargo, aún considerándose a la actividad turística como área estratégica para el crecimiento de la economía, no se ha logrado establecer planes adecuados integrales y



sostenibles de desarrollo. Esta es la razón porque los resultados todavía poco favorables en el ámbito económico nacional. Esto se debe también a restricciones de tipo presupuestario, a la inestabilidad y poca continuidad en la gestión de los organismos oficiales de turismo y al exceso de protagonismo y falta de consensos y cooperación entre los gremios del sector, en sus mismas filas y en su relación con el ámbito oficial del turismo en Ecuador. Este fenómeno, en mayor o menor medida, se repite en cada una de las regiones analizadas para el presente estudio.

El sector turístico nacional gira alrededor de las empresas que conforman la planta y las actividades de servicios al turista, desde el alojamiento, alimentos & bebidas, transporte, esparcimiento y operación propiamente dicha. De acuerdo con el catastro oficial a 1998, en Ecuador hay 2.177 establecimientos de alojamiento, 5.879 empresas de alimentos & bebidas, 446 establecimientos de esparcimiento, 33 servicios de transporte turístico y 714 empresas de operación y servicios turístico.

1.9 PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Las principales actividades que realizan las empresas de turismo están distribuidas de la siguiente manera:

- Turismo receptivo 48.3%,
- Turismo de exportación o emisor 37,7%;
- Otras actividades 15% (organización de congresos, incentivos, turismo especializado de naturaleza, agro-turismo)

Aproximadamente el 93% de las empresas prestadoras de servicios turísticos receptivos manejan programas de turismo tradicional, que incluyen: city tours, visitas culturales, tours de compras, mercados indígenas, artesanales, etc. El 85% de empresas vende programas en Galápagos y el 81% La Amazonia.

Las empresas ecuatorianas han respondido positivamente al reto de las nuevas tendencias de la demanda turística internacional de programas alternativos y especializados. La oferta de actividades deportivas, tales como pesca, rafting, buceo, montañismo y ciclismo, se ha



incrementado en un 28%; mientras que la oferta de turismo de naturaleza especializado, como ecoturismo, observación de flora y fauna, etc. ha tenido un incremento del 66%. Sin embargo de este crecimiento, la respuesta del mercado externo aún no es suficiente para cubrir esta oferta, ya que lo ha hecho sólo en un 10% en programas especializados y de naturaleza y en un 22% en turismo deportivo.

1.9.1 VOLUMEN ANUAL DE PASAJEROS

El 38% de las empresas de turismo receptivo maneja un volumen de hasta 300 pasajeros anuales, mientras que un 24% maneja entre 300 y 1.000 pasajeros; un 19% entre 1.000 y 5.000; un 17% de 5.000 a 15.000 y, únicamente el 2% de las empresas maneja más de 15.000 turistas por año.¹⁰

1.10 SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

1.10.1 “SU HISTORIA”

La creación de Santo Domingo sigue siendo poca conocida para los que viven en esta hermosa tierra y sus historiadores. “Santo Domingo de los Colorados” lleva su nombre debido a la presencia religiosa de los padres dominicos que llegaron a evangelizar a la zona, y “Colorados” es debido a la tribu Tsáchila o colorados que se radicaron en dicha zona.



Su historia cuenta que los primeros colonizadores fueron los Tsáchilas, sus primeros asentamientos fueron en el sector llamado de Cocaniguas, pero por una peste llamada viruela se

vieron obligados a salir hasta su asentamiento actual. Al llegar los mestizos fueron víctimas del coloniaje gracias a su ubicación geográfica por lo que estando en peligro del avance de la civilización tuvieron la necesidad de internarse montaña adentro, pero sus esfuerzos no tuvieron trascendencia. Este y otros aspectos son los que marca a la tierra colorada el inicio de una población de



¹⁰ www.unwto.org



gente luchadora y trabajadora, convirtiéndose el 29 de mayo de 1861 en parroquia del cantón Quito, y el 17 de abril de 1884 se determina que pasa a pertenecer como parroquia del cantón Mejía, será el 6 de noviembre de 1899 donde se funda el primer pueblo colono durante el gobierno de Eloy Alfaro.

La asamblea constituyente mediante el decreto de 3 de julio de 1967, es creada el cantón de Santo Domingo, con 7 parroquias urbanas y 5 rurales, además de 8 comunidades Tsáchilas. Constituyéndose un polo de destino nacional de inmigrantes y extranjeros siendo más preciso los colombianos, que arrojan altos índices de crecimiento absoluto de población.

A pesar de la corta historia de la ciudad y la ausencia de una tradición socio-cultural compartida, Santo Domingo no solo es un lugar de paso, sino también, un lugar para vivir y trabajar.

1.11 SÍMBOLOS CANTONALES¹¹

1.11.1 HIMNO A SANTO DOMINGO

LETRA: Pablo Anibal Vela

MUSICA: Jaime Mola

CORO

*Oh, gloriosa ciudad que a la orilla
del hermoso Toachi floreces yo te
auguro que pronto tu frente
ceñirá el laurel que mereces.*

ESTROFAS

*Tu destino se cumple, no hay duda
pues te sobran excelsas virtudes
altivez, patriotismo y trabajo,
son preseas de grande valia.
Salve hermosa región bendecida
por el genio que rige o gobierna
a los mundos y pueblos creados,*

¹¹ Municipio De Santo Domingo De Los Colorados



*para gloria y honor de los mismos.
Tu produces enormes riquezas,
que es orgullo sagrado de patria;
es tu suelo emporio de oro;
el banano que dátíl del cielo.
Tu blasonas belleza y tesoros
que acumulan tus áureas entrañas,
y en tu sacro pendón bien se ostentan
tu riqueza, tu raza y la Patria.*

1.11.2 SIGNIFICADO DE LOS SÍMBOLOS CANTONALES

1.11.3 BANDERA



La Bandera del cantón se compone de un rectángulo cuyos lados están en proporción de dos a tres. Este rectángulo se divide en dos triángulos rectángulos iguales, con los ángulos rectos opuestos. La división se hace mediante una diagonal que baja del extremo superior junto al asta. El triángulo superior será de color rojo y significa el indio colorado. El color del triángulo inferior será de verde oscuro y significa la vegetación tropical. En el centro de la Bandera ira el Escudo de Santo Domingo.

1.11.4 ESCUDO

Estará constituido por un triángulo equilátero de líneas curvas, que simboliza el equilibrio del clima y relieves, el enlace de regiones y la unidad de los ecuatorianos, manifestados en la naturaleza física de la zona y en la fisonomía moral del vecindario.



El campo del Escudo con la punta azul, la efigie de un indio colorado y el fondo en esmalte oro, insinúa el tricolor patrio con significación de la afluencia y el sentido nacional de que esta conformado el pueblo de Santo Domingo.



El indio colorado, que es el dato mayor de la historia local, ocupa el centro del campo y va estilizando la rebeldía contra o negativo y en mandato de superación.

Las borduras diestras en rojo, y siniestra en verde, representan el estandarte de la jurisdicción y la superior en blanco evoca nevados y lleva la leyenda “Santo Domingo de los Colorados”

Un mechón de caña guadua sobre la punta azul sugiere la fecundidad del suelo y pujanza de subtrópico.

La tea encendida en colores de Pichincha y doblega por el viento, que se muestra encima del Escudo con Terminal debajo del mismo, significa el ideal puro pero irresistible que mantiene Santo Domingo con el brío y la claridad que se traduce en la tónica del colorado

1.12 CANTON SANTO DOMINGO DATOS Y CIFRAS ASPECTO FÍSICO

¹² PAIS:	ECUADOR
CAPITAL:	QUITO
PROVINCIA:	PICHINCHA
CANTON:	SANTO DOMINGO
IDIOMA:	ESPAÑOL Y TSAFIQI
CABECERA CANTONAL:	SANTO DOMINGO

SUPERFICIE:	3857 Km ²
ALTITUD PROMEDIO:	550 m.s.n.m.
TEMPERATURA:	DE 16 grados a 24 grados C

UBICACIÓN: Occidente de la Provincia de Pichincha

COORDENADAS: Latitud Sur: 0 grado 5' y 0 grado 25'
Latitud Oeste: 79 grados 25 y 78grados50'

ÁREA DEL P. URBANO: 7273,34 Has.



DIVISIÓN POLÍTICA

CABECERA CANTONAL:	Santo Domingo de los Colorados
PARROQUIAS URBANAS:	Santo Domingo de los Colorados

¹² Archivo De Imágenes Municipio De Santo Domingo De Los Colorados



Chiguilpe
Río Verde
Abrahán Calazacón
Bomboli
Zaracay
Río Toachi

PARROQUIAS RURALES:

Valle Hermoso
Alluriquin
Puerto Limón
San Jacinto del Búa
Luz de América
El Esfuerzo
Santa Maria del Toachi

LÍMITES

NORTE: *C. Puerto Quito y San Miguel de lo Bancos*
SUR: *Provincias de Cotopaxi y Los Ríos*
ESTE: *C. de Mejia, Quito, Prov. de Cotopaxi*
OESTE: *Prov. de Los Ríos, Manabí, Esmeraldas*

COMUNAS TSACHILAS:

Chiguilpe
Otongo-Mapali
El Poste
El Búa
Congoma
Naranjos
Peripa

BOSQUES PROTECTORES:

La Perla (250 Has)
Delta (80Has)



<i>La Indiana</i>	<i>(182Has)</i>
<i>Rio Leila</i>	<i>(3.234Has)</i>
<i>Tanti</i>	<i>(420Has)</i>

1.13 FECHAS DE CONMEMORACIÓN CANTONAL

<i>Parroquialización:</i>	<i>29 de mayo de 1861</i>
<i>Fundación colona:</i>	<i>6 de noviembre de 1899</i>
<i>Cantonización:</i>	<i>3 de julio de 1967</i>
<i>Kasama:</i>	<i>Coincide con el sábado de Gloria de Semana Santa</i>

1.13.1 TURISMO



Santo Domingo es una ciudad joven con un alto crecimiento poblacional a un ritmo superior con las grandes ciudades del país inclusive siendo unos de los más alto en Latinoamérica pues aquí se ha convertido en el centro de comercio informal debido a su dinamismo productivo colocando más dinero del que capta donde inmigran gente de todas las provincias e inclusive con

gran numero personas colombianas. La presencia de la etnia Tsachila mas conocida como “colorados” quienes conservan costumbres y sus tradiciones; su tierra con sus hermosos paisajes, su gente quienes viven el en 7 comunas distribuidas el las parroquias rurales del cantó, es lo que más atrae a los turistas nacionales y extranjeros.



1.14 EL ESFUERZO

Fue aprobada el 9 de julio del 2000 con cerca de 10 mil habitantes esta conformada por 13 recintos con sus comunas.



LÍMITES:

Norte:	Cantones Pedro Vicente Maldonado y San Miguel de los Bancos.
Sur:	Cabecera Cantonal Santo Domingo de los Colorados.
Este:	Cantón San Miguel de los Bancos.
Oeste	Cabecera Cantonal Santo Domingo de los Colorados.

1.15 PARROQUIAS RURALES:

1.15.1 ALLURIQUÍN

Actividades Turísticas

Cuando viaje por el Ecuador y llegue a la zona de Alluriquin deténgase un momento, una corta estadía enriquecerá el criterio que puede tener acerca de esta hermosa parroquia. Si al descender la cordillera para dirigirse a la costa no se percató de los paisajes que este sector posee y del legendario río que acompaña la vía disfrute de las pequeñas maravillas que aquí encontrará, primero puede tomar un baño en alguno de los saunas y turcos que ofrece la localidad, con esto combatirá la tensión del viaje e incluso los problemas respiratorios que se obtienen al venir desde la Capital, el vapor el Eucalipto, Manzanilla, Llantén pueden aliviar sus molestias. El promedio de tarifas es 2 dólares por persona y la atención es diaria de 10h00 hasta las 19h00. Si su deseo es refrescarse en agua fría, dirijase al barrio “Dos puentes”, pregunte a los moradores sobre las piscinas naturales y podrá disfrutar de un bonito espacio para nadar en aguas del río Damas donde su corriente será su mejor hidroma

Tierra Dulce

Recibe el nombre de Tierra Dulce por la gran tradición de deliciosos dulces (melcochas, panela, maní) y aguardiente, elaborados por su gente, que inicialmente ésta labor se realizaba únicamente para compartir el producto en el hogar pero poco a poco se incentivó la actividad como un buen negocio.





Características

Alluriquin se caracteriza por una gran diversidad de cultivos tropicales, por su ubicación estratégica y su suelo fértil. El origen de su nombre “San José” comunidad católica, considerado como su patrono, “Alluriquin” nos traslada a la historia del Padre Juan de Velasco, época colonial, cuyo significado es “Lugar de descanso junto a los Ríos: Verde y Claras Aguas” haciendo referencia al río Damas que justamente en este lugar vierte sus aguas en el caudaloso río Toachi.

1.15.2 PARROQUIA PUERTO LIMÓN

ASPECTO FÍSICO

PAIS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CANTON	Santo Domingo
PARROQUIA	Puerto Limón
SUPERFICIE	285 Km2
ALTITUD	500msnm Aprox.

LÍMITES

NORTE	Parroquia Santo Domingo
SUR	Parroquia Luz de América
ESTE	Parroquia Santo Domingo y Luz de América
OESTE	Provincia de Manabí

Aprobada el 6 de noviembre de 1984. Pujante y progresista parroquia cuenta con 12.588 habitantes y 24 recintos.

1.15.3 SANTA MARÍA DEL TOACHI

Aprobada el 15 de noviembre del 2002. Se calcula una población de 9 mil habitantes en sus 24 recintos.





LÍMITES:

Norte:	Parroquia El Esfuerzo
Sur:	Provincia de los Ríos
Este:	Provincia de los Ríos
Oeste:	Provincia de los Ríos

1.15.4 PARROQUIA LUZ DE AMÉRICA

ASPECTOS FÍSICOS

PAÍS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CANTÓN	Santo Domingo
PARROQUIA	Luz de América
SUPERFICIE	670 Km2
ALTITUD	550 Aprox.

LÍMITES

NORTE	Parroquias Puerto Limón y Santo Domingo
SUR	Prov. Los Ríos
ESTE	Parroquias Alluriquin y Santo Domingo
OESTE	Parroquia Puerto Limón, Prov. de Manabí

Logró su parroquialización el 5 de noviembre de 1993. Esta ubicada en el km. 23 de la vía a Quevedo. Según el censo realizado en el año 2001, tiene 12.529 habitantes, distribuidos en 23 recintos y comunidades aledañas.



1.15.5 VALLE HERMOSO

Naturaleza y Aventura

A pocos metros de distancia entre la vía que conduce a Esmeraldas se encuentra la Parroquia Valle Hermoso, su puente y la torre de la iglesia se observan mucho antes de llegar a este sector dotado de un acogedor parque y de dos ríos enormes y peligrosos, aptos para la practica de deportes aventura, como el rafting. Pese a que no existe una empresa local que se dedique a realizar esta actividad se puede contactar con operadores para la contratación de este servicio; En la parroquia existen hosterías muy bonitas, La Cascada es una de ellas, aquí se puede disfrutar del ambiente natural y también solicitar información detallada (días, horarios y tarifas) de esta actividad. Por estas razones la época de mayor afluencia es en Carnaval; se organizan desfiles, concursos y torneos acordes a la temporada.

Lugares Turísticos

Existen zonas también de aguas mansas en las que se puede nadar y pasar un momento familiar agradable.

Si llega a Valle Hermoso pregunte y visite uno de los siguientes lugares: Hostería La Cascada, La Playita del Río Blanco, La Bocana, Cabañas Race Track, Hostería Valle Hermoso, Balneario Las Canoas. Los entornos naturales le permitirán gozar de una emocionante experiencia.

Festividades

La fecha más visitada es el 19 de Julio por su celebración de parroquialización, sin embargo, el programa de fiestas, inicia dos semanas antes con el desfile cívico militar, sesión solemne, elección de la reina, actividades deportivas y culturales





1.15.6 PARROQUIA SAN JACINTO DEL BÚA

Aprobada el 9 de noviembre de 1998. Con aproximadamente 11 mil habitantes distribuidos en 19 recintos y comunas.



ASPECTO FÍSICO

PAÍS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CANTÓN	Santo Domingo
PARROQUIA	San Jacinto del Búa
SUPERFICIE	205 Km2
ALTITUD	550msnm Aprox.

LÍMITES

NORTE	Sector La Concordia
SUR	Parroquia Santo Domingo
ESTE	Parroquia Santo Domingo y Valle Hermoso
OESTE	Provincia de Manabí



1.16 MONUMENTOS DE SANTO DOMINGO



Indio Colorado.- se construyó en la segunda junta de mejoras presidida por el Sr. Holger Polanco, siendo remodelado en la administración de Kléber Paz y Miño. Ubicado en el redondel de las Avdas. Chone-Quito y Quevedo.

Joaquín Zaracay.- este monumento lo realizó en honor al primer gobernador Tsáchila y esta colocado en el Parque Central cuyo nombre es en su honor, siendo inaugurado el 2 de julio del 2000.





Familia Tsáchila.- se construyó como un justo homenaje a los primeros pobladores Colorados del sector y fue inaugurado el 2 de julio del 2002, esta ubicado en la avdas. 29 de mayo y esmeraldas

Ex – Reinas.- se construyó como un merecido homenaje a la labor social realizada por cada una de las Ex - Reinas de Santo Domingo, además el monumento immortaliza la belleza y espiritualidad demostrada por las Ex - Reinas, esta ubicado en la cooperativa Alborada y fue inaugurado el 15 de junio del 2003.



Ing. Rodrigo Chávez.- como un justo homenaje a su importante aporte al desarrollo del cantón, este busto esta colocado en la coop. Gran mariscal Sucre, se inauguró el 17 de agosto del 2003.

Al Colono.- se construyó en el sector de la Carolina como un justo homenaje a su importante aporte al desarrollo del cantón, este monumento esta colocado en la coop. Florida, se inauguró el 17 de agosto del 2003.



Sueño de Bolívar.- esta ubicado en el redondel de by-pass quito – Quinindé, frente a la Urb. El Centenario, iniciándose los trabajos a mediados del año 2003.



A la Madre.- Esta ubicado en el parque que lleva el mismo nombre.



Viajero.- construido en homenaje al turismo, ubicado en el redondel del Terminal terrestre av. Esmeraldas y Abrahán Calazacón en la administración de Ramiro Gallo.



A la Virgen.- ubicado en el redondel de la vía a Quevedo, Manuelita Sáenz y Galápagos.

A Julio Jaramillo.- en homenaje al Ruiseñor de América, ubicado en la Av. Tsáchila y Río Baba.



1.17 BIBLIOTECA MUNICIPAL



La biblioteca municipal o pública, fue creada en el año de 1977 siendo el presidente del Consejo Municipal el Sr. Ramón Chérrez Chávez y remodelada en el periodo de Don Kléber Paz y Miño (2000 - 2004)

Atienden de horario de las 7:30 la mañana a 7 de la noche y los sábados de 7: 30 de la mañana a 1 de la tarde.

En el día tiene un número promedio de 200 a 250 personas que van a consultar; la biblioteca cuenta con un número aproximado de 4292 libros de las cuales están las de física, gramática, educación sexual, libros de poesía, etc.

El único requisito para acceder a un libro para consulta es tener el carné estudiantil actualizado o la cédula de identidad.



Esta prohibido el ingreso a la biblioteca a personas que llegue con pantalones cortos.

La biblioteca cuenta con servicio de copiadora, servicios higiénicos, guardias permanentes y un personal eficiente y cortes; próximamente contara con el servicio de la biblioteca virtual

1.18 CULTURAS INDÍGENAS¹³

1.18.1 KASAMA

Kasama es la única fiesta que celebran los miembros de la etnia Tsáchila. En el idioma tsafiqui “Kasa” significa nuevo y “ma” día, entonces Kasama es el inicio de un nuevo día o nuevo año. Una traducción textual al castellano diría “nuevo día” aunque el significado para la etnia es de “nuevo año”, por lo que este evento se constituye en una gran fiesta a la que concurren todos los miembros de las demás comunas Tsáchilas, para reencontrarse con sus raíces, saludar a sus familias, intercambiar sentimientos de prosperidad y amistad. La fiesta de Kasama, que marca el inicio de un nuevo año, que siempre coincide con el Sábado de Gloria (para los católicos), representa mucho más que para los occidentales la celebración del año nuevo. Antiguamente esta celebración era aprovechada para realizar el pedido de la mano de una chica, mientras los marimbeos deleitaban a los presentes con su música, se tomaban bebidas especiales y se organizaban peleas. Hoy en día se realizan presentaciones de danza, teatro, música y concursos autóctonos de la nacionalidad, existen también demostraciones de habilidades en caza y pesca.



1.18.2 TSÁCHILAS

El territorio que ocupan los Tsáchilas es privilegiado, no sólo por la riqueza de esta etnia, sino también por los paisajes inusitados que se pueden encontrar.

Los ríos cristalinos hasta el punto de observar lo vivo y lo inerte en medio de las piedras que custodian el desnudo fondo del agua, el ruido de una fauna silvestre, cual concierto de sinfónica con pájaros de colores tocando con su



¹³ www.codenpe.gov.ec/tsachila.htm



pico notas de violin y el arte transmutado en puerza gracias al metabolismo de la fora verde del lugar, consiguen hacer olvidar las magulladuras de la vida urbana.

Su nombre

Los indigenas santo domingueños prefieren que se les llame “Tsáchilas” ya que tiene una valoración más alta, incluso sobre ella complementa el nombre del lugar donde están acantonados.

Vestimenta

La cultura tsáchila es muy rica en diversos aspectos. Aunque muchas de las costumbres antiguas se han perdido, conviene recordarlas porque están llenas de mucha misticidad y encanto



Rayas horizontales de color negro retratados en el tórax, cara, brazos y piernas que representan signos filosóficos sobre la vida y la muerte, achiote en la cabeza con corte de cabello a “rape”, chumbillina un sencillo corte de tela rectangular, semejante a una falda usada unos diez o quince centímetros por encima de la rodilla, con rayas en colores azul marino y blanco, las franjas no debían tener menos de dos centímetros ni más de cuatro; manto de lienzo al hombro, mishilí (corona de algodón) que sólo se usa en las ceremonias y pies descalzos caracteriza al hombre Tsáchila místico y emprendedor.

Líneas más finas, las formas de la mujer Tsáchila también descubren la cosmovisión de su etnia. El cabello largo hasta el término de su espalda también se tinturan con achiote, en la parte frontal en un punto que simboliza la vida. El Tunán (chumbillina femenina) es un multicolor que idealiza al arco iris, el win (mullo) es el complemento de su atuendo. El pecho desnudo que actualmente es cubierto por paños brillantes.



Vivienda

Desde las construcciones de cemento, similares a las urbanas de los mestizos, hasta precarias estancias de madera donde habitan hasta siete u ocho personas.



Vialidad

La vialidad en general es carrozable en un 70 por ciento con carreteras lastradas en unos y empedradas en otros casos.

Producción

La principal actividad económica es la agricultura, ganadería e índices de actividades turísticas.



Fiestas

La fiesta del año nuevo en Tsafiqui “Kasama”, celebrada el día sábado de gloria de los católicos, es la única celebración de los Tsáchilas. Es un despliegue de cultura, tradición y costumbres que últimamente resulta un atractivo turístico.

Shaman

Originalmente el shaman o poné de la cultura colorada era la suprema autoridad, médico, líder social y religioso y el mayor vínculo entre lo natural, su gente y lo sobrenatural.

Tiene la capacidad de curar todo tipo de enfermedades, sobre todo las referentes a problemas de colesterol, corazón, riñón, úlcera, próstata, diabetes, entre otros. Para este efecto utilizan medicina natural que usan en un 70% silvestre y no cultivada.





Para ser un curandero necesita capacitarse ya que es una enorme responsabilidad. El aspirante a shaman puede ser hijo, nieto o pariente cercano del gran poné. El aspirante permanece junto al gran shamán aprendiendo los secretos de la profesión para poder curar con acierto. En el tiempo que dura la preparación, el futuro shaman debe demostrar que lleva una vida pura, que no ha contaminado su cuerpo con relaciones sexuales y que se ha concentrado en seguir las lecciones de su maestro.

1.19 LEYENDA LOCAL¹⁴

Un hombre de carisma amable, corpulento, barrigón, de cara ancha, ojos achinados y en su sonrisa estaba presente las calzas de oro que llevaba en su dentadura.

Se caracterizó por ser un hombre fuerte, decisivo y valiente que trabajaba sin descanso. Sembró varios ideales y hoy ha dado excelentes frutos para sus comunas de tribu Tsáchila.

Considerado un científico vegetalista, Abraham nació un 4 de febrero de 1909 en la comuna Chiguilpe. Conocido a nivel nacional e internacional como el mejor curandero naturista, que en su idioma tsafiqui significa “Pone” y en el mundo indígena “Shamán”.

