

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL

SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

Carrera de Administración y Dirección de Empresas

Turísticas

TESIS DE GRADO

TEMA: “CREACION DE HOSTERIA EN LA HACIENDA

SAN ISIDRO EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTOR: FABIOLA LARREA GROSS

QUITO – ECUADOR

2007 - 2008

DEDICATORIA

A mis padres, por enseñarme a afrontar los retos con perseverancia; y los éxitos con humildad y sabiduría.

Para ellos, por siempre confiar en mí y ser parte de mis sueños y anhelos; por todo el esfuerzo y sacrificio que han realizado para que salga adelante a pesar de las adversidades, por ser mi ejemplo a seguir y sin cuya ayuda varias de mis metas no hubieran sido alcanzadas.

A mi hijo y mi esposo por ser mi inspiración de superación en todo momento

AGRADECIMIENTO

A Dios, por siempre guiar mi camino y demostrarme que en mi debilidad se engrandece su fortaleza y por enseñarme su luz en los momentos de desesperanza.

A mi madre, por ser mi ejemplo de fortaleza, superación y constancia, por ofrecerme siempre la mano amiga y la palabra alentadora que nunca dejó que desfallezca en este intento.

A mi padre, por mostrarme que jamás debo dejar de alcanzar mis sueños y que solo con esfuerzo y sacrificio se logran las mejores cosas, por todo el profesionalismo e integridad, que siempre han inculcado en mi, a ellos les debo uno de los beneficios más importantes, que es el de la educación.

A mi Hijo José Joaquín por ser el mas grande tesoro que Dios me pudo dar, por ser mi inspiración y mi fuerza para salir adelante, por ti mi amor, por el excelente legado que dejaste en mi vida, porque donde quiera que te encuentres en un futuro quisiera que siempre estés orgulloso de que su mami haya alcanzado esta y muchas otras metas.

A mi esposo Eduardo, por estar a mi lado en todo momento, a pesar de la distancia, por rodearme de positivismo, cariño y por siempre recordarme de lo que soy capaz de lograr.

A mis hermanos Karina, Dennis, Charlie y Jenny, y mis adoradas sobrinas, quienes siempre han estado pendientes de mis triunfos y fracasos, por toda su ayuda incondicional y por todo el apoyo que representan para mi.

A todos mis amigos quienes de una u otra forma me brindaron su ayuda, consejos y conocimientos, por estar siempre junto a mi en las buenas y en las malas, por ser mis hermanos.

Al esfuerzo realizado por el Ing. Rodrigo Irigoyen al dirigirme en la elaboración de esta tesis, a mis profesores queridos Roberto y José Unda y a la Universidad Internacional SEK, de la cual llevo las mejores amistades, experiencias y conocimientos para afrontar nuevos retos en mi vida.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país maravilloso, en el cual, se puede encontrar un sin numero de paisajes, gracias a su geografía y a la corta distancia que existe entre una y otra región. En pocas horas se puede cambiar de hábitat natural a otro completamente distinto, con una flora y fauna propia de cada zona.

Por toda esa diversidad ecológica y geográfica el Ecuador es un país en el cual se pueden realizar muchas actividades, no solo turísticas, sino también de recreación.

Hoy en día, en el mundo se están desarrollando una serie de actividades ligadas con el turismo, las cuales de una u otra manera, están contribuyendo a elevar el nivel de vida de las personas.

El Ecuador se ha caracterizado siempre por la infinidad de recursos naturales con los que cuenta. Pero desgraciadamente, esto no ha sido suficiente para poder llegar a tener una identidad como lo que somos y lo que tenemos.

Actualmente el país no dispone de una variedad de opciones turísticas que permitan mayor rentabilidad y más bien se ha polarizado únicamente el ecoturismo como producto principal pudiendo saturar el mercado en este campo, olvidándose que también se puede explotar el turismo rural en sitios ancestrales como en antiguas haciendas que envuelve al turista en un ambiente lleno de emociones y vivencias diferentes. La variedad de propuestas para el turista puede darle al país mayor competitividad dentro de la región.

Debido a esta situación, es de vital importancia para el país que el turismo abra las puertas con mas opciones para satisfacer las necesidades de los visitantes y obtener mayor demanda.

Este tema ha abierto muchas perspectivas de lo que podemos llegar a realizar. Si solamente damos a conocer nuestro país con sus recursos turísticos e históricos básicos. En este caso como es la creación de una Hostería en la Hacienda San Isidro en la Provincia de Cotopaxi.

Tenemos todo lo necesario en nuestras manos y no podemos desperdiciarlo, solamente debemos realzarlos y llevar nuestras ideas a verdaderos proyectos y materializarlos.

Una de las principales motivaciones para realizar este trabajo, aparte del valor sentimental que me embarga, fue el hecho de sentirme responsable de realizar algo provechoso para mi país y su reconocimiento como lo que es, “UN PAÍS MARAVILLOSO”.

INTRODUCTION

Ecuador is a wonderful country, in which, it is possible to be found without I number of landscapes, thanks to his geography and the short distance that exists between one and another region. In few hours it is possible to be changed of natural habitat to completely different other, with a flora and own fauna of each zone.

By all that ecological and geographic diversity Ecuador is a country in which many activities can be made, not only tourist, but also of recreation.

Nowadays, in the world a series of activities related with the tourism is being developed, which of one or another way, is contributing to elevate the standard of life of the people.

Ecuador has been always characterized by the infinity of natural resources on which it counts. But, this has unfortunately not been sufficient to be able to get to have an identity like which we are and what we have.

At the moment the country does not have a variety of tourist options that allow greater yield and rather the ecoturismo like main product has been polarized solely being able to saturate the market in this field, forgetting that also the rural tourism in ancestral sites like in old properties can be exploded that surround to the tourist in an ambient plenty of emotions and different experiences. The variety of proposals for the tourist can give to the country greater competitiveness him within the region.

Due to this situation, it is of vital importance for the country that the tourism opens the doors

with but options to satisfy the necessities with the visitors and to obtain greater demand.

This subject has opened many perspective from which we can get to make. If we only present our country with its basic tourist and historical resources. In this case as it is the creation of a Hostería in the Property San Isidro in the Province of Cotopaxi.

We have all the necessary one in our hands and we cannot waste it, we must heighten them and take our ideas to true projects and only materialize them.

One of the main motivations to make this work, was the make to feel to me responsible to make something beneficial for my country and its recognition like which it is, "a WONDERFUL COUNTRY".

OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

♦ Determinar la factibilidad organizacional, de mercado, técnica y financiera mediante un análisis de los requerimientos del mercado que permita justificar la creación de la Hostería en la Hacienda San Isidro de la Provincia de Cotopaxi, que ofrezca un servicio de alojamiento para orientar técnicamente el desarrollo de este importante renglón turístico de la patria y dar una recomendación para un futuro desarrollo sustentable del turismo rural.

1.2.2 Objetivo Específico

♦ Identificar la oferta y demanda actuales en la provincia de Cotopaxi y proyectadas a través de un estudio de mercado que permita delimitar las características que debe tener el servicio propuesto de acuerdo a los requerimientos y tendencias del mercado.

♦ Identificar las técnicas y procesos operativos que se deben adoptar a través de un análisis de las actividades, funciones y estrategias que se requieren plantear, a fin de explotar las oportunidades y fortalezas internas y asegurar el éxito de la empresa de acuerdo a los requerimientos del mercado.

♦ Recopilar información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que requiere cada unidad operacional mediante un análisis interno de la estructura operativa que se plantea a fin de optimizar los recursos y mejorar la toma de decisiones.

♦ Definir estrategias que optimicen los recursos con que cuenta la empresa, en especial el recurso humano a través de la determinación de una estructura organizacional sólida y eficiente, que permita para alcanzar con éxito la visión de la empresa y la estabilidad comercial.

♦ Identificar las restricciones y amparos que ofrece el ámbito legal frente a la propuesta mediante una investigación de leyes y reglamentos vigentes, con el propósito de orientar y desarrollar el proyecto de mejor manera.

- ♦ Determinar la inversión real necesaria y las formas de financiarla mediante la elaboración de un presupuesto y análisis de opciones de financiamiento, a fin de cubrir esta obligación sin afectar significativamente los resultados financieros esperados.
- ♦ Identificar el nivel de ingresos, gastos y costos incurridos utilizando los balances y flujos contables para realizar las proyecciones respectivas de acuerdo al horizonte del proyecto y la obtención de la rentabilidad deseada.
- ♦ Obtener un margen de rentabilidad significativo de acuerdo al estudio de la información obtenida en los balances y flujos financieros utilizados para este análisis, a fin de recuperar la inversión realizada.
- ♦ Analizar los diferentes escenarios financieros mediante un análisis de sensibilidad recopilado del proyecto y traído a valor presente, para asegurar la viabilidad y rentabilidad del proyecto y asegurar la disminución del riesgo y el éxito en la toma de decisiones.
 - ♦ Analizar el estado actual de la infraestructura de la Hacienda San Isidro.
 - ♦ Desarrollar a la Hacienda San Isidro como un potencial sitio de alojamiento turístico
 - ♦ Determinar claramente las actividades que se pueden implementar.
 - ♦ Transmitir a los turistas una vivencia diferente con la arquitectura histórica de la Hacienda.
 - ♦ Crear con el Proyecto, valores históricos, culturales y naturales de esta área.

CAPITULO I

1.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ECUADOR

Ubicado al noroeste de América del Sur, cuyo territorio continental colinda con Colombia por el norte y con Perú al sur y al este, además de tener costas en Océano Pacífico al oeste.

Está situado en los dos hemisferios Norte y Sur separado por la línea ecuatorial, lo cual lo hizo merecedor del nombre que actualmente posee.

Situado en la Zona Tropical, esto hace que el tiempo varíe a través de todo el territorio desde el clima ecuatorial tropical lluvioso hasta nieves perpetuas en la cima de las montañas debido a la influencia de la cordillera de los Andes en la sierra.

Se independizó del yugo Español en 1822, pasando a formar parte de la Gran Colombia junto con los actuales países Colombia, Venezuela y Panamá, hasta su separación de la misma en 1830.

Ocupa una superficie de 283.560 km² en los que se incluyen las Islas Galápagos, situadas a 956 Km. del territorio continental.

A pesar de que el Ecuador, desde el punto geográfico, es relativamente pequeño, abarca un sinnúmero de climas, grupos étnicos, culturas, ecosistemas y relieves topográficos, diferentes; lo que hace que seamos un país único en el mundo.

Su hermosa capital es San Francisco de Quito y la ciudad más poblada del país es Guayaquil que además es uno de los puertos más importantes de América del Sur .

República democrática cuyo presidente actual es Rafael Correa y Vicepresidente Lennin Moreno

La manera más fácil de describir esta belleza, será realizando un pequeño viaje a través de las cuatro regiones que tiene nuestro país:

- ♦ Costa,
- ♦ Sierra,
- ♦ Oriente
- ♦ Las Islas Galápagos

Se divide administrativamente en 22 provincias

Con aproximadamente 13,755,680 (Julio 2007) habitantes.

El idioma predominante es el español. Sin embargo muchas poblaciones indígenas hablan el Quichua, y existen 18 lenguas diferentes habladas por otras comunidades nativas.

El Ecuador a pesar de su territorio relativamente pequeño, tiene la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado del mundo.

De acuerdo a un estudio reciente de Conservación Internacional, el Ecuador tiene el privilegio de estar entre los 17 países "megadiversos", junto con los Estados Unidos, China, Australia, Brasil entre otros. Con 9.2 especies por km², el Ecuador ocupa el primer lugar en el mundo en referencia a este parámetro.

La riqueza de este país radica en la DIVERSIDAD, tanto natural como cultural, junto a su

exuberante biodiversidad, Ecuador acoge a una impresionante variedad de grupos étnicos, incluyendo muchas comunidades indígenas aún intactas, las cuales aún conservan sus valores tradicionales así como manifestaciones ancestrales.

1.2 .- SITUACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR

El turismo a nivel mundial es una actividad en expansión, en Ecuador se encuentra situada en tercera y cuarta posición en cuanto a los ingresos de divisas del Ecuador.

Sin embargo la Asociación Nacional de Turismo, prevé que el Ecuador podría llegar a un nivel de dos millones de turistas anuales en 10 años, lo cual sin duda alguna significa mayores ingresos económicos.

El Turismo es una importante fuente de empleo según las estadísticas marcadas, muestran que se podría generar empleo directo e indirecto para amplios sectores de la población, aproximadamente podrían generar 400.000 puestos de trabajo cercanas a un 10% de la población económicamente activa del Ecuador.

- Los Hoteles y restaurantes han aportado con el 1.6% del PIB en la década pasada.
- El ingreso de divisas por viajes han sido positivos y en algunos casos han registrados tasas anuales bastante elevadas
- El aporte del turismo interno y externo (impuestos de salida) a las cuentas fiscales han crecido constantemente
- Las ramas de Hotelería y restauración aportan con el 5.2% del empleo total
- El número de turistas extranjeros ha aumentado permantemente.

En el Ecuador lastimosamente no hay planificaciones a largo plazo pero desde hace año y medio el Ministerio de Turismo asumió esta necesidad de planificar el turismo, y el gobierno Nacional, ha ratificado su respaldo a esta altísima prioridad porque sabemos que las mayores riquezas de este país están en su naturaleza y en su gente. Y así convertir al turismo en una herramienta para reactivar el desarrollo social y productivo del Ecuador y general una mejor redistribución de la riqueza, para tener un ECUADOR equilibrado y solidario.

El Ministerio de Turismo ha definido 7 programas nacionales para los próximos 4 años:

- Fortalecimiento Institucional
- Plan de turismo al 2020
- Programa Nacional de apoyo al sector microempresarial.
- Descentralización turística y Gestión Local.
- Herramienta para el impulso turístico
- Turismo sostenible con la comunidad
- Promoción y Comunicación.

POSIBILIDADES DE HACER TURISMO EN EL ECUADOR

Con las diferentes estadísticas que hemos visto, y con las rectificaciones e importancia que el Gobierno va a dar al sector turístico podemos definir que el turismo en el Ecuador esta cada vez más esta en expansión.

Pienso que el turismo mas practicado es el turismo alternativo, sobre todo por turistas extranjeros, que ven el gran potencial o la gran biodiversidad que posee el Ecuador, en fauna, flora, en ser un país pluricultural y pluriétnico, en conservar los recursos naturales y culturales y sobre todo, respetar la identidad de los pueblos, hace que sin duda alguna, todos y

cada uno se extasién con tanta maravilla que pueden ver y además de todo la cercanía que hay entre las ciudades, hacen que disfruten al máximo y puedan visitar mas y así apreciar mucho los diferentes pisos ecológicos y climáticos con los que contamos.

Es por esto, que el objetivo de este proyecto es el de convertir al Ecuador, principalmente a la provincia de Cotopaxi en una mejor y diferente alternativa para desarrollar esta actividad, empezando a consentizar y educar a la gente con respecto al medio ambiente y ayudar así para que mejoren los servicios y existan nuevas alternativas, como es el caso del agro turismo, turismo comunitario etc.

Al mismo tiempo que los Organismos encargados de la conservación y preservación de los atractivos y medio ambiente hagan que todo el sistema turístico se enrole con este objetivo de manera de optimizar recursos o reutilizar y por que no reciclar, y a su vez instruyan a todos los turistas sobre la importancia que tienen los mismos y el cuidado y respeto que se debe tener sobre estos, ya que en la actualidad por problemas medioambientales causados por la mano del hombre, han cambiado toda la naturaleza en si, por ejemplo los hermosos nevados que tenemos y de los cuales debemos estar orgullosos todos los ecuatorianos, cada año existe menos hielo y esto implica la falta de agua a corto o mediano plazo, la extinción de muchos animales ya que todo es una cadena atrófica y una serie de problemas serios que se vienen .

El turismo en el Ecuador será sustentable cuando responda a una planificación de las autoridades nacionales y locales y sobre todo de las comunidades beneficiadas y sus logros sean repartidos en forma equitativa.

Pienso que solamente cuando se siente que una actividad beneficia directamente a toda la población, incluidos hombres y mujeres, genera empleo y mejora los ingresos, se apreciarán sus resultados y su impacto pero con las estas cifras positivas y con el reto de juntos hacer crecer al país abrimos nuevas posibilidades con esto talvez evitaremos que pare la ola de

emigración y mas incentivar a la gente a luchar y trabajar porque si hay oportunidades y empecemos a trabajar en equipo y olvidémonos que los jóvenes somos el futuro de la patria, y así desde hoy a ser parte de la solución.

1.3 PROVINCIA DE COTOPAXI

1.3.1 DATOS HISTORICOS

Fue fundada en abril de 1.851, su capital es la ciudad de Latacunga.

La realidad, a cambiar, es lacerante, la pobreza bordea el 80% y el analfabetismo afecta a más de 42.000 personas, siendo la mayoría mujeres, 27.000. La mayoría de la población es indígena e igualmente se concentra en el campo.

1.3.2 DATOS GEOGRAFICOS

Superficie de 6.048 Km, se sitúa en el centro de la región interandina.

Su posición geopolítica, es estratégica para el comercio y sus diferentes pisos climáticos determinan una rica variedad de productos agrícolas y pecuarios.

Sus límites son:

- ♦ Al Norte: la provincia de Pichincha
- ♦ Al sur: Tungurahua y Bolívar
- ♦ Al occidente: Los Ríos
- ♦ Al este: el Napo.

Su clima va desde el frío del páramo hasta el trópico húmedo. Su rubro más importante, por la cantidad de recursos, son las flores de exportación. Patatas, tubérculos, cereales, entre otros, acompañan su riqueza, con una tendencia a la agroindustria.

Su población es de 360.324 habitantes distribuida en 7 cantones:

- ♦ Latacunga
- ♦ Salcedo
- ♦ La Maná
- ♦ Pángua
- ♦ Pujilí
- ♦ Saquisilí
- ♦ Sigchos.

Estos a su vez se dividen en 11 parroquias urbanas y 33 rurales. En porcentajes, el 73,2 %, es decir 263.833 se encuentran en el sector rural y el 26,8%, 96.491 habitantes, en la zona urbana.

En relación al género: 169.303 son hombres, el 48% y 180.237, el 52%, son mujeres.

La población económicamente activa PEA es del 45,8%, y la inactiva es de 49,5 %.

Señalamos que su principal fuente de ingresos está relacionada con la producción agrícola.

1.4 TURISMO EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI

La provincia de Cotopaxi, es poseedora de majestuosos paisajes, además de su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, lagunas, ferias y sitios históricos Sus casas señoriales, haciendas, páramos, chozas, han sido escenarios gloriosos de jornadas épicas y muy exaltados por estudiosos.

El turismo como fuente económica y como valor cultural de fundamental importancia para esta Provincia.

Como principal atractivo turístico tenemos esta el gran nevado Cotopaxi que reúne un centenar de turistas que llegan con la finalidad de admirar su impresionante belleza natural y palpar la suave y blanca nieve, y a su vez escalar hasta la cumbre. Vale decir que tan hermoso paisaje cada vez es menos intenso por la disminución de nieve que es ocasionada por varios factores externos y el descuido y despreocupación de todos los hombres. Es también un lugar apto para la crianza de llamas y vicuñas que se las puede ver en manada bajando hacia su corral, junto al páramo habitado por conejos, venados y caballos salvajes que caminan cerca de la planicie y laguna de Limpiapungo, que, con la laguna del Quilotóa son también muy visitadas por el turista,

Existen también otros atractivos culturales que se puede observar en los mercados indígenas de Saquisilí, La Victoria, Pujilí, Salcedo y Latacunga, en donde el colorido de la artesanía esta siempre presente.

Latacunga es muy llamativa para quienes le visitan ya que es tallada en piedra volcánica o "pomez", como se puede ver en La Catedral o en la Municipalidad, son ambientadas con estrechas calles adoquinadas, resaltadas por los vivos colores de las típicas fachadas de sus viviendas.

La gente cotopaxense tiene muchas raíces y costumbrismo, baila con sus danzantes la gran fiesta de "Corpus Cristi" que dura algunos meses en verano y la corta celebración de la "Mama Negra", demuestra al visitante su amistad y tradición.

Edificaciones de haciendas como Tilipulo, La Ciénega y San Agustín del Callo, enseñan su historia y cultura colonial que ha dejado sus importantes huellas hasta nuestros días.

1.4.1 SITIOS DE INTERES TURÍSTICOS

PARQUE NACIONAL COTOPAXI:

Alrededor del volcán en actividad mas alto del mundo (5.911 mts s.n.m.), se encuentra el Parque Nacional más visitado del país, atraídos por su hermosa naturaleza, las facilidades turísticas que allí se encuentran , y el sin número de atractivos de los cuales se puede disfrutar como por ejemplo: llegar al refugio del nevado, pasando por parajes de mucha belleza como la laguna y planicie de Limpiapungo, el tupido bosque de 8 millones pinos con animales del lugar como son los conejos, venados de cola blanca y caballos salvajes, el museo natural de fauna, los corrales de crianza de llamas y vicuñas y los parajes que lo rodean.

LAGUNA DEL QUILOTOA

Tenemos que seguir subiendo hasta lo alto de una de las montañas andinas cerca de Latacunga, por caminos que nos dejan apreciar todo el horizonte, hasta que llegamos a Zumbahua un poblado indígena que cultiva el arte de la pintura nahif, la misma que la realizan sobre el cuero de borrego bien entamborado y con gran colorido, relatan su vida misma, sus fiestas, sus celebridades etc; también las mujeres caminan y pasean hilando la lana de oveja, para vender en las ferias de la provincia, continuando el camino, llegamos a una zona de grandes pajonales y al llegar a su cumbre encontramos lo esperado, la hermosa vista de la laguna del Quilotóá, con un color cardenillo que impresiona a que ve, dentro de un ambiente diferente por la tierra rayada por el viento que se la puede ver a sus alrededores.

LA CARA DE PIEDRA DE ANGAMARCA.

Ruina arqueológica ubicada en la parroquia Angamarca, esculpida en piedra dura, cinco metros de longitud, retiene la historia quichua. Muy cerca se encuentra un cementerio del cual se han extraído esqueletos humanos y vasijas.

En la misma zona, el monumento incásico Churupucara, es una fortificación y adoratorio, en medio de un bucólico ambiente. Aseguran que los construyó Túpac-Yupanqui con el propósito de eliminar a los Colorados.

En la confluencia de los ríos Angamarca y Piñanatus existen los jeroglíficos de Barranco Colorado, conjunto de símbolos e inscripciones pertenecientes a la cultura panzalea. Los panzaleos se trasladaron a esos lares para dominar a los habitantes de Zapotal.

LAS RUINAS DE PACHUZALA

Al Norte de la ciudad de Latacunga, a unos 26 kilómetros, está el palacio construido con piedra volcánica ordinaria y consta de dos cámaras en la actualidad. Angel Nicanor Bedoya, en su obra «La arqueología en la Región Interandina del Ecuador», nos entrega la siguiente descripción: El patio es cuadrado de 22,50 metros por lado con tres corredores; la cámara A tiene forma rectangular, mide 9,80 metros de largo por 5,50 metros de ancho; en la fachada se cuentan diez hiladas visibles de piedras labradas, al centro todavía se puede apreciar la forma trapezoidal de alta y estrecha puerta de entrada con dintel de una sola piedra plana, a pesar de haber sido desbastados los filos del marco para adoptar hojas de madera; los muros son de un metro de espesor a base de dos filas de molones.

EL CERRO DE CALLO.