El Shamanismo lo heredó de su padre y desde su niñez lo practicaba. Lo ejerció hasta los últimos días de su vida. En el transcurso de ese tiempo no faltó la visita de figuras importantes tal es el caso de los ex – presidentes José María Velasco Ibarra y el Gral. Guillermo Rodríguez Lara.

A pesar de ser un hombre iletrado Abraham fue gobernador de los indígenas colorados a los 32 años de edad y durante 40 años administró justicia desde su domicilio.

Su muerte

Dice la historia que Abraham falleció luego de que la artista mejicana “Lucía Méndez” fuera a conocerle. Junto a su puente colgante que, lo mantenía a pocos metros de su casa, le dio un beso aquel 10 de julio de 1981, lo que le habría provocado un infarto.

Sus restos están enterrados en el cementerio de la parroquia de San Miguel, lugar que tiene más de 300 años de existencia y en él permanecen los cuerpos de los antepasados Tsáchilas.

¹⁴ ARCHIVO HISTORICO; Municipio Santo Domingo De Los Colorados



Lo trágico

Según versiones, días después del entierro de Abraham Calazacon, personas no identificadas sacaron su cadáver de la tumba y le robaron su cabeza, llevándose todo un gran valor en oro que lo mantenía en todas sus piezas dentales.

Otra hipótesis es que quizás fueron idólatras que querían mantener su cráneo como recuerdo de un hombre valioso.

1.20 TURISMO URBANO

1.20.1 CERRO MIRADOR EL BOMBOLI

Ubicación

Se encuentra al noroeste de la ciudad, llegar a las faldas del cerro toma entre 5 y 10 minutos en un vehículo propio o en un taxi. Existen rutas de buses que llegan a la parte baja del cerro, sin embargo lo mejor es tomar un taxi que cobra 1 dólar por el servicio desde el centro urbano.

Se puede acceder a la cima con el vehículo.

Actividades Religiosas

A lo largo del camino existen 12 estaciones de Jesús, con los misterios de su vida, pasión y muerte. En el mes de Abril, época de semana santa, los católicos recuerdan el Viernes Santo. Sin duda es una de las principales actividades que en la actualidad se realizan en el Cerro.



Existe una iglesia en la parte alta a la cual acuden fieles diariamente a partir de las 17h00 a la Santa Misa.

Actividades Deportivas

Los paseos en grupos normalmente realizan las caminatas por la mañana, lo hacen desde el inicio del cerro hasta la antena que está en





la parte más alta. Frecuentemente se puede observar personas de toda edad trotando muy por la mañana. Existen pequeñas áreas de descanso, lugares para observar la extensión de la ciudad, parqueo vehicular, hay también un pequeño bar junto a la iglesia.

1.21 JARDIN BOTÁNICO “LA CAROLINA”

Estructura

Las 17 hectáreas de El Jardín Botánico La Carolina, justifican la razón de considerarlo como uno de los más grandes del Ecuador y de América latina. Cuenta con un mirador (desde el cual se puede apreciar la vegetación de los ecosistemas húmedos tropical de tierras bajas que conforman el jardín), cafetería, un Centro de Investigaciones y un aula abierta.

Ubicación

Se encuentra ubicado junto a la Coop. “Juan Eulogio Paz y Miño”, toma pocos minutos llegar y su señalización hace fácil el acceso desde el centro de Santo Domingo.

Senderismo

Los senderos autoguiados le permiten al visitante recorrer las avenidas y poder disfrutar de la enorme diversidad de plantas como: zingiberales, monocotiledóneas, medicinales, ornamentales; flores exóticas y bosques amazónicos que el Jardín Botánico La Carolina posee.

También se puede solicitar un guía (para grupos), el mismo que brinda una explicación detallada de cada sector. La caminata por los bosques (amazónico, andino, de chilcos) representa una experiencia fascinante.

Interpretación

Es normal observar grupos de estudiantes, familias cortas, parejas o incluso personas solas en los senderos. Todos obtienen información similar del Jardín ya sea por el material escrito obtenido al ingresar, por la explicación del guía o por los paneles interpretativos.



Su ruta principal es “Las Palmas”, sin embargo iniciar el paseo por la ruta “Los Crotos” le permite al visitante encontrar una gran variedad de plantas medicinales y tener una idea de los beneficios que estas constituyen para el ser humano común.

Recomendaciones

Venir con ropa cómoda, zapatos deportivos, gorra, cámara fotográfica; enormes ganas de caminar y descubrir la naturaleza; si la visita es didáctica se debe traer cuaderno para apuntes.

El derecho de entrada es de 1 dólar para adultos y 50 centavos para niños. Los horarios de visita son de 09h00 a 16h00, de Lunes a Domingo.

1.22 BOSQUE PROTECTOR “LA PERLA”

DATOS GENERALES:

Fecha:	INEFAN Acuerdo Ministerial No. 318 Registro Oficial No. 506 de Agosto 22 de 1986 ¹⁵
---------------	---

Municipio: Ordenanza de Septiembre de 1991 **Categoría:**
Sitio Natural

Tipo: Sistema de Áreas Protegidas

Subtipo: Bosque Protector

Extensión: 250 Has.

Altitud: 400 msnm.

Temperatura: 18 a 26 C.

Ubicación: Provincia de Pichincha, Cantón
Santo Domingo, Parroquia La Concordia

Distancia: Km. 40 de la vía Santo Domingo La Concordia, Esmeraldas



Denominado “La Perla” desde hace más de medio siglo, El Bosque Protector que forma parte de la hacienda del mismo nombre, es considerada uno de los más importantes de la zona. Este

¹⁵ Municipio de Santo Domingo de los Colorados



remanente de bosque nativo se encuentra bajo la protección legal y cuidado de su propietaria, la norteamericana Susanz Sheppard.

El Bosque es hogar de 250 especies de aves, 33 variedades de helechos y pequeños animales. La formación ecológica predominante es la del bosque húmedo tropical, la propiedad es atravesada por los ríos “Cucaracha” y “Ramón” con poco caudal de agua en verano. Las aves que viven en La Perla son los pájaros carpinteros, el Tucán, guacamayos y garzas bueyeras que llegan con el verano. Tiene especies forestales que en otro sitio han sido talados, tales como el roble, guayacán, laurel, árboles legendarios como los ceibos de más de 700 años y que caracteriza a este bosque protector. También hay moral fino, moral bobo, pambiles, palma real, tagua. Entre los mamíferos observados tenemos la guatusa, armadillo y cuchucho. Culebras muy peligrosas como la mata caballo, las corales y las X se las encuentra eventualmente.

Para turistas o investigadores nacionales y extranjeros, el Bosque Protector “La Perla”, cuenta con una infraestructura básica para el desarrollo de programas de educación en la naturaleza. Dispone de educadores ambientales y guías, así como de un Centro de Educación e Interpretación Ambiental y varios senderos que recorren los lugares más interesantes del bosque donde es posible admirar su diversidad florística y la variada avifauna.

1.23 PARQUE ZARACAY

Historia

Una antigua historia cuenta que en el centro del parque existía un gran árbol de ceibo, donde se creía que al pie de éste se encontraban enterrados los documentos que confirman el nombre de Santo Domingo.



A inicios de la década de los treinta empieza la formación de lo que hoy es el Parque Zaracay; En una plaza y una cancha de pelota nacional donde alrededor se encontraban las pequeñas casas de las pocas familias existentes. Las mingas de los pobladores levantan el parque, que es bautizado “Joaquín Zaracay” en honor al primer Gobernador de los Colorados. Ocurrió un



domingo 17 de octubre de 1.954. Luego de esto se ubicaron 17 bancas de cemento en honor a las provincias existentes en el Ecuador y alrededor de 15 árboles de diferente especie.

Desde su inicio el Parque ha sido testigo de los acontecimientos cívicos, sociales políticos y religiosos que marcan el desarrollo de la ciudad.

La antigua Vía Chone (Hoy Av. 3 de julio) constituía la principal vía de acceso al Parque Zaracay en 1966.

En 1970 los primeros taxis que brindaban sus servicios y se encontraban ubicados en la Av. Quito, en la parte posterior la antigua casa de madera y teja del Almacén “León Hermanos”



CAPÍTULO II

MARCO LEGAL

2.1 MARCO LEGAL

El proyecto corresponderá de acuerdo a la Ley de Compañía vigente en el país con la figura legal de compañía limitada. De acuerdo con la ley y con el reglamento emitido por la Superintendencia de Compañías una compañía limitada debe mantener ciertos lineamientos para su constitución, además de adquirir obligaciones y derechos para los que la conforman.¹⁶

2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPAÑÍA LIMITADA

- Se contrae entre 3 y 15 personas.
- 400 dólares es el capital mínimo de Constitución.
- Al capital se lo divide en particiones no negociables.
- Al constituirse la compañía el capital debe ser íntegramente suscrito y pagado por lo menos en un 50 % de su participación.
- Las aportaciones de cada socio pueden ser en numerario o en especie, es decir bienes inmuebles o muebles.
- Para transferir las participaciones se requerirá del consentimiento unánime del capital social y se deberá notariar dicha transferencia.
- Realiza el comercio bajo una razón social o denominación objetivo a la que se le añade la palabra “Compañía Limitada” o sus siglas “C. LTDA”.
- Tiene como fin realizar toda clase de actos civiles, de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley.

¹⁶ LEY DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR. Disposiciones generales. Publicación 2003



2.3 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

- Aprobación del nombre del establecimiento por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Minuta de constitución de la compañía. Ésta se deberá presentar a la Superintendencia de Compañías. Una vez revisada la minuta y si no existiera ningún error en la misma se procede llevar a escritura pública. Se puede abrir la cuenta de integración de capital.
- Presentar las escrituras a la Superintendencia, la misma que permitirá que la compañía publique un extracto de constitución en el diario de mayor circulación del domicilio de ésta.

2.4 INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Las personas naturales y jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo contarán con los incentivos que la Ley presenta:

- 1.- Exoneración total de los derechos de impuestos sobre actos societarios (Constitución, aumento de capital, Fusión, Escisión) . A partir de la constitución de la compañía y durante un plazo de 90 días contados desde la inscripción en el Registro Mercantil se deberá presentar la Licencia Única Anual de Funcionamiento.
- 2.- Exoneración de Tributos que graben transferencia de dominio inmueble que se aporte a la constitución o aumento de capital de Compañías Turísticas. Los bienes inmuebles no pueden enajenarse durante un lapso de 5 años.
- 3.- Acceso a créditos y líneas de financiamiento

2.5 BENEFICIOS ESPECIALES

Derechos arancelarios: Personas naturales y Jurídicas que presenten proyectos calificados, previo al informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el Impuesto al Valor Agregado (IVA), en la



importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales y extranjeros, por un período de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional. Así mismo se tratará para importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinadas en la Ley.

Gastos reembolsados: Los gastos que se reembolsen al exterior por campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución, alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo, inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias o eventos para promocionar turismo receptivo, incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del Impuesto a la Renta ni se someten a retención en la fuente. Esta deducción no podrá exceder del 5 % de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa.

Impuestos Prediales: las empresas turísticas gozarán de exoneración de impuestos prediales urbanos o rústicos y sus adicionales, excepto los adicionales para Educación Elemental, para el Fondo Nacional de Medicina Rural y para la construcción y equipamiento de hospitales y para el Cuerpo de Bomberos. Para los establecimientos de primera categoría el beneficio será total y tendrá una duración de 10 años. Para segunda categoría será del 50 % y durante un lapso de 5 años

2.6 AUTORIZACIÓN DEL PROYECTO

Para los establecimientos que presten servicios de alojamiento hotelero o no hotelero, a construirse con posterioridad a la vigencia del reglamento actual deberá presentar la siguiente documentación:

- ♦ Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores.
- ♦ Proyecto de inversión y financiamiento.
- ♦ Ante – proyecto arquitectónico.



2.7 OBTENCIÓN DE PERMISOS¹⁷

2.7.1 REGISTRO DE OPERACIÓN TURÍSTICA: MINISTERIO DE TURISMO

Para obtener este permiso se debe entregar un formulario de registro además de cumplir con ciertos requisitos que se exponen a continuación:

- ♦ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, si es el caso de persona jurídica.
- ♦ Nombramiento del representante legal inscrito previamente en el Registro Mercantil, si es persona jurídica. Copia certificada.
- ♦ Copia del Registro Único de Contribuyentes.(RUC)
- ♦ Copia de la cédula de identidad. Ya sea de nacionalidad ecuatoriana o extranjera.
- ♦ Copia de papeleta de votación.
- ♦ Copia del contrato de compra y venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con autorización del uso del nombre comercial (con reconocimiento de firmas).
- ♦ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). De no encontrarse registrada la denominación social o nombre comercial.
- ♦ Escrituras de propiedad o última pago predial, en caso de arrendamiento del local, contrato debidamente legalizado.
- ♦ Lista de precios de los servicios ofertados, original y copia.
- ♦ Declaración juramentada de los activos fijos del establecimiento.

2.7.2. CERTIFICADO DE AFILIACIÓN EN LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO: CAPTUR

El artículo 7 de los Estatutos de la CAPTUR, menciona que para ser admitido como socio se requiere llenar una solicitud escrita con un formato previamente descrito por la Cámara, además se deberá adjuntar documentos que notifiquen que la persona natural o jurídica solicitante a la

¹⁷ LEY DE DESARROLLO TURISTICO, Reglamento edición 2002



afiliación realice de manera habitual actividades turísticas. La persona a cargo de la Cámara aprobará una afiliación provisional, que estará sujeta a la aprobación del Directorio.

El artículo 8 aclara que para nuevos prestadores de servicios turísticos deberán pagar la cuota de admisión, valor que fijará el Directorio de la Cámara, éste dependerá del capital social o patrocinio involucrado para quienes no sean personas jurídicas y por lo menos 3 mensualidades anticipadas de cuotas sociales y los demás importes que dicho organismo determine. Se procederá de la siguiente manera:

2.7.2.1 SI FUEREN PERSONAS NATURALES

- ♦ Copia del documento de identidad.
- ♦ Solicitud de afiliación provisional con los anexos que ésta determine.
- ♦ Declarar: dirección de la empresa, del establecimiento principal y de las agencias y sucursales si las hubiera, actividades principales y secundarias que se realizarán. Además de información técnica para fines estadísticos de la Cámara.

2.7.2.2 SI FUEREN PERSONAS JURÍDICAS

- ♦ Copia de la escritura de constitución o minuta.
- ♦ Copia de aprobación de la razón social o denominación por la Superintendencia de Compañías.
- ♦ Solicitud de afiliación provisional suscrita por la persona facultada para evacuar los trámites de constitución, con los anexos que ésta determine.
- ♦ Declarar: dirección de la empresa, del establecimiento principal y de las agencias y sucursales si las hubiera, actividades principales y secundarias que se realizarán. Además de información técnica para fines estadísticos de la Cámara.

2.7.3 CERTIFICADO DE AFILIACIÓN PROVISIONAL

Al ser aprobada la Solicitud de Afiliación Provisional se emite el Certificado de Afiliación Provisional, documento legal que facilitará la aprobación en la Superintendencia de Compañías,



Inscripción en el Registro Mercantil, Inscripción en el Registro de la Propiedad y para el Registro del Ministerio de Turismo.

2.7.4 CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEFINITIVO¹⁸

El Certificado Definitivo de Afiliación a la Cámara se lo obtendrá cuando se haya pagado previamente las cuotas mensuales pendientes y presentando los siguientes documentos:

2.7.4.1 PERSONAS NATURALES

- ♦ Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- ♦ Certificado del Registro otorgado por el Ministerio de Turismo o cualquier otra entidad pública competente como prestador de servicios turísticos en alguna de las actividades turísticas previstas en la Ley.

2.7.4.2 PERSONAS JURÍDICAS

- ♦ Copia de la razón de inscripción de la compañía en el Registro de la Propiedad y / o Mercantil.
- ♦ Copia de los nombramientos inscritos de los administradores.
- ♦ Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- ♦ Certificado de Registro otorgado por el Ministerio de Turismo o cualquier otra entidad pública competente como prestador de servicios turísticos en alguna de las actividades turísticas previstas en la Ley.

Para gozar de los derechos y beneficios que la Ley, los Estatutos y Reglamentos de la Cámara confieren a sus miembros, se requiere que el socio no se encuentre en mora por más de 60 días en el pago de las cuotas sociales ordinarias y extraordinarias, y en los demás que reserva la Asamblea General o el Directorio.

¹⁸ LEY DE TURISMO, Reglamento de actividades turísticas, Edición de agosto 2003



2.7.5 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES: SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

El RUC es otorgado una sola vez a instituciones que realicen actividades económicas. Los requisitos que se deben presentar al Servicio de Rentas Internas para personas jurídicas son:

- ♦ Formulario RUC – 01- A y RUC – 01 – B suscritos por el Representante Legal.
- ♦ Original y copia o una copia certificada de la escritura pública o contrato social otorgado ante un notario o juez.
- ♦ Si existiera más de 8 socios, accionistas o copropietarios deberán realizar una ficha técnica con los datos de los mismos. Se entregará en la ventanilla RUC Sociedades.
- ♦ Identificación del representante legal y gerente general:
- ♦ Ecuatoriano: Copia de la cédula de ciudadanía.
- ♦ Extranjeros residentes: copia de cédula ecuatoriana o de pasaporte con hoja de identificación y visa 10 en vigencia.
- ♦ Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hoja de identificación y tipo de visa 12 vigente.
- ♦ Original y copia de planilla de luz, agua o teléfono actual la cual demuestre del domicilio del establecimiento legalizado a la fecha de inscripción.

Este trámite lo puede realizar una tercera persona con una previa autorización firmada por el representante legal de la Compañía, la persona que realice el trámite deberá presentar su cédula de identidad con una copia.

2.7.6 LICENCIA DE USO DE REPERTORIOS MUSICALES ADMINISTRADOS: SAYCE

Para la obtención de esta licencia se debe presentar el Registro Único de Contribuyentes del establecimiento y pagar un monto que dependerá de la categorización del local, este monto se lo pagará por habitación. La duración de esta licencia es anual.



2.7.7 CERTIFICADO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: IEPI

Este certificado sirve para que los establecimientos tengan seguridad en el momento de operar. Para la obtención del Certificado se debe realizar:

- ♦ Solicitud de búsqueda de signos distintivos. Se debe especificar la marca o nombre comercial que se va a registrar, señalando claramente las palabras del mismo.
- ♦ El IEPI demora 3 días para entregar una respuesta de aprobación. Una vez aprobado el certificado se publica en la gaceta del Instituto del siguiente mes el nombre del establecimiento para hacerlo público.
- ♦ Solicitud de registro de signos distintivos. Se deben llenar los siguientes datos:
 - Nombre, logotipo y diseño en las cosas que se quiera obtener exclusividad.
 - Identificación del solicitante.
 - Descripción completa de los bienes y servicios que incluya la marca.
 - Clase internacional en la que se quiera registrar la marca.
 - Nacionalidad de la marca.
 - Adjuntar la razón social de la marca, domicilio y teléfono.

De 5 a 6 meses demora este trámite y es válido por 10 años. El costo para obtener el certificado es de 90 dólares.



2.7.8 PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR

Este permiso faculta el funcionamiento de establecimientos o actividades sujetas al control sanitario.

El proyecto deberá adquirir un permiso de este tipo ya que ofrecerá alimentación para los turistas. Los requisitos que deben contar los establecimientos para obtener el permiso son los siguientes:

- ♦ Planilla de inspección.
- ♦ Solicitud valorada de permiso de funcionamiento.
- ♦ Licencia Anual de Funcionamiento entregado por la Corporación Metropolitana de Turismo.
- ♦ Certificados de salud ocupacional, original y copia.
- ♦ Copia de la cédula de identidad del propietario.
- ♦ Copia del RUC del local.
- ♦ Certificado de votación.
- ♦ Certificado de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

2.7.9 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: CUERPO DE BOMBEROS SANTO DOMINGO

Para este permiso se debe adquirir una solicitud de inspección, donde se indicarán todos los datos y un croquis del establecimiento. Seguido de la entrega de este documento se fija una fecha para una inspección y una vez realizada el Cuerpo de Bomberos de Santo Domingo quien otorga el permiso.

Este trámite se lo realiza en la Tesorería del Cuerpo de Bomberos.

2.7.10 PRESUPUESTO DE CONSTITUCIÓN

Para la legalización de la Hostería se contratará los servicios del abogado José Prado, además de la constitución de la empresa se encargará de obtener los permisos y trámites de funcionamiento.



El pago a entregar por este servicio será de 3250 dólares, costo que incluye constitución y la publicación en el periódico de la misma, permisos, trámites y honorarios.

Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes, en este caso el municipio de la ciudad de Santo Domingo, el Ministerio de Turismo revisa y da visto bueno de los planos.¹⁹

¹⁹ Consultorio Jurídico Prado y Asociados.



CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE MERCADO

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar las características del mercado a fin de desarrollar un club Campestre para fomentar la distracción de los usuarios de las actividades rutinarias. Impulsar el turismo local y regional; Santo Domingo, presentada como un punto de enlace entre las regiones del país, por sus cuatro vías principales de acceso que conectan a Quito, Guayas, Manabí y Esmeraldas Expone experiencias inolvidables, diversidad de climas, fauna y flora favorecida, infraestructura hotelera, restaurantes, diversión nocturna, belleza natural y amabilidad de su gente.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ♦ Conocer las variables críticas de mercado.
- ♦ Determinar el perfil de consumidor a captar.
- ♦ Identificar el segmento de mercado a quien se dirigirá el proyecto.
- ♦ Conocer el precio que estarán dispuestos a pagar.
- ♦ Identificar la competencia directa e indirecta.
- ♦ Conocer los servicios que se deberán prestar el proyecto.
- ♦ Realizar un Marketing Mix.

3.3 ESTUDIO DE MERCADO

El turismo y la hotelería genera uno de los rubros más importantes para el país, convirtiéndose en la actualidad en una fuente de ingresos significativos para la balanza económica del Ecuador, además de ser una actividad que aporta significativamente con la economía, permite el desarrollo de empleo directo e indirecto a un gran número de personas.



Para analizar si un proyecto es rentable importante realizar un Estudio de Mercado, el cual podrá dar a conocer cuales son las posibles tendencias del crecimiento de un segmento específico.

Este estudio será para el proyecto una herramienta fundamental con la cual podemos reconocer y desarrollar el producto de acuerdo con las preferencias del consumidor.

Además podrá permitir el reconocimiento del mercado meta al cual el proyecto debe dirigirse para obtener mayores fortalezas y oportunidades que debilidades y amenazas en el momento de operar.

3.4 OFERTA Y DEMANDA

3.4.1 DEMANDA

La demanda actual en la que se enfoca el presente proyecto se la ha desarrollara en la Provincia de Pichincha, Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, para una población económica de niveles medio alto / alto.

Tabla de la población Ciudad de Santo Domingo de los Colorados:

Población de Santo Domingo	287018	hab.	100%
Pobreza Extrema	89061	hab.	31.03%
Pobreza Medios	31198	hab.	10.87%
Total Clase media, media alta y alta	166758	hab.	58.1%

FUENTE: INEC Elaborado Milton Salazar

3.4.2 DEMANDA ACTUAL DE LA ZONA

Santo Domingo de los Colorados es una de las ciudades más atractivas para realizar comercio en general, ya que se encuentra en el centro del país, permitiendo aumentar los ingresos familiares, los mismos que llegan a sustentar necesidades y logran mejores relaciones socioculturales.

Los ingresos percibidos por las familias del sector permiten identificarlos en un nivel medio alto / alto, identificando como los consumidores de nuevas necesidades, es por esto que nuestro proyecto se enfoca a la creación de un Club Campestre que beneficiara a los moradores de la



Ciudad de Santo Domingo de los Colorados. En la actualidad no existe una competencia directa de este tipo de servicio, la competencia indirecta que se tiene es hoteles, hostales, bares restaurantes, piscinas, termas.

3.4.3 OFERTA DEL SECTOR

Santo Domingo de los Colorados es una ciudad que se a desarrollado en las actividades de comercio, agrícolas e industriales, motivo por el cual el proyecto se dirige a brindar los servicios de restaurante, de esparcimiento como canchas de fútbol, volly, piscina, equitación, squash, juegos infantiles, servicio de restaurante, áreas de relajación, para el mejoramiento de la relaciones familiares, amistades en un marco de afecto y sana diversión.

Para determinar la ubicación del proyecto a realizarse, determinamos los posibles competidores los cuales detallamos: anexo1

De los resultados obtenidos se establece que no existe ningún club campestre, es por ello que la propuesta de estructurar una nueva alternativa de diversión y sano esparcimiento de los pobladores del sector de Santo Domingo de los Colorados.

3.5 SERVICIOS OFERTADOS

El club campestre cuenta con una infraestructura para 500 personas las mismas que podrán disfrutar de sus instalaciones, como son:

- ♦ Canchas Deportivas
- ♦ Áreas verdes
- ♦ Spa
- ♦ Salas de eventos
- ♦ Gimnasio
- ♦ Parques infantiles
- ♦ Restaurante

3.6 ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL

El club campestre esta dirigido a un nivel de la población medio alto/ alto, que son los comerciantes y empresarios del sector que están en la capacidad económica de solventar la



diversión y relajación en un lugar exclusivo con la mejor atención, nuestro mercado se expandirá a las principales provincias del Ecuador llegando de la misma manera a empresarios de nuestra razón social por ser un punto de enlace de las principales provincias .

3.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA

FÓRMULA

Tamaño de la Muestra Probabilística

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 166758 \times 0.5 \times 0.5}{0.01 \times (166758 - 1) + 1.92^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 166758 \times 0.5 \times 0.5}{0.01 \times (166758 - 1) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{160154.5209}{4169.0246}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

3.8 TABULACIÓN Y RESULTADOS²⁰

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Conocer si el ofertar un servicio o producto como el de Club Campestre en la ciudad de Santo Domingo producirá una rentabilidad y así poder justificar la inversión.

Conocer las preferencias de los consumidores, los gustos y motivaciones para que este producto sea atractivo en el mercado local, teniendo una buena aceptación.

²⁰ Anexo # 18



Mediante la tabulación de encuestas a la población previamente definida se determina lo siguiente:

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO ()

3.-EDAD.....

4.-ESTADO CIVIL.....

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....

6.- OCUPACIÓN.....

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE USTED LO QUE ES UN CLUB CAMPESTRE

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) que servicios usted quisiera

Restaurante.....

Salón de belleza.....

Cafetería.....

Salón de eventos.....

Canchas deportiva.....

Gimnasio.....

Áreas verdes.....

Parques infantiles.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 mas importante) EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Fútbol.....

Básquet.....

Tenis.....

Raquet.....

Squash.....

Volly.....

Natación.....

Equitación.....

Golf.....

Otros (cual).....

11.- CUANTO USTED ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRESIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

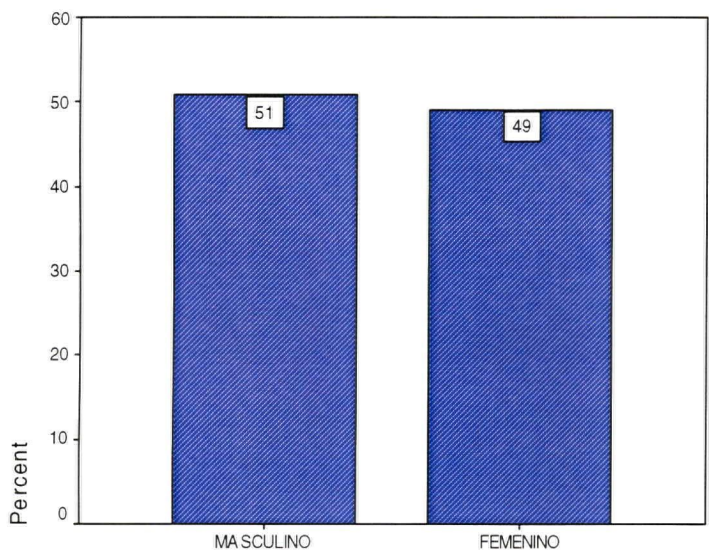
15000 EN ADELANTE.....



RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

SEXO

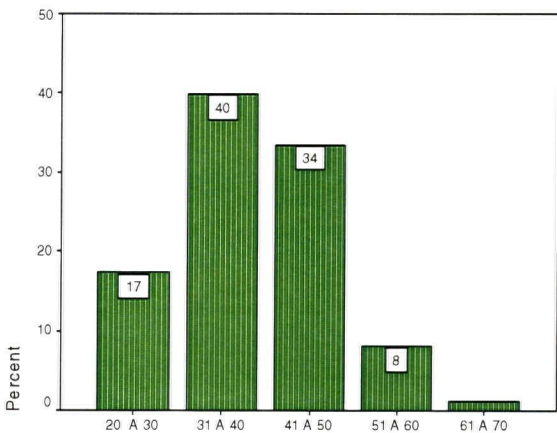
Con los resultados obtenidos en las encuestas nos damos cuenta que tenemos un mercado homogéneo de hombres y mujeres. Dando como resaltado que el club campestre va a tener las instalaciones necesarias para hombres como para mujeres de acuerdo a las necesidades.



SEXO

EDAD

El club campestre esta enfocado a un rango de edad de 31 a 50 años ya que en este promedio de edad son personas económicamente activas con familia que buscan una manera diferente de

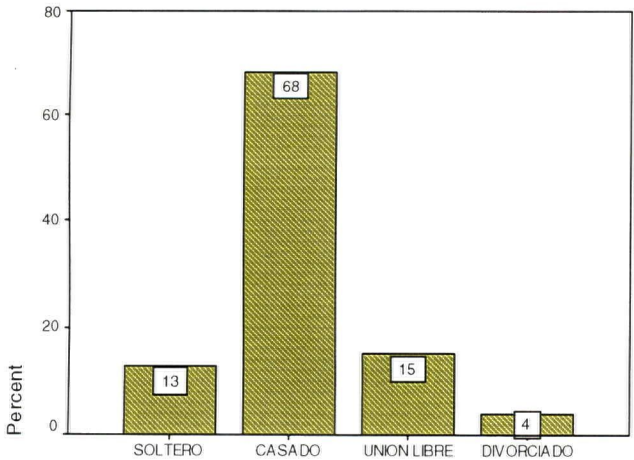


EDAD

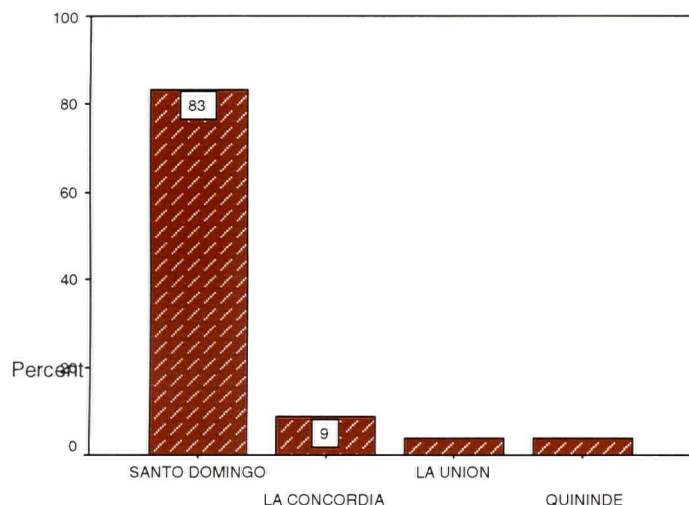
entretenimiento

ESTADO CIVIL

Este proyecto esta enfocado a familias en donde se busca tener un lugar donde poder disfrutar de la familia y los amigos con seguridad, tranquilidad y exclusividad.



ESTADO CIVIL

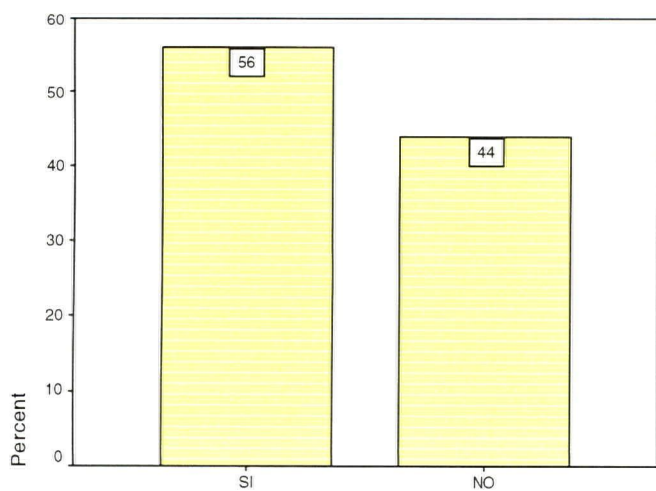
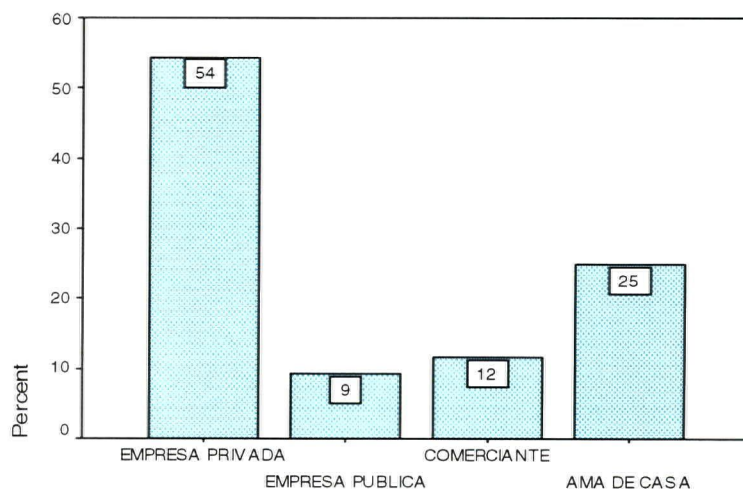


LUGAR DE RESIDENCIA

El 83% de los encuestados viven dentro de la ciudad y el otro 17% viven en los alrededores cercanos a esta ciudad.

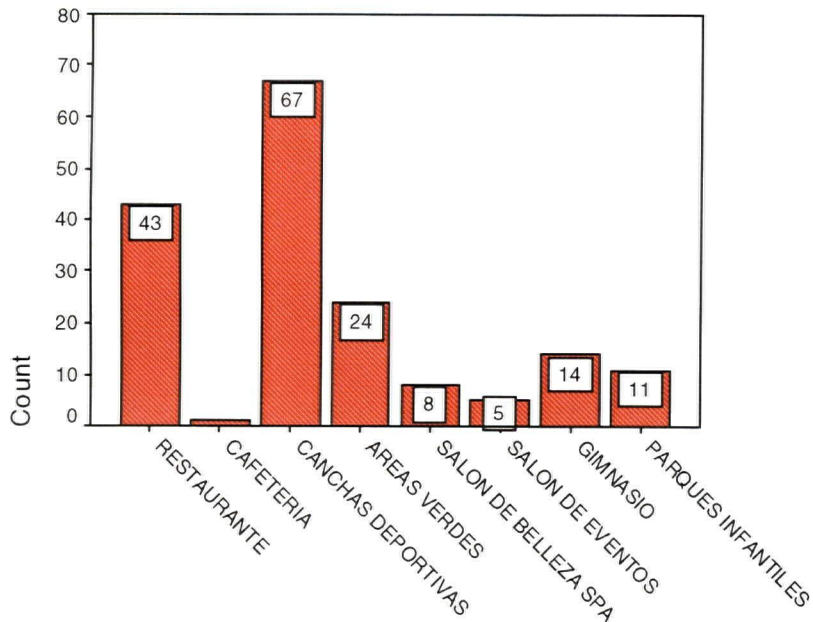
OCUPACION

El mercado objetivo de un club campestre es de clase media alta y alta en el cual están los empresarios, comerciantes, que pueden pagar estos servicios.



CONOCE UN CLUB CAMPESTRE

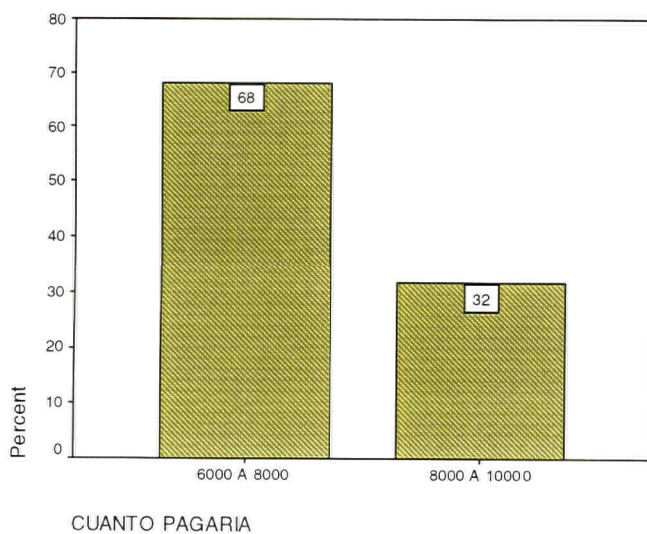
El 56% del los encuestados saben y conocen lo que es un club campestre pero el otro 44% tienen una expectativa y les interesa este tipo de servicios.



SERVICIOS

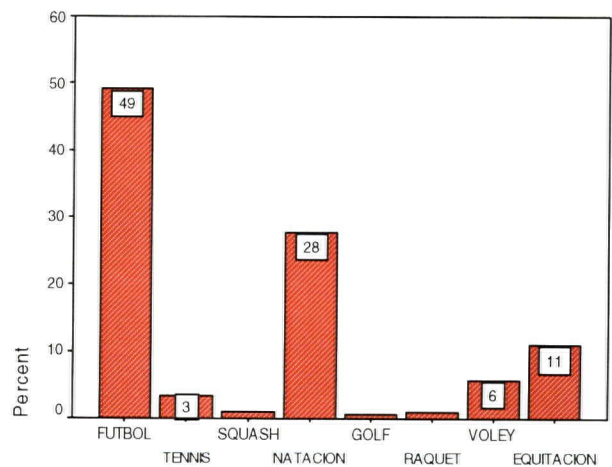
ACTIVIDADES

El fútbol es el deporte predominante en nuestro país pero también existen nuevas alternativas como la natación y la equitación que tienen muy buena acogida.



SERVICIOS QUE LES GUSTARIA TENER

Con los resultados obtenidos de las encuestas confirma que las personas lo que buscan es un lugar nuevo donde poder relajarse, hacer deporte, comer bien sin tener la contaminación de la ciudad.



TIPO DE DEPORTES

COSTOS

El 68% de los encuestados están dispuesto a pagar entre 6000 a 8000 dólares por una membresía y el 32% pagarían de 8000 a 10000 dólares esto quiere decir que el nivel socioeconómico es alto y se puede llegar a obtener con facilidad el mercado objetivo esperado.



3.9 COMPARACIONES

CUANTO PAGARIA * EDAD Crosstabulation

Count

	EDAD					Total
	20 A 30	31 A 40	41 A 50	51 A 60	61 A 70	
CUANTO 6000 A PAGARIA 8000	19	51	37	9	2	118
8000 A 10000	11	18	21	5		55
Total	30	69	58	14	2	173

EDAD VS. COSTOS

En la siguiente comparación nos podemos dar cuenta que el mercado objetivo que se busca esta entre los 30 a 50 años ya que son familias que tienen hijos pequeños y jóvenes que lo que buscan es fortalecer el núcleo familiar.

SERVICIO VS. COSTOS

SERVICIOS * CUANTO PAGARIA Crosstabulation

Count

		CUANTO PAGARIA		Total
		6000 A 8000	8000 A 10000	
SERVICIOS	RESTAURANTE	37	6	43
	CAFETERIA		1	1
	CANCHAS DEPORTIVAS	38	29	67
	AREAS VERDES	11	13	24
	SALON DE BELLEZA SPA	6	2	8
	SALON DE EVENTOS	5		5
	GIMNACIO	13	1	14
	PARQUES INFANTILES	8	3	11
Total		118	55	173

El mercado objetivo lo que busca es siempre tener un buen servicio ya que cuando se sienten bien atendidos

DEPORTES VS. EDAD



TIPO DE DEPORTES * EDAD Crosstabulation

Count

		EDAD					Total
		20 A 30	31 A 40	41 A 50	51 A 60	61 A 70	
TIPO DE DEPORTES	FUTBOL	15	32	31	7		85
	TENNIS		5	1			6
	SQUASH		1	1			2
	NATACION	7	21	13	6	1	48
	GOLF			1			1
	RAQUET	1	1				2
	VOLEY	2	2	6			10
	EQUITACION	5	7	5	1	1	19
Total		30	69	58	14	2	173

OCUPACION VS COSTOS

OCUPACION * CUANTO PAGARIA Crosstabulation

Count

		CUANTO PAGARIA		Total
		6000 A 8000	8000 A 10000	
OCUPACION	EMPRESA PRIVADA	60	34	94
	EMPRESA PUBLICA	13	3	16
	COMERCIANTE	15	5	20
	AMA DE CASA	30	13	43
Total		118	55	173

SEXO VS. DEPORTES

SEXO * TIPO DE DEPORTES Crosstabulation

Count

	TIPO DE DEPORTES								Total
	FUTBOL	TENNIS	SQUASH	NATACION	GOLF	RAQUET	VOLEY	EQUITACION	
SEXO MASCULINO	58	2	1	19			1	7	88
FEMENINO	27	4	1	29	1	2	9	12	85
Total	85	6	2	48	1	2	10	19	173



3.10 CONCLUSIONES

En el estudio de mercado se pudo definir los diferentes perfiles del consumidor.

Se pudo determinar el segmento de mercado al cual se va a enfocar el proyecto que es una clase social media alta y alta .

Se llego a determinar el valor de la membresía en \$ 9000 que es aceptado por el nicho de mercado al cual se quiere enfocar el proyecto.

Se pudo determinar que no existe una competencia directa en esta ciudad.

Se llego establecer los diferentes servicios que se van a ofertan según las presencias de los usuarios.

3.11 PLAN DE MARKETING MIX

3.11.1 PROMOCIÓN

La publicidad irá enfocada a las personas que se encuentren dentro del mercado meta, no podrá ser una publicidad abierta, tendrá que ser dirigida a determinados nichos del mercado por ejemplo insertos en las cuentas de las tarjetas de crédito , marketing directo por medio de mails de una base de datos obtenida con la cámara de la pequeña industria de Santo Domingo (clientes vip), cocktail de lanzamiento en un hotel importante de la zona invitando a empresarios y a medios de comunicación masivos, ubicación de trípticos en las agencias de turismo como destino campestre y solo llegando al mercado meta explotando al máximo las características del Club.

Se realizará alianzas estratégicas con organismos públicos y privados para desarrollar una publicidad puntual al mercado que queremos llegar.

El proyecto será llamado **CLUB CAMPESTRE SANTO DOMINGO** para que sea sencillo reconocer e identificar y así poder posicionarlo de una manera mas fácil en el mercado; objetivo el cual se quiere llegar.

3.11.2 PRODUCTO

El Club Campestre constará con el servicio de restaurante, bar, cafetería, entretenimiento, canchas deportivas, lugares de relajación y esparcimiento, el consumidor podrá usar los servicios



de manera conjunta o individual dependiendo de las necesidades o preferencias del mismo. En la ciudad de Santo Domingo no existe una competencia directa ya que lo mas cercano esta en Quito Guayaquil, Manta, por esto podemos determinar que en esta ciudad no existe una competencia directa, la competencia indirecta es muy variada, ya que esta dividida en hoteles, restaurantes, cafeteritas, bares discotecas, piscinas, balnearias, termas ,etc. pero ninguno de estos brinda todos los servicios que ofrece este club campestre.

3.11.3 PRECIO

El precio que se establecerá en el Club Campestre se tomara como análisis el estudio de mercado que se realizo, en la ciudad no existe un lugar con las mismas características y por eso no hay como tener un precio referencial.

El estudio de mercado indico que el mercado al cual queremos dirigimos esta dispuesto a pagar nueve mil dólares (\$9000) americanos por una membresía de por vida y una alícuota mensual de mantenimiento de ochenta y cinco dólares (\$85) americanos.

3.11.4 PLAZA

El canal de distribución que se plantea en el proyecto es por medio de una agencia de publicidad especializada que a nivel nacional tenga acogida ya que sepa llegar a los mercados esperados. Los que se lanzara es publicidad del club campestre que llegara por medio de alianzas estratégicas con las principales tarjetas de crédito del país para que esta publicidad llegue en los estados de cuenta. Se tomaran fotos del Club Campestre y entrevistas que serán publicadas en las revistas que se distribuyen en estas tarjetas de crédito.

Se pondrá stand promocional en las principales ferias del de la ciudad en las que se hará conocer el producto.

Finalmente una vez que ente terminado la construcción del Club Campestre se hará un evento de inauguración con las principales autoridades de la Ciudad y con invitación personal a nuestro mercado objetivo.



CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 DEFINICIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se presenta al mercado nacional como un establecimiento recreacional categorizado como Club Campestre, el cual brindara servicios recreacionales, deportivos y sociales enfocado al mercado de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados y sus alrededores.

La ubicación de este proyecto es privilegiada ya que se encuentra en los límites de la ciudad pero no tiene la contaminación de ella. La fácil accesibilidad por las vías de primer orden y contar con todos los servicios de la gran ciudad.

La Ciudad de Santo Domingo es un lugar que se ha desarrollado notablemente en los últimos años, convirtiéndose en un mercado atractivo para la industria y el comercio.

4.2 UBICACIÓN

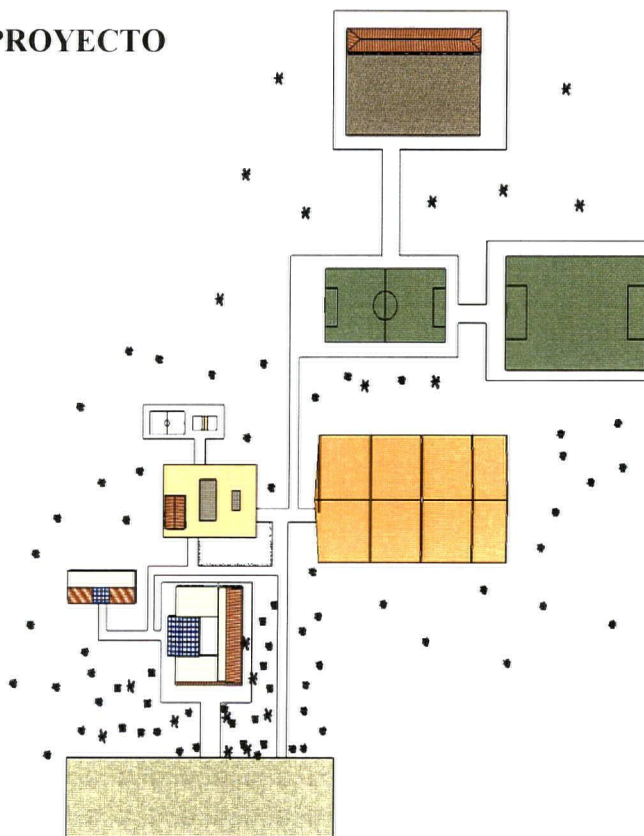
Se encuentra ubicado en la ciudad de Santo Domingo en la vía a Esmeraldas kilómetro cinco en la hacienda SINAI.

4.3 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

El Club campestre ocupara un área de 33.910,5 M2 de instalaciones dividida en diferentes ambientes que a continuación se detallan.