Al Norte de Latacunga se halla el cerro de Callo, montículo de acabado perfecto. Pudo ser un observatorio o atalaya, artificial o natural, Aseguran los indígenas que este cerro es parecido a

una campana, una de esas colinas que los antiguos habitantes levantaron para sepultura de príncipes o personajes distinguidos y alegan en su apoyo de esta opinión el hecho de estar el Panecillo compuesto de restos volcánicos, así en el terreno que le sirve de base como en su cima o cúspide». Callo viene del idioma caribe Haitiano: ca = tierra, suelo, terreno seco; lo = Dios o tipo de la vida, en síntesis, «llanura árida de Dios o de la vida por excelencia.

MONASTERIO DE TILIPULO

Shigllipullu, nombre preincaico que explica las costumbres de los habitantes de trenzar fibras de cabuya para confeccionar cobijas y otros tejidos.

El Monasterio se construyó a partir de 1720, «bajo la dirección del hermano Marcos Guerra. Allí meditaron los monjes y observaron día a día trabajar en los obrajes, a mujeres, niños y ancianos, hermosos tejidos que salían al exterior.

En Tilipulo se reunieron patriotas de Quito y otros lugares para planificar la independencia. El Monasterio era dueño de fabulosas joyas de arte ecuatoriano, inscripciones históricas y obras de la escuela quiteña.

COLEGIO VICENTE LEÓN

Otra de las reliquias coloniales que guarda secular grandeza en la historia de Cotopaxi y del país es el Colegio Nacional Vicente León.

El Colegio lleva este nombre en honor al eminente latacungueño Vicente León, prócer de la Independencia, jurisconsulto de nota, magistrado y filántropo.

Fue inaugurado el 24 de mayo de 1977, siendo Rector el Lcdo. Oswaldo Rivera Villavicencio. El Colegio fue creado por el Presidente Juan José Flores, un 7 de mayo de 1840, laboró el año 1842.

Su edificio sólido, construido con piedra pómez, ha resistido las erupciones del Cotopaxi. Cuenta con un hermoso teatro antiguo que actualmente ha sido adaptado para sala de cine, perjudicando a una reliquia artística de sabor clásico.

El Colegio dispone también de una biblioteca considerada como una de las más importantes de la provincia.

LA CATEDRAL

Construida a mediados del siglo XVII, es otra de las reliquias de extraordinario valor.

Fue restaurada en 1973, gracias a la preocupación del Obispo de la Diócesis, José Mario Ruiz Navas y cuyos trabajos efectuándose de acuerdo con las exigencias históricas del monumento. Naturalmente, la Catedral ha sufrido las graves consecuencias de erupciones y terremotos y de esas ruinas fueron alzándose nuevos aportes culturales.

La restauración se realizó, previo estudio de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Central del Ecuador. La Catedral fue liberada de las edificaciones adosadas en el costado Sur, se amplió la superficie con el propósito de construir el hermoso pasaje. En el interior se suprimieron los altares laterales, el baptisterio del lado Sur Occidental, el recubrimiento de cemento, quedando libre las estructuras con piedra pómez; y se suprimieron los retablos de las capillas presbiterales.

LOS MOLINOS DE MONSERRAT.

Estos molinos son sede de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Cotopaxi. Se construyeron en tiempo de los jesuitas el año 1736. Aprovechándose las aguas del río Yanayacu para moliendas de granos. Cuando pasara a ser propiedad del Municipio de Latacunga, este organismo cedió a la institución cultural, cuyos directivos la remodelaron a

partir de 1967, siendo Presidente del Núcleo Leonardo Barriga López, quien impulsó la obra. Su construcción de calicanto ha resistido a las erupciones del Cotopaxi. Allí se aprecia a La Virgen de Monserrat hecha sobre piedra, existe un museo arqueológico y de vestimentas indígenas, café destinado para coloquios, biblioteca, radio-difusora, salas de exhibiciones pictóricas, teatro circular y oficinas funcionales para la administración. Esta ubicado a orillas del río Cutuchi, que brinda paisaje adecuado para las actividades culturales.

OTROS LUGARES TURÍSTICOS.

El complejo turístico de Mulaló, los de Nagsiche y Yambo, en Salcedo; el campamento Mariscal Sucre, la piedra Shilintosa, enorme roca volcánica rodeada de leyendas; el tentadero La Avelina; el complejo del Tennis Club; en el sector oriental, el monte Putzalahua. Las bellezas naturales de los cinco cantones forman un conjunto fascinante.

El Restaurante «El Fogón», situado al Sur de la ciudad, es rincón diseñado en forma caprichosa. Sus acabados son acogedores, los adornos típicos y la atención esmerada son recomendables.

La hostería Rumipamba de las Rosas, se halla enclavada en la ciudad de Salcedo, a 10 kilómetros de Latacunga, rincón poético y campestre, ambiente rústico y acogedor, construido y decorado con buen gusto. Dispone de un parque infantil, piscina de agua templada, suites lujosas para reposo y sano esparcimiento. Su conjunto guarda intimidad.

Otros pueblos, como Pujilí, son conocidos, en cambio, por su producción agrícola, ganadera y artesanal. Se caracteriza por su cerámica pintada y vidriada. Su iglesia Matriz es también parte de sus riquezas. Al norte de Latacunga se encuentra Saquisilí, colorida población muy conocida por su feria de los jueves, que se lleva a cabo en ocho grandes plazas. Allí se comercializan productos agrícolas y ganado vacuno y ovino. Es uno de los mercados

tradicionales más notables del norte del país. Muy cerca está Salcedo, con importante producción agrícola y ganadera y popular por la preparación de los helados de fruta y pinol.

FOLKLORE

La fiesta de la “Mama Negra”, que representa la fertilidad y la productividad de la tierra, es una de las celebraciones populares más importantes del país. Tradicionalmente se realiza durante el mes de noviembre, aunque hay un festejo en septiembre organizado por las vivanderas de los mercados La Merced y Del Salto, con manifestaciones que datan del siglo XVIII, en honor a la Virgen de la Merced. Otras celebraciones muy conocidas son las que ejecutan los danzantes en Salcedo, Saquisilí, Pujilí y Latacunga. Lo hacen a propósito del carnaval y del Corpus Cristi.

Estos son algunas de las manifestaciones del folklore de la Provincia.

- ◆ la pelea de gallos,
- ◆ las coplas populares,
- ◆ los disfraces característicos de cada pueblo,
- ◆ la vaca loca,
- ◆ las comidas típicas,
- ◆ la pelota de guante,
- ◆ las anécdotas,
- ◆ las danzas con motivos religiosos y paganos,
- ◆ las fiestas indígenas,
- ◆ las canciones populares,

ARTESANIAS

- ◆ Talabartería,
- ◆ Alfarería,

- ♦ Cerámica,
- ♦ Talla de madera,
- ♦ Pinturas sobre cuero,
- ♦ Caretas de papel,
- ♦ Máscaras de madera,
- ♦ Cometas de papel,
- ♦ Flautas de hueso,
- ♦ Tejidos en totora, cabuya, lana, paja,
- ♦ Volatería y fuegos artificiales.

GASTRONOMÍA

Las chugchucaras es el plato tradicional de la región, que consiste en un preparado con cuero de chanco reventado, fritada, mote (maíz blanco), empanadas, plátanos maduros, choclos y canguil (palomitas de maíz). La bebida que acompaña a este succulento plato es la chicha o la cerveza.

Otras delicias son las allullas con queso de hoja, colada de morocho y colada de maicena con capulí.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LAS HACIENDAS

2.1 BREVE HISTORIA DE LAS HACIENDAS EN EL ECUADOR.

Los Incas durante el siglo XV incorporaron el territorio de los Andes Ecuatorianos a su Imperio. Sin embargo solamente permanecieron 30 años antes de ser desplazados por los españoles en 1534.

Al comienzo después de su conquista los Españoles nombraron señores feudales (Encomenderos) para gobernar a los pueblos conquistados.

A finales del siglo XVI las Encomiendas desaparecieron y en su lugar se daban mercedes (donaciones) de tierra a los antiguos Encomenderos y descendientes de conquistadores Españoles. Por circunstancias económicas la propiedad se concentra en pocas manos y se da paso a la formación de las grandes haciendas a fines del siglo XVII.

En el inicio del Ecuador, existía un predominio del regionalismo con la consolidación del latifundio, sectores artesanos y comerciantes. En las regiones se discrepan las relaciones entre sí a partir de las batallas de tierras, es por esto que en el siglo XVIII se fortaleció el poder económico y político de los hacendados, llegando a disputar con las autoridades coloniales.

En el comienzo de la época republicana, el poder lo ejercen los hacendados asociados con la iglesia, sin embargo fueron desplazados por los liberales en 1895, quienes organizan un sistema más capitalista y menos feudal.

Los liberales se mantienen en el poder a través del fraude hasta 1944, cuando una revolución establece las elecciones libres y nace la industrialización.

Con el llegada de la industria y el descubrimiento del petróleo, llegó la reforma agraria y con ella, la desaparición de muchas haciendas.

2.2 LA HACIENDA Y SUS PERSONAJES EN LA ADMINISTRACION

La economía de la hacienda comprendía dos esferas: por un lado la economía de mercado del patrón y, por el otro, la reproducción de las unidades domésticas.

La producción agrícola de las familias de huasipungueros y partidarios de la hacienda era sobre todo para el autoconsumo, pero no totalmente. Algunos partidarios más ricos lograban producir también para el mercado y la mayoría de las unidades domésticas vendía las excedencias cuando el precio subía.

No existía el concepto de organización, ni la de pertenencia a una entidad formal reconocida. El conjunto de campesinos que trabajaba y vivía bajo la hacienda constituía lo que definen como comunidad huasipungo.

La hacienda era la comunidad, el patio de la hacienda era su lugar.

La hacienda formaba el centro de difusión de órdenes y decisiones, lugar de consolidación de un sistema de control de mano de obra, y lugar físico en el cual desembocaban los productos cosechados, los pedidos de los campesinos, y al mismo tiempo era el lugar donde se solucionaban los conflictos internos.

Las familias vivían dispersas en el territorio de la hacienda, se encontraban únicamente en los lugares de trabajos en la hacienda, estos ofrecían fiestas donde hacían de prioste, etc. Así mismo, no existía un centro poblado; la casa de hacienda era el centro de referencia y el lugar de congregación.

Se otorgaba individualmente a los campesinos el derecho de vivir y trabajar en un espacio físico determinado, en donde se establecía los deberes y derechos de todos los actores; ese derecho, continuamente contratado, constituía la base misma de la identidad social de la comunidad huasipungo, hacia el interior y hacia el exterior.

Las diferentes ordenes religiosas adquieren varias haciendas del país, a partir del año 1639, en la provincia de Cotopaxi fueron principalmente los agustinos quienes compraron las tierras y que mantuvieron la propiedad por varios siglos, convirtiéndose en proveedores de lana para el obraje de la orden religiosa cerca de Latacunga.

Los campesinos trabajaban a cambio de acceso a tierra por medio del sistema de huasipungo ya que apenas se manejaban efectivo.

A continuación se explica los personajes de la organización administrativa que llevaban las Hacienda.

El propietario o el arrendatario que dirigía personalmente las actividades de la Hacienda estaba a la cabeza.

Quien ejecutaba las disposiciones del dueño o arrendatario era el administrador responsable del funcionamiento de la Hacienda pero tenía residencia fija dentro del territorio.

Los escribientes llevaban el control contable y una hacían una descripción detallada de cada actividad que se realizaba en la hacienda como por ejemplo: obraje, crianza de ovejas, labranza, quesería y ganadería y demás actividades que se realizaban en ella.

Los mayordomos vivían en el lugar donde se elaboraban las actividades y eran los responsables de las mismas. Reportaban detalladamente todo lo que sucedía en su zona una vez por semana a los escribientes.

A los mayordomos y escribientes se les denominaba sirvientes, eran de descendencia mestiza o mulata y no tenían derecho a cultivar la tierra de la Hacienda para su beneficio, sin embargo se les daba la mayor remuneración.

Los encargados de controlar el trabajo y sueldos de los huasipungueros eran los mayores de descendencia indígena, y a su vez rendían cuentas al mayordomo.

Los huasipungueros eran indígenas que estaban obligados a trabajar para la Hacienda a cambio de un pedazo de tierra que se les daba para que la cultiven y produzcan su sustento.

Los huasipungos eran zona de residencia de los huasipungueros y estaban ubicados en las cercanías de la actividad a la cual se les asignaba para el trabajo. El tamaño de los huasipungos y el nivel de responsabilidad en el trabajo variaba, dando lugar a una diferenciación social entre los campesinos. En caso de muerte de un huasipunguero su trabajo se asignaba a uno de sus hijos para su reemplazo.

Los huasipungueros eran en realidad un grupo privilegiado, ya que había otros campesinos que trabajaban a cambio de acceso a la tierra y otros recursos de la hacienda (yanaperos) y otros que ayudaban a los huasipungueros a cultivar su tierra y eran a menudo sus parientes jóvenes (arrimados).

Los sueltos eran trabajadores sin huasipungo (vivienda), pero su remuneración era alrededor del doble del que recibía el huasipunguero. Sin embargo, a diferencia de este la Hacienda no estaba obligada a darles trabajo.

2.3 BREVE HISTORIA DE LAS HACIENDAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

La provincia de Cotopaxi estaba poblada por un diverso grupo lingüístico, algunos de origen local, y otros por efecto de las políticas de relocalización de los Incas. Todos estos grupos antes o después de la conquista llegaron a hablar el idioma quichua.

Se dice que el páramo occidental de la provincia de Cotopaxi estuviera despoblado o que fuera aprovechado por algunos grupos del monte, una zona más baja en el camino hacia la costa.

Con la introducción de la oveja por los españoles, los páramos se convierten en una zona productiva importante.

Eloy Alfaro con un gobierno liberal, en el año de 1908, implementa la Ley de Beneficencia que expropia las posesiones de la iglesia y las cede al Estado. En este momento la mayoría de haciendas pasa, de manos de los Agustinos y otras ordenes religiosas a la Asistencia Social. Dichas posesiones en su mayoría tierra, mas tarde se rentan a particulares cuyos ingresos se usan para financiar la Asistencia Social, que beneficia a los pobres creando colegios, orfanatos, asilos, hospitales y otros servicios de necesidad.

Los arrendatarios mantienen el sistema de huasipungo, en el que se intercambiaba trabajo por acceso al provecho de la tierra y algunos beneficios adicionales, que aún son recordados con temor.

Las haciendas se caracterizaron por una gran conflictividad en los años treinta y cuarenta y las condiciones de trabajo y el sueldo de los trabajadores se pelearon por mecanismos legales y de acción colectiva. Esta conflictividad continuó en décadas posteriores.

Con la primera Ley de Reforma Agraria ecuatoriana (1965), las tierras públicas se repartieron entre los trabajadores, mientras que en las haciendas privadas se les otorgó la propiedad de sus huasipungos.

Conforme a esto, las Haciendas que eran de la Asistencia Social, se repartieron entre los peones. El proceso de reparto fue caótico y dio lugar a desigualdades económicas y de poder que los salesianos trataron más tarde de combatir. Estas desigualdades reproducían relaciones de poder entre los peones y los mayordomos..

En algunas zonas como Zumbahua, Tigua y Guangaje había haciendas privadas, por lo que los campesinos tuvieron que luchar con más intensidad por la tierra antes y durante la reforma agraria. Estas luchas incluyeron tomas de haciendas en las que generalmente se obligaba al dueño a vender la tierra a los campesinos a un precio razonable. Esto ocurrió por ejemplo en Tigua en los años cuarenta.

Las tomas de haciendas usualmente eran organizadas por partidos marxistas (tanto por el Partido Comunista del Ecuador, PCE, como por el Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador, PCMLE, quienes trabajaron con rigor en la zona).

A consecuencia de esta estrategia es que la posesión de estas tierras quedó sin legalizar hasta muchos años después e inclusive hasta hoy en día.

Cuando los campesinos adquieren tierras en la zona, se empieza a trabajar en el desarrollo agrario, se fortalecen las parroquias y las comunidades, en parte con ayuda de los salesianos.

Las comunidades contaban con tierras repartidas individualmente y tierras comunales para pastos. Las tierras cultivadas eran desde el principio de baja calidad ya que se trataba de haciendas ganaderas de páramo.

Simultáneamente se fueron repartiendo las tierras comunales hasta el punto de que hoy en día apenas quedan las originales.

Casi ha desaparecido la vegetación que protegía las tierras de la erosión y que se situaba en las zonas de pasto de las haciendas, a consecuencia de los cultivos.

2.4 PRINCIPALES HACIENDAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI DEDICADAS AL TURISMO

2.4.1 Hacienda La ciénega.



La hacienda La Ciénega se encuentra ubicada sobre la ribera del río Cutuchi en la parroquia Pastocalle, en el poblado de Lasso.

En el año de 1694 fue comprada por el Maestro de Campo Don Matheo de la Escalera y Velasco, que simultáneamente se estableció como Marques

Durante 400 años ha sido escenario de eventos y personajes históricos, entre ellos están científicos como Humbolt, La Condamine, próceres independentistas como Juan de Salinas

cuya hija fue esposa de Matheu hijo del Marques, y políticos republicanos como Juan José Flores, Gabriel García Moreno, entre otros.

Su edificación es de piedra volcánica, la cual ha soportado los 5 terremotos originados por el impetuoso volcán Cotopaxi.

Originalmente se construyeron dos plantas, y mas tarde se adicionó una. Esta rodeado de un jardín interior donde también se encuentra una pileta de agua.

La hacienda también cuenta con una capilla llamada Capilla de Nuestra Señora del Rosario, que es la patrona de la Ciénega, que según las creencias ha sido quien ha protegido la Hacienda de las catástrofes naturales que vivió.



Cuenta con un área de jardines y amplias zonas de paseo, y hacia la zona de la Reserva de los Ilinizas existen caballerizas y criaderos de ciervos

La hacienda Hostería tiene una capacidad de 140 plazas para alojamiento y 40 plazas para alimentación.

El Ministerio de Turismo ha categorizado como un establecimiento turístico de Primera.

Cuenta con una vía de acceso buena de asfalto y lastre en donde es posible llegar con vehículos pequeños

2.4.2 San Agustín del Callo



San Agustín de Callo es una de las haciendas más antiguas de la Sierra ecuatoriana pues fue construida casi en los días de la conquista, sobre las ruinas incaicas.

Tiene el privilegio de alojar a quien la visita dentro de unas paredes incas bajo la sombra Cotopaxi.

Cuenta con amplias habitaciones que han sido remodeladas y decoradas para ofrecerle comodidad y todas las facilidades dignas de un rey inca.



Con el paso del tiempo luego de la conquista los frailes franciscanos y luego los agustinos seguramente fundadores de la hacienda se establecieron en ella.

Las actividades como la agricultura y ganadería, fueron afectadas por las erupciones del Cotopaxi.

Fue varias veces comprada por muchas familias como: la familia Páez, el Grl. Leonidas Plaza Gutiérrez, y fue heredada a la señora Mignon Plaza Sommers que en la actualidad es la propietaria.

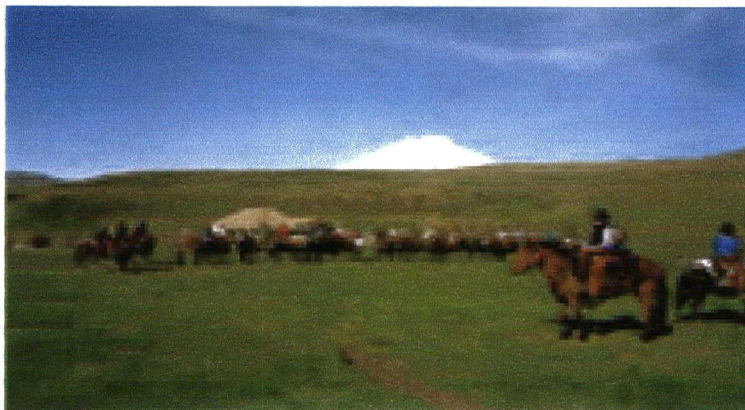
El patio de la hacienda es empedrado con una pileta central, se mantienen los techos de teja, los corredores, los aleros que hacen contraste con los muros indios, ennegrecidos por la antigüedad.



La capilla está ubicada en uno de las moradas mejor conservadas de la Hacienda. En los nichos incaicos, donde seguramente albergaron a ídolos antiguos, se encuentran los grabados cristianos, los cirios y los candelabros.

El comedor de la casa es otro de los aposentos del palacio inca. Combinados con el resto del edificio donde se encuentran los anchos muros coloniales, las ventanas profundas y los zaguanes empedrados.

2.4.3 Hacienda Yanahurco



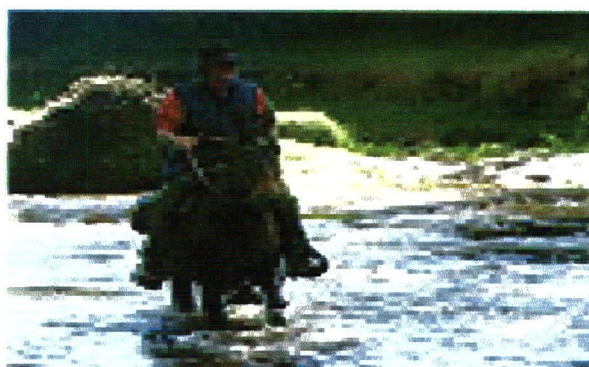
Ubicada cerca del volcán Cotopaxi y rodeada por un paisaje acogedor, brinda calidad de servicios y tours donde puede conocer cascadas, lagunas a 4,000 mts. sobre el nivel del mar , sitios vírgenes,



Se puede realizar varias actividades una de las mas importantes y que es atracción turística es la pesca.

Cuenta también con una confortable sala familiar con chimenea en donde se puede descansar y calentar.

2.4.4 San Mateo



Localizada en Lasso, cerca al Parque Nacional Cotopaxi, con una hermosa vista del Volcán. Donde se puede realizar paseos interesantes por el bosque.

Cuenta con habitaciones amplias y cómodas con capacidad para 15 huéspedes, entre cuartos dobles o simples. Contiene un prestigioso lugar donde se pueden admirar los jardines biológicos, desde donde se pueden visitar el Parque Cotopaxi.

Otra de las actividades son los paseos a caballo, salidas en bicicleta, salidas a los mercados indígenas de la zona, visitar la laguna de Quilotó, o realizar una expedición a los Ilinizas.

2.5.5 La Quita Colorada



La Quinta Colorada es el mejor sitio para visitar el mercado de Saquisilí por su cercanía, al mismo tiempo se puede hacer una excursión al parque nacional Cotopaxi, o también caminar en los alrededores de las Ilinizas u otras montañas.

2.4.5 Cuello de Luna



Ubicado a 3.125m s.n.m. Entre nevados y volcanes en la sierra ecuatoriana. Es un lugar donde se puede gozas de actividades como caminatas, senderismo, paseos en bicicleta montañera, excursiones a la laguna del cráter Quilotóa y visitas a las ferias indígenas.

Los montañistas consideran a este como el sitio perfecto para lograr una óptima aclimatación para las ascensiones a los nevados Cotopaxi, Ilinizas, Cayambe y Chimborazo o para el descanso después de la excursión.

2.4.6 El Porvenir



Con una extensión de 5000 hectáreas; su construcción es la mas usada en la región, con gruesas paredes de *adobe* y madera, techo de paja, el crujir de las tablas. y un sin número de detalles típicos *rústicos*,

Las habitaciones están nombradas como algunos de los animales propios del páramo (pumas, venados, aves...), nomenclatura que va seguida de la palabra "*machay*", que significa "*refugio*"...