VISTA AÉREA DEL PROYECTO



FACHADAS

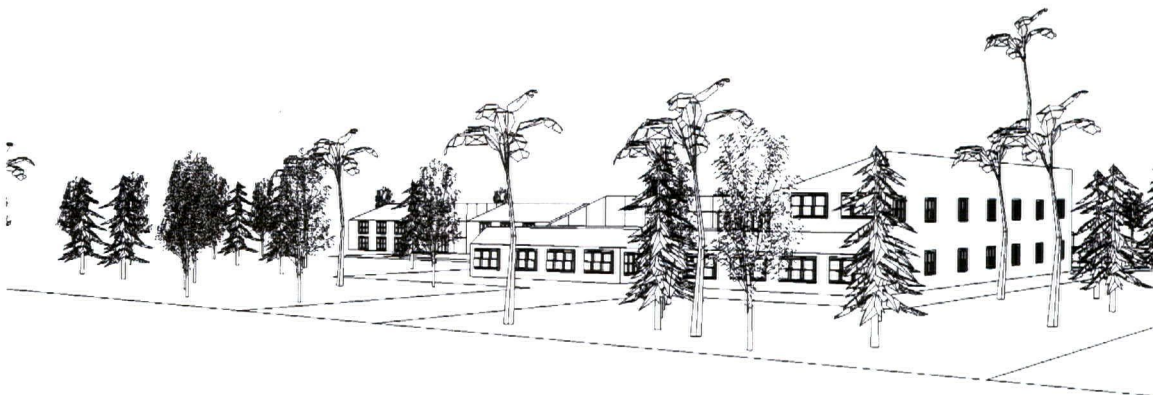




FACHADAS



FACHADAS



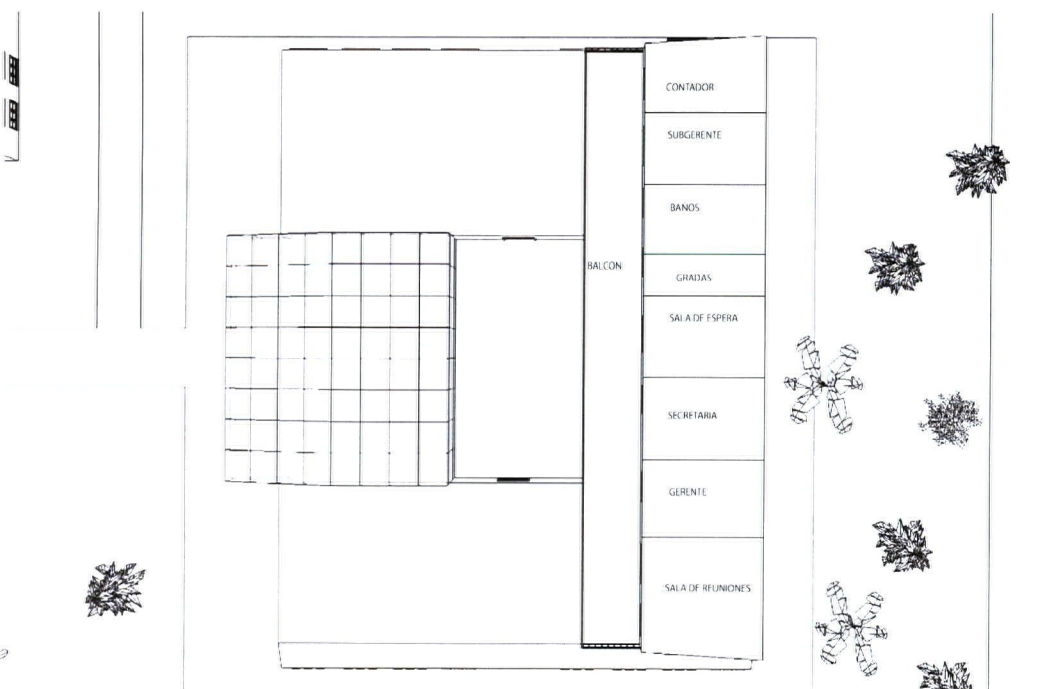
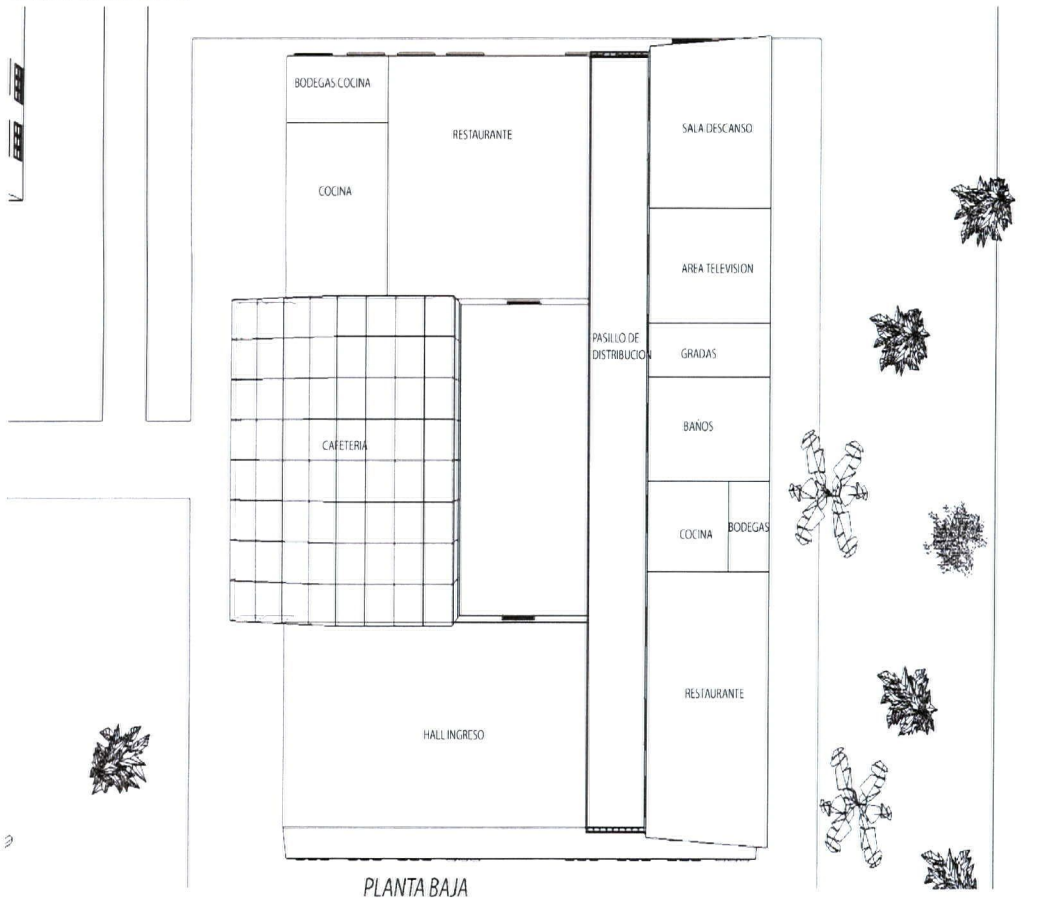


DISTRIBUCIÓN





DISTRIBUCIÓN DE EDIFICIO PRINCIPAL





CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO DEL PROYECTO

5.1 ESTRUCTURA DE CAPITAL

SOCIOS

El proyecto de Club Campestre se realizara con capital propio de cuatro socios que aportaran con quinientos setenta y cinco mil dólares americanos (\$ 575.000,00) cada uno que serán invertidos en la construcción del proyecto, compra de implementos de operación y capital de trabajo para iniciar el proyecto los socios son:

- ♦ General René Vargas Pazzos
- ♦ Roy Sinclair W.
- ♦ Luís Alejandro Peñaherrera
- ♦ María Rosa Pinto

5.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Reclutamiento del personal

Para la selección de los colaboradores que participaran en el Club campestre se realizara un reclutamiento externo, esto quiere decir que las personas que se encuentren dentro del campo laboral y que estén disponibles a desempeñar el cargo solicitado.

Se pondrá anuncios en periódicos, se pedirá a universidades que cuenten con carreras turísticas enviar hojas de vida de los estudiantes de niveles medios y profesionales ya graduados y recomendaciones, para el reclutamiento del personal.



Selección del personal

Para la selección del personal se pedirán las hojas de vida de los solicitantes, en la que consten estudios realizados, experiencia laboral y recomendaciones de trabajos anteriores.

Posteriormente se realizará una entrevista con los solicitantes al cargo, para que partiendo de ésta se analice que personas son las más indicadas para los cargos a ocuparse.

Una vez realizada la entrevista se procederá a confirmar los datos personales, académicos y profesionales entregados en la hoja de vida de cada aspirante.

La terminación de este proceso es la contratación, aclarando cuales son las responsabilidades y beneficios de cada cargo. Tras la aceptación del solicitante se procederá a realizar la capacitación en cada puesto laboral.

GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN

Este es el departamento más importante ya que desde aquí se planea y coordina de manera conjunta la operación de todos los departamentos tanto administrativos como operativos.

La persona que estará a cargo de este puesto será el gerente, el mismo que deberá contar con los siguientes requisitos:

PERFIL PROFESIONAL

- ♦ Profesional universitario que haya obtenido título en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.
- ♦ Tenga experiencia en empresas que hayan ofertado productos similares.
- ♦ Experiencia en manejo de personal.
- ♦ Conocimientos de contabilidad y Finanzas.

FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

- ♦ Contratar personal necesario para la operación del Club Campestre.



- ♦ Establecer políticas organizacionales.
- ♦ Plantear metas organizacionales.
- ♦ Ser representante legal del Club Campestre.
- ♦ Desarrollar el presupuesto y políticas financieras.
- ♦ Establecer políticas de compra.
- ♦ Entablar relación con proveedores.
- ♦ Analizar los porcentajes de ocupación.
- ♦ Promocionar el Club Campestre mediante técnicas de mercadeo previamente estudiadas.
- ♦ Supervisar costos.
- ♦ Realizar estudios de la competencia.
- ♦ Analizar el mercado al cual se enfoca el negocio, además de buscar clientes potenciales que podría captar.
- ♦ Aprobación de mejoras en el establecimiento.
- ♦ Representación en actos públicos.
- ♦ Mantener contacto con la clientela para conocer mejor los gustos, preferencias y posibles necesidades para en futuro mejorar el servicio que se brinda.
- ♦ Conocer la situación laboral como personal de cada empleado, así mismo los empleados pueden ayudar para que el servicio mejore, además de mantener una buena relación entre ellos.
- ♦ Realizar funciones de contabilidad y finanzas dentro de la hostería.

DEPARTAMENTO ALIMENTOS Y BEBIDAS

Este es un departamento que se encarga de producción de alimentos y bebidas que proporciona un establecimiento hotelero.

CHEF

- ♦ Título universitario
- ♦ Experiencia laboral

PERFIL PERSONAL

- ♦ Impecable aseo personal.



- ♦ Ágil.
- ♦ Responsable.
- ♦ Puntual.
- ♦ Respetuoso.
- ♦ Organizado.

FUNCIONES DEL CHEF

- ♦ Planificar los menús.
- ♦ Ser responsable del personal que está a sus órdenes.
- ♦ Controlar la calidad de los productos comprados, antes de que ingresen en bodegas.
- ♦ Distribuir el trabajo y organizar horarios y turnos.
- ♦ Controlar y dirigir la preparación de los alimentos.
- ♦ Supervisar la limpieza del equipamiento y del personal que esta a cargo.
- ♦ Elaborar lista de compras.
- ♦ Prepara los platos descritos en la carta.

MESERO

- ♦ No se exigirá título universitario.
- ♦ Referencia de trabajos anteriores.

PERFIL PERSONAL

- ♦ Cordial.
- ♦ Respetuoso.
- ♦ Honesto.
- ♦ Puntual.
- ♦ Buen aseo personal.
- ♦ Creativo.
- ♦ Organizado.

FUNCIONES DEL MESERO

- ♦ Preparar las mesas.
- ♦ Mantener limpio el restaurante.



- ♦ Control y manejo de la caja del restaurante.
- ♦ Atender a los clientes con respeto y amabilidad.
- ♦ Tomar el pedido de los clientes.
- ♦ Atender sus quejas y reclamos en primera instancia.
- ♦ Cuidar que el menaje y mobiliario se mantenga en buen estado.
- ♦ Verificar si los platos que salen desde cocina se encuentran presentados correctamente.
- ♦ Entregar las notas de venta a recepción si los clientes se están hospedando.
- ♦ Suplantar como ayudante de cocina si hubiere la necesidad.

AYUDANTE DE COCINA

- ♦ No se exigirá título universitario.
- ♦ Referencia de trabajos anteriores.

PERFIL PERSONAL

- ♦ Impecable aseo personal.
- ♦ Organizado
- ♦ Puntual.
- ♦ Respetuoso.
- ♦ Ágil.
- ♦ Honrado.

FUNCIONES DEL AYUDANTE DE COCINA

- ♦ Ayudar al cocinero en la preparación de los platos a servir.
- ♦ Mantener limpia la cocina y los utensilios.
- ♦ Se encarga de la limpieza del restaurante.
- ♦ Sustituir al chef en los días libres.

DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

Este departamento se encargará de mantener en buen estado los jardines del club campestre y la seguridad de las instalaciones.



JARDINERO

- ♦ No se exigirá título universitario.
- ♦ Referencia de trabajos anteriores.

PERFIL PERSONAL

- ♦ Creativo.
- ♦ Organizado.
- ♦ Responsable.

FUNCIONES DEL JARDINERO

- ♦ Mantener en buenas condiciones los jardines.

CONSERJE

- ♦ No se exigirá título universitario.
- ♦ Referencia de trabajos anteriores

PERFIL PERSONAL

- ♦ Honesto.
- ♦ Responsable.
- ♦ Capacidad de resolver problemas en primera instancia con respecto a las instalaciones de las habitaciones.
- ♦ Buena presencia.

FUNCIONES DEL CONSERJE

- ♦ Vigilar que las instalaciones funcionen adecuadamente.
- ♦ Realizar funciones de carpintería, plomería y albañilería.

ENTRENADORES

- ♦ Experiencia laboral
- ♦ Referencias de trabajos anteriores



PERFIL PERSONAL

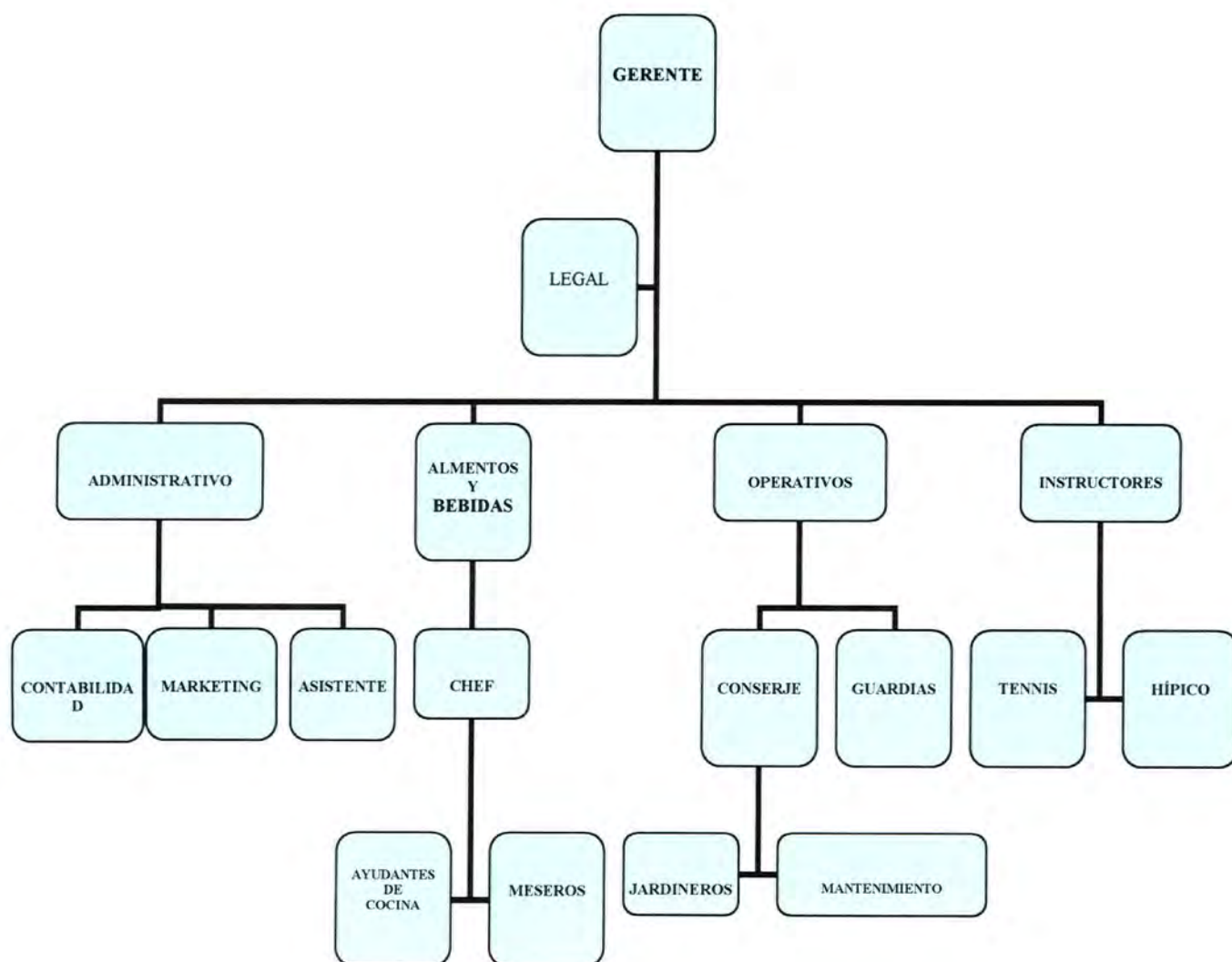
- ♦ Amable con sus alumnos
- ♦ Respetuoso
- ♦ Responsable
- ♦ Puntual

FUNCIONES DE LOS ENTRENADORES

- ♦ Dar los cursos respectivos a sus alumnos
- ♦ Ser responsables de los equipos que se utilicen



ORGANIGRAMA





5.3. SUELDOS Y SALARIOS UNITARIOS DEL PERSONAL DEL CLUB CAMPESTRE

Descripción	Salario Unitario	Número de personas	Salario total	2008	2.009	2010	2.011	2012
PERSONAL ADMINISTRATIVO								
Gerente	1300	1	1300	15.600	15.816	15.842	15.871	15.903
Dep. Marketing	500	2	1000	12.000	12.216	12.242	12.271	12.303
Secretaria	250	1	250	3.000	3.216	3.242	3.271	3.303
Contador	400	1	400	4.800	5.016	5.042	5.071	5.103
Recepcionista	200	1	200	2.400	2.616	2.642	2.671	2.703
SUBTOTAL				37.800	38.880	39.010	39.155	39.317
PERSONAL ALIMENTOS Y BEBIDAS								
Chef	600	1	600	7.200	7.416	7.442	7.471	7.503
Ayudantes de Cocina	250	3	750	9.000	9.216	9.242	9.271	9.303
Meseros	150	5	750	9.000	9.216	9.242	9.271	9.303
Meseros temporales (por dias en un mes)	80	5	400	4.800	5.016	5.042	5.071	5.103
SUBTOTAL				30.000	30.864	30.968	31.084	31.214
PERSONAL OPERATIVO								
Conserje	150	1	150	1.800	2.016	2.042	2.071	2.103
Guardias	150	4	600	7.200	7.416	7.442	7.471	7.503
Jardinero	150	2	300	3.600	3.816	3.842	3.871	3.903
Personal de Mantenimiento	150	3	450	5.400	5.616	5.642	5.671	5.703
SUBTOTAL				18.000	18.864	18.968	19.084	19.214
INSTRUCTORES								
Instructor Hipico	350	1	350	4.200	4.416	4.442	4.471	4.503
Instructor de Tenis	350	1	350	4.200	4.416	4.442	4.471	4.503
SUBTOTAL				8.400	8.832	8.884	8.942	9.007
Total salarios a pagar al año				94.200	97.440	97.829	98.264	98.752



5.4 COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN

TERRENO				
RUBRO	UNIDAD	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1 Terreno	HA	6.000	25	150.000

EDIFICIO CENTRAL				
RUBRO	UNIDAD	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1 Limpieza y desalojo	m2	0,58	4500	2.610
2 Replanteo y nivelacion	m2	0,52	3000	1.560
3 Excavacion de cimentacion y ormigon ciclope	m3	74,01	3000	222.030
4 Mamposteria ladrillo	m2	12,03	4050	48.722
5 Estructura de madera	u	12,5	240	3.000
6 Contrapiso hormigón simple	m2	8,32	3000	24.960
6 Piso de madera (tabloncillo)	m2	65,2	4000	260.800
7 Entrepiso losa alivianada	m2	30,25	3000	90.750
8 Cubierta de teja con estructura de madera	m2	26,21	4500	117.945
9 Ventanas de madera y vidrio	m2	47,8	56	2.677
10 Puertas de madera	u	85,7	25	2.143
11 Puertas de vidrio	u	180,65	6	1.084
12 Cerámica paredes cocina	m2	13,74	900	12.366
13 Pisos de cerámica	m2	17,42	360	6.271
14 Enlucido paredes	m2	4,59	4050	18.590
15 Pintura Paredes	m2	2,12	4050	8.586
16 Acera hormigón simple	m2	8,32	1800	14.976
17 Instalaciones sanitarias	pto	14,36	45	646
18 Instalaciones eléctricas	pto	15,65	120	1.878
19 Gradas recubrimiento de madera	u	100	32	3.200
20 Pasamanos	m	40	32	1.280
21 Encofrados	m2	14,5	3000	43.500
SUBTOTAL				889.573

ENTRETENIMIENTO				
RUBRO	UNIDAD	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1 Limpieza y desalojo	m2	0,58	1800	1.044
2 Replanteo y nivelacion	m2	0,52	1050	546
3 Cimentacion	m3	74,01	1050	77.711
4 Mamposteria ladrillo	m2	12,03	1800	21.654
5 Estructura metalica	kg	2,11	7500	15.825
6 Contrapiso hormigon simple	m2	8,32	1050	8.736
7 Piso madera (tabloncillo)	m2	65,2	900	58.680
8 Piso alisado	m2	10,29	150	1.544
9 Cubierta de teja con estructura de madera	m2	26,21	1050	27.521
10 Ventanas de madera con vidrio	u	47,8	24	1.147
11 Puertas de aluminio	u	180,65	12	2.168
12 Enlucido paredes	m2	4,59	1800	8.262
13 Pintura paredes	m2	2,12	1800	3.816
14 Acera hormigon simple	m2	6,31	1140	7.193
15 Instalaciones sanitarias	pto	14,36	12	172
16 Instalaciones electricas	pto	15,65	80	1.252
17 Encofrados	m2	14,5	1050	15.225
SUBTOTAL				252.495



PISCINA					
RUBRO		UNIDAD	P.UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Limpieza y desalojo	m2	0,58	3150	1.827
2	Replanteo y nivelacion	m2	0,52	980	510
3	Excavacion	m3	4,18	780	3.260
4	Cimentacion	m3	97,92	980	95.962
5	Contrapiso	m2	9,79	980	9.594
6	Insataciones sanitarias	pto	14,36	26	373
7	Instalaciones electricas	pto	15,65	12	188
8	Paredes de hormigon simple	m3	97,92	42,8	4.191
9	Ceramica	m2	13,74	1100	15.114
10	Acera hormigon simple	m2	6,31	3150	19.877
SUBTOTAL					150.895

SAUNA E HIDROMASAJE					
RUBRO		UNIDAD	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Replanteo	m2	0,52	315	164
2	Cimentacion	m3	97,92	315	30.845
3	Mamposteria ladrillo	m2	12,03	300	3.609
4	Enlucico paredes	m2	4,59	600	2.754
5	Pintura	m2	2,12	600	1.272
6	Estructura metalica	kg	2,11	700	1.477
7	Techo de teja con estructura metalica	m2	26,21	315	8.256
8	Ventanas madera y vidrio	u	47,8	12	574
9	Instalaciones electricas	pto	15,65	30	470
10	Instalaciones sanitarias	pto	14,36	30	431
11	Equipos	u	3000	10	30.000
SUBTOTAL					79.851

CANCHAS					
RUBRO		UNIDAD	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Limpieza y desalojo	m2	3,48	24000	83.520
2	Nivelacion y replanteo	m2	0,52	24000	12.480
3	Canchas deportivas cesp�d	m2	12,24	567	6.940
4	Equipamiento deportivo	u	4500	8	36.000
5	Juegos infantiles	u	250	12	3.000
6	Graderio	ml	23,4	135	3.159
7	Cubirta de canchas de tennis	kg	1,99	85000	169.150
8	Hipico	m2	72	1500	108.000
9	Instalaciones electricas	pto	15,65	40	626
10	Instalaciones sanitarias	pto	14,38	45	647
11	Aceras de hormigon simple	m2	6,31	15000	94.650
SUBTOTAL					518.172

TOTAL					1.890.986
-------	--	--	--	--	-----------



Los edificios y complementos están computados de acuerdo a las cotizaciones obtenidas sobre la base de las especificaciones de ingeniería, diseño de la ubicación de las maquinarias, equipos y servicios complementarios.

Para la construcción e instalación, se busca el máximo aprovechamiento de recursos con optimas distribuciones de espacio, cubrir las disposiciones legales como aprobación de planos, cumplimiento de normas, ordenanzas, autorizaciones, etc.

5.5 MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres que decoran el ambiente del club campestre, estarán de acuerdo al tipo campestre que sería el estilo del club para lo que se ha realizado una proyección en cuanto a cantidad y calidad de los muebles a utilizarse.

MUEBLES Y ENSERES

COSTO DEL EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Sillas	20	70	1.400,0
Mostrador	3	120	360,0
Archivador	3	150	450,0
Computadora 2.8 con impresora multiuso	1	1.100,00	1.100,0
Mesa de juntas	2	450	900,0
Equipo de sonido para tres Cd's	1	432	432,0
Subtotal			4.642,0

MUEBLES DEL COMEDOR			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Sillas	500	40	20.000,0
Mesa para dos personas	25	85	2.125,0
Mesa para cuatro personas	80	120	9.600,0
Mesas para 6 personas	18	143	2.574,0
Bar	2	300	600,0
Mesa Auxiliar	10	90	900,0
Subtotal			35.799,0

TOTAL MUEBLES Y ENSERES	40.441,0
--------------------------------	-----------------



5.6 MAQUINARIA Y EQUIPO

Siguiendo el mismo procedimiento que en edificaciones el costo de equipos e instalaciones consta de acuerdo a cotizaciones. Para la adquisición de maquinaria y equipo es importante definir las operaciones del proceso para optimizar el equipo necesario y tener los servicios necesarios (agua, luz, ventilación).

EQUIPOS

EQUIPO DE COCINA

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Cocina 6 quemadores	2	5.635,98	11.272,0
Congelador industrial	2	2.619,87	5.239,7
Refrigerador	2	2.542,52	5.085,0
Licuada 1/2 galón	4	361,61	1.446,4
Plancha - revestimiento	2	33,54	67,1
Basureros	10	8	80,0
Batidora clásica	1	355,9	355,9
Cernidor 26 cm	4	18,29	73,2
Olla de 8 1/2 libras	4	26,85	107,4
Sartén steel	2	89	178,0
Sartén steel	2	89	178,0
Sartén steel	1	115	115,0
Cacerola de 2 3/4 libras	3	18,15	54,5
Cacerola de 5 1/2 libras	3	24,09	72,3
Batidor de alambre	3	8,29	24,9
Batidor de alambre fino	2	6,64	13,3
Espátula ranurada	3	3,59	10,8
Espátula sólida	4	3,91	15,6
Espumadera 30 cm	3	8,02	24,1
Jarra térmica	8	24,14	193,1
Cucharón 8 onzas	3	3,47	10,4
Tabla para picar	10	18,36	183,6
Canastillas plásticas	40	2,72	108,8
Charol de corcho	5	16,81	84,1
Charol	4	37,64	150,6
Cuchillo para frutas y legumbres	10	2,65	26,5
Cuchillo deshuesador	10	4,85	48,5
Pelador de papas	10	3,64	36,4
Cuchillo espátula	10	6,93	69,3
Cuchillo cocinero	5	22,46	112,3
Fuente ovalada	8	3,21	25,7
Subtotal			25.462,28



IMPLEMENTOS SERVICIO

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Limpiones de cocina	10	1,5	15
Servilletas	450	1,2	540
Coctelera	5	5,58	27,9
Cernidor de cokteles	4	2,11	8,44
Medidor de licores	5	2,18	10,9
Mezclador de base	5	8,46	42,3
Manteles	80	8	640
Subtotal			1.284,5

EQUIPOS DEL ÁREA DE LAVANDERÍA.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Lavadora Samsung	2	1350	2.700
Secadora a Gas	2	1478	2.956
Plancha a vapor	2	75	150
Tabla de planchado	2	35	70
Mesa Auxiliar	2	90	180
Subtotal			6.056,00

TOTAL EQUIPOS

32.802,82



5.7 MENAJE

MENAJE

COSTO DE VAJILLA			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Plato base	500	2,65	1.325
Plato tendido	500	2,39	1.195
Plato hondo	500	2,39	1.195
Plato de postre	500	1,83	915
Plato pan	500	1,38	690
Tazas café	500	1,25	625
Taza expreso	500	1	500
Ceniceros	200	1,3	260
Dispensadores	50	2	100
Subtotal			6.805,0



COSTOS DE CUBERTERIA			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Tenedor ensalada	500	1,8	900
Tenedor de mesa	500	2,16	1.080
Cuchillo postre	500	1,8	900
Cuchillo de mesa	500	2,16	1.080
Cuchillo mantequillero	500	1,21	605
Cuchara café expreso	500	0,66	330
Cucharita	500	1,11	555
Cuchara té	500	1,56	780
Tenedor 0,2 lbr	300	1,19	357
Cuchara sopera	500	1,7	850
Cuchillo de carne	500	1,88	940
Subtotal			8.377,0

COSTOS DE CRISTALERIA			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Vaso 337 ml	500	0,85	425
Vaso 305 ml	500	0,89	445
Copa vino - agua	500	1,35	675
Copa vino	500	1,35	675
Vaso cocktail	500	1,96	980
Vaso cervecero	500	2	1000
Cordial tequilero	100	2,87	287
Margarita 7 onz	50	3,66	183
Jarros bebidas calientes	40	25	1000
Rock pedestal	40	2,87	114,8
Subtotal			5.784,8

TOTAL MENAJE	20.966,8
---------------------	-----------------

TOTAL INVERSION	2.135.196,71
------------------------	---------------------

TABLA DE DEPRECIACIÓN						
	Valor	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012
Edificios y Construcciones	Depreciación	94.549,30	94.549,30	94.549,30	94.549,30	94.549,30
	V. Salvamento	1.890.986,00	1.796.436,70	1.701.887,40	1.512.788,80	1.418.239,50
Muebles y Enseres	Depreciación	4.044,10	4.044,10	4.044,10	4.044,10	4.044,10
	V. Salvamento	40.441,00	36.396,90	32.352,80	24.264,60	20.220,50
Maquinarias y Equipos	Depreciación	6.560,56	6.560,56	6.560,56	6.560,56	6.560,56
	V. Salvamento	32.802,82	26.242,26	19.681,69	13.121,13	6.560,56
Menaje	Depreciación	2.096,68	2.096,68	2.096,68	2.096,68	2.096,68
	V. Salvamento	20.966,80	18.870,12	16.773,44	14.676,76	12.580,08
Total Depreciación		107.250,64	107.250,64	107.250,64	107.250,64	107.250,64
Total V Salvamento		1.985.196,62	1.877.945,98	1.770.695,33	1.663.444,69	1.556.194,04



5.8 ANALISIS FINANCIERO

5.8.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
NOMBRE DE LA EMPRESA					
AUTOR:		MILTON SALAZAR			
FECHA:		Ago-07			
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	2008	2009	2010	2011	2012
EN UNIDADES DE PRODUCTO					
MEMBRESIAS	104	114	126	138	152
RESTAURANTE (ingreso mensual)	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
RESTAURANTE	36.000	37.800	39.690	41.675	43.758
EVENTOS (ingreso mensual)	4	5	6	6	6
EVENTOS	48	60	72	72	72
OTROS PRODUCTOS (ingreso mensual)	104	114	126	138	152
OTROS PRODUCTOS	1.248	1.373	1.510	1.661	1.827
PRECIOS ESTIMADOS EN DOLARES					
Precio por Membresia	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
INGRESO POR MEMBRESIAS	936.000	1.029.600	1.132.560	1.245.816	1.370.398
Precio Producto Restaurante	5	5	5	5	5
INGRESO POR RESTAURANTE	180.000	189.000	198.450	208.373	218.791
Precio Producto Eventos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
INGRESO POR EVENTO	48.000	60.000	72.000	72.000	72.000
Precio promedio de otros productos	85	85	85	85	85
INGRESO OTROS PRODUCTOS	106.080	116.688	128.357	141.192	155.312
INGRESOS TOTALES	1.270.080,00	1.395.288,00	1.531.366,80	1.667.380,98	1.816.500,45

Para determinar el Presupuesto de Ingresos del proyecto se toma en cuenta los siguientes rubros:

- ♦ **Membresías:** con la Estrategia de Mercado se definió que se deberá vender un mínimo de 104 acciones en el primer año con un incremento anual del 10%, y por medio de las encuestas expresaron su opinión de que estarían dispuestos a pagar por cada acción un valor nominal de 9.000 dólares americanos.
- ♦ **Restaurante:** a través de un análisis de otros clubes campestres en la ciudad de Quito se estableció que existe un promedio de ventas mínimo mensual de 15.000 dólares con un precio promedio de 5 dólares por cada plato, proyectando un incremento en ventas del 5%.
- ♦ **Eventos:** a través de un análisis de otros clubes campestres en la ciudad de Quito se estableció que existe un promedio de un evento semanal con un precio de 1.000 dólares por



evento y proyectando un incremento evento para llegar a 5 eventos mensuales y dada la capacidad se estabilizará en 6 eventos mensuales.

- ♦ **Otros productos:** en éste rubro se ha establecido un alícuota mensual de mantenimiento de las instalaciones de 85 dólares.

5.8.2 PROYECCIÓN DE GASTOS Y DEPRECIACIÓN

PROYECCION DE GASTOS						
GASTOS OPERACIONALES	Gasto Mensual	2008	2009	2010	2011	2012
GASTOS DE CLUB						
Sueldos Operacionales		18.000	18.864	18.968	19.084	19.214
Mantenimiento	6.000	72.000	75.046	78.220	81.529	84.977
Diesel	8.000	96.000	100.061	104.293	108.705	113.303
Luz	2.000	24.000	25.015	26.073	27.176	28.326
Agua	1.000	12.000	12.508	13.037	13.588	14.163
Telefono	1.000	12.000	12.508	13.037	13.588	14.163
Otros Gastos	1.800	21.600	22.514	23.466	24.459	25.493
TOTAL GASTOS CLUB		255.600	266.514	277.094	288.129	299.639
GASTOS RESTAURANT						
Sueldos Operacionales		30.000	30.864	30.968	31.084	31.214
Gastos de Reposición	1.800	21.600	22.514	23.466	24.459	25.493
TOTAL GASTOS RESTAURANT		51.600	53.378	54.434	55.542	56.707
GASTO OTROS SERVICIOS						
Sueldos Operacionales		8.400	8.832	8.884	8.942	9.007
Gastos Varios	3000	36.000	37.523	39.110	40.764	42.489
TOTAL GASTOS SERVICIOS		44.400	46.355	47.994	49.706	51.496
GASTOS OPERACIONALES SIN SUELDO						
		295.200	307.687	320.702	334.268	348.407
SUELDO OPERACIONALES		37.800	38.880	39.010	39.155	39.317
TOTAL GASTOS		351.600	366.247	379.521	393.377	407.842



Constituyen los egresos y valores relacionados para poder ofrecer los servicios del club campestre, los cuales están constituidos por pagos de sueldos que corresponden a mano de obra directa o indirecta, así como todos los rubros correspondientes al funcionamiento del club, como son el consumo de combustibles, luz, agua, mantenimiento de maquinarias, etc.

También se detallan los egresos que se relacionan con la gestión administrativa, ventas y financiera, y los gastos administrativos en su conjunto como son: sueldos, beneficios sociales del personal de oficina, arrendamientos, gastos de viaje.

5.8.3 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO		
NOMBRE DE LA EMPRESA		
INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS	VALORES	PORCENTAJE
TERRENOS	150.000,0	6,52%
EDIFICIOS	1.890.986,0	82,22%
MAQUINARIA Y EQUIPOS	32.802,8	1,43%
MUEBLES Y ENSERES	40.441,0	1,76%
VEHICULOS	0,0	0,00%
MENAJE	20.966,8	0,91%
TOTAL	2.135.196,6	92,83%
ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTOS DE CONSTITUCION	3.253,3	0,14%
ESTUDIOS TECNICOS	2.200,0	0,10%
IMPUESTOS POR LA CONTRATACION DEL CREDITO	0,0	0,00%
INTERES DE PERIODO PREOPERACIONAL	0,0	0,00%
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	29.550,0	1,28%
GASTOS DE CAPACITACION	0,0	0,00%
	0,0	0,00%
TOTAL	35.003,3	1,52%
CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE OPERACIÓN	129.800,0	5,64%
TOTAL INVERSIONES	2.299.999,9	100,00%
FINANCIAMIENTO		
CREDITO	0,0	0,0%
CAPITAL SOCIAL	2.299.999,9	100,0%
TOTAL FINANCIAMIENTO	2.299.999,9	100,0%



La inversión total del proyecto como se desprende del cuadro de la inversión, para la construcción del club campestre es de 2'300.000, el mismo valor que es financiado por capital propio de cuatro inversionistas interesados en la elaboración del presente proyecto.

5.8.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
NOMBRE DE LA EMPRESA					
PERIODOS	2008	2009	2010	2011	2012
Ventas Totales	1.270.080,00	1.395.288,00	1.531.366,80	1.667.380,98	1.816.500,45
Ingresos Totales	1.270.080,00	1.395.288,00	1.531.366,80	1.667.380,98	1.816.500,45
GASTOS OPERACIONALES	351.600,00	366.246,96	379.521,32	393.377,32	407.841,99
UTILIDAD BRUTA	918.480,00	1.029.041,04	1.151.845,48	1.274.003,66	1.408.658,46
GASTOS FUNCIONALES	63.000,00	64.080,00	64.209,60	64.354,75	64.517,32
Depreciación	113.391,43	113.391,43	113.391,43	113.391,43	113.391,43
Amortización	40.940,73	41.588,73	41.666,53	41.753,53	41.851,13
UTILIDAD NETA OPERACIONAL	701.147,8	809.980,9	932.577,9	1.054.503,9	1.188.898,6
Gastos financieros	0	0	0	0	0
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0
UTILID (PERD) ANTES PARTICIPACION	701.147,8	809.980,9	932.577,9	1.054.503,9	1.188.898,6
15% Participación utilidades	105.172,2	121.497,1	139.886,7	158.175,6	178.334,8
UTILD (PERD) ANTES IMPUESTOS	595.975,7	688.483,8	792.691,2	896.328,4	1.010.563,8
Impuesto a la renta	148.993,9	172.120,9	198.172,8	224.082,1	252.640,9
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	446.981,75	516.362,81	594.518,43	672.246,27	757.922,85

El estado de pérdidas y ganancias nos permite saber cuales son los costos operativos, que debemos manejar para poder desenvolvemos de una manera adecuada y optima, debemos cubrir los gastos operativos, costos fijos, contribuciones legales con el estado, de esta forma las ventas que debe generar la rentabilidad requerida para el retorno de la inversión y la devolución de los recursos involucrados en la construcción y manejo del proyecto.



Es conocido también como de resultados, proporciona un resumen financiero de a las actividades de la empresa durante un periodo específico, generalmente se lo hace con una proyección de cinco años.

5.8.5 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
CONCEPTO	2008	2009	2010	2011	2012
A. INGRESOS OPERACIONALES					
Recuperación por ventas	1.270.080,0	1.395.288,0	1.531.366,8	1.667.381,0	1.816.500,5
B. EGRESOS OPERACIONALES					
Mano de obra directa	56.400,0	58.560,0	58.819,2	59.109,5	59.434,6
Mano de obra indirecta	37.800,0	38.880,0	39.009,6	39.154,8	39.317,3
Gastos de ventas	18.000,0	18.000,0	18.000,0	18.000,0	18.000,0
Gastos de administración	7.200,0	7.200,0	7.200,0	7.200,0	7.200,0
Costos Indirectos de fabricación	295.200,0	307.687,0	320.702,1	334.267,8	348.407,3
TOTAL	414.600,0	430.327,0	443.730,9	457.732,1	472.359,3
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	855.480,0	964.961,0	1.087.635,9	1.209.648,9	1.344.141,1
Depreciación	113.391,43	113.391,43	113.391,43	113.391,43	113.391,43
Amortización	40.940,73	41.588,73	41.666,53	41.753,53	41.851,13
UTILIDAD NETA OPERACIONAL	701.147,8	809.980,9	932.577,9	1.054.503,9	1.188.898,6
15% Participación utilidades	111.313,3	127.735,4	146.136,7	164.438,6	184.612,5
Impuesto a la renta	157.693,8	180.958,5	207.026,9	232.954,7	261.534,3
UTILIDAD NETA	432.140,74	501.286,90	579.414,31	657.110,61	742.751,81
Depreciación	113.391,43	113.391,43	113.391,43	113.391,43	113.391,43
Amortización	40.940,73	41.588,73	41.666,53	41.753,53	1.490.794,53
FLUJO DE CAJA	586.472,89	656.267,06	734.472,27	812.255,57	2.346.937,77

En este cuadro nos podemos dar cuenta que los Fuentes de dinero que se necesitan para el correcto desenvolvimiento de las operaciones son las mas optimas, en las que el crecimiento del proyecto cubre con los requerimientos de la inversión realizada, los mismos, que nos permiten cumplir con los pagos a los proveedores en los tiempos establecidos para ello, es así como



también nos permite solventar los rubros de los gastos indirecto y directos de ejecución de las operaciones diarias del proyecto.

El flujo de efectivo provee información sobre los ingresos y desembolsos en efectivo de la empresa, con el fin de ayudar a los inversionistas.

5.8.6 FACTIBILIDAD TECNICA VAN, TIR²¹

	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	-2.300.000,00	586.472,89	656.267,06	734.472,27	812.255,57	2.346.937,77
Valor Actual		517.171,86	510.333,99	503.658,58	491.179,78	1.251.515,70

Tasa	13,40%
VAN	973.859,92
TIR	17,59%

Para proyectar el flujo de ingresos, costos, gastos y utilidades, es importante considerar el valor del dinero futuro en valores actuales de tal manera que las unidades monetarias sean homogéneas en poder adquisitivo.

Para evaluar el comportamiento del flujo de ingresos, costos y gastos del proyecto en términos de valores actuales, debemos tomar como datos originales las cifras en valores corrientes y luego aplicar la tasa de descuento, es decir la tasa promedio con la cual esperamos obtener un rendimiento de la inversión a cierto plazo.

El beneficio neto en el flujo de valores corrientes en los cinco periodos demuestra que el proyecto si es viable, por lo tanto es recomendable ponerlo en marcha.

	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	-2.300.000,0	586.472,00	656.267,06	734.472,27	812.255,57	2.346.937,77
Periodo de recuperación		-1.713.528,0	-1.057.260,9	-322.788,7	489.466,9	2.836.404,7

²¹ VALOR ACTUAL NETO / TASA INTERNA DE RETORNO



5.8.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el volumen de venta requerido para que los ingresos totales sean iguales que los costos operativos totales o para las utilidades operativas sea iguales a cero

$I (\text{ ingresos }) = E (\text{ egresos })$; Punto de equilibrio

$X = \#$ de Membresías

INGRESOS:

Ingresos totales (IT) 1.270.080,00

Membresías vendidas (MV) 104

$IT / MV = \text{Ingreso Promedio}$

$1.270.080,00 / 104 = 12.212,31$

Ingreso Promedio = $12.212,31 X$

EGRESOS:

$\text{Egresos} = \text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables}$

$\text{Costos Fijos} = \text{Sueldos} + \text{Depreciaciones}$

$\text{Costos Fijos} = 94.200,00 + 107.250,64$

$\text{Costos Fijos} = 201.450,64$

$\text{Costos Variables} = \text{Costos totales} - \text{costos fijos}$

$\text{Costos Variables} = 351.600,00 - 94.200,00$

$\text{Costos Variables} = 257.400,00$



$$\text{Costos Variables Promedio} = 257.400,00 / 104$$

$$\text{Costos Variables Promedio} = 2.475,00$$

$$\text{Egresos} = 201.450,64 + 2.475,00 X$$

$$\text{PE} = \text{Ingresos Promedio} - \text{Egresos Promedio}$$

$$\text{PE} = 0$$

$$0 = 12.212,31X - (201.450,64 + 2.475,00X)$$

$$0 = 12.212,31X - 201.450,64 - 2.475,00X$$

$$0 = 9.737,31X - 201.450,64$$

$$X = 201.450,64 / 9.737,31$$

$$X = 20,689$$

$X = 21$ membresías es el punto de equilibrio del proyecto para el primer año.



CONCLUSIONES

- Es un proyecto rentable porque los indicadores financieros muestran una rentabilidad y el mercado acepta un producto de estas características.
- La creación de fuentes de empleo nos ayuda a fortalecer la economía social produciendo reactivación económica del sector de Santo Domingo de los Colorados, donde los ingresos a las familias del sector dará como resultado un crecimiento turístico auto-sustentable.
- Al demostrar con el estudio de mercado, flujos de dinero, balances de situación y resultados, nos informa que el proyecto es viable, por ende no existe riesgo alguno para que los socios realicen el desembolso inicial del capital necesario para la ejecución del proyecto. Además el proyecto cuenta con un riesgo mínimo, ya que no cuenta con un desembolso de interés bancario y demás gastos financieros.
- Ahora el medio nos existe continua preparación y competitividad en cualquier actividad que realizamos, es por eso, que es de nuestro interés brindar servicios con calidad de primera, para lo cual hemos realizado este estudio de pre - factibilidad de la muestra en marcha del proyecto, y como resultado de esto, hemos obtenido, que cada vez crecen las necesidades de progreso, lo cual es una puerta abierta para este tipo de inversión.
- Como resultado de todo lo expuesto en este proyecto se establece realizar una inversión en el club campestre, se obtendrá una recuperación de la inversión, y se llegará a tener una utilidad, fuera de los gastos que involucra el mantener el proyecto.
- En conclusión lo que se espera del proyecto es percibir en mutuo beneficio rentabilidad para los 4 socios, los que se basan del estudio de mercado para que llegue a satisfacer las necesidades de los futuros accionistas del club campestre, este proyecto cuenta con todos los análisis y estadísticas pertinentes para su ejecución, así como de todos los parámetros legales para la contribución económica del país.



RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los promotores del proyecto la realización de una reunión a fin de tomar decisiones que permitan alcanzar los objetivos empresariales del mismo así como establecer sus políticas para el manejo y operación del restaurante.
- Se debe definir los sistemas operativos a utilizar en el restaurante, para lo que se recomienda adquirir un sistema que contemple una contabilidad de costos y de manejo de inventarios.
- En cuanto al manejo de los proveedores recomendamos determinar las mejores opciones que se tiene en el mercado y tratar de mantener entre estos un mismo estándar de calidad para nuestros productos así como las facilidades de pago que cada uno de estos presentan.
- Se recomienda manejar estándares tanto en el servicio como en la elaboración de los platos para un continuo y mejor control en lo que ha recetas se refiere.
- Se debe considerar en otro estudio la alternativa de financiamiento porque es mejor utilizar el dinero de otro que el nuestro.
- Abra que esperar que se defina la realidad del Ecuador tanto política y económica para poder reducir los riesgos.