También cuenta con establos llenos de vacas, un cuarto de las monturas para los paseos a caballos, el área de ordeño (se realiza dos veces al día, a la manera antigua -es decir, manualmente, en donde los turistas presenciar e incluso practicar.

Se realizan otras actividades como por ejemplo paseos en bicicleta, o caminatas, de diversa intensidad y duración.

CAPITULO III

HACIENDA SAN ISIDRO

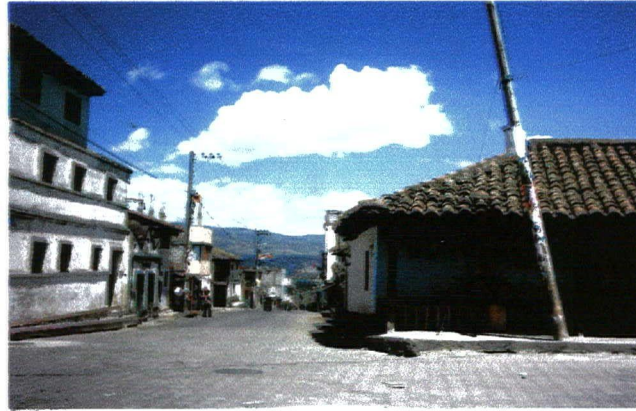


3.1 UBICACIÓN



La hacienda San Isidro se encuentra ubicada en la parroquia rural Mulalillo, al sur-oeste del cantón San Miguel de Salcedo en la provincia de Cotopaxi.

Mulalillo se encuentra a 2.626 metros sobre el nivel del mar, en la hoya del Patate y de sus páramos emerge el volcán Cotopaxi. Esta parroquia se erigió como tal el 29 de mayo de 1861. y tiene aproximadamente 42 km.2. de superficie.



Se puede llegar a la Hacienda por la Panamericana que esta a 16 kilómetros hacia el norte de la ciudad de Ambato, en dirección a Latacunga, pasando la laguna del Yambo y a menos de 5 minutos encontramos el complejo deportivo de Nagsiche que determina la entrada al lugar hacia el oeste de la carretera.

Diminutivo de "Mulaló" (llanura de caracoles), Mulalillo se llamó antiguamente en la colonia "Cunchibamba" y era la tierra de los caciques Zanipatín así como también de las propiedades jesuíticas llamada "Nagsiche", donde había obrajes.

Existe también una escuela denominada Luis A. Martínez, ya que allí estuvo por algún tiempo este gran ambateño, pues no sólo que residía sino que también fue autoridad del mismo.

Sus climas y suelos son ricos para la agricultura y cuentan con variedades de productos como: trigo, maíz, cebada, yuca, cebolla, papa entre otros.



3.2 SERVICIOS PÚBLICOS

- No existe alcantarillado
- La recolección de basura es insuficiente (1 vez a la semana) lo que ocasiona que la mayoría de la basura o se convierta en abono, sea incinerada o arrojada a las quebradas provocando contaminación.
- El servicio de agua potable lo reciben desde hace 15 años y viene de Cusubamba, a unos 15 minutos continuando por el único camino hacia San Diego.
- Cuentan con servicio de luz eléctrica, conectados al sistema integrado de electricidad.

3.3 SITUACIÓN ACTUAL



La casa de la hacienda tiene cerca de 200 años de construcción, pero se encuentra en un estado de deterioro, lo único que podemos conservar son las paredes y el techo.

Tiene un área total de 25 hectáreas; 337.25 m² de construcción en la primera edificación, y la segunda de 76 m².

En la parte frontal de la casa de Hacienda tenemos un patio amplio de 26.50 m² de ancho por 30 m² de largo. Y en el lado derecho tenemos un terreno plano de 1000 m² donde se ubicaran las cabañas del proyecto.



Construida de adobe, madera y teja, de una sola planta, cuenta con tres dormitorios amplios, sala, comedor, cocina, tres trojes, una bodega, y en la construcción aladaña se encuentra la cocina con horno de leña.



Hay un gran bosque de coníferas en los terrenos de la hacienda con pinos y eucaliptos de 25 años de sembrados.



La hacienda también cuenta con un establo que se encuentra en buen estado y donde permanecen 5 caballos.

3.4 ATRACTIVOS

- A 8 minutos se encuentran las termas de Alusán,
- El mirador de San Diego, queda a 15 minutos en carro y se pueden observar en días despejados el Cotopaxi y el Chimborazo.
- El paisaje es vistoso.
- En el lugar se realiza caza de tórtolas.
- Se encuentra cerca de la laguna del Yambo al igual que el complejo de Nagsiche.



3.5 Estudio del Medio Físico.

3.5.1 Terreno

A través de investigaciones de campo se pudo definir que el terreno cuenta con una buena calidad de tierra y en la actualidad se encuentran sembrados algunas clases de tubérculos como papas además de cebada, avena, maíz, etc.; lo que lo hace factible o apto para la construcción y para la realización de actividades como agroturismo.

El relieve del terreno es variado, es decir cuenta con zonas planas y pequeñas lomas.

El proyecto se realizará en el lado derecho de la construcción principal, es decir del edificio de recepción que tiene una extensión plana que facilitará la construcción de todos los servicios.

3.5.2 Vegetación.

La vegetación de la zona presenta una serie de plantas, arbustos inclusive frutales, árboles como pinos, cedro, sembríos de productos alimenticios.



3.6 Estudio del Medio Construido



Los materiales que principalmente tiene la actual construcción son de bloque, teja, ladrillo, madera y paja.

La mayor parte de las construcciones enlazan armoniosamente con el conjunto de viviendas del sector, la mayoría Haciendas florícolas y ganaderas, sin la presencia de grandes construcciones civiles.

3.7 Estudio del Medio Social.

En el cantón Salcedo, el último censo poblacional del INEC dice que hay 51.304 habitantes de los cuales 41.451 son de zonas rurales¹.

De estos predomina la etnia kichwas que pertenecen al pueblo Panzaleo.²

Mulalillo cuenta con algunas comunidades campesinas, entre estas tenemos: Cunchibamba Chico, Chirinche Alto, San Diego, San Ignacio, San Luis, Unión y Trabajo, etc.

3.8 Estudio del Medio Natural.

Las ventajas de la zona en estudio son los ecosistemas en estado natural, si bien es cierto que el hombre ya ha intervenido en éstos, mantienen su riqueza única de flora y fauna.

El hábitat ecológico es de gran importancia científica, además que conserva el paisaje y su belleza con todos sus diferentes tipos geológicos.

¹

http://www.inec.gov.ec/interna.asp?inc=cs_tabla&idTabla=715&tipo=p&idProvincia=5&idSeccion=&idCiudad=171

² Sosa, Ana Lucía, Enciclopedia del Ecuador a su alcance, pág. 141, ed. Espasa, Bogotá – Colombia, 2004

3.9 Definición del proyecto

El presente proyecto se desarrollará como un establecimiento hotelero categorizado como hostería tres estrellas, la cual brindara servicios con fines turísticos enfocado al turismo internacional.

El sitio además de poseer un ambiente propicio para la realización de diversas actividades relacionadas con el turismo, cuenta sin duda alguna con características básicas al momento de buscar distracción, tranquilidad y contacto con la naturaleza e historia.

Las ventajas que el proyecto traería sobre la zona de influencia del mismo sería la generación de empleo y puestos de trabajo para la gente aledaña del sitio, mejorando el nivel económico y por ende su calidad de vida.

3.10 Factibilidad del proyecto.

Al poseer cerca del proyecto la población de Mulalillo, la misma que con el paso de los años ha ido creciendo notablemente y la cual cuenta con servicios como policía y centro de salud, hacen que la hacienda cuente con un apoyo a la hora de mantener seguridad y salud para sus visitantes.

Cuenta con una carretera de primer orden, la misma que permite que cualquier vehículo pueda ingresar hasta este destino y no necesariamente poseer un auto 4 x 4.

Existe ya en la actualidad una cooperativa de buses que llega hasta la entrada de la Hacienda, si es que el turista decidiera ir por transporte público.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1.1 Objetivo General.-

- ♦ Analizar, cuantificar, medir y determinar el mercado de consumo de paquetes turísticos en la región sierra e identificar la existencia de una demanda de turista, que tenga en sus preferencias, hospedarse en la provincia de Cotopaxi, para que justifiquen la implementación de esta propuesta.

4.1.2 Objetivos Específicos.-

- ♦ Definir el target al que se va a dirigir el proyecto en cuanto a promoción.
- ♦ Identificar cual es el producto turístico mas cotizado para este segmento del mercado.
- ♦ Analizar el nivel de aceptación con el que cuenta el turismo en Haciendas de la Sierra ecuatoriana.
- ♦ Estimar la demanda existente en la provincia de Cotopaxi” para instalar esta Hostería Hacienda.
- ♦ Determinar el precio que se aspira están en capacidad de pagar por el servicio
- ♦ Identificar los factores, características o beneficios que debería tener el servicio para que influya positivamente en la decisión de selección y compra del servicio.
- ♦ Analizar y determinar aspectos relacionados con la promoción y distribución del servicio que permita establecer estrategias adecuadas.

4.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

A continuación se detallan las variables de segmentación que han sido consideradas para delimitar el mercado:

El mercado objetivo al cual el proyecto esta enfocado son las Agencias de Viajes operadoras y duales quienes a su vez cumplirán su función de intermediadores para realizar la venta del producto turístico al cliente final que será los turistas internacionales.

En la ciudad de Quito existen 633 agencias de viajes y tours operadoras que se encuentran inscritas en la Corporación de Turismo y en el Catastro del Ministerio de Turismo año 2005 de la Provincia de Pichincha, (ANEXO No 2) las que fueron visitadas para investigar cuales venden paquetes para Turismo de Haciendas, el resultado de esta investigación fue de 585 agencias de turismo.

a) Geográficas

Para la presente segmentación se ha considerado las Agencias de Viajes y Tours Operadoras que conforman el mercado, debido a que existe la misma necesidad, con ciertas características básicas de estos grupos son similares. En la variable geográfica se ha tomado en cuenta el siguiente aspecto: País, provincia y cantón.

b) Conductuales

Los factores que se determinaron dentro de esta variable son el uso del servicio y los beneficios buscados.

4.2.1 Segmentación del proyecto.

a) Geográficas

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

b) Sector Turístico

Agencias de Viajes

Tours Operadoras

d) Conductuales.

Uso del servicio: diario, semanal, quincenal, mensual

Beneficios buscados: Experiencia, profesionalismo, calidad, reconocimiento.

4.2.2 Cuantificación del mercado

Población: Todas las unidades sobre las que se busca información.³

Para determinar el tamaño del mercado (población objetivo), se utilizó la siguiente información obtenida del Ministerio de Turismo y Corporación de Turismo:

Cuadro No 4.1

AGENCIAS DE VIAJES	No AGENCIAS DE VIAJES
Internacionales	205
Operadoras	132
Duales	248
TOTAL	585

³ POPE, Investigación de mercados, Guía maestra para el profesional.

- a) Número de Agencias de Viajes y Operadoras de turismo inscritas en la Corporación.
- b) Número de Agencias de Viajes y Tour Operadoras registradas en el Catastro del Ministerio de Turismo año 2005.
- c) Promedio de Agencias de Turismo que venden paquetes de Haciendas.

4.2.3 Prueba piloto

Es la aplicación de 20 encuestas a la población objetivo para verificar si el cuestionario ha sido correctamente elaborado y si es claro para los entrevistados, los encuestadores y el tiempo que tomará aplicarlo.

Antes de aplicar la prueba piloto, se realizó lo siguiente:

- Consulta de los objetivos planteados y elaboración de una lista con la información que se necesita obtener en la investigación, en base a las que se formulan preguntas.
- Se consideró utilizar la técnica de las encuestas personales para la recolección de datos
- Elaboración del cuestionario para la encuesta piloto (ANEXO No 1).
- Aplicación de la encuesta piloto a un número pequeño de personas que forman parte de la población objetivo.
- Se realizó el análisis y correcciones necesarias del cuestionario y de la información obtenida.
- En base a la información obtenida de las encuestas piloto se determinó el porcentaje de aceptación o rechazo del servicio para el cálculo de la muestra.

4.2.3.1 Análisis encuesta piloto:

En forma general, una vez tabuladas las encuestas de la prueba piloto, se pudo evidenciar que un alto porcentaje (95%) de la población objetivo estaría interesado en vender la Hostería Hacienda San Isidro como producto turístico.

Factores importantes y decisivos para la venta de un servicio turístico en Hacienda es la Infraestructura, la calidad del servicio, la cercanía con atractivos turísticos y por ultimo el precio.

4.2.3.2 Tamaño de la muestra.

Muestra.-Una proporción de la población, seleccionada para un determinado estudio de investigación.⁴

Una vez definida la población objetivo, se establece el tamaño de la muestra utilizando un método estadístico que se detalla a continuación.

Para la selección de la muestra se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, que es un procedimiento probabilístico, en el cual cada uno de los elementos de la muestra tienen la posibilidad de ser muestreado.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula para cuando la población seleccionada tiene un límite conocido de elementos:

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

Donde,

z: Valor crítico, su valor se obtiene mediante el uso de la tabla de la distribución normal y se define como el número de errores asociados con el nivel de confianza.

⁴ POPE, Investigación de mercados, Guía maestra para el profesional.

e: Error.- Es la mayor diferencia permitida entre un determinado parámetro de la población y el correspondiente parámetro de la muestra.

Nivel de confianza.- Es la probabilidad con que se puede asegurar que un parámetro de la muestra no sobrepasa el error establecido en el párrafo anterior.

p: Probabilidad de aceptación del servicio

q: Probabilidad de rechazo al servicio

N: Población

n: Muestra

Para determinar p y q se tomó el dato obtenido de las encuestas piloto, donde un 95% respondió aceptando el servicio y un 5% lo rechazó, por lo tanto:

p: 0,95

q: 0,05 (1-p)

Nivel de confianza: 95%. **Margen de error:** 0,05. **z:** 1,96. **N:** 585 agencias

Reemplazando estos datos en la fórmula, se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 * 585 * 0,95(0,05)}{0,05^2 * 585 + 1,96^2 * 0,95(0,05)}$$

n = 424 encuestas n = 466 encuestas

A este resultado, se le aumentó un 10% (42.4) para equiparar el error existente.

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será de **466** encuestas, las cuales se aplicarán a la población objetivo después de que se realizó los cambios y correcciones pertinentes hasta obtener el cuestionario final.

4.3 Metodología de la investigación de campo

Para la investigación de campo, se utilizará un diseño cuantitativo de recolección de datos, ya que se emplea como se vio en los literales anteriores un análisis estadístico para los cálculos y análisis de la información, y se tienen preguntas que han sido previamente estructuradas de acuerdo a los objetivos que se plantearon al inicio.

4.3.1 Levantamiento de la información

La técnica de información que se utilizó para el levantamiento de la información primaria fue la *encuesta*, para lo cual se diseñó y aplicó un cuestionario de preguntas a la población objetivo. Al aplicar las encuestas, se busca obtener la información primaria, aquella que ha sido recabada por primera vez para esta investigación en particular, como son el comportamiento específico de la oferta, la demanda, el precio, la distribución, características del servicio y preferencias, comportamiento o beneficios buscados por los clientes que conforman la población seleccionada para esta propuesta y de la competencia en los diferentes Hosterías Haciendas del sector.

La información secundaria, es investigación documental que ha sido recabada previamente para fines distintos al de esta investigación pero que sirve de soporte para delimitar y analizar el mercado. Esta información se la ha encontrado en varias instituciones públicas y privadas como el INEC, Ministerio de Turismo, Corporación de Turismo, las empresas que forman parte de la población objetivo y en textos y documentos especializados.

4.3.2 Procesamiento de la información

La información obtenida a través de las encuestas fue ingresada al computador para poderla procesar con mayor facilidad y precisión, para lo cual se utilizó el programa **EXCEL** investigación de mercado para obtener información estadística precisa.

El ingreso de datos en este software debe ser de una forma ordenada y lógica para aprovechar las ventajas que ofrece este programa y para garantizar la exactitud.

A continuación se detalla las consideraciones que se adoptaron para la codificación de las preguntas antes de ingresar la información al EXCEL:

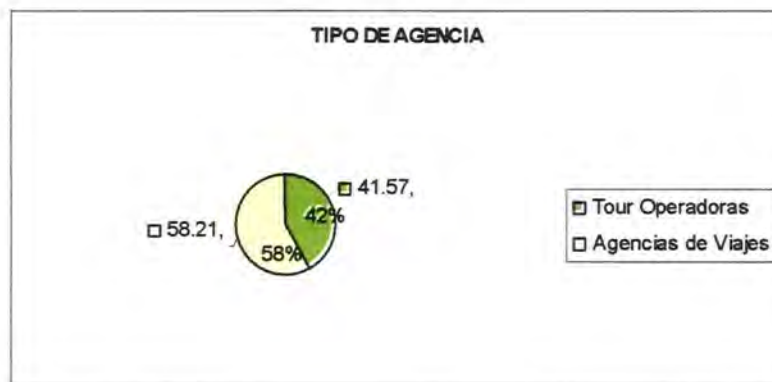
- El cuestionario fue elaborado previamente con preguntas que fueron enumeradas en orden cronológico.
- Se utilizó una codificación numérica conservando la numeración empleada en el cuestionario. La codificación alfa numérica fue utilizada en los casos en que en una pregunta principal había una sub pregunta.

4.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.4.1 Análisis de la encuesta.

En la parte introductoria, se dividió a agencias de viajes y tours operadoras, a continuación se detalla los resultados obtenidos.

Cuadro No 4.2



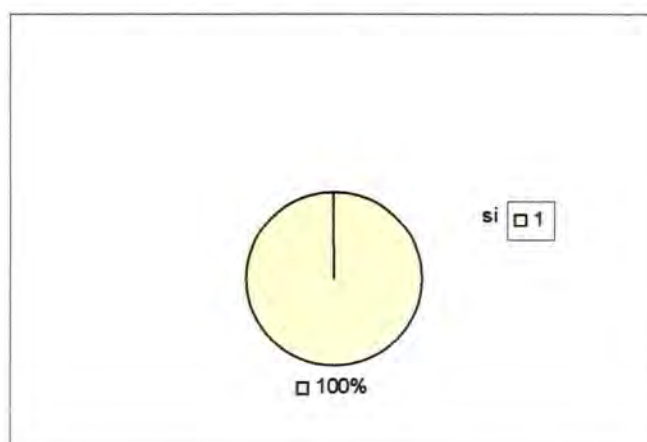
Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea Gross

Análisis: De las 466 agencias de turismo encuestadas, el 58,21% Agencias de Viajes, y el 42% son Tour Operadoras.

PREGUNTA 1

- 1) Cree usted que el alojamiento en haciendas de la sierra ecuatoriana se ha desarrollado de mejor manera en este ultimo tiempo?

Cuadro No 4.3



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea

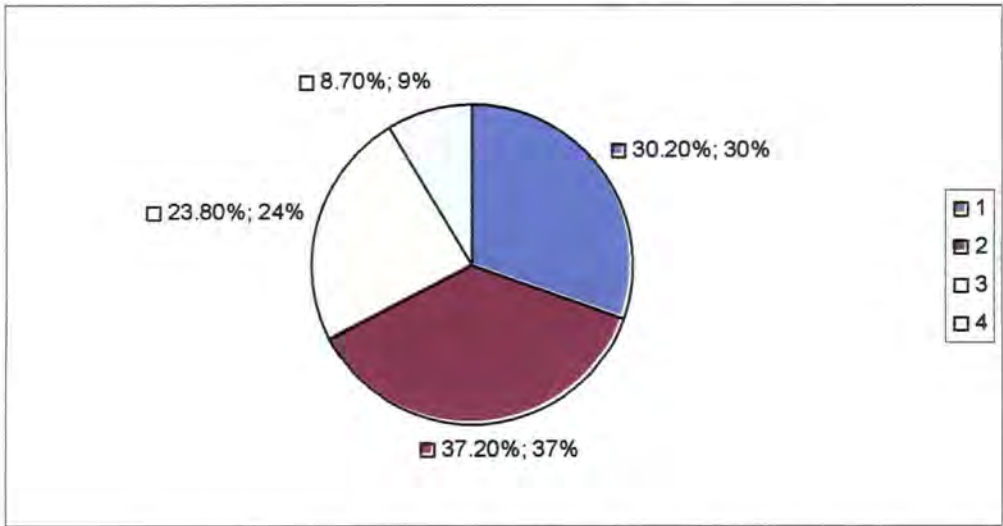
PREGUNTA 2

2) En que porcentaje considera usted que ha crecido este tipo de servicio en relación con los demás?

1. hasta 25%
2. hasta 50%
3. hasta 75%
4. hasta 100%

	frecuencia	%	% Valido	% Acumulado	
Hasta 25	141	30.23	30.23	30.2	30.2
Hasta 50	173	37.21	37.21	37.2	67.4
Hasta 75	111	23.83	23.83	23.8	91.2
Hasta 100	41	8.7	8.7	8.2	100
	466	100	100	100	

Cuadro No 4.4



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea

Análisis: De los 466 encuestados, el 100% son agencias que tienen la visión clara del incremento del turismo en Haciendas y, de acuerdo a las respuestas obtenidas, considera un

nivel de crecimiento del 40 % con respecto a las demás actividades turísticas, lo que muestra que el país tiene mucho que ofrecer, aparte de la riqueza natural con la que cuenta, y aprovechando el orgulloso título que nos caracteriza de ser un país multi étnico lleno de cultura e historia que se puede enseñar a quien nos visita.

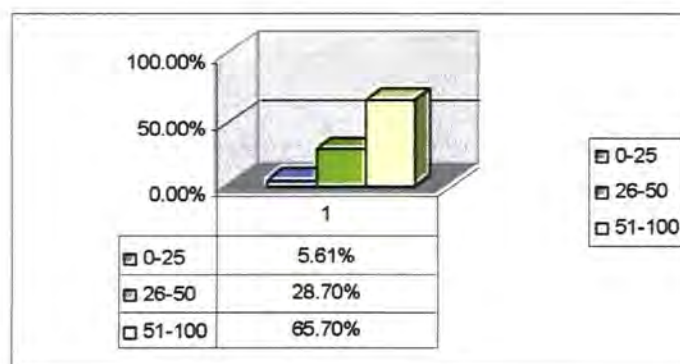
PREGUNTA 3

3) Cual es el promedio mensual de ventas en haciendas de la sierra ecuatoriana?