ANEXOS:

Anexo1

Hostal

FARAON	BANEGAS BELTRAN ALFONSO	BANEGAS BELTRAN ALFONSO	OSWALDO	AV. CHONE Y JUAN MONTALVO	Primera
SAFIRO	LARRAGA ROSARIO DEL CARMEN	LARRAGA ROSARIO DEL CARMEN			
INTERNACIONAL				29 DE MAYO 718 Y LOJA VIA A QUEVEDO Y SAN MIGUEL	Primera
ARACELY	TIPAN AYO JOSE ADOLFO MARTINEZ VIVANCO AMIRA CARLOTA	TIPAN AYO JOSE ADOLFO MARTINEZ VIVANCO AMIRA CARLOTA			Segunda
CALETA LA	DESCANSO DEL CONDUCTOR	CASTELO SUBIA ANA LUCIA	LUCIA	IBARRA 141 Y 29 DE MAYO VIA A QUEVEDO KM. 4 ½	Segunda
FINCA LA	FRANCO LEON ANGEL MARIA	FRANCO LEON ANGEL MARIA			Segunda
SIESTA	ESTRELLA ENGELMAN PABLO ESTEBAN	ESTRELLA ENGELMAN PABLO ESTEBAN		VIA A QUININDE KM. 2 AV. QUITO 1277 Y PALLATANGA	Segunda
JENNIFER	ESPINOZA BUSTAMANTE JORGE VICENTE	ESPINOZA BUSTAMANTE JORGE VICENTE		AV. 29 DE MAYO Y LATACUNGA	Tercera
NUEVO HOTEL	ULLOA ENRIQUEZ JORGE	ULLOA ENRIQUEZ JORGE		29 DE MAYO 621 E/ LATACUNGA Y AMBATO	Tercera
AMAMBAY	BAYARDO	BAYARDO			

Hostal Residencia

PUERTA DEL SOL	NOGUERA TACURI MERCY DEL CARMEN	NOGUERA TACURI MERCY DEL CARMEN		29 DE MAYO 804 Y CUENCA	Primera
TIERRA VERDE	VARGAS ALVAREZ ANGELICA NATALIA	VARGAS ALVAREZ ANGELICA NATALIA		AV. QUITO Y PALLATANGA	Primera
ANGELES LOS	BRAVO ROMERO FRANCISCA	BRAVO ROMERO FRANCISCA		LOTIZ LOS ANGELES	
COVICENTER	IRALDA	IRALDA		CALLE B VIA AL BUA	Segunda
HOTEL	VILLAGOMEZ FREIRE DORA INES	VILLAGOMEZ FREIRE DORA INES		AV.29 DE MAYO ENTRE AMBATO Y CUENCA	Segunda
FUENTE AZUL LA	ZAMBRANO MENDOZA	ZAMBRANO MENDOZA		CAMINOS VECINALES DEL MOP	Segunda
GENOVA	AYDEE TRINIDAD	AYDEE TRINIDAD		IBARRA Y 29 DE MAYO	
GRAN HOTEL	ERRAEZ JARAMILLO ELVIA MARINA	ERRAEZ JARAMILLO ELVIA MARINA		ESQ	Segunda
UNICORNIO	MENDOZA CHILQUINGA	MENDOZA CHILQUINGA		CALLE AMBATO Y GALAPAGOS	Segunda
GRAN IMPERIAL	HILDA LUCIA	HILDA LUCIA		CALLE LT- 6 Y 7 (URB ECHANIQUE)	Segunda
PATRICIA	QUEZADA CABRERA JAIME	QUEZADA CABRERA JAIME		ABRAHAM CALAZACON Y ESMERALDAS	Segunda
PRADERAS LAS	RÓDRIGO	RÓDRIGO			
PRINCIPE REAL	NUÑEZ NUÑEZ CARLOS	NUÑEZ NUÑEZ CARLOS		AV.ABRAHAM CALAZACON LT 99	Segunda
	HUMBERTO	HUMBERTO		AMBATO 714 Y	Segunda
	VILCACUNDO CAJAS GUIDO	VILCACUNDO CAJAS GUIDO			
	MEDARDO	MEDARDO			
	HERRERA SANCHEZ JORGE	HERRERA SANCHEZ JORGE			



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

	ENRIQUE	JORGE ENRIQUE	PORTOVIEJO	
			AV.A CHONE 100	
REY	RODRIGUEZ ALBAN RICARDO	RODRIGUEZ ALBAN	MTS DEL INDIO	
	GUILLERMO	RICARDO GUILLERMO	COLORADO	Segunda
	MENDOZA CHILIQUINGA	MENDOZA CHILIQUINGA	29 DE MAYO 712 Y	
UNICORNIO	NANCY ANGELICA	NANCY ANGELICA	AMBATO	Segunda
UNION DE	UNION DE COOPERATIVAS DE	VIZUETE CARLOS		
COOPERATIVAS	TRANSP	ALFREDO	AV.ESMERALDAS 1003	Segunda
	HARO NARANJO MANUEL	HARO NARANJO MANUEL	COCANIGUAS 400 Y AV	
BRISAS LAS	MESIAS	MESIAS	QUITO	Tercera
	MINCHALO LOJANO MARIA	MINCHALO LOJANO	HUMBERTO FIALLOS 75 Y	
CHARITO	ISABEL	MARIA ISABEL	CESAR FERNANDEZ CA	Tercera
	ACOSTA ACOSTA JORGE	ACOSTA ACOSTA JORGE	AV. 29 DE MAYO 520 Y	
EJECUTIVO	MISAEAL	MISAEAL	LATACUNGA	Tercera
	PACHECO CORTEZ EDWIN	PACHECO CORTEZ	AV. QUITO 1400 CIRCULO	
LUCY	BOLIVAR	EDWIN BOLIVAR	DE LOS CONTINENTES	Tercera
	TOAPANTA HARO RUBEN	TOAPANTA HARO RUBEN	AV. 3 DE JULIO 607 Y	
PERLA LA	DARIO	DARIO	LOJA	Tercera
	CARRANZA LOOR MARIA	CARRANZA LOOR MARIA	AV. 29 DE MAYO Y	
SAN MARTIN	ARCELIA	ARCELIA	TULCAN ESQ.	Tercera
SANTO DOMINGO				
DE LOS	VALDIVIEZO OBANDO ANGEL	VALDIVIEZO OBANDO		
COLORADOS	BENIGNO	ANGEL BENIGNO	AV. QUITO 216 Y CUENCA	Tercera
	CORDOVA FONSECA CESAR	CORDOVA FONSECA	AV. 3 DE JULIO 220 Y	
TURISTA No 3	ENRIQUE	CESAR ENRIQUE	LATACUNGA	Tercera
<i>Hosterja</i>				
	VELEZ EGUEZ MARIA	VELEZ EGUEZ MARIA	VALLE HERMOSO KM 26	
CASCADA LA	EUGENIA	EUGENIA	VIA STO. DOM. LOS BA	Primera
	POZO LUCERO MARIA	POZO LUCERO MARIA		
COLORADOS LOS	SOLEDAD	SOLEDAD	VIA A QUITO KM 12	Primera
HACIENDA LA	LA HACIENDA S.A.	PAZ LOPEZ FABIOLA	VIA A CHONE KM.13	Primera
	HEREDIA VACA JULIO	HEREDIA VACA JULIO		
MI CUCHITO	ALBERTO	ALBERTO	VIA A CHONE KM. 2	Primera
			KM. 25 VIA A	
VALLE HERMOSO	ABAD ZUÑIGA FAUSTO	ABAD ZUÑIGA FAUSTO	ESMERALDAS VALLE	
	HERBERT	HERBERT	HERMOSO	Primera
BROK SIDE	VILLACIS ESPIN LINDA	VILLACIS ESPIN LINDA		
GARDEN	ELIZABETH	ELIZABETH	VIA A CHONE KM. 11	Segunda
KARIBE RIBER	KARIBE RIBER S.A.		VIA A QUEVEDO KM. 5 ½	Segunda
<i>Hotel</i>				
CLUB HOTEL IDA	CALLE AGUIRRE MERCEDES	CALLE AGUIRRE	AV. QUITO 1261 Y	
MARIA	ALEXANDR	MERCEDES ALEXANDR	CHORRERAS DEL NAPA	Primera
	RIERA OSORIO JULIA	RIERA OSORIO JULIA	VIA A ESMERALDAS	
DON KLEBER	EULALIA	EULALIA	KM.2	Primera
GRAND HOTEL	EMPRESARIOS Y		RIO TOACHI Y	
SANTO DOMINGO	PROMOTORES COLORADOS	DUEÑAS JOSE	GALAPAGOS	Primera



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

	EMPRECOL S.A.			
DEL PACIFICO	RAMIA DE LA CUEVA MARTHA IRENE	RAMIA DE LA CUEVA MARTHA IRENE	29 DE MAYO 510 c/ IBARRA Y LATACUNGA KM. 2 VIA A QUITO (RECINTO FERIAL) AV QUITO 1639 FRENTE	Primera
TROPICAL INN	TROPICAL INN S.A.	MONTESDEOCA EDISON	RECINTO FERIAL-VIA	Primera
ZARACAY	HOTEL ZARACAY CIA. LTDA.	PEREZ ENRIQUEZ FAJARDO LARREA BERTH	VIA A QUEVEDO KM 1 Y ANTONIO ANTE	Primera
ACUARIUS	FAJARDO LARREA BERTH GEOVANNA DEL CARMEN CEDEÑO MACIAS RAMONA	GEOVANNA DEL CARMEN CEDEÑO MACIAS	LOJA Y 29 DE MAYO ESQ.	Segunda
DIANA REAL	AMARILIS ERRAEZ JARAMILLO ELVIA	RAMONA AMARILIS ERRAEZ JARAMILLO	VIA A QUITO Y RIO YAMBOYA	Segunda
GENOVA 2	MARINA	ELVIA MARINA	ABRAHAN CALAZACON (FRENTE TERMINAL TERRE	Segunda
SHERATON	DUQUE SOSA JOSE TARQUINO CORDOVA FONSECA OLGA	TARQUINO CORDOVA FONSECA	COCANIGUAS 163 Y PILATON	Tercera
BRISAS LAS No 2	MARINA ACOSTA ACOSTA JORGE	OLGA MARINA ACOSTA ACOSTA JORGE	29 DE MAYO Y CUENCA	Tercera
EJECUTIVO No 2 <i>Hotel Residencia</i>	MISAEAL	MISAEAL		
METROPOLITAN	GUACHO MULLO MANUEL	GUACHO MULLO MANUEL	JULIO CESAR BERMEIO Y ABRAHAM CALAZACON ABRAHAN CALZACON (FRENTE TERMINAL TERRES	Segunda
SHYRI	SARANGO SANCHEZ JOSE GILBERTO MUÑOZ VELASQUEZ LIGIA	SARANGO SANCHEZ JOSE GILBERTO MUÑOZ VELASQUEZ	AV. 29 DE MAYO 110 Y ESMERALDAS	Tercera
COLORADO EL	ROSA	LIGIA ROSA	ABRAHAM CALAZACON FRENTE AL TERMINAL TER	Tercera
ESPAÑA	ESPINOZA RENE JUDITH JARAMILLO AGUILAR	ESPINOZA RENE JUDITH JARAMILLO AGUILAR	CAMINOS VECINALES DEL MOP	Tercera
SAN FERNANDO	MARITO MARCELO CORDOVA FONSECA CESAR	MARITO MARCELO CORDOVA FONSECA	AV. 3 DE JULIO 225 Y LATACUNGA	Tercera
TURISTA No 1 <i>Motel</i>	ENRIQUE	CESAR ENRIQUE		
GRAN FONTANA LA	TAPIA MONTENEGRO ESTEBAN PATRICIO Y OTRO	TAPIA MONTENEGRO ESTEBAN PATRICIO Y OTRO	BY PASS QUEVEDO - QUITO KM 1 VIA LOS COLORADOS DEL BUA	Primera
ALBERGUE EL CABAÑAS DE SANTO DOMINGO LAS	TINOCO MAXIMO EMILIANO	EMILIANO		Segunda
CALIFORNIA	AMEXPEDICIA LTDA. NUÑEZ SOLIS LENIN	ELENA NUÑEZ SOLIS LENIN	VIA A QUEVEDO KM 7 ½ VIA A QUEVEDO KM 7 ½	Segunda



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

COLORADOS	HUMBERTO	HUMBERTO		
PALADIUM	PLAZAS CABEZAS NERIS	PLAZAS CABEZAS NERIS		
	GILBERTO	GILBERTO	VIA A CHONE KM 11	Segunda
			BY PASS QUITO-	
OLIMPIUS	RICARUTE MERCHAN FABIAN	RICARUTE MERCHAN	QUEVEDO KMI (LA	
PARAISO DE LOS	OSWALDO	FABIAN OSWALDO	LORENA)	Segunda
OLIVOS	GARCIA B. COVENIA	GARCIA B. COVENIA	BY PAS VIA QUEVEDO -	
	MARLENE	MARLENE	QUITO	Segunda
	NARVAEZ PASMIÑO LUIS	NARVAEZ PASMIÑO LUIS	VIA AL BUA DE LOS	
BLUE STAR	ELIAS	ELIAS	COLORADOS	Tercera
CAMPO DE MARTE			BY PASS VIA QUEVEDO -	
EL	TAPIA IDROVO JOSE LINO	TAPIA IDROVO JOSE LINO	QUITO	Tercera
SAGITARIUS DEL				
PACIFICO	TAPIA IDROVO JOSE LINO	TAPIA IDROVO JOSE LINO	VIA A CHONE KM 11 ½	Tercera
<i>Pensión</i>				
	QUEZADA CABRERA ELMER	QUEZADA CABRERA	ABRAHAM CALAZACON	
CEIBOS LÓS	HERNAN	ELMER HERNAN	TERMINAL TERRESTRE	Segunda
	TIXI HERRERA MARTHA	TIXI HERRERA MARTHA	TSACHILAS Y 29 DE	
TSACHILAS	NOEMI	NOEMI	MAYO	Segunda
	CAMPOVERDE CAMPOVERDE	CAMPOVERDE	LOTIZ LOS ANGELES	
ANDREA	VICENTE	CAMPOVERDE VICENTE	CALLE B VIA AL BUA	Tercera
	TIPAN OCHOA FRANCISCO	TIPAN OCHOA	TULCAN 153 Y PADRES	
DAMARIS	BERNARDO	FRANCISCO BERNARDO	DOMINICOS	Tercera
			BABAHoyo 411 Y	
	ARTEAGA BOSQUEZ HOLGER	ARTEAGA BOSQUEZ	LATACUNGA G.	
MIRAFLORES	REYNEL	HOLGER REYNEL	CENTENO	Tercera
<i>Casino</i>				
GRAN CASINO				
DEL HOTEL	MERA SERRANO JAIME	MERA SERRANO JAIME		
ZARACAY	OSWALDO	OSWALDO	VIA A QUITO KM 1 ½	Primera
		ALVAREZ ORTEGA GALO	AV. QUITO KM 2 JUNTO	
IMPERIAL	GRAND GAME S A.	FABIAN	RECINTO FERIAL	Primera
<i>Sala de Juego</i>				
COLORADO'S				
BINGO PALACE	KINGGAMES S.A.	MACHADO MARIO	QUITO Y TULCAN ESQ.	Segunda
<i>Bar</i>				
	VALLEJO VILLAGOMEZ	VALLEJO VILLAGOMEZ		
CHOPIUS	JAIME RAFAEL	JAIME RAFAEL	DOMINICOS Y TSACHILAS	Tercera
	MARCILLO ZAMBRANO	MARCILLO ZAMBRANO	AV. QUITO S/N Y	
DRINKING	LIDIA MARTINA	LIDIA MARTINA	CALAZACON	Tercera
			AV. QUITO 1324 Y	
KARAOKE RELAX	PARREÑO Y OTROS JOSE	PARREÑO Y OTROS JOSE	ABRAHAM CALAZACON	Tercera



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

NO-LO	MARQUEZ ONTANEDA	MARQUEZ ONTANEDA	AV. QUITO 1337 Y RIO	
VEREDA	MARLON MANUEL	MARLON MANUEL	MALAUTE	Tercera
TROPICAL	VERA INTRIAGO NARCISA	VERA INTRIAGO NARCISA		
	IVONNE	IVONNE	VIA A CHONE KM. 1 ½	Tercera
	MENDOZA BOWEN GLORIA	MENDOZA BOWEN GLORIA		
VIEJA CASONA LA	AYDDE	AYDDE	AV. QUITO Y RIO MULAUTE	Tercera
Cafeteria				
	LUGO SALTOS LILETTE	LUGO SALTOS LILETTE	AV. QUITO 1211 Y RIO	
BLUE DREAMS	EVELYN	EVELYN	TOACHI	Tercera
Fuente de Soda				
FRENCH	PAZMIÑO ACURIO EDISA	PAZMIÑO ACURIO EDISA	AV. QUITO Y ABRAHAM	
BURGUER	MARIBEL	MARIBEL	CALAZACON	Segunda
	ZURITA SANCHEZ VICTOR	ZURITA SANCHEZ VICTOR	DOMINICOS 111 Y	
PINGUINO No 2	HUGO	HUGO	TSACHILAS	Segunda
	GONZALEZ DELGADO	GONZALEZ DELGADO		
ALI BABA	CELANDIA BEATRIZ	CELANDIA BEATRIZ	AV. QUITO Y PALLATANGA	Tercera
	VALLEJO VILLAGOMEZ	VALLEJO VILLAGOMEZ	DOMINICOS S/N Y	
CHOPIUS	JAIME RAFAEL	JAIME RAFAEL	TSACHILAS	Tercera
	CAMPOVERDE JIMENEZ	CAMPOVERDE JIMENEZ	AV. 29 DE MAYO Y	
MELLY'S LAS	LUCIO CASIMIRO	LUCIO CASIMIRO	CONCANIGUAS	Tercera
	DAVALOS LASCANO	DAVALOS LASCANO	AV. 29 DE MAYO 529 Y	
PINGUINO No 1	HERNAN RENE	HERNAN RENE	AMBATO	Tercera
	CASTRO DE LA CRUZ	CASTRO DE LA CRUZ	ABRAHAM CALAZACON	
POPY'S	MARIA ELENA	MARIA ELENA	1922 (FRENTE T. TERRES	Tercera
	CAMPOVERDE BALCAZAR	CAMPOVERDE BALCAZAR	AV. 3 DE JULIO Y SAN	
PICO RICO	MARCOS	MARCOS	MIGUEL	Cuarta
Restaurant				
	EMPRESA INDUSTRIAL			
CH FARINA No 12	EGUEZ CUEVA C.L.	DE EGUEZ CLEMENCIA	VIA A QUITO KM. 1	Primera
KENTUCKY FRIED				
CHICKEN No 15	INT FOOD SERVICES CORP.	ZAMBRANO MARTHA	KM. 5 ½ VIA QUITO	Primera
			RIO YAMBOYA Y AV. QUITO	
MAR Y TIERRA	MARTINEZ ORELLANA	MARTINEZ ORELLANA	(SALON GRANDES	
COLORADA	EDWIN VINICIO	EDWIN VINICIO	LIDERES)	Primera
NUEVO	COMPLEJO TURISTICO			
MIRAVALLE	TSACHILA C.L.	CISNEROS GUILLERMO	VIA A QUITO KM. 7	Primera
PARRILLADAS	TORRICO FOTTI LUIS	TORRICO FOTTI LUIS		
CHE LUIS	ALFREDO	ALFREDO	RIO YAMBOYA Y CARACAS	Primera
PARRILLADAS				
BARILOCHE PEÑA	MOSCOSO REINOSO MARIO	MOSCOSO REINOSO MARIO		
SHOW	VINICIO	VINICIO	AV. RIO TOACHI Y TSAFIQUI	Segunda
CHELOS GRILL	GUTIERREZ ALEMAN	GUTIERREZ ALEMAN	JUAN PIO MONTUFAR Y VIA	
HOUSE	ROLANDO BLADIMIRO	ROLANDO BLADIMIRO	A QUEVEDO	Segunda
	CHAN KUFFO JOSE	CHAN KUFFO JOSE		
CHIFA CHAN	EUGENIO	EUGENIO	RIO BABA Y GUAYAQUIL	Segunda



**Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo**
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

COCINA DE	ANDRADE BURBANO	ANDRADE BURBANO	AV. QUITO S/N Y	
CONSUELO LA	ALICIA CONSUELO	ALICIA CONSUELO	PALLATANGA	Segunda
	MONTOYA RODRIGUEZ	MONTOYA RODRIGUEZ		
D ^o MARCO	PEDRO MARCO	PEDRO MARCO	RIO MULANTE Y RIO BABA	Segunda
PARRILLADAS	RIVERO PEREZLINDO	RIVERO PEREZLINDO		
ARGENTINAS	SANTIAGO DOMINGO	SANTIAGO DOMINGO	VIA A QUEVEDO KM. 5	Segunda
PARRILLADAS EL	REYES CECILIA	REYES CECILIA	AV. 6 DE NOVIEMBRE Y	
RINCON DEL CHE	MARGARITA	MARGARITA	BARTOLOME RUIZ	Segunda
PIZZERIA EL	ROSENFELD	ROSENFELD		
HORNERO STO.	VANISFERDAEL SAN	VANISFERDAEL SAN		
DOMINGO	OSCAR JUAN Y OTROS	OSCAR JUAN Y OTROS	VIA QUITO KM ½ Y MADRID	Segunda
POLLOS GUS	GUIDOEL CIA. LTDA.	FLORES JESUS	29 DE MAYO Y LATACUNGA	Segunda
		RAMOS GALARZA CESAR	AV. CHONE 120 Y LA PAZ	
POLLOS GUS	RESMAREN CIA. LTDA.	RAUL	REDONDEL INDIO COLOR.	Segunda
	CAMPOVERDE JIMENEZ	CAMPOVERDE JIMENEZ	AV. QUITO 1013 Y 29 DE	
RICO POLLO No 1	LUCIO CASIMIRO	LUCIO CASIMIRO	MAYO	Segunda
ASADERO Y				
MARISQUERIA	CIFUENTES ONTANEDA	CIFUENTES ONTANEDA		
PATO'S	JOSE PATRICI	JOSE PATRICI	AV. 29 DE MAYO Y TULCAN	Tercera
			INTERIOR TERMINAL	
CAPRICORNIO	PAZMIÑO BRITO MARIA	PAZMIÑO BRITO MARIA	TERRESTRE	Tercera
CARNES DEL	MARQUEZ ONTANEDA	MARQUEZ ONTANEDA	QUITO 1343 Y ABRAHAM	
MANOLO LAS	MARLON MANUEL	MARLON MANUEL	CALAZACON	Tercera
			TULCAN 111 Y PADRE	
CENTRAL	LAN WONG CECILIA	LAN WONG CECILIA	ITURRALDE	Tercera
CHIFA CHINA	GURUMENDI LOPEZ LUIS	GURUMENDI LOPEZ LUIS	AV. 29 DE MAYO e/	
SANTO DOMINGO	JAVIER	JAVIER	LATACUNGA E IBARRA	Tercera
			AV. ESMERALDAS	
CHIFA GRAN			(ENTRADA MUJER	
CHINA	LAN WONG CECILIA	LAN WONG CECILIA	TRABAJADOR	Tercera
CHIFA NUEVA				
CHINA	CHI YEN LIU LIAO	CHI YEN LIU LIAO	RIO BLANCO Y AV. QUITO	Tercera
			TULCAN 117 Y PADRE	
CHIFA TAY HAPPY	TAY KU ENRIQUE LUIS	TAY KU ENRIQUE LUIS	ITURRALDE	Tercera
	ERAS CORREA LORGIA	ERAS CORREA LORGIA	AV. 29 DE MAYO 597 Y	
CHISS POLLO	ERNESTINA	ERNESTINA	LATACUNGA	Tercera
	CABEZAS QUINTEROS	CABEZAS QUINTEROS		
COBIJO EL	XAVIER ANTONIO	XAVIER ANTONIO	TULCAN Y BABAHoyo ESQ.	Tercera
	ERAZO CELLER FELIPE	ERAZO CELLER FELIPE	CHORRERA DEL NAPA 103 Y	
COLOSAL EL	ISIDRO	ISIDRO	AV. QUITO	Tercera
	VELASQUEZ RAMIRO	VELASQUEZ RAMIRO	VIA A QUITO KM. 1	
D ^o RAMIRO	FABIAN	FABIAN	YAMBOYA	Tercera
			VIA QUEVEDO Y JULIO	
DIAMANTE	ZHONG LIAN W KAT	ZHONG LIAN W KAT	AROSEMENA	Tercera
	ROSEMO REA LORENA	ROSEMO REA LORENA	AV. 29 DE MAYO Y	
FRUTI DELI	ISABEL	ISABEL	TSACHILA	Tercera



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

	PARRA CAMPOVERDE	PARRA CAMPOVERDE		
GALPON YOSIL	SILVIA GLADYS	SILVIA GLADYS	VIA A QUITO KM. 6 ½	Tercera
	ALVARADO CRUZATI JOSE	ALVARADO CRUZATI JOSE	AV. DE LOS TSACHILAS Y	
HORNILLA LA	ANTONIO	ANTONIO	RIO PINDO	Tercera
JUAN'S EL	ZAMBRANO SABANDO	ZAMBRANO SABANDO	VIA QUEVEDO JUNTO AL #	
MARINO	EDITA MARIA	EDITA MARIA	845 E ISIDRO AYOR	Tercera
MARISQUERIA	URRUTIA CHAVEZ HUGO	URRUTIA CHAVEZ HUGO	ANDRADE MARIN 247 VIA A	
LOS DELFINES	ANACLETO	ANACLETO	QUEVEDO	Tercera
			URBANIZACION EL	
MARISQUERIA	DEFAZ LOOR SERGIO	DEFAZ LOOR SERGIO	CENTENARIO PERIOPA Y	
TODOS VUELVEN	ENRIQUE	ENRIQUE	COCANIGUAS	Tercera
	OLAYA TORRES CARLOS	OLAYA TORRES CARLOS	ABRAHAM CALAZACON Y	
MILICHOS	RENE	RENE	CALLE DE LA PAZ	Tercera
	GARCIA CAICEDO BYRON	GARCIA CAICEDO BYRON		
PAMPA LA	ORLEY	ORLEY	VIA A CHONE KM. 11	Tercera
PAMPA	PALACIOS CELI GLORIA	PALACIOS CELI GLORIA	RECINTO SAN GABRIEL DEL	
PRIMAVERAL LA	ESPERANZA	ESPERANZA	BABA	Tercera
PARRILLADAS			AV. QUITO 1347 Y CIRCULO	
ARGENTINAS	CALLE TOLEDO JUAN JOSE	CALLE TOLEDO JUAN JOSE	DEL CONTINENTE	Tercera
	ROMERO MUÑOZ MARIÓ	ROMERO MUÑOZ MARIO		
PASO EL	PEDRO	PEDRO	VIA A QUITO KM. 6 ½	Tercera
POLLO				
COLORADO EL No 2	CENTENO MOREIRA ELSA	CENTENO MOREIRA ELSA	AV. QUITO 213 Y	
	NARCIZA	NARCIZA	COCANIGUAS	Tercera
	TOUMA SEGARRA BYRON	TOUMA SEGARRA BYRON	INTERIOR TERMINAL	
POLLO LISTO No 2	EDMUNDO	EDMUNDO	TERRESTRE	Tercera
	CARRION CAMPOS	CARRION CAMPOS	AV. QUITO Y TSACHILA	
STAV No 8	FRANCISCO JOSE	FRANCISCO JOSE	ESQ.	Tercera
RETORNO DEL	SOTOMAYOR IBARRA	SOTOMAYOR IBARRA	VIA A QUEVEDO 902 Y J.L.	
MARINO EL	SARA DE JESUS	SARA DE JESUS	MERA	Tercera
	LOPEZ MUÑOZ FREDDY	LOPEZ MUÑOZ FREDDY		
TIMONEIRO	FERNANDO	FERNANDO	AV. QUITO 904 Y TSACHILAS	Tercera
	TOUMA COBA ALEJANDRO	TOUMA COBA ALEJANDRO		
VERONIC	WLADIMIR	WLADIMIR	AV. QUITO Y RIO POVE	Tercera
	ABAD CARRION ANGEL	ABAD CARRION ANGEL		
VIAJERO EL	POLIBIO	POLIBIO	VIA A QUITO KM. 6 ½	Tercera
GALPON DEL	CAGUA VERGARA	CAGUA VERGARA	29 DE MAYO 522 Y	
ÑATO	ARISMIDES	ARISMIDES	LATACUNGA	Cuarta
MARISQUERIA	AYALA ORTIZ NELLY	AYALA ORTIZ NELLY		
PORTUGAL	ISABEL	ISABEL	AV. QUITO 405 Y RIOBAMBA	Cuarta
NUEVO POLLO	SALAZAR PEREIRA JOSE	SALAZAR PEREIRA JOSE		
COLORADO	HERIBERTO	HERIBERTO	3 DE JULIO Y SAN MIGUEL	Cuarta