- 1.- 1 – 25
- 2.- 26 – 50
- 3.- 51 -100

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
1—25	27.028	5.81	5.8	5.6
26-50	138.402	29.65	29.7	35.3
51-100	300.57	64.53	64.5	100
TOTAL	466	100	100	

Cuadro No 4.5



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea

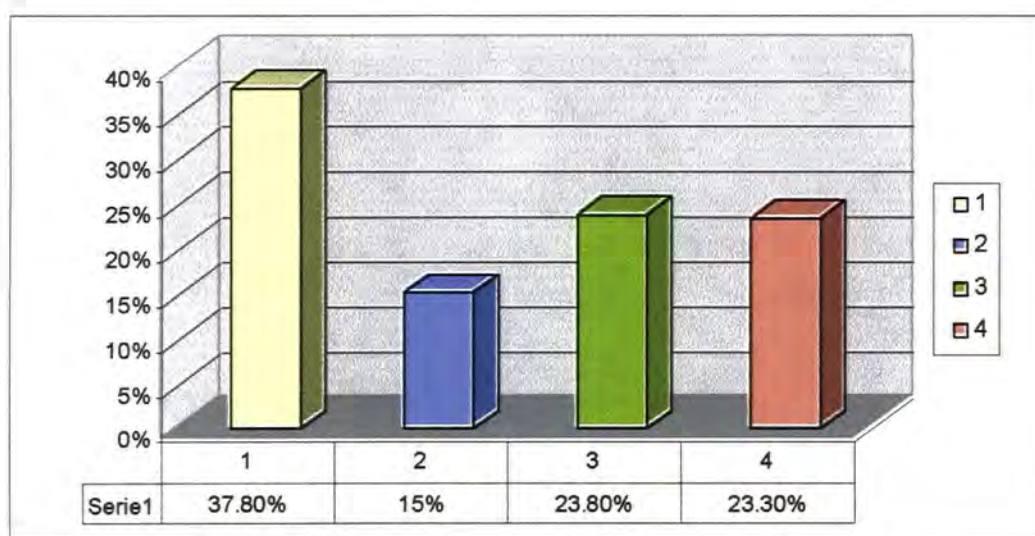
PREGUNTA 4

Qué haciendas considera usted que son las más solicitadas por los turistas (contestar en orden de ventas)?

- 1.- La Ciénega
- 2.- San Agustín del Callo
- 3.- Cuello de Luna
- 4.- El Porvenir

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
La Ciénega	176.1014	37.79	37.8	37.8
Cuello de Luna	70.4126	15.11	15.1	52.9
San Agustín del	111.0478	23.83	23.8	76.7
El Porvenir	108.345	23.25	23.3	100
Total	466	100	100	

Cuadro No 4.6



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea

Análisis: De las 466 agencias encuestadas, 319 respondieron que las ventas de paquetes turísticos a las diferentes Haciendas van de 51 a 100 tours mensualmente, que representa el 68.62% del mercado objetivo del presente proyecto, con estas estadísticas favorables podemos concluir que será factible los objetivos que se quiere alcanzar.

Otro de los indicadores es que los turistas solicitan con mayor frecuencia las Haciendas La Ciénega y San Agustín del Callo, lo que implica, que la provincia de Cotopaxi sea de gran interés turístico al tener varias alternativas con los atractivos naturales y culturales con los que cuenta.

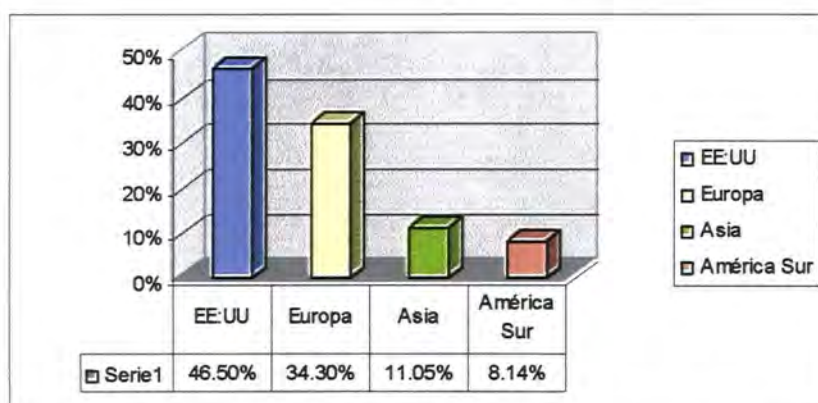
PREGUNTA 5

De donde proviene el mayor número de turistas interesados en alojarse en Haciendas?

- 1.- Estados Unidos
- 2.- Europa
- 3.- Asia
- 4.- América del sur

	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Estados Unidos	216.7366	46.51	46.51
Europa	159.838	34.3	80.81
Asia	51.493	11.05	91.86
América del Sur	37.9324	8.14	100
Total	466	100	

Cuadro No 4.7



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea Gross

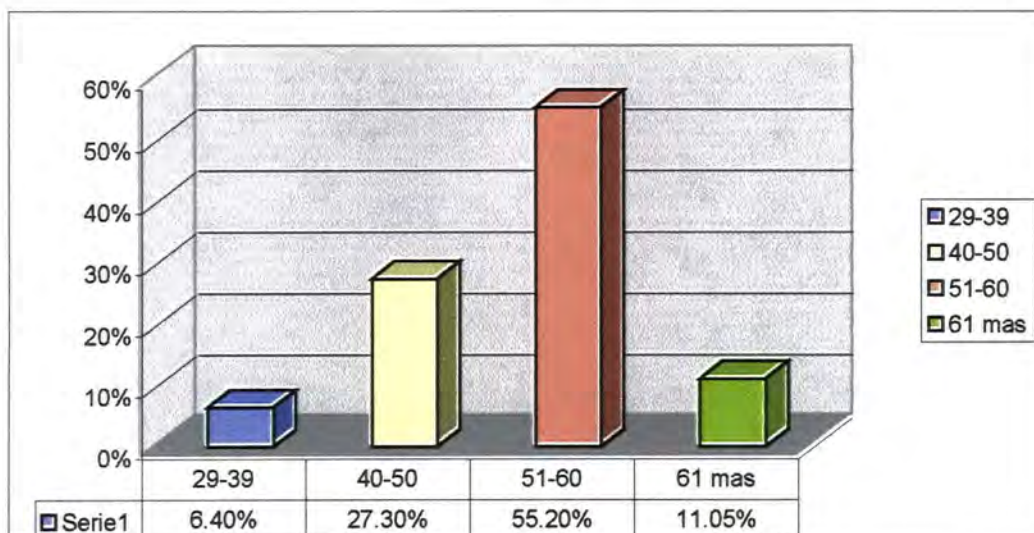
PREGUNTA 6

Cuál es la edad promedio de los turistas que compran este producto?

- 1.- 29 – 39
- 2.- 40 – 50
- 3.- 51 – 60
- 4.- 61 en adelante.

	Frecuencia	%	% Acumulado
29-39	29.824	6.4	6.4
40-50	127.218	27.3	33.7
51-60	257.232	55.2	88.9
61 en adelante	51.493	11.05	100
TOTAL	466	100	

Cuadro No 4.7



Análisis: Del total de agencias encuestadas, se identificó que el cliente final al que se enfocan es de origen estadounidense con un 46.51%, seguido del turista de origen Europeo con un 34.30%, con lo que se verifica los datos obtenidos en el Ministerio de Turismo del registro de entradas de extranjeros al Ecuador del año 2003 con fuente de los Anuarios de Migración Internacional- INEC.

Lo que muestra claramente a quien va dirigido los diferentes paquetes turísticos que el país promociona y al cual el proyecto se estará encaminando.

PREGUNTA 7

Que busca el cliente al momento de elegir una hacienda como parte de su tour?

1.- Cultura e Historia

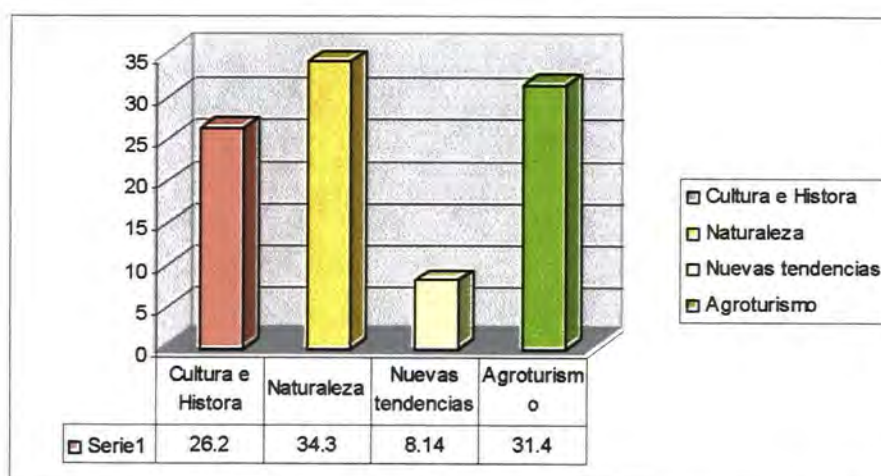
2.- Naturaleza

3.- Nuevas tendencias

4.- Agroturismo

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Cultura e Historia	121.9056	26.16	23.2	26.2
Naturaleza	159.838	34.3	34.3	60.5
Nuevas Tendencias	37.746	8.14	8.1	68.6
Agroturismo	146.324	31.39	31.4	100
Total	466	100	100	

Cuadro No 4.8



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea Gross

PREGUNTA 8

Cuánto esta dispuesto a pagar por día el turista por el servicio de alojamiento y alimentación en un tour de Hacienda?

1.- 20 – 40

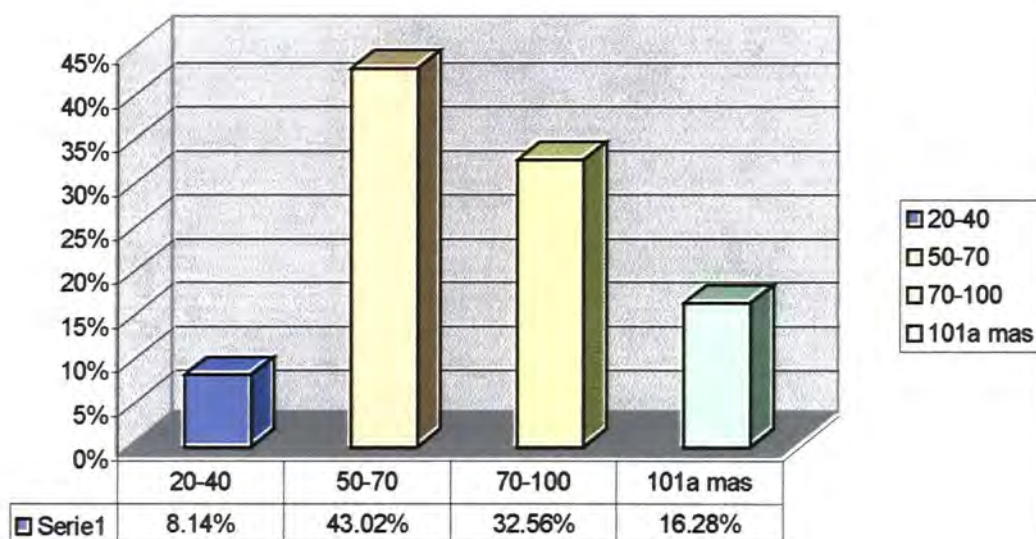
2.- 41 – 70

3.- 71 – 100

4.- 101 a mas

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
20-40	37.746	8.14	8.1	8.1
50-70	200.38	43.02	43	51.1
70-100	151.916	32.56	32.6	83.7
101 a mas	75.958	16.28	16.3	100
TOTAL	466	100	100	

Cuadro No 4.9



Análisis: Se puede observar a través de la pregunta 7 y 8, que el turista anhela encontrar en su destino, Naturaleza como punto principal, con un 34.3%, le gustaría enrolarse en el mundo de la agronomía combinado con el turismo en un 31.4%, y de igual manera conocer la historia y cultura de los pueblo a los que visita dando un porcentaje de 26.2 % .

Del total de encuestados, el 43.02 % estaría dispuesto a pagar entre 50 a 70 dólares al día por el servicio de alojamiento y alimentación en una Hacienda, en segundo lugar el 32,56% pagara entre 70 a 100 dólares y solamente el 16.28% pagaría mas de 100 dólares.

Con estos indicadores podemos dar paso a la viabilidad del proyecto.

PREGUNTA 9

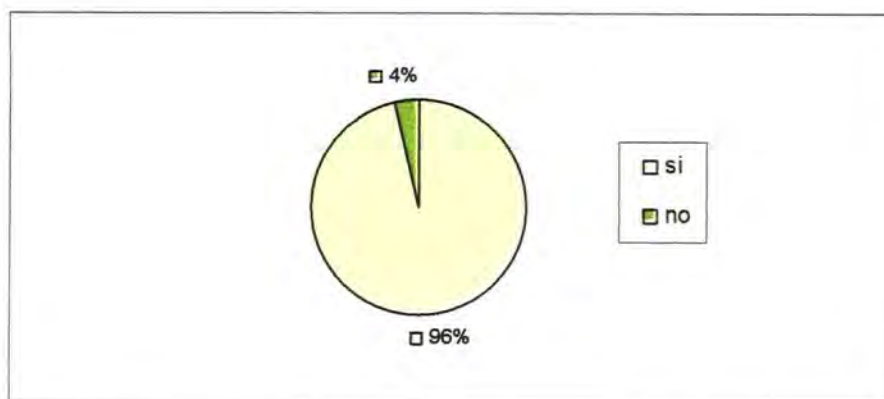
Le interesaría a su agencia incluir una nueva Hacienda Hostería en este grupo de destinos turísticos?

1.- si

2.- no

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
SI	449.69	96.51	96.5	94.5
NO	16.2168	3.48	3.5	100
TOTAL	466	100	100	

Cuadro No 4.10



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea Gross

PREGUNTA 10

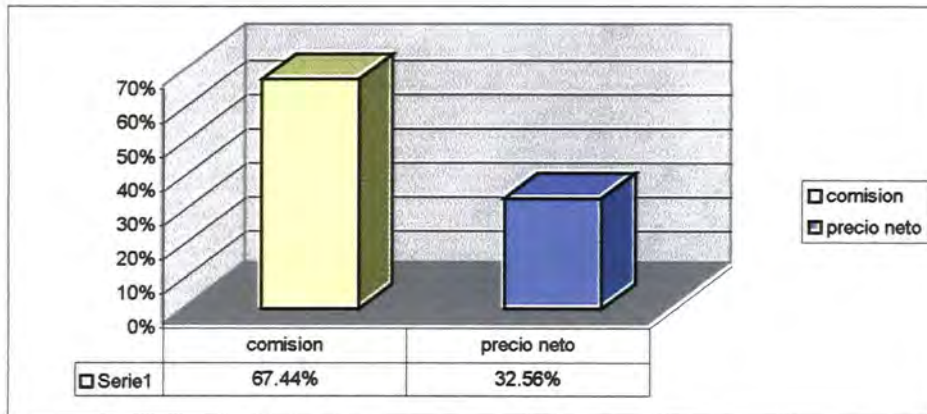
Como le interesaría a la agencia negociar con la Hacienda Hostería para la venta de el producto?

1.- Comisiones

2.- Precios netos

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Comisiones	314.084	67.44	67.4	67.4
Precios Netos	151.916	32.56	32.6	100
Total	466	100	100	

Cuadro No 4.11



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea

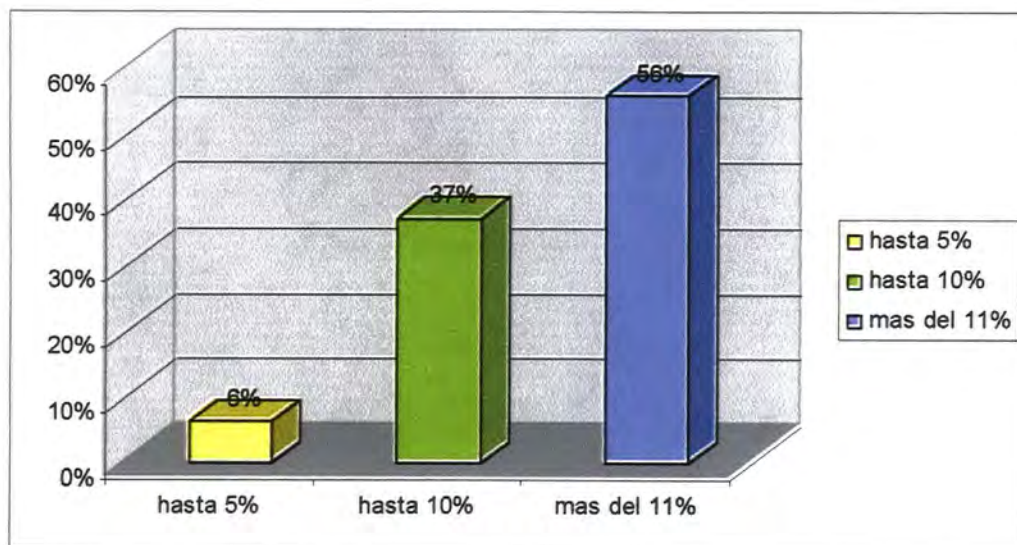
Pregunta 11

Si contesto por comisiones de cuanto sería el porcentaje?

- 1.- hasta el 5%
- 2.- hasta el 10 %
- 3.- de 11 en adelante

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado	
Hasta 5%	29.824	6.39	6.4	6.4	Cua dro
Hasta 10%	173.352	37.21	37.2	43.6	
De 11% en adelante	262.824	56.39	56.4	100	
Total	466	100	100		

No 4.12



Fuente: Investigación de mercado realizada por Fabiola Larrea Gross

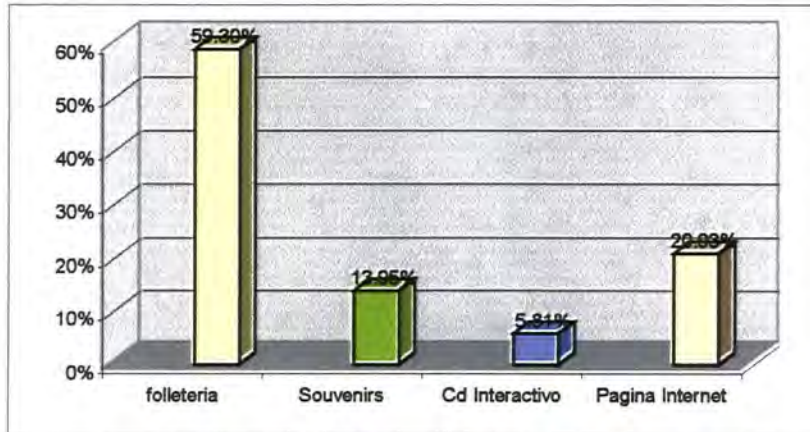
Pregunta 12

Qué materiales publicitarios necesita para vender la Hostería?

- 1.-Folletería
- 2.- souvenir (esferos, lápices, etc)
- 3.- CD interactivo
- 4.- Pagina en Internet

	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Folletería	27633.8	59.3	59.3	59.3
Souvenir	13.7004	13.95	14	73.3
Cd Interactivo	27.0746	5.81	5.8	79
Pag Internet	97.86	20.93	21	100
Total	466	100	100	

Cuadro No 4.13



4.4.2 Conclusiones de los resultados de las encuestas

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación de mercado, es notoria la presencia de una oportunidad de negocio en las Haciendas del Ecuador como hemos visto esta entre un 40% por la preferencia que el turista extranjero tiene por este tipo de alojamientos, experiencias y las actividades que se pueden realizar en ellas, al aire libre.

La Hostería Hacienda San Isidro tendrá una gran acogida por los turistas extranjeros ya que según los resultados de las encuestas la gran mayoría prefiere un lugar en donde se pueda gozar de la naturaleza y tener una vivencia de la cultura e historia del país así como la practica de actividades del campo.

La investigación de mercado ayudó a determinar características específicas del servicio, necesidades y expectativas respecto al servicio que requiere el turista para poder formular estrategias orientadas a la satisfacción del cliente.

Con la información obtenida se tendrá un justificativo para determinar la demanda actual del servicio y el presupuesto necesario para crear la Hacienda Hostería, que se verá en los siguientes cuadros

4.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda.- Es la cuantificación del volumen de bienes y servicios que el consumidor podría adquirir para satisfacer su necesidad.⁵

4.5.1 Factores que afectan la demanda

- **Tamaño y crecimiento de la población**

El tamaño de la población objetivo para la creación de la Hacienda Hostería es de 466 agencias de turismo entre ellas Agencias de viajes y Tour Operadoras que se encuentren inscritas en la Corporación de Turismo de la ciudad de Quito que estén dentro del catastro del Ministerio de Turismo.

El crecimiento del cliente final será continuo ya que según la información del Ministerio de Turismo los datos reales obtenidos son :

Cuadro No 4.14

AÑO	DEMANDA
2003	760.776
2004	847.428
2005	943.95
2006	1'051.465

⁵ Meneses, Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos

A continuación se calculo la demanda de turista hasta el año 2006, a través del método de proyección de la demanda por tasas de crecimiento anual del último periodo promedio y por periodos.

$$VF = VA (1+i)^n$$

Donde:

VF = Valor Futuro.

VA = Valor Actual

i = Porcentaje calculado de la diferencia por periodos. Que es 11.39%

Cuadro No 4.15

AÑO	DEMANDA	%	PROYECCION
2006	1'051.465	11.39%	1'171.227
2007	1'171.227	11.39%	1'304.628
2008	1'304.628	11.39%	1'453.225

Tendencia de consumo

De las agencias que fueron escogidas para la aplicación de las encuestas en la investigación de mercado, en su gran mayoría, están dispuestas a incluir a la Hostería Hacienda San Isidro dentro de los paquetes de venta de esta actividad.

Con las estadísticas que hemos visto del ingreso de turistas al Ecuador y por las nuevas tendencias al Agroturismo y hospedaje en Haciendas, se asume que tendremos un mercado mas amplio para poder mantener el nivel de ocupación que se va a requerir para el funcionamiento de la Hostería.

Hablando de un promedio del 1% en el peor escenario que nos da como resultado 4 agencias, y de un 3 % en el mejor escenario que nos da como resultado aproximadamente 13 agencias que venderían el producto, que prácticamente estaría en posibilidad de vender el producto Hacienda San Isidro en el nivel más confiable.

- **Gustos y preferencias**

El turista actual prefiere salir de los esquemas tradicionales de lo que son los paquetes turísticos y adentrarse a las nuevas tendencias de turismo como hemos visto en la encuesta, podemos notar que el turismo en Hacienda es cada vez mas solicitado ya que el contacto con la naturaleza y la cultura ancestral son factores determinantes para la elección del turista y que mejor si esta rodeado de una adecuada infraestructura llena de historia como son el de las Haciendas.

- **Nivel de precios**

El nivel de precios que se determine o un cambio en el mismo, es un factor que afecta directamente a la demanda provocando que un aumento en el nivel de precios provoque una disminución en la demanda o a su vez, una disminución de precios provocará un aumento de la demanda del servicio.

El precio que se está dispuesto a pagar por el servicio está determinado entre 50 a 70 dólares diarios.

El cliente final se considera en su mayoría de clase socioeconómica media alta y alta, lo cual respalda el poder adquisitivo para satisfacer una necesidad de este tipo con la contratación del servicio.

4.5.2 Demanda actual del servicio:

Para establecer la demanda actual se utilizó los resultados obtenidos de la investigación de mercado, específicamente en las siguientes preguntas:

- ◆ Pregunta número uno. Cree usted que el alojamiento en haciendas de la sierra ecuatoriana se ha desarrollado de mejor manera en este ultimo tiempo? Esto nos dio un resultado unánime de la respuesta positiva.
- ◆ Pregunta número dos. En que porcentaje considera usted que ha crecido este tipo de servicio en relación con los demás?. La respuesta a esto fue del 50% lo que nos dio la posibilidad de verlo como un proyecto Turístico rentable y con muchas posibilidades.
- Pregunta número tres. Cual es el promedio mensual de ventas en haciendas de la sierra ecuatoriana. Las ventas son cada ves mayores, con lo que podemos especular tener un buen nivel de ocupación.

Si hablamos de que en el año 2008 el ingreso de turistas proyectado es de 1'453.225 el porcentaje de inclinación por turismo de Haciendas y actividades de agroturismo es de un 40%; diríamos que son de **581.290** clientes potenciales.

De este resultado que sería el 100% se ha previsto dos escenarios como ya vimos anteriormente para considerar el nivel de ocupación con respecto a las ventas de las agencias de viajes y tour operadoras que tendría la Hostería y continuación lo detallamos:

Con estas cifras sacamos el número de turistas a nivel mensual y diario para saber con mayor claridad la ocupación que podría llegar a tener la Hostería.

TURISTAS ANUALES	PEOR ESCENARIO(1%)	MEJOR ESCENARIO(3%)
-------------------------	---------------------------	----------------------------

581.290	5.812	17.438
---------	-------	--------

	PEOR ESCENARIO(1%)	MEJOR ESCENARIO(3%)
--	---------------------------	----------------------------

MENSUAL	484	1453
DIARIO	16	72

El número de plazas que tiene la hostería es de 32 que sería el 100% del nivel de ocupación, tomando el peor escenario que es 16 nos da un nivel de ocupación del 50% lo cual es muy bueno.

4.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. ⁶

⁶ Nogueira Marcos, Marketing de Servicios

En esta parte del análisis se podrá determinar el comportamiento y la existencia de la competencia considerando ciertos factores que pueden cambiar su comportamiento.

Para poder obtener información de la competencia, se visitó algunas de las Haciendas Hosterías que se encuentran en la provincia de Cotopaxi. La lista previa de las Haciendas Hosterías se obtuvo en el Ministerio de Turismo..

4.6.1 COMPETENCIA

Clasificación

Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta en relación al número de oferentes en el mercado:

- **Oferta competitiva o de mercado libre:** Los productores se encuentran en libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor, ningún productor domina el mercado.
- **Oferta oligopólica:** El mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores, quienes determinan la oferta y los precios.
- **Oferta monopólica:** Existe un solo productor del bien o servicio y domina el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.⁷

El presente estudio pertenece a una oferta oligopólica porque en la provincia de Cotopaxi existe un número de Haciendas Hosterías que no es excesivo en relación con la cantidad de

⁷ Nogueira Marcos, Marketing de Servicios

turistas que requieren el servicio y son quienes determinan el nivel de precios al que se oferta el servicio.

4.6.2 OFERTA ACTUAL DEL SERVICIO.

Existen 5 Haciendas dedicadas al Turismo en el sector de la provincia de Cotopaxi, que se consideran como competencia directa ya que ofrecen básicamente el servicio de alojamiento en el mismo tipo de infraestructura hotelera y su calificación es igual de tres estrellas, pero existe una gran posibilidad de diferenciación mediante nuevas tendencias relacionadas con este tipo de servicio como es el caso del agroturismo.

La oferta está determinada por las Hosterías Haciendas que actualmente existen en el Sector de la provincia de Cotopaxi y que se detallan a continuación:

Establecimiento	No Plazas	Servicios que incluyen
San Agustín del Callo	22	Visita a llamas, caminatas
Tambopaxi	35	Visita a llamas, Caminatas, ciclismo de montaña
Quello de Luna	48	Caminatas, , ciclismo de montaña,
Hacienda el Porvenir	32	Caminatas, , ciclismo de montaña,

4.7 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. Una buena comercialización es aquella

que coloca al producto en un sitio y momento adecuados para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra ⁸.

La ventaja que al tener como cliente objetivo a Agencias de viajes y Tours operadoras me permite comercializar de forma personalizada con el cliente final.

Por esta razón es muy importante establecer planes estratégicos de marketing que los he estudiado cuidadosamente y los detallo a continuación:

4.7.1 Plan Estratégico de Marketing

A continuación se detalla la propuesta que se utilizará para comercializar el servicio, basado en las 4 p's:

4.7.1.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Producto: Conjunto de atributos tangibles e intangibles, que entre otras cosas incluyen empaque, color, precio, calidad y marca junto con los servicios y la reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien un servicio, un lugar o una idea”⁹

- Se integrarán tendencias en boga tales como agroturismo, enseñanza de español, actividades artísticas, paseos.
- Se brindará también algunas cabalgatas a lugares relativamente cercanos.
- En todo momento generar un valor agregado al servicio, con la amabilidad y excelente trato al turista y brindando un verdadero calor de hogar característico del Ecuador.

⁸ Nogueira Marcos, Marketing de Servicios

⁹ Staton, Michael, Fundamentos del Marketing

- Posicionamiento de calidad y precio a través de una evaluación continua del nivel de satisfacción de los clientes en el que justifiquen que el precio que están pagando por el servicio está recompensado con el trato y desarrollo que observan continuamente en el Turista.
- Se ofrecerá un servicio de transporte por un valor adicional para los turistas que lo requieran.

Para esto he creado tres diferentes planes que se los detallo a continuación:

PLAN A

4 DIAS / 3 NOCHES

Incluye:

- Alimentación completa.
- Cocktail de bienvenida
- Uso de las Instalaciones de la Hacienda.
- Alojamiento
- Cabalgatas al mirador de San Diego
- Visita a la laguna del Yambo.
- Visita a las termas de Alusán.
- Cosecha de productos de la Hacienda
- Realizar actividades de índole agrario.

PLAN B

3 DIAS / 2 NOCHES

Incluye:

- Alimentación completa
- Alojamiento
- Cocktail de bienvenida
- Uso de las Instalaciones de la Hacienda.
- Cabalgatas al mirador de San Diego
- Visita a la laguna del Yambo.
- Cosecha de productos de la Hacienda
- Realizar actividades de índole agrario.

PLAN C

2 DIAS / 1 NOCHE

Incluye:

- Alimentación completa
- Alojamiento
- Cocktail de bienvenida
- Uso de las Instalaciones de la Hacienda.
- Cosecha de productos de la Hacienda
- Realizar actividades de índole agrario.

Características de las Cabañas:

La Hostería Hacienda San Isidro constara con 10 cabañas totalmente equipadas, para el confort del cliente.

Tipo de Cabañas	Cantidad
Matrimoniales	2
Dobles	4
Familiares (hasta 4 pax)	4
TOTAL	10

Toda la infraestructura será acorde con el estilo de hacienda para crear un verdadero ambiente señorial.

Se usará materiales de la zona que no dañe ni perjudique la imagen visual del visitante.

Características del personal.

- Se mantendrá una selección de personal sumamente estricta, donde los empleados deberán tener experiencia y preparación académica especializada, además se evaluará mucho la personalidad.
- Se capacitará constantemente al personal en atención al cliente y primeros auxilios y se promoverá la aplicación de valores éticos, morales y profesionales en la actividad laboral.

4.7.1.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

- Se considerarán descuentos para grupos de 15 personas, y para turistas que deseen hospedarse semanal, quincenal o mensualmente.
- Se seleccionará cuidadosamente a los proveedores con el propósito de ahorrar recursos que disminuyan los gastos y que permitan establecer un precio competitivo.

- Se mantendrá la estacionalidad de los precios, es decir, se determinará un precio que esté de acuerdo al poder adquisitivo del cliente, al nivel de precio de la competencia y que cubra los gastos dejando rentabilidad, ese precio no será modificado sino únicamente al inicio del año de ser requerirlo.

4.7.1.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Kotler define a la promoción como un intento de influir en el público, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.¹⁰ Las estrategias empleadas serán:

- Siempre estará disponible en la Hacienda un representante, que será el Administrador quien permitirá conocer personalmente todas las instalaciones, informará sobre los servicios y proporcionará material con toda la información escrita.
- Visitar nuevas empresas del sector para negociar alianzas estratégicas y promociones
- La publicidad por medio de Internet se realizará constantemente ya que se optimizará el uso de la página web, se negociará la inclusión de links y banners promocionales en las empresas con las cuales se ha negociado la prestación del servicio para sus empleados.
- Se buscará la distinción de la marca, para lo cual se seleccionará un logotipo de la Hacienda para diferenciarlo de la competencia y posicionarlo en los clientes.
- *Se obsequiará artículos con el logotipo y slogan la Hacienda, como lápices, esferos.*
- *Se publicitará a la Hacienda en revistas de turismo como la Transport entre otras.*

¹⁰ Kotler Philip, Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición.

4.7.1.4 ESTRATEGIA DE PLAZA

- La Hacienda estará en un lugar de fácil acceso, cuenta con servicio de buses y taxis, además de que es un sector totalmente abastecido de todo tipo de servicios para satisfacer cualquier necesidad o emergencia.
- La página web es una herramienta a la cual tendrán acceso todas las personas tanto turistas nacionales como extranjeros.
- El cliente directo son agencias y tours operadoras que ya tienen establecido su fuerza de venta y diferentes estrategias para llegar al cliente final.

4.8 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio al que se ofertará el productor estará determinado de acuerdo a la calidad del servicio, los servicios adicionales que se ofrezcan a los clientes para diferenciarlo de la competencia, sin embargo, este debe estar dentro del límite establecido en el precio de mercado de las Hosterías Haciendas en la provincia de Cotopaxi y del nivel de precios que estarían dispuestos a pagar los clientes de acuerdo a la investigación de mercado que se realizó.

A continuación se detalla los precios a los que ofertan el servicio alojamiento de la competencia, sin incluir el servicio de alimentación en las diferentes Haciendas, la cual se obtuvo a través de la técnica del cliente oculto:

Establecimiento	No Plazas	Costo diario
San Agustín del Callo	22	USD 30
Tambopaxi	35	USD 15
Cuello de Luna	48	USD 23
Hacienda el Porvenir	32	USD 70

* El precio se lo tomo en base a habitación doble.

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Una vez determinado el nivel de precios que utiliza la competencia, se puede establecer un precio promedio al que se oferta el servicio hotelero en Haciendas de la Sierra, específicamente en la provincia de Cotopaxi, el cual está establecido en **34 dólares**. Sumándole el 10 % de comisión de la agencia de viajes o tour operadoras obtendría por vender el producto al rededor de 38 dólares solamente el alquiler de la cabaña, sin contar con los demás servicios

El resultado de la investigación de mercado permitió establecer que las agencias de viajes que fueron encuestadas venden productos similares y que estarían dispuestos a comercializar el servicio con un costo que está entre 50 a 70 dólares por turista y por noche.

Con lo cual nos permitió adicionar otros servicios que incluyen en los tres paquetes diferentes para mantenemos en este mismo rango, dando además valores agregados.

A continuación se presenta la lista de precios detallados por el tipo de plan y el tipo de cabaña:

PRECIO DE VENTA			
	Matrimonial	Familiar	Doble
PLAN A	300	600	350
PLAN B	200	500	250
PLAN C	100	350	150

4.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución puede ser directo, si el proveedor entra en contacto directo con el usuario o comprador final, o indirecto, si existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final.¹¹

Para la Hostería Hacienda San Isidro se utilizará los siguientes canales:

Proveedor-Consumidor: Por ser un servicio que cubre necesidades especiales y requiere de un mayor control por parte del proveedor, se utilizará un canal directo por medio de paginas web.

Hacienda Hostería -----Turistas

Proveedor-intermediario-consumidor: Las empresas seleccionadas tienen la opción de adquirir el servicio para ofrecerlo como beneficio a sus clientes, por lo que el consumidor no contratará directamente el servicio sino que lo hará por medio de un intermediario.

Hostería Hacienda -----Agencias de Viajes -----Turistas.

¹¹ Enrique Díez Castro, Distribución Comercial, Mc. Graw Hill, Segunda Edición

CAPÍTULO V

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN LEGAL

En el presente capítulo se formulará los objetivos, la misión, visión y estrategias de la Hostería Hacienda San Isidro, los cuales para ser alcanzados, requieren del uso eficiente de los recursos humanos, financieros y técnicos con que contará el proyecto; que solamente se logrará si se tiene un direccionamiento claro de hacia donde se quiere llegar y lo que se desea alcanzar con esta propuesta.

El estudio detallado posteriormente proporciona información referente a los requerimientos y funciones del recurso humano para la implementación del proyecto, la estructura organizacional que tendrá la Hostería Hacienda San Isidro y un análisis y propuestas específicas sobre el direccionamiento estratégico que adoptará la empresa tanto en la fase de planificación, como en la ejecución y comportamiento futuro.

Al ser el recurso humano los ejecutores del servicio para el funcionamiento de la Hostería, es necesario definir y comunicar la forma como se harán las cosas en esta empresa, para que exista una motivación, identificación y clara orientación a alcanzar objetivos para beneficio común. Por lo tanto se establecerá claramente la estructura funcional y estructural de la organización, se definirá y comunicará a los empleados la base filosófica de la empresa para que sea aplicada eficazmente y las funciones que tienen para lograr la satisfacción de los turistas y una rentabilidad y estabilidad empresarial.

5.1 Reglas para establecimientos de alojamiento.

En el Ecuador todo establecimiento que oferte servicios con fines turísticos debe registrarse al Ministerio de Turismo, organismo que desarrolla ciertas pautas para ir de cierta manera controlando en crecimiento turístico en las diferentes zonas del país.

El Ministerio entre una de sus tantas funciones es el que otorga la autorización para la apertura, funcionamiento y clausura de los establecimientos de alojamiento.

Esto han sido categorizados y por ende cada uno adquiere ciertos requisitos que deben cumplirse para poder obtener el permiso de operación.

El Ministerio ha dividido en dos grupos a los establecimientos de alojamiento, el primero como establecimientos hoteleros y al segundo como establecimientos extrahoteleros.

Los establecimientos hoteleros se han dividido en subgrupos y cuentan con la respectiva categorización por medio del distintivo de estrella, desde cinco hasta una, equivalente a lujo y cuarta categoría respectivamente.

El proyecto se encuentra dentro de establecimientos hoteleros y en el subgrupo de Hosterías, moteles, refugios y cabañas.

El Reglamento de Actividades Turísticas plantea para este tipo de servicio se lo categoriza por medio de una a tres estrellas plateadas.¹²

Al proyecto se lo plantea como una Hostería de tres estrellas plateadas.

¹² Ley de Desarrollo turístico, Reglamento. Edición 2002 Legislación conexas.

Hostería: Todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor a 6 habitaciones.¹³

5.1.1 Pautas para obtener categoría 3 estrellas plateadas.

Hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas deberán contar con los servicios que se presentan a continuación:

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

Todos los establecimientos que tengan como sustento económico actividades turísticas deberán realizar lo siguiente al momento de operar:

¹³Ley de Turismo. Reglamentos de Actividades Turísticas. Edición Agosto 2003. Sección I. Documento 3.

- ♦ En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación del establecimiento, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en la que se encuentre clasificado. Para el caso de hosterías su nomenclatura es HT.
- ♦ Exhibir junto a la entrada una placa distintiva de metal, de forma cuadrada con fondo azul turquesa en la que conste la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

El Ministerio de Turismo realizará el diseño y elaborará la placa antes mencionada y pondrá a disposición del usuario previo pago de su valor.

5.1.2 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.

5.1.3 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 periodo 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.

5.1.4 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.

Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes, en este caso el Municipio de Salcedo, el Ministerio de Turismo revisa y da visto bueno de los planos. Si hubiera incumplimiento de este requisito, los planos no podrán ser aprobados.

5.2 BASE LEGAL

5.2.1 La Empresa

La empresa es una unidad económico-social que combina un conjunto de elementos humanos, técnicos y financieros, ordenados según una determinada estructura de organización y dirigidos en base a cierta relación de propiedad y control, con el ánimo de alcanzar unos objetivos determinados.

Una empresa es la entidad que proporciona al individuo los productos o servicios que satisfacen sus necesidades y se encarga de elegir y combinar unos recursos a los que, mediante la aplicación de una determinada tecnología, somete a unos procesos de transformación para hacerlos útiles y valiosos para el consumidor de los mismos.¹⁴

La empresa es una unidad económica que, mediante la combinación de los factores de la producción, actúa como un elemento dinámico en la fabricación, rotación de un bien o la prestación de servicios con el objetivo de obtener un beneficio económico o social¹⁵.

5.2.2 Nombre o razón social

La razón social o nombre seleccionado será **“Hostería Hacienda San Isidro”**, ya que ese ha sido su nombre original y la idea es conservarlo para transmitir la historia que tiene la hacienda. La Hostería pretende ofrecer un ambiente sumamente agradable y acogedor donde no solamente se brinde la mejor atención al cliente sino también el calor de hogar que muchos buscan y la presencia física de la cultura ancestral.

El logotipo está identificado por el perfil de la casa de hacienda en cuyo exterior se puede ver naturaleza que simboliza su entorno de paz y tranquilidad capaz de brindar la mejor escandía para el turista, y en su interior muestra una puerta grande que significa que damos la mejor de las bienvenidas, además existe un sol que simboliza un ambiente fraternal lleno de calor de hogar. El nombre de la Hostería está en la parte inferior Se ha utilizado colores vivos que llamen la atención.

¹⁴ Rovere Mario, Administración de empresas, Editorial OPS, España 2001

¹⁵ Meneses Álvarez Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera Edición, Ecuador 2001



A continuación se presenta el logotipo de la Hostería Hacienda San Isidro.

5.2.3 Estructura Jurídica

Para este proyecto se ha determinado la estructura jurídica de **sociedad limitada**.

De Responsabilidad limitada: Es la que se contrae entre 3 o más personas y un máximo de 15, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el momento de sus aportaciones individuales. Las participaciones que corresponden al aporte de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas, transferibles e indivisibles. La participación de cada socio es transmisible por herencia. El capital social debe estar totalmente desembolsado en el momento de constituirse la sociedad.

El capital está dividido en participaciones iguales, llamadas cuotas. En estas empresas los socios no responden personalmente de las deudas sociales, solo con el capital aportado. La Junta General formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos de los socios presentes. La Junta General designará y removerá administradores y gerentes.

El Art. 123 de la Ley de Compañías dice lo siguiente respecto a los administradores y gerentes: “Se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y en caso de no señalárseles, a las resoluciones de la junta general. A falta de estipulación contractual o resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente...”

El capital mínimo con el que ha de constituirse la compañía será de cuatrocientos dólares, \$ 400.

Las aportaciones pueden consistir en dinero o bienes (muebles o inmuebles).

Tomando en cuenta con las disposiciones establecidas a la Compañía Limitada, la Hostería Hacienda San Isidro estará integrada por cinco accionistas, que son los dueños de la misma, que aportarán para el capital suscrito, de la manera detallada a continuación.

EL VALOR DE CADA ACCION SERA DE USD \$ 1.

Para la formación de la compañía de responsabilidad limitada se debe obtener los siguientes documentos:

- Reserva del nombre o razón social.
- Elaboración de la Minuta de Constitución.
- Elevar la Minuta de Constitución a Escritura Pública.
- Aprobación de la Escritura Pública de Constitución por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Publicación del Extracto de la aprobación de la constitución en uno de los periódicos de la Ciudad.

- Razones Notariales.
- Obtención de la Patente Municipal.
- Gestión en el Ministerio de Turismo para obtener permisos.
- Inscripción de la Escritura Pública de Constitución en el Registro Mercantil.
- Elaboración del acta de junta general para designar administradores de la Compañía.
- Inscripción de los nombramientos de los Administradores de la compañía en el Registro Mercantil.
- Notificación a la Super-intendencia de Compañías.
- Obtención del RUC.

Para la inscripción en el Ministerio de Turismo:

- Copia certificada de la constitución de la compañía.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de la cedula de identidad
- Certificado de votación
- Copia del RUC.
- Certificado de la Propiedad Intelectual.
- Copia del contrato de compra del establecimiento.

Para el funcionamiento del establecimiento Turístico:

- Autorización del proyecto.
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Licencia única anual de funcionamiento
- Registro en el Ministerio de Turismo
- Permiso de sanidad o salubridad

- Afiliación a la Cámara de Turismo.
- Patente Municipal
- Registro de la propiedad
- Permiso del SAYME
- Requerimiento para el cuerpo de bomberos
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual o IEPI

Gastos de Constitución	USD
Capital	400
Abogada	330
Ministerio de Turismo	100
CAPTUR	366
Licencia anual de funcionamiento	250
Patente Municipal	90
IEPI	90
Permiso Cuerpo de Bomberos	1
Permiso sanitario	6
Total	1633

5.3 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Definir la filosofía de una empresa es definir la personalidad, identidad y el alma de una empresa.

Se trata de establecer la misión y visión por la que ha sido creada la empresa y por la que en base a objetivos y estrategias aspira lograr en un futuro. Además, consiste en determinar los valores y principios que quiere adoptar, ya que al identificar todos estos factores tendrá un punto de referencia que alinea y da consistencia a las decisiones organizacionales.

El diagnóstico de la filosofía de la empresa permite la identificación de las características que serán preservadas, incorporadas o evitadas en la empresa. La base filosófica de la “Hostería Hacienda San Isidro” se detalla a continuación:

5.3.1 Visión

La visión es como debería ser y actuar la empresa en el futuro, basada en los valores y convicciones de sus integrantes.¹⁶

A continuación se presenta la visión la Hosteria:

“Posicionar la Hacienda Hostería San Isidro como un de los establecimientos preferidos por el visitante nacional o internacional a mediano plazo, incorporando continuamente actividades que gusten al turista en ámbitos como el agroturismo, actividades recreativas en un ambiente de respeto por la cultura

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

5.3.2 Misión

Es la definición de la razón de existencia y la naturaleza de un negocio. Se caracteriza por ser desafiante y motivadora, fácil de captar y recordar, especifica los negocios actuales y su futuro, es flexible y creativa.³

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

A continuación se define la misión da la “Hacienda Hostería San Isidro”:

¹⁶ Ing. Francis I. Salazar M.B.A, Administración Estratégica, Ecuador 2004

“Somos un establecimiento hotelero que contribuye con la imagen positiva del turismo en el Ecuador y a su vez ayuda con el desarrollo de sus ramas como es el caso del agroturismo, integrado por un personal con vocación, experimentado y capacitado para brindar un servicio de calidad, ágil y eficiente basado en la cordialidad y responsabilidad”.

5.3.3 Objetivos estratégicos

Los objetivos corporativos son la exteriorización del compromiso institucional de producir resultados, sustituyendo las acciones sin dirección y permitiendo evaluar los resultados, en todos los procesos de organización.¹⁷

Estrategias

Una estrategia es la forma o el camino que la empresa sigue para adaptarse al contexto y lograr sus objetivos.¹⁸

Es el proceso de decidir sobre los objetivos de la organización, sobre los cambios en éstos, sobre los recursos usados para alcanzarlos y sobre las políticas que han de regular la adquisición, el uso y la disposición de estos recursos.¹⁹

A continuación se presenta una tabla que contiene cada objetivo planteado y la estrategia formulada para alcanzarlo:

¹⁷ Ing. Francis I. Salazar M.B.A, Administración Estratégica, Ecuador 2004

¹⁸ Ing. Francis I. Salazar M.B.A, Administración Estratégica, Ecuador 2004

¹⁹ Koontz O'Donnell, Curso de Administración Moderna, Mc. Graw Hill, 1991

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
SUPERVIVENCIA	
• Garantizar desde el primer día la prestación de un buen servicio con personal capacitado y experimentado, trato personalizado y seguimiento del desempeño del recurso humano.	• Implementar un programa de capacitación, motivación y evaluación del personal de la Hostería.
• Lograr el posicionamiento con una imagen sólida de calidad, comodidad, vivencia, seguridad, y profesionalismo a mediano plazo para asegurar la participación en el mercado.	• Desarrollar una campaña publicitaria continua en, página web, correo electrónico, dípticos, souvenir, enfocada en dar a conocer el logotipo, razón social, base filosófica y beneficios que ofrece la Hacienda Hostería.
FINANCIEROS	
• Mantener en el 2008 un nivel de ingresos que permita cubrir los costos y obligaciones financieras con un margen de rentabilidad y liquidez adecuados que justifiquen la inversión.	• Determinar una política de precios en base a la competencia, los costos que se deben cubrir y al poder adquisitivo. • Diseñar y ejecutar un plan estratégico que sustente la visión, misión y objetivos de la empresa.