Balneario y Termas

BALNEARIO D-	VELEZ GAHON CARLOS	VELEZ GAHON CARLOS		
CARLOS	JOSE	JOSE	VIA TOACHI LAS MERCEDES KM 7	Segunda



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

VEGAS DEL	IDROVO GUERRERO	IDROVO GUERRERO	URB. BRASILIA DEL TOACHI VIA A	
TOACHI LAS	OLGA FABIOLA	OLGA FABIOLA	QUITO KM. 3 ½	Segunda
	YANEZ ORQUERA	YANEZ ORQUERA	LOTIZACION ITURRALDE VIA A	
YABELMI	MANUEL MARIA	MANUEL MARIA	QUININDE KM 2	Segunda
	TIPAN AYO JOSE	TIPAN AYO JOSE	KM. 16 VIA A QUEVEDO (RECINTO	
SANTA ROSA	ADOLFO	ADOLFO	STA. MARIA	Tercera
<i>Centro de Recreación Turística</i>				

Discoteca

	NEGRETE ONTANEDA	NEGRETE ONTANEDA		
FACES	RENE AGUSTIN	RENE AGUSTIN	AV. TSACHILAS Y RIO BABA	Primera
	CAMPOS AGUIRRE	CAMPOS AGUIRRE		
FEVER DISCO	ERMEL	ERMEL	AV. QUITO Y COCANIGUAS	Primera
L' BOOM	PROBST ALAVA JHONNY	PROBST ALAVA JHONNY	GUAYAQUIL Y CUICOCHA	Primera
	CAMPOS AGUIRRE	CAMPOS AGUIRRE		
SKY	ERMEL	ERMEL	GUAYAQUIL Y PALLATANGA	Primera
	CORNEJO VILLALBA	CORNEJO VILLALBA		
ANDROIDES	WASHINGTON R.	WASHINGTON R.	AV. QUITO Y CALAZACON	Segunda



Anexo 2

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO				
DIRECCION FINANCIERA			FECHA DE PAGO	
Cedula de P.R.C.		NOMBRE		
DIRECCION			CLAVE CATASTRAL	
AVALUO COMERCIAL		EXC. REB.	AVALUO IMPOSIBLE	EMISION
NUMERO DE PREDIO				
CONCEPTO		VALOR		CONCEPTO
VALOR				
TRANSACCION PAGINA DE				
EXIBIR BANCO		Cuenta		SUB-TOTAL
				PAGO TOTAL
RESPONSABLE				
DIRECCION FINANCIERA TRIBUTARIA				
CONTRIBUYENTE				



Anexo 3



MINISTERIO DE TURISMO *CERTIFICADO DE REGISTRO*

El MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo vigente y, una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede el presente CERTIFICADO DE REGISTRO No.17.05.50.4054, Folio No.288, al establecimiento:

Propietario/Rep.Legal :

Categoría :

Capacidad :

Inicio Operaciones :

Dirección :

Ciudad : QUITO

Provincia : PICHINCHA Cantón: QUITO

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la ley.

QUITO, Abril 08 DEL 2004

.....
LCDO. ROBERTO BELTRAN FRANCO
GERENTE NACIONAL RECURSOS TURISTICOS

ESTE DOCUMENTO NO LE EXIME DE LA OBLIGACION DE OBTENER LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

ESTE REGISTRO NO PODRA SER RETIRADO NI INTERRUMPIDO POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACION DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGUN LAS LEYES VIGENTES.

IMPORTANTE:

Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su representación, debe ser comunicado al MINISTERIO DE TURISMO.

Queda anotado en el Libro con el número 0141-GNRT-P

Ministerio de Turismo
Ecuador



Anexo 4

CORPORACIÓN METROPOLITANA DE TURISMO	
FORMULARIO DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	
FECHA:	
NUEVO: ☐	RENOVACIÓN ☐
INFORMACIÓN GENERAL:	
RUC o CI.:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	
PERSONA NATURAL: ☐ PERSONA JURÍDICA: ☐	
RAZÓN SOCIAL:	
REPRESENTANTE LEGAL:	
CLASIFICACIÓN:	
ALOJAMIENTO	☐
AGENCIA DE VIAJES	☐
TRANSPORTE	☐
COMIDAS Y BEBIDAS	☐
RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	☐
CASINOS Y SALAS DE JUEGO	☐
OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	☐
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:	
REFERENCIAS DEL LUGAR:	
BARRIO:	PARROQUIA:
TELÉFONOS:	FAX:
E-MAIL:	
HORARIO DE ATENCIÓN:	ADMINISTRACIÓN ZONAL:
CROQUIS DE UBICACIÓN:	
DECLARACIÓN JURAMENTADA	
Yo, _____ por mis propios derechos y (ó) en representación de _____ solicito a la Corporación Metropolitana de Turismo y a la administración Zonal pertinente, proceda con las inspecciones correspondientes, necesarias para el funcionamiento de mi establecimiento y declaro que la información aquí entregada es verdadera. Me comprometo a acatar fielmente las DISPOSICIONES correspondientes a las leyes de la materia y demás. Declaro también, que poseo los certificados de salud de todos los manipuladores de mi establecimiento y la evaluación de impacto ambiental, mismos que serán presentados el día de la inspección única.	
FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	
C.I.: _____	



Proyecto De Pre – factibilidad
Club Campestre En Santo Domingo
Milton Salazar
Universidad Internacional S.E.K.

Anexo 5



SOCIEDAD DE AUTORES Y COMPOSITORES ECUATORIANOS

Legalmente Registrada y Autorizada por la ley de Propiedad Intelectual y Arts. 8 y 35 del Reglamento de la Ley
Miembro de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC)
Acuerdo Ministerial No. 755 del 28 de Enero de 1977

R.U.C. 1790367857001

SAYCE

FACTURA No. 0027354

SERIE 001-001

VALIDEZ HASTA DICIEMBRE / 2005

AUTORIZACION SRI No. 1102473577

CLIENTE:

NOMBRE: _____

DIRECCION: _____

CIUDAD: _____ PROVINCIA: _____

R.U.C.: _____

TELEFONO: _____

OBSERVACIONES: _____

SECTOR: _____ No. _____

FECHA: _____

REPRESENTANTE: _____

TIPO: _____

CATEGORIA: _____

No. MESAS/HABITAC.: _____ G. REMISION: _____

RECAUDADOR: _____

STICKER: _____

PERIODO: _____

Nota: Exija la entrega de su Sticker, cuyo número
deberá ser el mismo que el de su factura.

DETALLE DE PAGO

☒ EFECTIVO

☐ CON CHEQUE: BCO. _____

☐ _____

P. UNITARIO \$ _____ VALOR TOTAL \$ _____

DERECHO DE AUTOR

IMPUESTO I.V.A. 0%

IMPUESTO I.V.A. 12%

TOTAL USD \$

MATRIZ QUITO

Av. 10 de Agosto 143-147 y Río Coca

Teléfono: 2243083 / 2921738

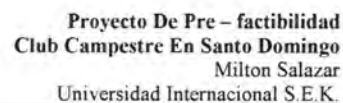
Fax: 2462838

AUTORIZACION

USUARIO

A MUSICA ES PARTE IMPORTANTE DE NUESTRAS VIDAS, GRACIAS POR PAGAR AL UTILIZARLA

-CLIENTE-





Anexo 7



MINISTERIO DE SALUD PUBLICA

DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA



PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

CODIGO:

0143884

NOMBRE O RAZON SOCIAL:

REPRESENTANTE:

Nº RUC:

C.C.

TIPO:

ACTIVIDAD:

CATEGORIA:

UBICACION:

ORDEN DE PAGO Nº

143848

VALOR:

120.00

FECHA DE EXPEDICION:

16/05/2005

FECHA DE VENCIMIENTO:

31/12/2005

DR. NELSON KELLANO LASCANO

DR. EDELR ESPINOZA VILLARROEL

Jefe de Control Sanitario





Anexo 8

**CUERPO DE BOMBEROS DEL
DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO**

RUC



**UNIDAD OPERATIVA DE
CONTROL Y PREVENCIÓN
DE INCENDIOS**

0031105

ESPECIE VALORADA
\$ 1,00

SOLICITUD DE INSPECCIÓN

Quito, a de 20.....

Señor
**COMANDANTE GENERAL
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

Presente.-

En mi consideración

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN



NOMBRE LOCAL:

TELÉFONOS:

**TO. BNO.
N PLANOS**



OTROS



DIRECCIÓN

PARROQUIA:

BARRIO/URB.: LOTE N° \$&* 476

CALLE: N° INTERSECCIÓN:

EDIFICIO: PISO: DEPARTAMENTO:

Atentamente,

C.C.



Anexo 9

Piensa en tu hogar...

Fecha: _____

Nombre: _____

Dirección / Trabajo: _____ Telf: _____

PRODUCTO	PRECIO CONTADO	PRECIO OFERTA	CRÉDITO		
			ENTRADA	MESES	CUOTA
COMPUTADORA 2E	\$1110				
Lav. Sanyo 17K3	\$515		527	12	244.59
SECADORA A GAS	\$448				
CD Sony 6N160	\$432				
Colchon FENOUR 2PL	\$1140				
TOTAL:					3462,09

TARJETA DE CRÉDITO:

PLAN:

VENDEDOR: Gerardo Correal

Telf ALMACÉN: 2223844

Precios sujetos a cambios sin previo aviso.
Nuestros precios incluyen IVA.



Anexo 10

EQUINDECA Cía. Ltda.
Equipos para la industria Alimentaria

PROFORMA
Nº 0023283

Cliente: ADS Servicios Atención a: _____
Dirección: _____
Teléfonos: _____ Fax: _____ R.U.C.: _____
Fecha pedido: _____ Fecha de entrega: _____ Vendedor: EH. Ciudad: Quito
Condiciones: _____

CODIGO	DESCRIPCION	UNID.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
39-003	Cocina 6 hornillas	1		5635.98
51-010	Congelador industrial	1		2619.84
51-011	Refrigerador	1		2542.52
04-001	Batidora eléctrica	1		355.90
04-004	Picadora de 1/2 gal	1		361.61
02-059	Cernidor 26cm.	1		18.29
09-215	Plancha - Recalentamiento	1		33.54
09-030	Olla de 5 1/2 litros	1		26.86
09-025	Sarten Steel	1		14.54
09-026	Sarten Steel	1		18.38
02-028	Sarten Steel	1		34.71
02-042	Cacerola de 2 3/4 litros	1		18.15
02-045	Cacerola de 5 1/2 "	1		24.09
02-082	Servidor de helado	1		9.11
02-086	Batidor de mano	1		8.29
02-091	Batidor alambrenino	1		6.64
OBSERVACIONES:				SUBTOTAL S 11.728.47
				DESC. % S
				TRANS S
				I.V.A. 12% S 1407.42
FIRMA Y SELLO CLIENTE				TOTAL S 13135.89
CASA MATRIZ CUENCA: Golpago y Esmeraldas s.a. • Phone: (593)7 2889-444 • Fax: (593)7 2881-442 • 2843-221				
SUCURSAL CUENCA: San Blas s/n y Manuel Vega • Telefax: (593)7 2830-223				
SUCURSAL QUITO 1: Hotel Barnard, local 3, Queseros del Medio 5-99 y Av. Colombia, frente al Hospital Militar • Telf.: (593)2 2567-021 / 099-770414 • Telefax: (593)2 2223-638				
SUCURSAL QUITO 2: Av. Amazonas 47-105 entre Andara e Indanza • Telf.: (593)2 2256-370 • Telefax: (593)2 2250-370				
SUCURSAL GUAYAQUIL: Av. del Periodista (San Jorge, 409 y Av. Clorpo • Telf.: (593)4 2336-876 • 059-770442 • Telefax: (593)4 2336-879				
E-mail: equindeca@que.sanet.net • Ecuador				



Anexo 11

DECA Cía. Ltda.
para la industria Alimentaria

PROFORMA
Nº 0023284

Cliete: ADU - Services Atención a: _____
Dirección: _____
Teléfonos: _____ Fax: _____ R.U.C.: _____
Fecha pedido: _____ Fecha de entrega: _____ Vendedor: EH Ciudad: Quito
Condiciones: _____

CODIGO	DESCRIPCION	UNID.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
02-102	Cuchara ranurada	1		3.59
02-103	Cuchara sólida	1		3.91
02-104	Cuchara madera 30cm	1		8.03
02-064	Cuchara sólida	1		1.67
02-266	Jarra Térmica	1		24.14
02-046	Cucharon Bone	1		3.47
02-210	Tapa para picar	1		18.36
50-500	Cucharita	1		1.11
50-501	Remedor - ensalada	1		1.80
50-502	Remedor de mesa	1		2.16
50-503	Cuchillo postre	1		1.80
50-504	Cuchillo de mesa	1		2.16
50-505	Cuchillo mantequilla	1		1.21
50-506	Cuchara café expreso	1		0.66
50-507	Cuchara té	1		1.56
50-508	Remedor - Ombra	1		1.19
OBSERVACIONES: _____ _____ _____ _____ _____			SUBTOTAL \$	
			DESC. % \$	
			TRANS \$	
			I.V.A. <u>12</u> % \$	
			TOTAL \$	
FIRMA Y SELLO CLIENTE				
CASA MATRIZ CUENCA: Salapagos y Emmeraldas esp. • Póliza: (593)7 2668-444 • Fax: (593)7 2621-442 / 2943-221 SUCURSAL CUENCA: San Blas s/n y Manuel Vega • Telefax: (593)7 2830-223 SUCURSAL QUITO 1: Hotel Bernard, local 3, Quesoras del Medio 5-98 y Av. Colombia, frente al Hospital Villar • Tel.: (593)2 2547-021 / 099-770444 • Telefax: (593)2 2223-608 SUCURSAL QUITO 2: Av. Amazonas 47-105 entre Endera y Indanza • Tel.: (593)2 2256-373 • Telefax: (593)2 2256-374 SUCURSAL GUAYAQUIL: Av. del Peñolista (San Jorge) 408 y Av. Olmeco • Tel.: (593)4 2288-676 / 099-770442 • Telefax: (593)4 2235-673 E-mail: equindecs@eue.satnet.net • Ecuador				



Anexo 12



EQUINDECA Cía. Ltda.
Equipos para la industria Alimentaria

PROFORMA
Nº 0023285

Cliente: ADS Servicios Atención a: _____
Dirección: _____
Teléfonos: _____ Fax: _____ R.U.C.: _____
Fecha pedido: _____ Fecha de entrega: _____ Vendedor: EH Ciudad: Quito
Condiciones: _____

CODIGO	DESCRIPCION	UNID.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
50509	Cuchara de sopa	1		1.70
50510	Lonchero de pescado	1		1.85
50512	Cuchillo de carne	1		6.34
44008	Cortadora	1		5.58
02213	Canastilla plástica	1		2.72
02135	Cerrador de coctales	1		2.11
44010	Medidor de picores	1		2.18
02128	Mozzador de bar	1		8.46
02266	Jarra térmica	1		24.14
03021	Charol anidad	1		37.64
03025	Charol de corcho	1		16.81
17001	Para frutas y verduras	1		2.65
17003	Desmenuzador	1		4.86
17011	Polax papas	1		3.64
17016	Cuchillo espatula	1		6.93
17008	Cuchillo cocinero	1		22.46
OBSERVACIONES: _____ _____ _____ _____ _____			SUBTOTAL S	
			DESC. % S	
			TRANS S	
			I.V.A. 12% S	
			TOTAL S	
FIRMA Y SELLO CLIENTE				
CASA MATRIZ CUENCA: Galápagos y Esmeraldas esq. • Pícaros: (593) 7 2882-444 • Fax: (593) 7 2881-442 / 2849-821 SUCURSAL CUENCA: San Blas y Manuel Vega • Teléfax: (593) 7 2830-223 SUCURSAL QUITO 1: Hotel Bamerid, local 3, Quispeas del Medio 508 y Av. Coloma • Frente al Hospital Militar • Tel's: (593) 2 2547-021 / 049-770444 • Teléfax: (593) 2 2225-638 SUCURSAL QUITO 2: Av. Amazonas 47-103 entre Ecuador e Indanza • Tel's: (593) 2 2256-670 • Teléfax: (593) 2 2256-074 SUCURSAL GUAYAQUIL: Av. del Periodista / Benavente 408 y Av. Olmedo • Tel's: (593) 4 2286-675 / 059-770442 • Teléfax: (593) 4 2286-679 E-mail: equindeca@com.sane.net • Ecuador				



Anexo 13



EQUINDECA Cía. Ltda.
Equipos para la industria Alimentaria

PROFORMA
Nº 0023285

Cliente: ADS Servicios Atención a: _____
Dirección: _____
Teléfonos: _____ Fax: _____ R.U.C.: _____
Fecha pedido: _____ Fecha de entrega: _____ Vendedor: EN Ciudad: Dob
Condiciones: _____

CODIGO	DESCRIPCION	UNID.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
68001	Plato base	1		2.65
68002	Plato cuadrado	1		2.39
68003	Plato hondo	1		2.39
68004	Fuente cuadrada	1		3.21
68005	Plato posaire	1		1.83
68006	Plato pan	1		1.38
01-211	Vaso 338 ml.	1		0.47
01-208	Vaso 305 ml.	1		0.50
01-056	Vino - 20 cl.	1		1.35
01-008	Copa vino	1		1.35
01-004	Cocktail	1		1.96
01-005	Servicero	1		2.00
01-057	Cordón seguridad	1		1.70
01-016	Rock pedastal	1		2.87
01-013	Margarita dona	1		3.66
01-036	Decoración	1		4.68
OBSERVACIONES: _____ _____ _____ _____ _____			SUBTOTAL \$	
			DESC. % \$	
			TRANS \$	
			I.V.A. % \$	
			TOTAL \$	
FIRMA Y SELLO CLIENTE				
CASA MATRIZ CUENCA: Galápagos y Esmeraldas eq. • Phone: (593)7 2898-444 • Fax: (593)7 2891-442 / 2943-221 SUCURSAL CUENCA: San Blas y Manuel Vega • Telefax: (593)7 2830-223 SUCURSAL QUITO 1: Hotel Barnard, local 3, Quesada del Medio 5-08 y Av. Colombia, frente al Hospital Militar • Telfs.: (593)2 2547-021 / 099-770444 • Telefax: (593)2 2233-636 SUCURSAL QUITO 2: Av. Amazonas 47-105 entre Endero e Indanza • Telfs.: (593)2 2256-373 • Telefax: (593)2 2256-374 SUCURSAL GUAYAQUIL: Av. del Periodista (San Jorge) 408 y Av. Olimpo • Telfs.: (593)4 2256-576 / 099-770442 • Telefax: (593)4 2256-579 E-mail: equindeca@cue.sanet.net • Ecuador				



Anexo 14

PARAISO TROPICAL

Santo Domingo de los Colorados se encuentra entre la Sierra y la Costa. Progresista ciudad rodeada de un escenario impresionante de bosques tropicales, ríos, cascadas y animales silvestres. Se caracteriza por ser punto de enlace entre las regiones del país. Tiene cuatro vías de acceso que conectan con Quito, Guayas, Manabí y Esmeraldas. Su población, principalmente agrícola, se dedica al cultivo del banano, caña de azúcar, abacá, palma africana, plátano, piña, etc., y la ganadería como uno de los rubros económicos de gran impacto en el cantón.

Tradicionalmente esta zona ha sido conocida por ser hábitat de la tribu nativa de los Tsáchilas (indios Colorados), que conservan aún sus costumbres. Una de las características de los varones de esta comunidad, es la tintura de su cabello con un tinte de color rojo obtenido de la planta denominada achiote, un pequeño fruto rojizo, que sirve de condimento para los alimentos.

En su visita a Santo Domingo de los Colorados, vivirá de una experiencia inolvidable puesto que, gozará de una diversidad de climas, fauna y flora privilegiada, infraestructura hotelera, restaurantes, diversión nocturna, belleza de su paisaje y amabilidad de su gente.

Los lugares turísticos que no pueden faltar en su estadía son:

- Shamanes y Medicina Tradicional en la Comunidad Tsáchila (Colorados)
- Feria Ganadera
- Zona Comercial
- Plaza Cívica "El Sueño de Bolívar"
- Mercado de alimentos, todos los días del año
- Templos Religiosos: Parque Zaracay
- Cerro Bombolí
- Ríos y Cascadas
- Bosque Protector La Perla



MAPA TURÍSTICO DEL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS



Tiempo de llegada:

Altitud:

Población:

Clima:

Idiomas:

Parroquias:

3 horas en vehículo desde Quito, 4 horas desde Guayaquil
655 msnm.

287.018 habitantes aprox.

Tropical húmedo, 22,9° C.

Castellano y Tsafiqui (idioma de los indios colorados)

Urbanas: Santo Domingo de los Colorados, Chiguilpe, Río Verde, Abrahám Calazacón, Bombolí, Zaracay y Río Toachi.

Rurales: Alluriquín, Luz de América, Puerto Limón, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, Nuevo Israel, Santa María del Toachi y El Esfuerzo. Chiguilpe, Otongo Mapali, Peripa, Poste, Filomena Aguavil, Congoma, El Búa, Naranjo,

Comunidades Tsáchilas:



NUESTRAS RAICES

En la hacienda Santa Rosa de propiedad del Sr. Domingo Giacometti, en la altiplanicie del Pove, se formaron los barrios: La Carolina, La Florida y Santa Fe, históricos sectores que acogen a los primeros pobladores de este cantón.



Don Benigno de la Cueva y su casa construida en 1953

Don Benigno de la Cueva el más antiguo colono del sector, a su 87 años de edad es fiel testigo de lo que fue Santo Domingo de los Colorados en sus incios. El nos manifiesta que "en este lugar que en muchos tramos era inhóspito, habitaban animales salvajes y poco a poco se fue habitando..."

*En el **Barrio La Carolina** se asentaron las familias: Naranjo, Cadena, de la Cueva, Espín, Morales, Guevara, Manosalvas y Loor. En el **Barrio La Florida**, las familias: Cárdenas, Polanco, Heredia, Reyes Flores, Reyes Rivera, Pólit, Lugo, Carrera, Suárez, Benalcázar y Villagómez.*

*En el **Barrio Santa Fé** las familias: Obando, Pacheco, Museht, Fiallo, Ramírez, Rincón y Paredes.*



JUSTO HOMENAJE AL COLONO

La administración municipal presidida por Don Kléber Paz y Miño Flores, en homenaje al colono, valeroso trabajador que dejando su tierra natal se remontó en la selva inhóspita para convertirla en tierra de progreso y desarrollo, construyó en el 2003 el parque "El Colono", en cuyo centro se levanta altivo el monumento al hombre colono, rodeado de hermosos jardines y moderna iluminación.



Parque "El Colono", Barrio La Carolina (2003)



Don Kléber Paz y Miño F.

106 años después...

Transcurridos 106 años del histórico acto de fundación colona, Santo Domingo de los Colorados es una ciudad moderna, dinámica y comercial por excelencia, con innumerables atractivos turísticos, que son orgullo de sus habitantes, como la Plaza Cívica "El Sueño de Bolívar", la pileta "Pio XII",

la pileta y monumentos de la "Y del Indio Colorado", el Anillo Vial de Circunvalación, el parque "Al Colono", el parque "Las Ex-Reinas", el nuevo "Circulo de los Continentes" y el moderno puente peatonal "Los Rosales", entre otros.

El alcalde que más influencia ha ejercido en el progreso y desarrolló de esta mágica región es Don Kléber Paz y Miño Flores quien ha dirigido por cuatro ocasiones los destinos del cantón: 1970-1972, 1979-1984, 2000-2005 y 2005-2009. Oriundo de San Miguel de Bolívar, reside en Santo Domingo desde hace 54 años.



Pileta Luminosa "Pio XII" (2.002)



ACTA DE FUNDACIÓN

INFORME del Gobernador Rafael Gómez de la Torre al Ministro del Interior.:

"...el 6 de noviembre de 1899 nos constituimos en la altiplanicie del "Pove", mi persona, el Sr. Edmundo Catford (secretario ad-hoc), el Sr. José Hipólito Frandín, Don Augusto Gatchet, el Sr. Domingo Giacometti y varios vecinos del lugar. Recorrida la localidad, se acordó en base a las condiciones higiénicas, señalar el punto en que debía fundarse el pueblo cuya denominación será Santo Domingo de los Colorados, denominación acordada tanto por ser tradicional como por haberlo exigido los antiguos moradores de esta bella sección del pueblo ecuatoriano. Inmediatamente procedimos a la medición del sitio en que debe ubicarse la plaza central del futuro pueblo, la casa de Gobierno y la Iglesia. Terminado el acto con la solemne bendición del lugar efectuada por el patriota presbítero Dr. Juan B. Eguez y con la colocación de la primera piedra en el centro del sitio fijado para la plaza..."



Antiguo Redondel de La Carolina en 1.999



6 DE NOVIEMBRE DE 1899

El 6 de noviembre de 1899 constituye la partida de nacimiento de nuestra ciudad. En esta fecha el entonces gobernador de Pichincha, Rafael Gómez de la Torres, fundó oficialmente el pueblo de Santo Domingo de los Colorados en la altiplanicie denominada "El Pove", lugar donde hoy se encuentran los barrios La Carolina, La Florida y Santa Fe.

Por este motivo el I. Concejo Municipal en sesión del 19 de octubre de 1991, resolvió que cada 6 de Noviembre se celebre este histórico acontecimiento.

Previamente, el 29 de mayo de 1861 se promulgó la Ley de División Territorial, que creó a Santo Domingo de los Colorados como parroquia rural del Cantón Quito, en la Provincia de Pichincha.

En 1875 mediante la aplicación de la Ley de Enajenación de Tierras Baldías, apertura y mantenimiento de caminos y las leyes de fomento y explotación de caucho silvestre, se produjo la llegada de los primeros colonos nacionales y extranjeros.

El 23 de julio de 1883 se creó el Cantón ^{Mesía} ~~Ruminahui~~ y Santo Domingo de los Colorados fue anexado a dicho Cantón.

En 1944 La Asamblea Nacional Constituyente anexa nuevamente la Parroquia Santo Domingo de los Colorados al cantón Quito.



El Río Pove en 1.952





Santo Domingo **Tierra de Integración Nacional.**

Está ubicado en el sector occidental de la Provincia de Pichincha, a 133 kilómetros de la capital de la República.

Cabecera cantonal: Santo Domingo de los Colorados.

Superficie: 397.006,97 hectáreas

Temperatura Media: 22,9 grados centígrados.

Altitud: 655 msnm.

Población real: 450.000 habitantes.

Clima: húmedo.

Límites:

Norte: Provincia de Esmeraldas y Cantones: San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito (Pichincha)
Provincia de Los Ríos.

Este: Distrito Metropolitano de Quito y Cantón Mejía

Oeste: Provincia de Manabí

Parroquias Urbanas: Santo Domingo de los Colorados, Zaracay, Bombolí, Río Verde, Río Toachi, Abraham Calazacón y Chigüilpe.

Parroquias Rurales: San José de Alluriquín, Puerto Limón, Luz de América, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo y Santa María del Toachi.



Palacio Municipal, sede del Gobierno Cantonal



6 de Noviembre



Fundación Colona de Santo Domingo de Los Colorados



**Gobierno Municipal
de Santo Domingo**

Dirección de Comunicación Social



Anexo 15

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....105

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD.....43

4.- ESTADO CIVIL UNION LIBRE

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....SANTO DOMINGO

6.- OCUPACION. ARQUITECTO

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....NO

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....4

CAFETERIA.....3

CANCAHAS DEPORTIVAS.....6

AREAS VERDES.....7

SALON DE BELLEZA.....1

SALON DE EVENTOS.....2

GIMNASIO.....5

PARQUES INFANTILES.....6

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....10

TENNIS.....9

SQUASH.....4

NATACION.....8

GOLF.....3

BASQUET.....6

RAQUET.....5

VOLEY.....7

EQUITACION.....2

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....106

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD.....30.....

4.- ESTADO CIVIL.....UNION LIBRE

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....LA CONCORDIA.....

6.- OCUPACION.....CHAIPOLOGA

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....CLINICA PRIVADA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....SI.....
.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....4.....

CAFETERIA.....3.....

CANCAHAS DEPORTIVAS.....8.....

AREAS VERDES.....7.....

SALON DE BELLEZA.....3.....

SALON DE EVENTOS.....3.....

GIMNASIO.....1.....

PARQUES INFANTILES.....6.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....7.....

TENNIS.....8.....

SQUASH.....3.....

NATACION.....4.....

GOLF.....4.....

BASQUET.....6.....

RAQUET.....3.....

VOLEY.....10.....

EQUITACION.....2.....

OTROS (cual).....1.....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE
POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....107

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD.....48...

4.- ESTADO CIVIL...*Unión Libre*

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....*Santa Domingo*.....

6.- OCUPACION...*CONSEJA*

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....*UNIVERSAL PRO*.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....*SI*.....
.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE...*3*.....

CAFETERIA...*4*.....

CANCAHAS DEPORTIVAS...*8*.....

AREAS VERDES...*7*.....

SALON DE BELLEZA...*1*.....

SALON DE EVENTOS...*2*.....

GIMNASIO...*5*.....

PARQUES INFANTILES...*6*.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL...*10*.....

TENNIS...*8*.....

SQUASH...*3*.....

NATACION...*9*.....

GOLF...*4*.....

BASQUET...*6*.....

RAQUET...*5*.....

VOLEY...*7*.....

EQUITACION...*2*.....

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE
POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....

8000 a 10000...*X*.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....108

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD.....37

4.- ESTADO CIVIL...~~CABA~~.....

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....CA (MDP)

6.- OCUPACION.....-

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....-

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....No.....
.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....2.....

CAFETERIA.....3.....

CANCAHAS DEPORTIVAS.....4.....

AREAS VERDES.....5.....

SALON DE BELLEZA.....8.....

SALON DE EVENTOS.....1.....

GIMNASIO.....7.....

PARQUES INFANTILES.....6.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....7.....

TENNIS.....8.....

SQUASH.....6.....

NATACION.....9.....

GOLF.....5.....

BASQUET.....4.....

RAQUET.....3.....

VOLEY.....10.....

EQUITACION.....2.....

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE
POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

- 1.- ENCUESTA NÚMERO.....101
- 2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (V)✓
- 3.- EDAD.....35
- 4.- ESTADO CIVIL...CASADA..
- 5.-LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....SANTO DOMINGO.....
- 6.- OCUPACION...ADMINISTRADORA
- 7.- NOMBRE DE LA EMPRESA....MI COMISARIATO.....
- 8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE
.....SI.....
.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....3.....	SALON DE BELLEZA.....4.....
CAFETERIA.....5.....	SALON DE EVENTOS.....2.....
CANCAHAS DEPORTIVAS.....6.....	GIMNASIO.....1.....
AREAS VERDES.....8.....	PARQUES INFANTILES.....7.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....9.....	BASQUET.....5.....
TENNIS.....7.....	RAQUET.....4.....
SQUASH.....6.....	VOLEY.....10.....
NATACION.....8.....	EQUITACION.....2.....
GOLF.....3.....	OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....

8000 a 10000.....X.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.... 109

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD..... 45

4.- ESTADO CIVIL..... Casado

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)..... Santo Domingo

6.- OCUPACION..... EMPRESA ELECTICA

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

..... No

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE..... 5

CAFETERIA..... 4

CANCAHAS DEPORTIVAS..... 6

AREAS VERDES..... 7

SALON DE BELLEZA..... 8

SALON DE EVENTOS..... 3

GIMNASIO..... 8

PARQUES INFANTILES..... 7

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL..... 7

TENNIS..... 6

SQUASH..... 8

NATACION..... 5

GOLF..... 4

BASQUET..... 9

RAQUET..... 3

VOLEY..... 10

EQUITACION..... 2

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000..... X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....110

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD.....60

4.- ESTADO CIVIL.....UNION LIBRE

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....QUINTA DE

6.- OCUPACION.....COMERCiante

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....5

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....7

SALON DE BELLEZA.....2

CAFETERIA.....6

SALON DE EVENTOS.....1

CANCAHAS DEPORTIVAS.....8

GIMNASIO.....5

AREAS VERDES.....7

PARQUES INFANTILES.....6

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....1

BASQUET.....8

TENNIS.....6

RAQUET.....2

SQUASH.....6

VOLEY.....3

NATACION.....1

EQUITACION.....2

GOLF.....4

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE
POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....1

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO..... 111

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD... 40...

4.- ESTADO CIVIL... soltero...

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)..... la ciudad

6.- OCUPACION.....

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

..... NO

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE..... 5

CAFETERIA..... 7

CANCAHAS DEPORTIVAS..... 6

AREAS VERDES..... 4

SALON DE BELLEZA..... 7

SALON DE EVENTOS..... 4

GIMNASIO..... 7

PARQUES INFANTILES..... 8

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE
SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL..... 10

TENNIS..... 5

SQUASH..... 9

NATACION..... 6

GOLF..... 3

BASQUET..... 7

RAQUET..... 8

VOLEY..... 6

EQUITACION..... 3

OTROS (cual)..... 7

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE
POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....

8000 a 10000..... X

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....112

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD.....25

4.- ESTADO CIVIL.....soltero

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo

6.- OCUPACION.....comerciante

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....-

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....6	SALON DE BELLEZA.....2
CAFETERIA.....3	SALON DE EVENTOS.....1
CANCAHAS DEPORTIVAS.....7	GIMNASIO.....3
AREAS VERDES.....4	PARQUES INFANTILES.....8

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....10	BASQUET.....9
TENNIS.....3	RAQUET.....2
SQUASH.....2	VOLEY.....8
NATACION.....4	EQUITACION.....7
GOLF.....6	OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....122

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO ☒

3.- EDAD.....37

4.- ESTADO CIVIL.....Unión Libre

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....San Domingo

6.- OCUPACION.....Revisor Administrativo

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....5

SALON DE BELLEZA.....3

CAFETERIA.....4

SALON DE EVENTOS.....7

CANCAHAS DEPORTIVAS.....8

GIMNASIO.....6

AREAS VERDES.....2

PARQUES INFANTILES.....1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....9

BASQUET.....4

TENNIS.....8

RAQUET.....5

SQUASH.....3

VOLEY.....6

NATACION.....10

EQUITACION.....7

GOLF.....2

OTROS (cual).....1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....123

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO ☒

3.- EDAD.....32

4.- ESTADO CIVIL.....Casado

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo

6.- OCUPACION.....Avo de Casa

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....3

CAFETERIA.....2

CANCAHAS DEPORTIVAS.....8

AREAS VERDES.....1

SALON DE BELLEZA.....5

SALON DE EVENTOS.....6

GIMNASIO.....7

PARQUES INFANTILES.....4

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....8

TENNIS.....9

SQUASH.....2

NATACION.....10

GOLF.....6

BASQUET.....5

RAQUET.....4

VOLEY.....3

EQUITACION.....2

OTROS (cual).....1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO... 124

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD... 42

4.- ESTADO CIVIL... Divorcedo

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)... Sanb Domago

6.- OCUPACION... Conductor

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA... Ray Lake

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

..... Si

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE... 7	SALON DE BELLEZA... 3
CAFETERIA... 2	SALON DE EVENTOS... 5
CANCAHAS DEPORTIVAS... 8	GIMNASIO... 6
AREAS VERDES... 1	PARQUES INFANTILES... 4

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL... 3	BASQUET... 9
TENNIS... 4	RAQUET... 7
SQUASH... 2	VOLEY... 8
NATACION... 10	EQUITACION... 6
GOLF... 5	OTROS (cual)... 1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....

8000 a 10000... X

12000 a al 5000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO..... 125

2.- SEXO MASCULINO ☒ FEMENINO ()

3.- EDAD..... 35

4.- ESTADO CIVIL..... Casado

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)..... La Unión

6.- OCUPACION..... Extractor Petrolero

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

..... SI

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE..... 3	SALON DE BELLEZA..... 1
CAFETERIA..... 2	SALON DE EVENTOS..... 6
CANCAHAS DEPORTIVAS..... 8	GINNASIO..... 7
AREAS VERDES..... 5	PARQUES INFANTILES..... 4

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL..... 10	BASQUET..... 8
TENNIS..... 6	RAQUET..... 6
SQUASH..... 3	VOLEY..... 7
NATACION..... 9	EQUITACION..... 5
GOLF..... 2	OTROS (cual)... f.....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000..... X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....126

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO ☒

3.- EDAD...30...

4.- ESTADO CIVIL...Casada...

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo.....

6.- OCUPACION...Ama de Casa

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE...2.....

CAFETERIA...1.....

CANCAHAS DEPORTIVAS...7.....

AREAS VERDES...6.....

SALON DE BELLEZA...4.....

SALON DE EVENTOS...3.....

GIMNASIO...5.....

PARQUES INFANTILES...8.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL...10.....

TENNIS...8.....

SQUASH...3.....

NATACION...9.....

GOLF...2.....

BASQUET...6.....

RAQUET...5.....

VOLEY...4.....

EQUITACION...7.....

OTROS (cual)...1.....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....

8000 a 10000...X.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....127

2.- SEXO MASCULINO ☒ FEMENINO ()

3.- EDAD.....29

4.- ESTADO CIVIL.....Soltero

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Srio Domingo

6.- OCUPACION.....Comerciante

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....SI

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....5

SALON DE BELLEZA.....1

CAFETERIA.....4

SALON DE EVENTOS.....6

CANCAHAS DEPORTIVAS.....8

GIMNASIO.....7

AREAS VERDES.....2

PARQUES INFANTILES.....3

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....10

BASQUET.....7

TENNIS.....4

RAQUET.....8

SQUASH.....3

VOLEY.....6

NATACION.....9

EQUITACION.....8

GOLF.....2

OTROS (cual).....1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....10

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....128

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD 40.....

4.- ESTADO CIVIL Divorciada.....

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector) Santo Domingo.....

6.- OCUPACION Municipalidad.....

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA Municipio.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

No.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE 1.....

CAFETERIA 2.....

CANCAHAS DEPORTIVAS 8.....

AREAS VERDES 3.....

SALON DE BELLEZA 5.....

SALON DE EVENTOS 6.....

GIMNASIO 7.....

PARQUES INFANTILES 4.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL 4.....

TENNIS 4.....

SQUASH 3.....

NATACION 10.....

GOLF 2.....

BASQUET 7.....

RAQUET 6.....

VOLEY 5.....

EQUITACION 8.....

OTROS (cual) 1.....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000 X.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....129

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD..52.....

4.- ESTADO CIVIL.....Union Libre

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....La Concordia.....

6.- OCUPACION.....Ganadero

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....8.....

SALON DE BELLEZA.....4.....

CAFETERIA.....1.....

SALON DE EVENTOS.....5.....

CANCAHAS DEPORTIVAS.....7.....

GIMNASIO.....6.....

AREAS VERDES.....2.....

PARQUES INFANTILES.....3.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....10.....

BASQUET.....5.....

TENNIS.....8.....

RAQUET.....3.....

SQUASH.....7.....

VOLEY.....2.....

NATACION.....9.....

EQUITACION.....4.....

GOLF.....6.....

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....130

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD.....36

4.- ESTADO CIVIL.....Casada

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....San Isidro

6.- OCUPACION.....Ama de Casa

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....SI

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....6

CAFETERIA.....5

CANCAHAS DEPORTIVAS.....7

AREAS VERDES.....1

SALON DE BELLEZA.....9

SALON DE EVENTOS.....3

GIMNASIO.....8

PARQUES INFANTILES.....2

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....9

TENNIS.....8

SQUASH.....7

NATACION.....10

GOLF.....6

BASQUET.....5

RAQUET.....3

VOLEY.....8

EQUITACION.....5

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO... 131

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO ☒

3.- EDAD... 30

4.- ESTADO CIVIL... Soltera

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)... Santo Domingo

6.- OCUPACION... Distribución de Productos

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

..... Si

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE... 2

SALON DE BELLEZA... 2

CAFETERIA... 3

SALON DE EVENTOS... 6

CANCAHAS DEPORTIVAS... 5

GIMNASIO... 8

AREAS VERDES... 4

PARQUES INFANTILES... 1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL... 4

BASQUET... 8

TENNIS... 5

RAQUET... 3

SQUASH... 3

VOLEY... 6

NATACION... 10

EQUITACION... 9

GOLF... 1

OTROS (cual)... ..

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000... ☒

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....132

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD...61.....

4.- ESTADO CIVIL...Casado.....

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santa Domingo.....

6.- OCUPACION...Distribuidor productos Agropecuarios.....

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA...Agropec.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....No.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE...8.....

SALON DE BELLEZA...2.....

CAFETERIA...7.....

SALON DE EVENTOS...3.....

CANCAHAS DEPORTIVAS...6.....

GIMNASIO...4.....

AREAS VERDES...5.....

PARQUES INFANTILES...1.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL...10.....

BASQUET...5.....

TENNIS...8.....

RAQUET...9.....

SQUASH.....

VOLEY...7.....

NATACION...9.....

EQUITACION...6.....

GOLF...3.....

OTROS (cual)...1.....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000...X.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO... 133

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD... 33

4.- ESTADO CIVIL... Union Libre

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)... La Union

6.- OCUPACION... Ex tractorero Monocuyo

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA... Ex tractorero

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

Si

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE... 6

SALON DE BELLEZA... 3

CAFETERIA... 5

SALON DE EVENTOS... 2

CANCAHAS DEPORTIVAS... 7

GIMNASIO... 8

AREAS VERDES... 4

PARQUES INFANTILES... 1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL... 10

BASQUET... 8

TENNIS... 4

RAQUET... 6

SQUASH... 3

VOLEY... 7

NATACION... 9

EQUITACION... 5

GOLF... 2

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000... X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....134

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD.....27

4.- ESTADO CIVIL.....Soltera

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Surto Domingo

6.- OCUPACION.....Periodista

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....Radio Mox

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....5

SALON DE BELLEZA.....8

CAFETERIA.....4

SALON DE EVENTOS.....7

CANCAHAS DEPORTIVAS.....3

GIMNASIO.....6

AREAS VERDES.....2

PARQUES INFANTILES.....1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....2

BASQUET.....8

TENNIS.....3

RAQUET.....2

SQUASH.....6

VOLEY.....6

NATACION.....10

EQUITACION.....9

GOLF.....5

OTROS (cual).....1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....135

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD.....42

4.- ESTADO CIVIL.....Divorceda

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo

6.- OCUPACION.....Ama de Casa

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....—

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....No

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....8

SALON DE BELLEZA.....5

CAFETERIA.....4

SALON DE EVENTOS.....2

CANCAHAS DEPORTIVAS.....6

GIMNASIO.....7

AREAS VERDES.....3

PARQUES INFANTILES.....1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....5

BASQUET.....6

TENNIS.....4

RAQUET.....7

SQUASH.....3

VOLEY.....8

NATACION.....10

EQUITACION.....9

GOLF.....2

OTROS (cual).....1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....136

2.- SEXO MASCULINO ☒ FEMENINO ()

3.- EDAD.....41.....

4.- ESTADO CIVIL.....Casado

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo

6.- OCUPACION.....Gonodero

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....Rey loche

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....Si.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....8

SALON DE BELLEZA.....3

CAFETERIA.....4

SALON DE EVENTOS.....2

CANCAHAS DEPORTIVAS.....6

GIMNASIO.....7

AREAS VERDES.....5

PARQUES INFANTILES.....1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....10

BASQUET.....8

TENNIS.....4

RAQUET.....7

SQUASH.....3

VOLEY.....8

NATACION.....9

EQUITACION.....4

GOLF.....2

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a al 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....137

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO (X)

3.- EDAD...34..

4.- ESTADO CIVIL...Union....Libre

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo

6.- OCUPACION...Año de casa

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....No

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE...8.....

SALON DE BELLEZA...5.....

CAFETERIA...3.....

SALON DE EVENTOS...4.....

CANCAHAS DEPORTIVAS...7.....

GIMNASIO...6.....

AREAS VERDES...2.....

PARQUES INFANTILES...1.....

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL...10.....

BASQUET...7.....

TENNIS...8.....

RAQUET...6.....

SQUASH...3.....

VOLEY...5.....

NATACION...9.....

EQUITACION...4.....

GOLF...2.....

OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000...X.....

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO...138

2.- SEXO MASCULINO () FEMENINO ☒

3.- EDAD...47

4.- ESTADO CIVIL...Casada

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector)...La Concordia

6.- OCUPACION...Administracion de Hotel

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA...Hotel Alavel

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....No

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE...8

SALON DE BELLEZA...2

CAFETERIA...5

SALON DE EVENTOS...6

CANCAHAS DEPORTIVAS...4

GIMNASIO...7

AREAS VERDES...3

PARQUES INFANTILES...1

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL...9

BASQUET...6

TENNIS...8

RAQUET...5

SQUASH...2

VOLEY...4

NATACION...10

EQUITACION...3

GOLF...2

OTROS (cual)...1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000...X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....139

2.- SEXO MASCULINO (X) FEMENINO ()

3.- EDAD.....40

4.- ESTADO CIVIL.....Unión libre

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....Santo Domingo

6.- OCUPACION.....Comerciante

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....No.....

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....6	SALON DE BELLEZA.....1
CAFETERIA.....5	SALON DE EVENTOS.....2
CANCAHAS DEPORTIVAS.....8	GIMNASIO.....7
AREAS VERDES.....4	PARQUES INFANTILES.....3

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....10	BASQUET.....6
TENNIS.....8	RAQUET.....5
SQUASH.....7	VOLEY.....4
NATACION.....9	EQUITACION.....3
GOLF.....2	OTROS (cual).....

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....

ENCUESTA

1.- ENCUESTA NÚMERO.....140

2.- SEXO MASCULINO ☒ FEMENINO ()

3.- EDAD.....72...

4.- ESTADO CIVIL.....Vuelto

5.- LUGAR DE RESIDENCIA (sector).....La Concordia

6.- OCUPACION.....Barbero

7.- NOMBRE DE LA EMPRESA.....

8.- CONOCE UD. UN CLUB CAMPESTRE

.....SI

9.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 8 (8 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

RESTAURANTE.....8

CAFETERIA.....7

CANCAHAS DEPORTIVAS.....2

AREAS VERDES.....6

SALON DE BELLEZA.....1

SALON DE EVENTOS.....3

GINNASIO.....4

PARQUES INFANTILES.....5

10.- EN UN ORDEN DE IMPORTANCIA DE 1 AL 10 (10 más importante) QUE SERVICIOS QUISIERA USTED

FUTBOL.....6

TENNIS.....9

SQUASH.....7

NATACION.....8

GOLF.....5

BASQUET.....4

RAQUET.....3

VOLEY.....2

EQUITACION.....10

OTROS (cual).....1

11.- CUANTO UD. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA MEMBRECIA DE POR VIDA EN UN CLUB CAMPESTRE

6000 a 8000.....X

8000 a 10000.....

12000 a 15000.....

15000 en adelante.....



BIBLIOGRAFIA.

- LEY DE COMPANIAS DEL ECUADOR: disposiciones generales Publicación, 2003.
- LEY DE DESARROLLO TURISTICO: reglamento. Edición 2002, legislación conexas.
- LEY DE TURISMO. Reglamentos de actividades turísticas. Edición agosto 2003. sección I documento 3.
- Estatutos de la CAPTUR.
- Inventario de servicios turísticos. Ministerio de turismo.
- Estructura de mercado turístico. JORDI MONTANER MONTEJANO. 2^{da} edición actualizada.
- Cátedra historia del turismo. GUSTAVO POVILA UISEK. 2003
- Mercadotecnia para la Hotelería y Turismo. Philip Kotler
- Lista de precios de la cámara de la construcción Quito 2006
- Municipio de la Ciudad de Santo Domingo
- Preparación y Evaluación de Proyecto
- DAVILA, G. 2002. Cátedra de Introducción al Turismo y Hotelería. U.I.S.E.K
- *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- <http://www.industriadelturismo.com/>
- http://www.unwto.org/index_s.php
- http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo
- Organización Mundial del Turismo(OMT), la división de estadística e informática de Cetur, y de propuestas de políticas de turismo del Arq. Héctor Cevallos.
- Municipio De Santo Domingo De Los Colorados
- ARCHIVO HISTORICO; Municipio Santo Domingo De Los Colorados
- Consultorio Jurídico Prado y Asociados

PROGRAMAS

Milenium
SPSS
SIISE