• Desarrollar en el próximo año un sistema de control financiero que facilite el análisis y toma de decisiones en base a cifras actualizadas.	• Implementar un software financiero de control y evaluación, y un registro de los mejores proveedores que permitan incurrir en menores costos.
DESARROLLO	
• Incorporar nuevas tendencias tecnológicas y servicios complementarios que generen una ventaja competitiva para expandir las ventas, en un plazo de 2 años	• Incrementar continuamente nuevos servicios y beneficios que generen ventajas competitivas.
• Lograr alianzas estratégicas con empresas que quieran realizar paquetes de rutas más grandes y así beneficiarnos como socios.	• Diseñar un cronograma de visitas personales mensuales a empresas turísticas que podrían estar interesadas en el servicio y negociar posibles arreglos para la contratación.

5.3.4 Principios y valores

“Los valores son descriptores morales que muestran la responsabilidad ética y social en el desarrollo de las labores del negocio.

Los principios son elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la empresa, y definen el liderazgo de la misma”.²⁰

La Hostería Hacienda San Isidro basará sus acciones y decisiones guiadas en los siguientes principios y valores:

Valores:

- **PERSEVERANCIA**: No desfallecer hasta lograr los objetivos y resultados propuestos, continuar en la lucha continua por alcanzarlos a través de la motivación y esfuerzo de todas las personas que laboran en la Hacienda.
- **LEALTAD**: Cumpliendo el compromiso adquirido con la sociedad y buscando la satisfacción de socios, clientes, empleados y funcionarios.
- **RESPECTO**: Hacia el cliente interno, externo, a socios y cualquier persona adicional que se relacione con el personal o actividad que realiza La Hostería.
- **RESPONSABILIDAD**: Cada persona debe responder por sus actos y la institución al asumir la responsabilidad de servicio al turista debe responder en caso que determinada situación esperada no se cumpla como se ofreció.
- **HONESTIDAD**: Es poner la verdad en primer plano para basar cualquier decisión o acción. El ser honrado, decente y actuar con claridad y veracidad son parte de la honestidad que debe caracterizar a cada persona que conforma el recurso humano de la Hostería.
- **CORDIALIDAD**: Es necesario que las personas que laboran en la Hostería irradian una sensación de seguridad, alegría, simpatía y carisma frente a los a los turistas para que se sientan a gusto y lo consideren como un valor agregado de la Hostería.

²⁰ Salazar Francis I. M.B.A, Administración Estratégica, Ecuador 2004

- **INTEGRIDAD:** Que no se realicen actos socialmente o moralmente no aceptados en la sociedad, que se respete la ley y restricciones presentes en la Hostería y se conserven las normas básicas de ética y moral en todo momento. Que se respete los derechos de los demás y exista igualdad de condiciones.

Principios:

- **Mejoramiento continuo:** Eliminación de errores o falencias que limitan la satisfacción del cliente, para lo cual se prestará especial cuidado en evaluar las percepciones del mismo sobre el servicio y se harán las correcciones necesarias en forma continua ayudándose de un personal altamente comprometido con este principio.
- **Eficiencia y agilidad en la prestación de servicios:** Alcanzar el mejor grado de cumplimiento de objetivos, al menor costo posible con los recursos indispensables y en un tiempo prudencial para que los clientes se sientan a gusto.
- **Trabajo en equipo:** Los funcionarios buscarán asociar esfuerzos en búsqueda de un bien común. Se identificarán con la filosofía de la empresa y la adoptarán como parte de un todo con el cual se ven identificados y comprometidos para ayudarse mutuamente y lograrlo.
- **Innovación y creatividad** para lograr la competitividad
- **Calidad:** Ofrecer un buen servicio desde la primera vez, en una cadena de perfeccionamiento orientada a la satisfacción de las necesidades del cliente.
- **Profesionalismo:** Manteniendo un personal altamente experimentado, calificado, capacitado, motivado y comprometido en la prestación del servicio que cumpla eficientemente sus funciones.
- **Liderazgo:** Logrando guiar a las personas hacia los objetivos planteados, logrando alcanzar lo que se espera de ellas en beneficio de la Hostería Hacienda y los clientes.

- **Respeto al ecosistema:** Fomentando la importancia y el compromiso que debe adquirir la sociedad como parte de la naturaleza para conservarla y protegerla.

5.4 LA ORGANIZACIÓN

“La organización es el establecimiento de una estructura de funciones, a través de la determinación de las actividades requeridas para alcanzar las metas de una empresa y de cada una de sus partes, el agrupamiento de esas actividades, la asignación de tales grupos de actividades a un administrador, la delegación de autoridad para llevarlas a cabo y la provisión de los medios para la coordinación horizontal y vertical de las relaciones de información y de autoridad dentro de la estructura. La función de organización está constituida por la totalidad de actividades y las relaciones de autoridad existentes entre las mismas”.²¹

La organización para la hacienda Hostería San Isidro, implica una estructura formal e intencional en cuanto a funciones o posiciones.

Una organización formal es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas en donde la cooperación entre ellas es esencial para el logro de objetivos. La organización existe cuando: hay personas capaces de comunicarse, que estén dispuestas a actuar conjuntamente y deseen alcanzar un objetivo común.

5.4.1 Reclutamiento del personal

Se lo hará a través de anuncios en el periódico, universidades o institutos a fines con el puesto buscado y por recomendaciones.

5.4.2 Selección del personal.

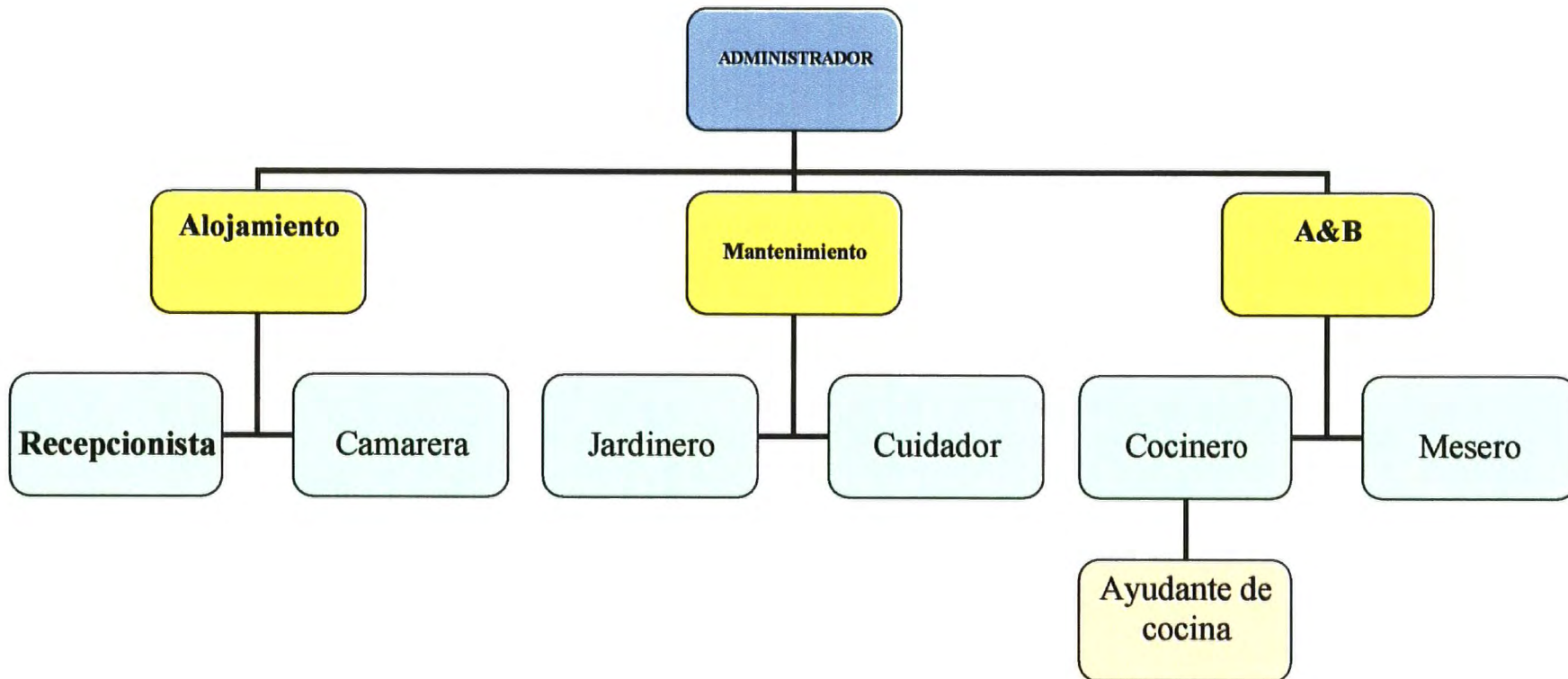
²¹ Koontz O'Donnell, Curso de Administración Moderna, Mc. Graw Hill, 1991

Para seleccionar al personal se analizará su currículo y se estudiará detalladamente su trayectoria profesional, académica y personal, una vez terminado el primer paso el Administrador procederá a realizar entrevistas explicando las funciones y el sueldo que tendrá para así concluir con el contrato del interesado,

5.4.3 Organigrama Estructural

A continuación se presenta la estructura organizacional que muestra la representación gráfica de la agrupación de actividades y división del trabajo adoptada por La Hostería Hacienda San Isidro:

CUADRO No 5.1



5.5 Descripción de Funciones

Para que el personal colabore eficazmente en el logro de objetivos, se debe definir y mantener una estructura por funciones.

“Para que exista una función significativa, se debe incorporar objetivos cuantificables, un área de autoridad y un claro concepto de las principales actividades o deberes involucrados, así como una clara comprensión de las relaciones de esa función con otras con las que requiera coordinarse.

Estos requerimientos estructurales deben proveerse además de la información y demás herramientas necesarias para su ejecución.”²²

A continuación se muestra el detalle de las funciones de los trabajadores de la Hostería Hacienda San Isidro:

5.5.1 ADMINISTRADOR:

El Administrador es el puesto más alto de la organización y es quien será la cabeza de la misma y su objetivo será cumplir y hacer cumplir lo propuesto, además tendrá en él toda la responsabilidad de los empleados y de la Hostería.

Estará supervisado por los dueños del lugar y deberá convocar a reunión cuando se lo amerite.

²² Koontz O'Donnell, Curso de Administración Moderna, Mc. Graw Hill, 1991

Tendrá una oficina con todos los implementos que se requiera por ejemplo: Computadora, teléfono, Internet, fax.

El Administrador deberá vivir en la Hostería.

Número de personas para este puesto: 1

Funciones que deberá cumplir.

- ◆ Convocará a reuniones periódicas para conocer el estado de la Hostería a través de informes que requerirá de los funcionarios de la misma.
- ◆ Llevará a su cargo la parte contable y financiera del establecimiento.
- ◆ Establece los objetivos que la Hostería tendrá que seguir.
- ◆ Velará por el buen funcionamiento de la Hostería
- ◆ Fijará los precios de ventas.
- ◆ Representará al establecimiento en los distintos eventos para promocionar el lugar.
- ◆ Crea estrategias para el desarrollo de la empresa.
- ◆ Recluta y califica el personal.
- ◆ Pagará a tiempo los sueldos del personal.
- ◆ Atiende quejas.
- ◆ Vela por la seguridad de su personal.
- ◆ Motivará al personal.
- ◆ Estará siempre presente en la Hostería, caso que se requiera.
- ◆ Recibirá a los clientes importantes.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 28 y 45 años.

Sexo: Femenino o masculino.

Buena presencia.

Formación académica: Graduado de Administración de empresas Turísticas o a fin.
Bilingüe.

Experiencia: Mínimo 2 años.

Personalidad: Amable, entusiasta, carismático, Elocuente, emprendedor, puntual, organizado, buena presencia, buenas relaciones interpersonales.

5.5.2 RECEPCIONISTA:

El puesto de recepcionista será la clave el éxito con los clientes puesto es la ventana hacia ellos por el trato directo que se tiene. Deberá trabajar todos los días de la semana en turnos con horarios establecidos. Llevará un uniforme el cual debe estar siempre impecable.

Tendrá un counter con los implementos necesarios de trabajo como, computadora, teléfono, fax, donde podrá atender debidamente a los clientes.

Tendrá relación directa con la camarera, cuidador y mesero.

Será supervisado por el Administrador.

Su horario de trabajo:

Turno diurno; de 6 a.m. a 2 p.m.

Turno nocturno; de 2 p.m. a 10 p.m.

Horas de trabajo por recepcionista al año: 2920

Número de personas para este puesto: 2

Funciones que deberá cumplir:

- ♦ Cajero del alojamiento y restaurante.
- ♦ Realiza reservas para hospedaje.
- ♦ Da información personalizada al cliente.
- ♦ Contestar todas las llamadas telefónicas.
- ♦ Da la bienvenida a los clientes.
- ♦ Asigna habitaciones.
- ♦ Da información sobre el funcionamiento y normativa de la Hostería.
- ♦ Realizar check in / check out de los huéspedes.
- ♦ Realiza informe diario del movimiento de caja.
- ♦ Dar facturas a los clientes.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 23 a 45 años.

Sexo: Femenino o masculino.

Buena presencia.

Formación académica:

Estudiante de turismo o Graduado en Turismo,

Mínimo dos idiomas.

Conocimiento des computación

Conocimientos de contabilidad

Experiencia: Mínimo 2 años.

Personalidad: Amable, honesto, elocuente, puntual, organizado, buena presencia, buenas relaciones interpersonales, educado, paciente.

Ficha profesiográfica del Recepcionista

5.5.3 CAMARERO / A

El puesto de camarero/a tendrá como función principal la de mucamo / a, deberá trabajar 8 horas diarias, y su presencia se requiere todos los días de la semana.

Llevará uniforme cómodo que le permita realizar sus tareas. Y realizará un informe de cada habitación donde registre todos los cambios que se efectúen.

Sus herramientas de trabajo será, productos de limpieza.

Su horario de trabajo:

8 a.m. a 2 p.m.

Horas de trabajo por camarero al año: 2190

Número de personas para este puesto: 1

Funciones que deberá cumplir:

- ♦ Limpieza diaria de las habitaciones.

- ♦ Limpieza diaria de los baños.
- ♦ Cambio de toallas, sábanas fundas, etc.
- ♦ Limpieza
- ♦ Mantener todo lo necesario en las habitaciones.
- ♦ Mantener un inventario de cada cabaña.
- ♦ Limpieza de áreas públicas.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 20 a 35 años.

Sexo: Femenino o masculino.

Formación académica:

Título de bachiller

Experiencia: No menor a un año en puestos similares.

Personalidad: Buena presencia, aseo personal, ordenado, limpio, amable, comedido, educado.

5.5.4 COCINERO / A

Este puesto es muy importante para la satisfacción del cliente y será cuidadosamente seleccionado previa degustación por los aspirantes.

Se necesitará la presencia del mismo todos los días de la semana incluido sábado y domingo.

Será quien asuma la responsabilidad del cuidado y manejo de sus herramientas de trabajo y deberá responder económicamente en caso de negligencia.

Supervisado directamente por el Administrador.

Los días que tenga de vacaciones lo remplazara el ayudante de cocina.

Horario de trabajo:

7 a.m. a 7 p.m.

Horas de trabajo por cocinero al año: 4380

Número de personas para este puesto: 1

Funciones que deberá cumplir.

- ♦ Manejo y preparación de los alimentos.
- ♦ Rapidez en la preparación de los alimentos.
- ♦ Realizar inventarios y presupuesto.
- ♦ Realizar un menú diario con la aprobación de Administración.
- ♦ Se encargara de las compras.
- ♦ Cuidado de los utensilios de cocina y demás herramientas de trabajo.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 30 a 50 años.

Sexo: Femenino o masculino.

Formación académica:

Título de bachiller y referencias de trabajos anteriores.

Conocimientos en manejo de cocina y alimentos.

Experiencia: No menor a tres años en puestos similares.

Personalidad: Ágil, Buena presencia, aseo corporal, ordenado, amable, comedido, educado, puntual, creador, rapidez, temático de la limpieza.

5.5.5 AYUDANTE DE COCINA

Como su nombre lo indica es ayudante del cocinero, facilitándole la preparación de los diferentes platos para presentar.

Estará bajo el mando directo del Cocinero / a.

En su función tendrá como herramientas de trabajo los utensilios de cocina, y productos de limpieza.

Será quien asuma la responsabilidad del cuidado y manejo de sus herramientas de trabajo y deberá responder económicamente en caso de negligencia.

Horario de trabajo:

7 a.m. a 7 p.m.

Horas de trabajo por ayudante de cocina al año: 4380

Número de personas para este puesto: 1

Funciones que deberá cumplir.

- ♦ Manejo de instrumentos de cocina.
- ♦ Limpieza de alimentos.
- ♦ Limpieza de utensilios de cocina.

- ♦ Limpieza completa de cocina.
- ♦ Tener los alimentos listos que el cocinero va a necesitar.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 30 a 50 años.

Sexo: Femenino o masculino.

Formación académica:

Título de bachiller y referencias de trabajos anteriores.

Conocimientos en manejo de cocina y alimentos.

Experiencia: No menor a tres años en puestos similares.

Personalidad: Ágil, Buena presencia, aseo corporal, ordenado, amable, comedido, educado, puntual, creador, rapidez, temático de la limpieza.

5.5.6 MESEROS

En este puesto es donde se encarga del servicio y atención al cliente en el área del comedor o restaurante.

Será quien asuma la responsabilidad del cuidado y manejo de sus herramientas de trabajo y deberá responder económicamente en caso de negligencia.

Será supervisado directamente por el/la administrador/a.

Horario de trabajo:

7 a.m. a 7 p.m.

Horas de trabajo por recepcionista al año: 4380

Número de personas para este puesto: 1

Funciones que deberá cumplir.

- ♦ Transportar los alimentos que solicite el cliente desde la cocina a la mesa del mismo.
- ♦ Limpieza de mesas.
- ♦ Levantamiento de vajilla.
- ♦ Limpieza del área de comedor.
- ♦ Atención eficaz y eficiente al cliente.
- ♦ Responsabilidad del manejo de todo el menaje.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 20 a 35 años.

Sexo: Femenino o masculino.

Formación académica:

Título de bachiller

Experiencia: No menor a un año en puestos similares.

Personalidad: Buena presencia, aseo personal, ordenado, limpio, amable, comedido, educado, paciente.

5.5.7 JARDINERO

Este puesto se refiere al manejo y cuidado de las áreas verdes de la Hacienda incluyendo las áreas de siembra en donde los clientes tendrán acceso para realizar agroturismo.

Será supervisado por el Administrador.

Tendrá relación directa con la / el recepcionista, camarera y cuidadores.

Horario de trabajo:

7 a.m. a 3 p.m.

Horas de trabajo por jardinero al año: 2920

Número de personas para este puesto: 1

Funciones que deberá cumplir.

- ♦ Mantenimiento de áreas verdes de la Hacienda.
- ♦ Limpieza del patio.
- ♦ Preparará la tierra para el sembrío.
- ♦ Ayuda con el equipaje de los clientes.
- ♦ Guía de los turistas en el campo de sembrío.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 20 a 45 años.

Sexo: Masculino.

Formación académica:

Aprobado el siglo básico.

Experiencia: No menor a un año en puestos similares.

Personalidad:

Amable, comedido, comunicativo, educado, honesto y gentil.

5.5.8 CUIDADORES

Será asumido por una pareja que tendrá a cargo algunas obligaciones en la Hostería Hacienda.

Estará supervisado por el Administrador y tendrán relación con el jardinero, camarera y recepcionista.

La mujer del cuidador se encargara del área de lavado y planchado.

Tendrán como herramientas de trabajo el hombre un arma para seguridad, un caballo para las rondas nocturnas y demás situaciones que ameriten,

Se le dará vivienda sin pagar arriendo.

Funciones que deberá cumplir.

- ♦ Cuidar los alrededores de la Hacienda.
- ♦ Estará a cargo del cuidado de los caballos.
- ♦ Limpiara y cuidara las monturas.
- ♦ Limpieza de las caballerizas
- ♦ Alimentación de los animales.
- ♦ Hacer rondas nocturnas.

- ♦ Lavado y planchado del menaje, así como también del turista que desee lavar su ropa.

Perfil psicoprofesiográfico:

Edad: entre 25 a 40 años.

Sexo: Masculino y femenino.

Formación académica:

Aprobado el ciclo básico

Experiencia: No menor a un año en puestos similares.

Personalidad:

Amable, comedido, educado, honesto, gentil, ordenado, organizado, responsable, rápido y eficiente.

5.6 Sueldos primer año

Cuadro No 5.11

	admin.	Recep	Camarero	Mesero	Cocinero	Ayud. Coc	Jardinero	Cuidador
Total salario	500	250	150	200	400	200	150	150
IESS personal 9,35%	46.75	23.375	14.025	18.7	37.4	18.7	14.025	14.025
Liquido a recibir	453.25	226.625	135.975	181.3	362.6	181.3	135.975	135.975
Aporte patronal 12.15%	60.75	30.375	18.225	24.3	48.6	24.3	18.225	18.225
Décimo tercer sueldo	208.33	104.17	62.50	83.33	166.67	83.33	62.50	62.50
Décimo cuarto sueldo	170	170	170	170	170	170	170	170
Costo por trabajador	939.08	554.54	400.73	477.63	785.27	477.63	400.73	400.73

5.7 Sueldos segundo año

Cuadro No 5.12

	admin.	Recep	Camarero	Mesero	Cocinero	Ayud. Coc	Jardinero	Cuidador
Total salario	500	250	150	200	400	200	150	150
IESS personal 9,35%	46.75	23.375	14.025	18.7	37.4	18.7	14.025	14.025
Liquidado a recibir	453.25	226.625	135.975	181.3	362.6	181.3	135.975	135.975
Aporte patronal 12.15%	60.75	30.375	18.225	24.3	48.6	24.3	18.225	18.225
Vacación	500	250	150	200	400	200	150	150
Décimo tercer sueldo	500	250	150	200	400	200	150	150
Décimo cuarto sueldo	170	170	170	170	170	170	170	170
Costo por trabajador	1730.75	950.38	638.23	794.30	1418.60	794.30	638.23	638.23

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Cuadro No 5.13

PUESTO	COSTO TRABAJADOR	Nº TRABAJADOR	COSTO TOTAL
Administrador	1730.75	1	1730.75
Recepcionistas	950.375	2	1900.75
Camarero/a	196.77	1	196.77
Meseros/a	258.2	1	258.2
Cocinero/a	503.9	1	503.9
Ayudante Cocina	258.2	1	258.2
Jardinero	196.77	1	196.77
Cuidador	196.77	2	393.54
Total Mensual			5438.88
TOTAL ANUAL			65266.56

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

CAPÍTULO VI

ESTUDIO TÉCNICO

El presente capítulo aporta información que será de utilidad para la valoración de los presupuestos de inversión y funcionamiento operativo del proyecto, al mismo tiempo que será la base para establecer la bondad económica y financiera del proyecto en los próximos capítulos.

El Estudio Técnico presentado ofrece información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener la Hostería, como son: mano de obra, materiales, entre otros.

Incluye también:

- Seleccionar la capacidad del proyecto en base al mercado que queremos captar.
- La forma de financiamiento para llevar a cabo el proyecto,
- La infraestructura con que contará la Hostería,
- La disponibilidad de recursos,
- El espacio y la distribución de las instalaciones.

Para poder definir el tamaño del proyecto debemos tener en cuenta las características físicas que está dentro de la Ley de turismo en cuanto a Hosterías con categoría tres estrellas que son las siguientes:

- *Instalados en edificaciones cuya situación y aspectos corresponden a la categoría del alojamiento.*
- *Construidos con materiales de gran calidad*
- *Montacargas.*
- *Teléfono con comunicación directa.*
- *Dormitorio, se reservaran 7,00 m² de superficie para cada cama individual, 12,00 m² para cada cama de 2 plazas, y 5,00 m² para cada litera.*
- *Cuarto de baño dotado de una tina, ducha, lavabo bidet e inodoro, todos de gran calidad. Paredes recubiertas de azulejos hasta el techo.*
- *Sala de estar- comedor; tendrá una superficie equivalente a 4,00 m², para cada plaza sin que en ningún caso puede ser inferior a 16,00 m².*

6.1 Tamaño del Proyecto

El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de equipos requeridos para el proceso que permitirá ofrecer un servicio de alojamiento de calidad.

Determinar el tamaño de la Hostería Hacienda San Isidro es de gran importancia en el contexto del estudio de factibilidad ya que los resultados obtenidos de ese análisis constituyen una parte fundamental para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que se requiere, para el cálculo de los costos y gastos en los que se debe incurrir y, posteriormente, para la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

Aproximadamente el área de construcción como de reparación de la Hacienda será de 780 m2 sin incluir la laguna que también será parte de la construcción.

CUADRO No 6.1

CABAÑAS	Número	Capacidad Pax
Matrimoniales	2	4
Dobles	4	8
Familiares	4	16
TOTAL	10	28

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

6.1.1 Factores Determinantes del Tamaño

Las alternativas de tamaño de un proyecto se ven reducidas a medida que se examinen los factores determinantes, pues estos nos permiten descartar con facilidad opciones que están fuera del alcance del proyecto o que no son convenientes.

Existen diferentes elementos que influyen en la decisión para establecer adecuadamente el tamaño del proyecto, procurando siempre optimizar los recursos y minimizar gastos y costos; entre esos factores podemos mencionar como principales a los siguientes:

Mercado

Los turistas que llegan al país tienen el suficiente poder adquisitivo para financiar la contratación del servicio y existe una tendencia favorable para el hospedaje en Haciendas como se evidenció en el estudio de mercado.

El estudio de mercado no sólo permitió cuantificar la demanda sino que también permitió percibir como una ventaja en el mercado, la disponibilidad sobre el precio que los turistas están dispuestos a pagar por el servicio, y el valor adicional a pagar por algunos servicios extras.

Es importante resaltar que 6 plazas es el número mínimo por establecimiento turístico de categoría Hostería que admite el Ministerio de turismo.

Cuadro No 6.1

CABAÑAS	
Costo por m2	Área de construcción
260	780
Total costos	202800
LAGUNA	
Costo por m2	Área de construcción
15	350
Total costos	5250
TOTAL COSTO DE CONSTRUCCION	
208050	

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

6.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

La Hostería tendrá 10 cabañas. Todas las cabañas tendrán 40 metros cuadrados de construcción, 28 m2 de interior y 12 me de balcón.

- *2 Cabañas matrimoniales*

- 4 Cabañas dobles
- 4 Cabañas familiares
- Área de recepción: 332 m²

Oficinas

Área de restaurante

Bodega

Baños

- Cocina de leña: 48 m²
- Laguna artificial: 350 m² y el volumen es de 500 metros cúbicos

6.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Mediante un análisis previo realizado por el arquitecto Charlie Abel, sugirió los materiales que se van a utilizar y los que mejor se adaptan a la zona, sin interferir con el entorno visual y siguiendo con la estructura inicial de la hacienda;

- Piedras; se utilizará para caminos o senderos y a su vez como parte de decoración interna de las cabañas.
- Madera.- se la utilizará para las columnas, vigas y como cielo raso y será de aspecto rústico a la edificación.
- Adobe.- se lo aplicará para el resto de las paredes.
- Paja. La paja se la utilizará para la cubierta de las edificaciones.
- Vidrio.- para todas las ventanas.
- Cerámica - la cual se utilizara exclusivamente para las paredes de los baños y cocina.

- Tejas.- De barro color rojizo característico de la infraestructura inicial.
- Tubos de PVC.- para las instalaciones de agua caliente y fría.
- Alambres # 12 y # 10.- para las instalaciones eléctricas tanto para interruptores como tomacorrientes.

6.4 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños, sería aconsejable seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca los menores costos y mejores rendimientos de capital.²³

Para abrir la Hostería se necesitará capital principalmente para tres rubros importantes:

- **De infraestructura y adecuación: Modificaciones y diseño.**
- **De equipamiento.- Comprende materiales, equipos muebles y enseres.**

De operación o Capital de Trabajo.- Contemplan los gastos de sueldos, servicio de luz, agua, entre otros. *¡Error! Vínculo no válido.* Para el presente proyecto existirán 5 socios que tendrán un aporte de capital, el cual estará disponible para financiar principalmente la adquisición de activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo necesario para empezar a operar la Hostería.

Para cubrir los costos iniciales, por la diferencia necesaria para obtener el financiamiento total del proyecto, se solicitará un préstamo a la Cooperativa Alianza del Valle, a una tasa de interés activa de 12% anual, un plazo de 5 años y con pagos semestrales.

6.5 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

²³ Paul C. Martín, Diseño y evaluación de proyectos, Editorial Sudamérica-Planeta; España, 2.001

Además de una titulación específica, son importantes las características personales y la experiencia para calificar y seleccionar la mano de obra para la Hostería.

En las provincias más desarrolladas comercial y económicamente del Ecuador, existe una gran cantidad de universidades e institutos superiores o programas con reputación honorable que atienden a la gran demanda creciente de alumnos que quieren ser hoteleros, administradores turísticos, o relacionado con turismo. Inclusive existen varios establecimientos que ofrecen opciones para adquirir masterados y doctorados en esas áreas de estudio, por lo que se puede concluir que existe una gran disponibilidad de mano de obra para brindar servicio hotelero.

Existen varias universidades que exigen a los estudiantes que realicen pasantías para poder graduarse, lo cual podría ser una opción interesante para complementar la función que tendrán.

Para trabajar en la Hostería Hacienda San Isidro, el personal deberá reunir una serie de características personales que le permitan establecer un contacto adecuado con los turistas, como ya lo especificamos en el capítulo IV.

6.6 REQUERIMIENTO DE MATERIALES PUBLICITARIOS Y SERVICIOS GENERALES.

El detalle de implementos, servicios generales y las adecuaciones e instalaciones que se requieren para la Hostería se detallan en los siguientes cuadros:

CUADRO # 6.3

Costo Publicidad	Costo
Contrato Creación de marca	500
Hosting Web	1200
Rotulo de entrada	150
Publicidad adicional (anual)	500
TOTAL	5770

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

CUADRO # 6.4

GASTOS GENERALES Y OTROS		
	Promedio consumo mensual	Promedio consumo anual
Luz	50	600
Agua	55	660
Teléfono	60	720
Alimentación	300	3600
Publicidad	480	5770
Alimentación removientes	500	6000
TOTAL	1445	17350

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

6.7 REQUERIMIENTOS DE SUMINISTROS; EQUIPO Y MOBILIARIO

CUADRO # 6.5

SUMINISTROS	Cantidad requerida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Escobas	2	1,5	3	36
Trapeadores	2	2,1	4,2	50,4
Líquidos desinfectantes galón	1	5	5	60
Papel higiénico (12)	2	4,5	9	108
Jabón líquido para manos	3	2,6	7,8	93,6
Detergente	5	3,2	16	192
Limpiones de cocina	5	0,80	4	48
Esferos	20	0,25	5	60
Lápices	20	0,15	3	36
Borradores	10	0,25	2,5	30
Gapas	5	0,5	2,5	30
Resma de papel	1	3	3	36
Folders cartón	20	0,13	2,6	31,2
Carpetas plásticas	20	0,5	10	120
TOTAL			77,6	931,2

Fuente: Equindeca CIA. Ltda. Y Marcimex, La Ganga

Elaboración: Fabiola Larrea. Fuente:..

CUADRO # 6.6

EQUIPO Y MOBILIARIO			
	Cantidad requerida	Valor unitario	Valor Total
EQUIPO DE COCINA			4866.75
Cocina Indurama 24 pies	1	335.00	335.00
Refrigeradora Indurma RI385	1	419.00	419.00
Equipo de cocina (licuadora,sanduchera, tostadora, exprimidor, batidora.)	1	610.00	610.00
Cubterteria (cuchillo, tenedor, cuchara, cuchara postre, etc)	50		428.75
Vajilla (plato tendido,sopero,tazas,plato pequeño,etc)	50		613.00
Indumentaria de cocina (tablas, cucharones, ollas, sarténes,etc)			2000.00
Cristaleria (vasos para jugo,cerveza, copas, ceniceros, etc)	50		316.00
Microondas Electrolux Emm 1600	1	145.00	145.00
Lavadora Samsung	1	515,00	515,00
Secadora a Gas	1	448,00	448,00
Plancha a vapor	1	30,00	30,00
Tabla de planchado	1	10,00	10,00
Mesa Auxiliar	1	90,00	90,00
Equipo Cabañas	10		6647.19
Cabaña Matrimonial	2		950.64
Base para colchón dos plazas	2	90	180
Colchón ortopédico dos plazas	2	140	280
Mesa de noche	4	50	200
Sábanas planas dos plazas por unidad	8	9.3	74.4
Fundas de almohada caricia	8	2.1	16.8
Funda Almohada normal	8	1.7	13.6
Protector de colchón con banda	2	13.5	27

Protector de almohada	8	1.5	12
Almohada plumón	16	4.4	70.4
Toalla Mediana	8	2.76	22.08
Toalla de Baño	8	5.36	42.88
Alfombra pie de baño	2	5.74	11.48

Cabaña Doble

4

1676.32

Base para colchón plaza y media	4	70	280
Colchón ortopédico plaza y media	4	115	460
Mesa de noche	8	50	400
Sábanas planas plaza y media por unidad	12	8.55	102.6
Fundas de almohada caricia	16	2.1	33.6
Funda Almohada normal	16	1.7	27.2
Protector de colchón con banda	5	15.2	76
Protector de almohada	16	4	64
Almohada plumón	8	4.5	36
Cobijas para plaza y media	4	22	88
Toalla Mediana	12	2.76	33.12
Toalla de Baño	12	5.36	64.32
Alfombra pie de baño	2	5.74	11.48

Cabañas Familiares

4

4020.23

Base para colchón dos plazas	4	90	360
Colchón ortopédico dos plazas	4	140	560
Base para colchón plaza y media	8	70	560
Colchón ortopédico plaza y media	8	115	920
Mesa de noche	8	50	400
Sábanas planas dos plazas por unidad	12	9.3	111.6
Sábanas planas plaza y media por unidad	21	8.55	179.55

Fundas de almohada caricia	21	2.1	44.1
Funda Almohada normal	21	1.7	35.7
Protector de colchón con banda	12	15.2	182.4
Protector de almohada	21	4	84
Almohada plumón	12	4.5	54
Cobijas para plaza y media	8	22	176
Cobijas para dos plazas	8	25	200
Toalla Mediana	16	2.76	44.16
Toalla de Baño	16	5.36	85.76
Alfombra pie de baño	4	5.74	22.96

EQUIPO PARA COMEDOR			3130
Sillas	32	40	1280
Mesa para dos personas	6	70	420
Mesa para cuatro personas	8	90	720
Taburetes	8	40	320
Bar	1	300	300
Mesa Auxiliar	1	90	90

EQUIPO DE OFICINA			5670.00
Set de teléfonos inalámbricos Panasonic KX-TGAA	3	75.00	225.00
Televisor Toshiba 27 pulg.	1	420.00	420.00
Dispensador de agua purificada	1	21.00	21.00
Sillas	2	70.00	140.00
Mostrador	1	120.00	120.00
Archivador	2	150.00	300.00
Computadora 2.8 con impresora multiuso	1	1100.00	1100.00
OTROS			1672.00

Mesa de villar	1	700.00	700.00
Juegos de mesa	4	35.00	140.00
Equipo de sonido para tres Cd's	1	432.00	432.00
Equipo médico (estetoscopio, tensiómetro, termómetro,botiquín, balanza)	1	400.00	400.00

TOTAL EQUIPO Y MOBILIARIO

21985.94

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross.

6.8 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

- Área administrativa con sala de recepción

- Área de restaurante:

Cocina

Comedor

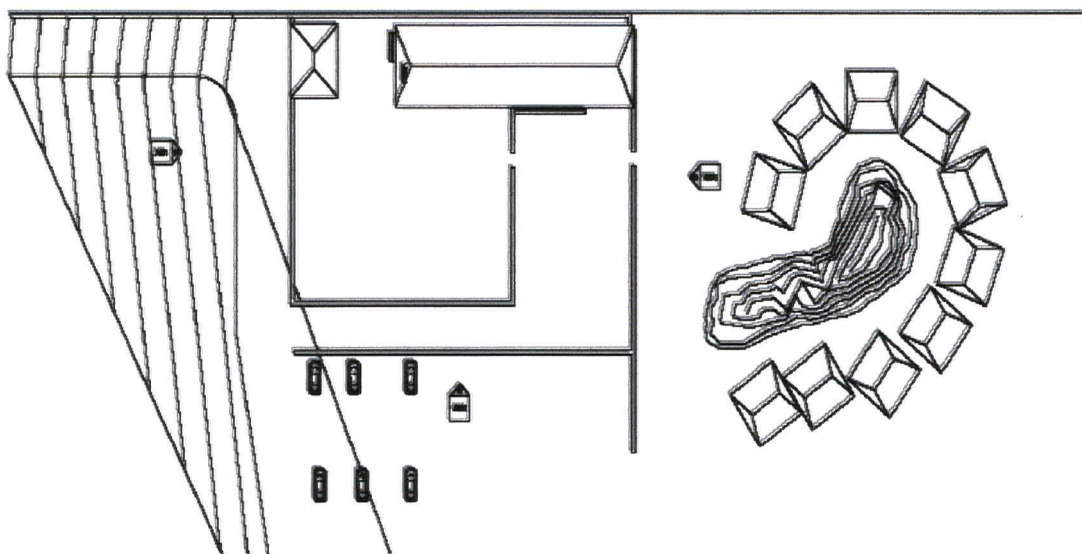
Bodega

Lavandería

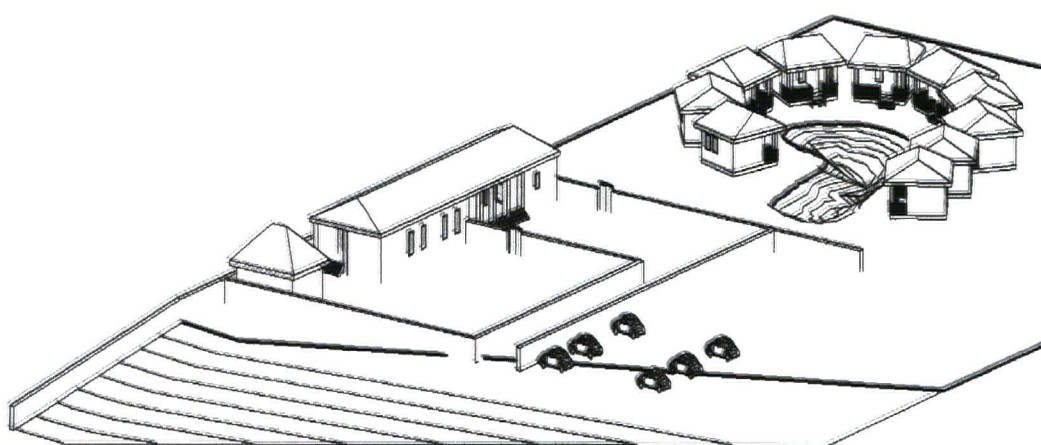
- Cocina De leña
- 2 Cabañas Matrimoniales.
- 4 Cabañas familiares.
- 4 cabañas dobles
- Áreas verdes .
- Parqueadero

A continuación se presenta el plano de la distribución de la planta que tendrá la Hostería:

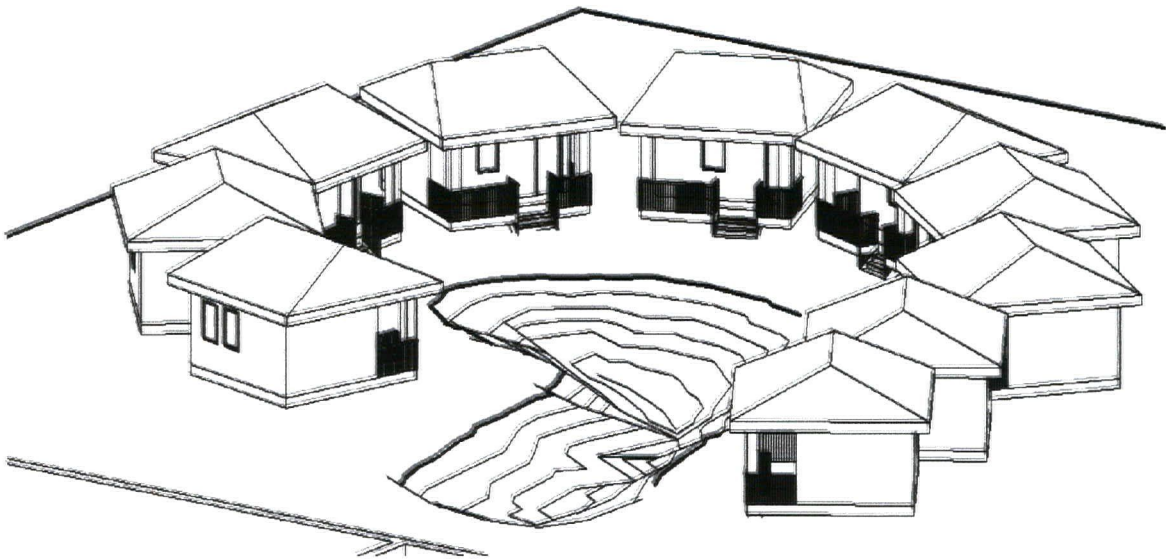
PLANTA DE CUBIERTA



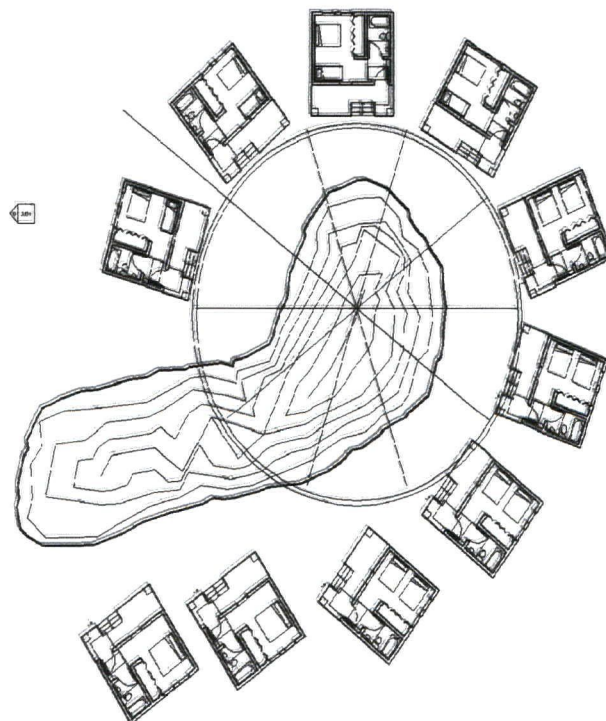
PERSPECTIVA GENERAL



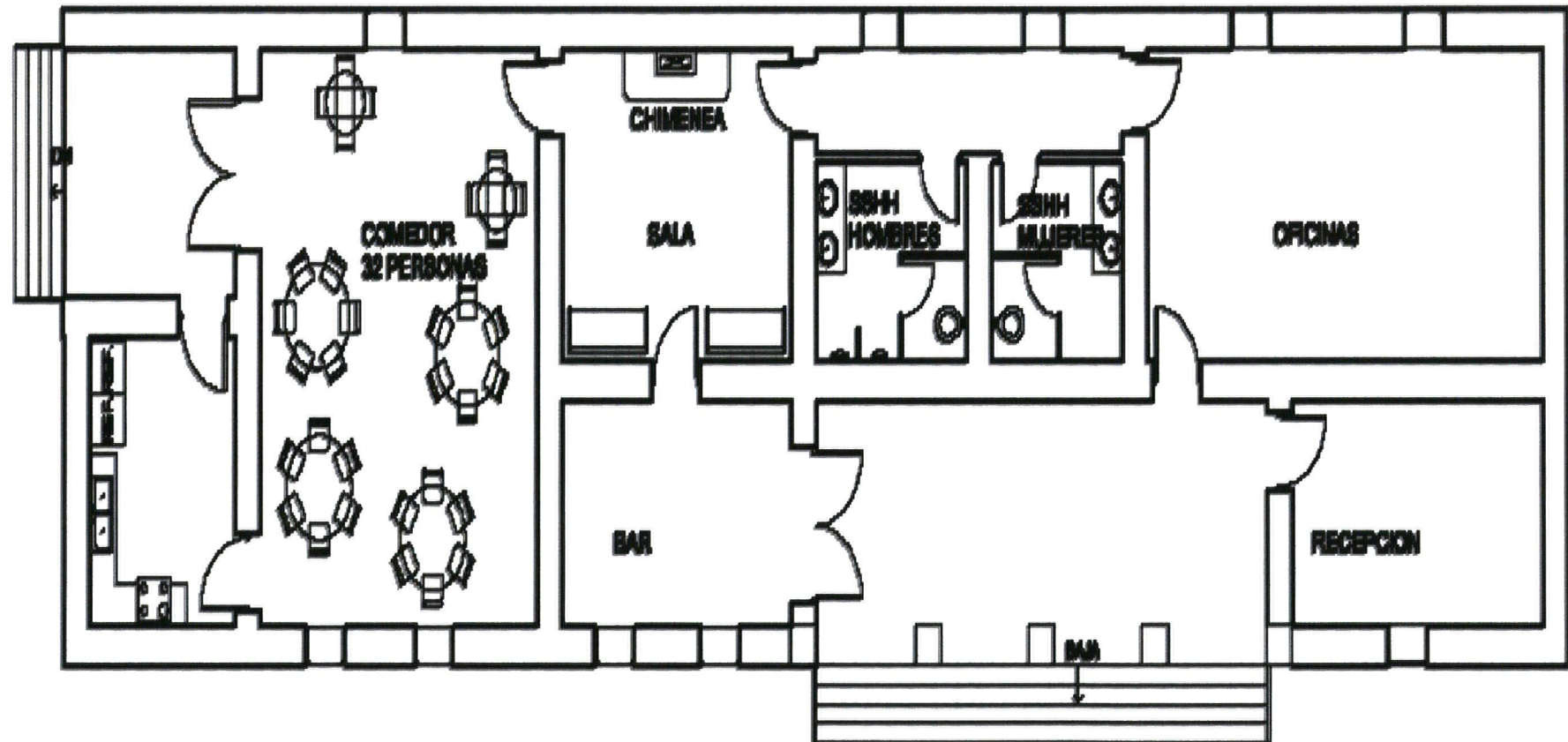
VISTA FRONTAL DE CABAÑA



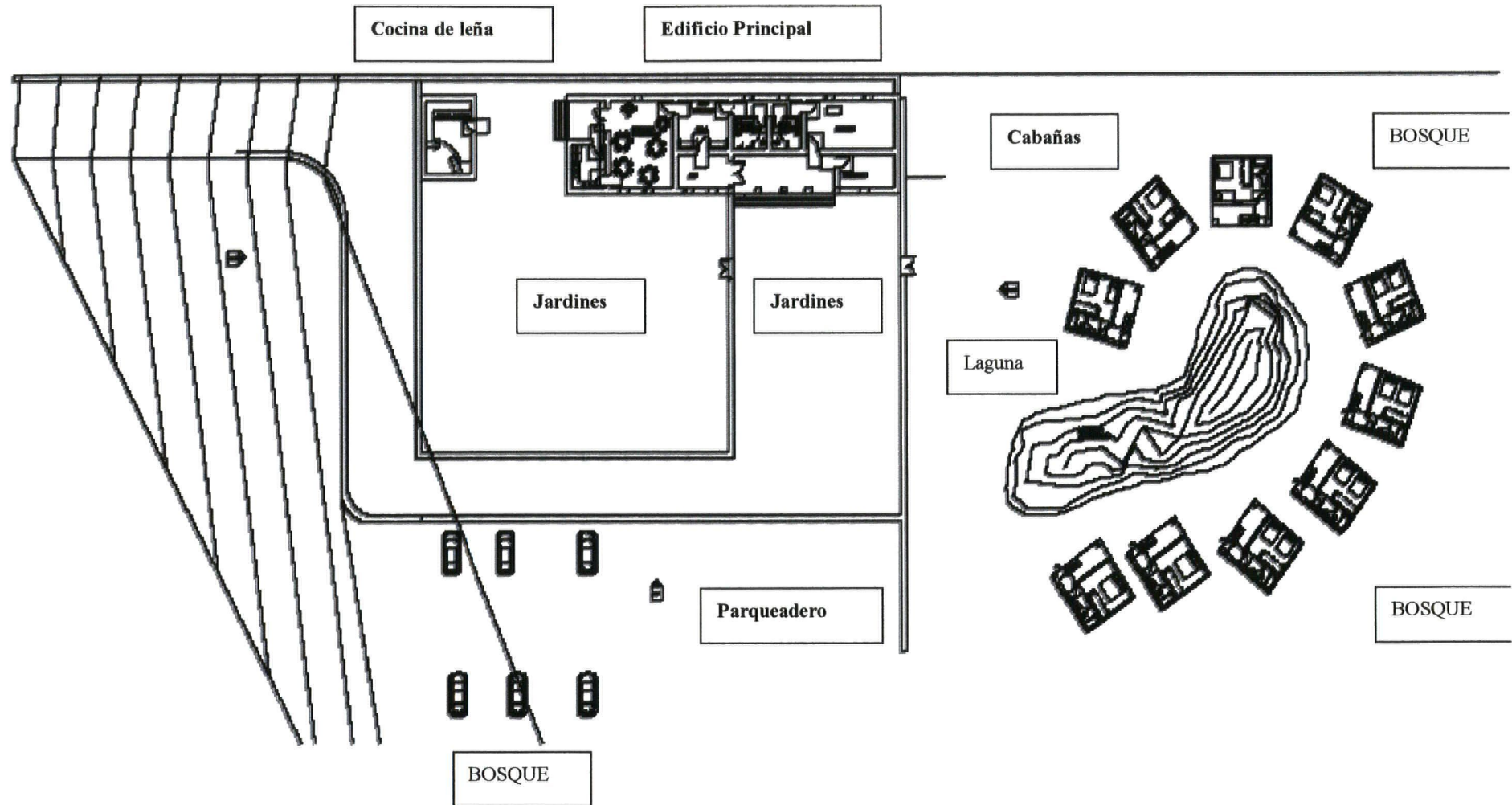
VISTA VUELO DE PAJARO DE CABAÑAS



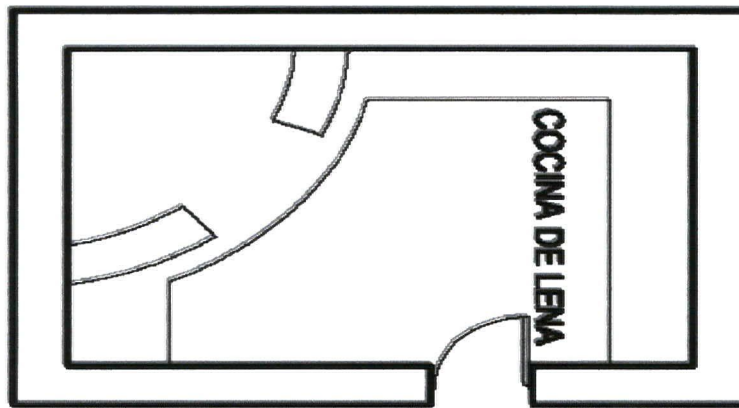
EDIFICIO PRINCIPAL Y AREA DE RECEPCION



PERSPECTIVA GENERAL



Cocina de leña

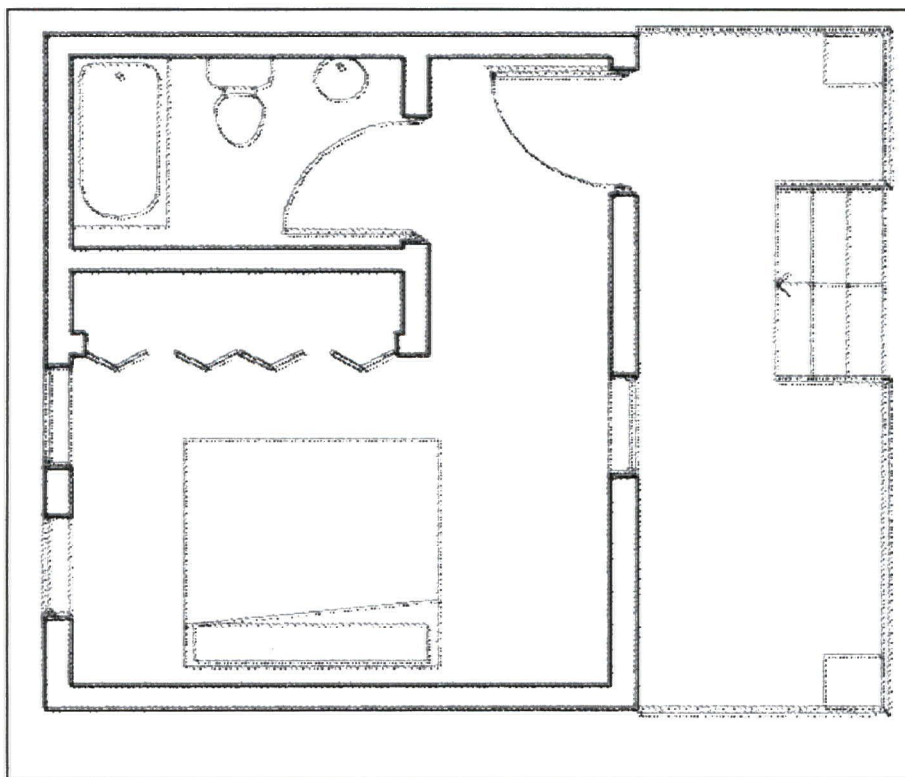


CABAÑAS MATRIMONIALES:

Capacidad máxima: 2 personas

Plazas: Una cama de dos plaza, cuya anchura será de 1.35 mt. Y por lo menos su superficie será de 10 mt.,

Baños: Tendrá ventilación directa o forzada, estará dotada de tina, lavabo e inodoro.

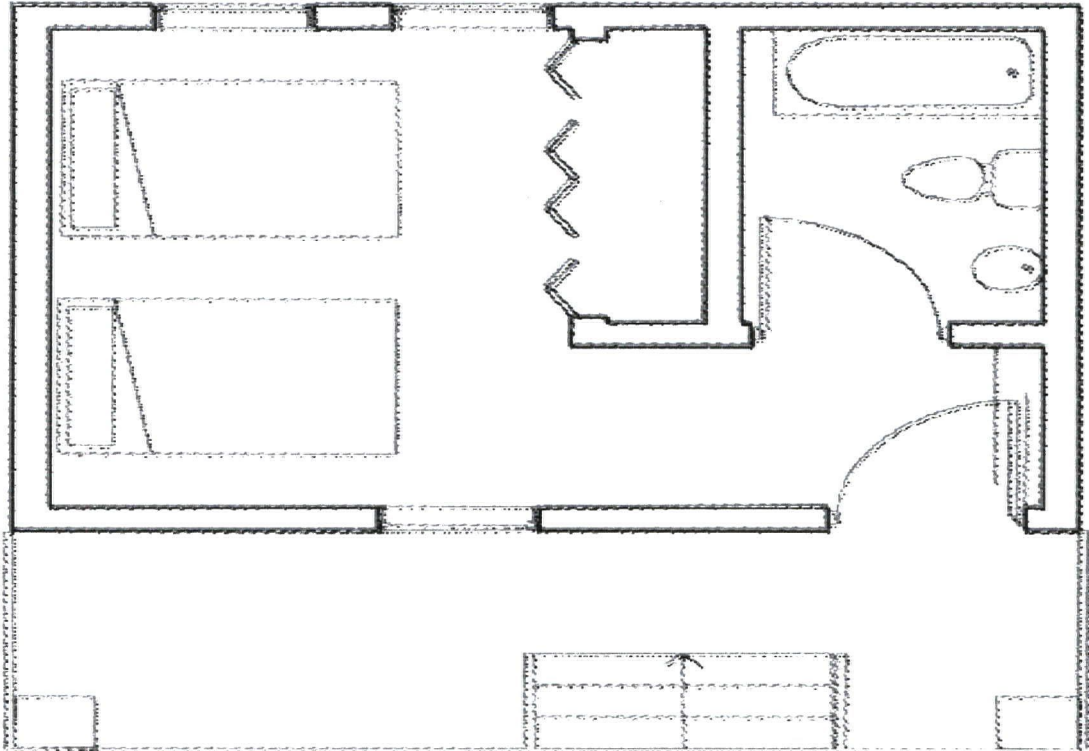


CABAÑAS DOBLES:

Capacidad máxima: 2 personas

Plazas: Dos camas de plaza y media, cuya anchura será 1 mt. Y se instalará en una superficie promedio de 6 mt por cama.

Baños: Tendrá ventilación directa o forzada, estará dotada de tina, lavabo e inodoro.

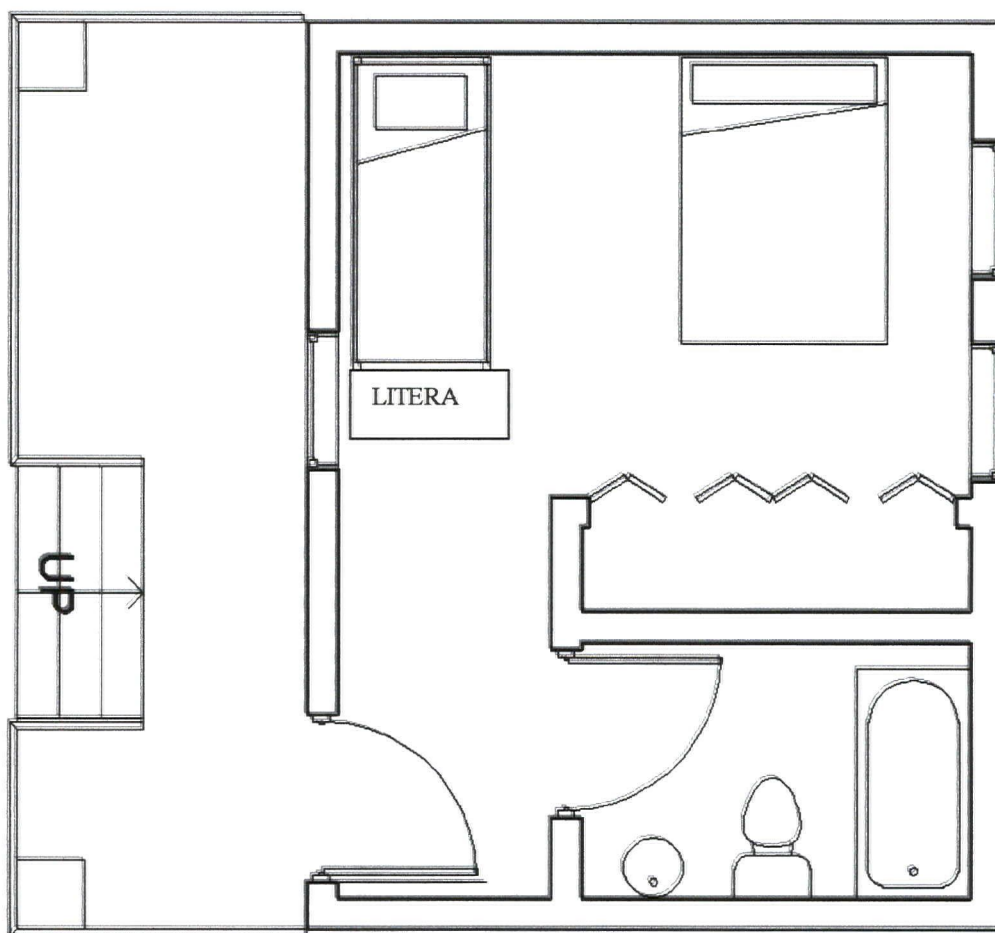


CABAÑAS FAMILIARES:

Capacidad Máxima: 4 personas

Plaza: Una cama matrimonial de dos plaza, cuya anchura será de 1.35 mt. Y por lo menos su superficie será de 10 mt. , y un litera de plaza y media, cuya anchura será 1 mt. Y se instalará en una superficie promedio de 6 mt por cama con la posibilidad de adecuar una cama adicional en caso de requerir para niños.

Baños: Tendrá ventilación directa o forzada, estará dotada de tina, lavabo e inodoro



6.9 ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN

A continuación se presenta el resumen de los rubros de inversión detallados en los anteriores literales, que representan el capital necesario para el funcionamiento de Hostería, para lo cual será necesario buscar el financiamiento adecuado de acuerdo a la disponibilidad de recursos financieros que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO # 6.6

Inversión Inicial

Costo terreno	125.000
Construcción e instalaciones	208.050
Costo mobiliario y equipamiento	42.116,72
Costo Constitución	3.700
Costo Publicidad	5.770
Costo Capital de trabajo	31.532

Total Inversiones **416.169**

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

6.10 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

La implementación, diseño y ejecución de la Hostería se programa de acuerdo a la siguiente utilización del tiempo en cada una de las actividades detalladas a lo largo de este capítulo y resumidas en el siguiente diagrama:

CUADRO # 6.7

DIAGRAMA DE GANTT

ACTIVIDADES DEL PROYECTO/MESES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
- Proyecto de factibilidad (Estudio realizado)	X	X	X	X	X							
- Preparación e instalación del inmueble						X	X	X	X	X	X	
- Convenio con proveedores de M.P. y adquisición							X					
- Compra de equipos e implementos								X	X	X	X	
- Contratación y capacitación del personal										X	X	
- Adecuaciones y mejoras											X	X
- Puesta en marcha de las mejoras												X

Elaborado por: Fabiola Larrea, Estudio Técnico.

CAPITULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero consiste en recopilar los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de cada uno y observar los cambios presentados por las distintas operaciones de la empresa. »²⁴

7.1 PRESUPUESTOS

El presupuesto puede considerarse una parte importante del clásico ciclo administrativo de planear, actuar y controlar o, más específicamente, como parte de un sistema total de administración.

Funciones de Presupuestos:

- La capacidad para pretender el desempeño.
- El soporte para la asignación de recursos.
- La capacidad para controlar el desempeño real en curso.
- Advertencias de las desviaciones respecto a los pronósticos.
- Indicios anticipados de las oportunidades o de los riesgos venideros.
- Capacidad para emplear el desempeño pasado como guía o instrumento de aprendizaje.
- Concepción comprensible, que conduzca a un consenso y al respaldo del presupuesto anual

²⁴ **Quinteros, Juan J.**, *Cálculo de Indicadores de Proyectos de Inversión*

Para continuar con este capítulo es importante determinar el financiamiento al igual que la estructura del capital de inversión para la creación de la Hacienda hostería se conformará de la siguiente manera:

7.1.1 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Cuadro No 7.1

socios	%	dolares
MERCEDES GROSS	20	79.208
FABIOLA GROS	20	95.847
JORGE GROSS	20	95.847
MILTON GROSS	20	95.847
ARTURO GROSS	20	95.847
total	100	396.038

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Es importante definir una política para la empresa, esta política de pagos y cobros nos permite tener parámetros definidos para un mejor funcionamiento y planificación de los recursos financieros de la misma.

CUADRO No 7.2

POLITICA DE PAGOS, COBROS Y STOCKS		
PARAMETROS PARA EL CALCULO		
CREDITO DE PROVEEDORES	15	DIAS
STOCK DE MATERIAS PRIMAS	8	DIAS
STOCK DE PRODUCTOS EN PROCESO	2	DIAS
STOCK DE PRODUCTOS TERMINADOS	1	DIAS
CREDITO A CLIENTES	15	DIAS
PROVISION CUENTAS MALAS	20.00	% DE VENTAS A CREDITO
% PRODUC.PROCESO/COSTO DE FABR.	75	
CAPACIDAD INSTALADA MAXIMA	18,000.00	

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.1.2 INVERSION.

La disponibilidad financiera es de vital importancia para una empresa por esto el cuadro que a continuación presento se determina cual es la inversión que debería realizar.

Cuadro No 7.3

Inversión Inicial		
		125.000
Costo terreno		
Construcción e instalaciones		208.050
Costo mobiliario y equipamiento		21.985,94
Costo Constitución		3.700
Costo Publicidad		5.770
Costo Capital de trabajo	31.532	
Total Inversiones		396.038

Elaborado por Fabiola Larrea Gross.

CUADRO No 7.4

INFORMACION SOBRE INVERSIONES

TERRENOS Y CONSTRUCCIONES	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Terrenos	25,000.00	M2	5.00	125.000
Edificio Administrativo	780.00	M2	260.00	202800
Laguna	350.00	M2	15.00	5250
TOTAL				333.050

OTROS ACTIVOS FIJOS

	VALOR
Equipo y Mobiliario	21985,94
Semovientes	2750
Vehículos utilizados en la administración	5000
TOTAL	29735,94

ACTIVOS DIFERIDOS

	VALOR
Gastos de constitución	1,600.00
Estudios Técnicos	1,200.00
Impuestos por contratar crédito	500.00
Gastos de puesta en marcha	200.00
Gastos de capacitación	200.00
TOTAL	3700

TOTAL ACTIVOS**366.486**

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.1.2.1 INGRESOS.

La ocupación y aceptación se ha calculado por estimaciones que proporcionó el estudio de mercado tanto en las encuestas realizadas como por investigaciones previas al desarrollo del proyecto.

CUADRO No 7.5

Plan A		
Número de personas por venta de paquete	3 diarios	$3 \times 365 = 1095$ paquetes al año
Aceptación en el mercado	20%	$1095 \times 0,20 = 219$ paquetes al año
Precio	300	$219 \times 300 = 65700$
Total Ingreso	65.700	
Plan B		
Número de personas por venta de paquete	5 diarios	$5 \times 365 = 1825$ paquetes al año
Aceptación en el mercado	30%	$1825 \times 0,30 = 547$ paquetes al año
Precio	200	$547 \times 200 = 109.400$
Total Ingreso	109.400	
Plan C		
Número de personas por venta de paquete	8 diarios	$8 \times 365 = 2920$ paquetes al año
Aceptación en el mercado	50%	$2920 \times 0,50 = 1460$ paquetes al año
Precio	100	$1460 \times 100 = 146.000$
Total Ingreso	146.000	

Total ingreso alojamiento	
Total Ingreso al año	321.100

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.1.2.2 EGRESOS

Egresos es el valor representado por los costos de venta de cada producto ofrecido. Además proporcionan una noción más real para determinar la factibilidad que tendrá el proyecto.

Por los tanto, se deben calcular con precisión para que en los estados financieros sean proyectados hacia datos cercanos a la realidad del mercado ecuatoriano.

Se consideran los siguientes gastos fijos y variables para la Hostería

7.1.3 INFORMACIÓN SOBRE GASTOS

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CUADRO No 7.6

PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	REMUNERACION	
		VALOR MENSUAL	ANUAL
ADMINISTRADOR	1	500.00	6,000.00
SUBTOTAL	1		6,000.00
		VALOR ANUAL	
GASTOS DE OFICINA		931.20	931.20
ENERGIA, AGUA, TELEFONO		1,980.00	1,980.00
OTROS		6,600.00	6,600.00
DEPRECIACION			
EDIFICIO ADMINISTRATIVO		10,140.00	10,140.00
MUEBLES Y ENSERES		2,289.44	2,289.44
EQUIPOS DE OFICINA		1,134.00	1,134.00
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS		740.00	740.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			29,814.64

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

GASTOS DE VENTAS

CUADRO No 7.7

GASTOS DE VENTAS		REMUNERACION	
COMISIONES SOBRE VENTAS	192	0,00	192,00
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD		7.926,00	7.926,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS			8.118,00

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

GASTOS FINANCIEROS

CUADRO No 7.8

TABLA DE PAGOS (crédito L/P)

MONTO DEL PRESTAMO	100,000.00
PLAZO EN AÑOS	10.0
PERIODO DE GRACIA (AÑOS)	1.0
FORMA DE PAGO	SEMESTRAL
INTERES	12.00
FECHA, INICIO DE PLAZO	01-Jul-2007

VENCIMIENTO	CAPITAL	INTERES	CUOTA NOMINAL	SALDO
28-Dic-2007	0.00	6,000.00	6,000.00	100,000.00
25-Jun-2008	0.00	6,000.00	6,000.00	100,000.00
22-Dic-2008	5,555.56	6,000.00	11,555.56	94,444.44
20-Jun-2009	5,555.56	5,666.67	11,222.22	88,888.89
17-Dic-2009	5,555.56	5,333.33	10,888.89	83,333.33
15-Jun-2010	5,555.56	5,000.00	10,555.56	77,777.78
12-Dic-2010	5,555.56	4,666.67	10,222.22	72,222.22
10-Jun-2011	5,555.56	4,333.33	9,888.89	66,666.67
07-Dic-2011	5,555.56	4,000.00	9,555.56	61,111.11
04-Jun-2012	5,555.56	3,666.67	9,222.22	55,555.56
01-Dic-2012	5,555.56	3,333.33	8,888.89	50,000.00
30-May-2013	5,555.56	3,000.00	8,555.56	44,444.44
26-Nov-2013	5,555.56	2,666.67	8,222.22	38,888.89
25-May-2014	5,555.56	2,333.33	7,888.89	33,333.33
21-Nov-2014	5,555.56	2,000.00	7,555.56	27,777.78
20-May-2015	5,555.56	1,666.67	7,222.22	22,222.22
16-Nov-2015	5,555.56	1,333.33	6,888.89	16,666.67
14-May-2016	5,555.56	1,000.00	6,555.56	11,111.11
10-Nov-2016	5,555.56	666.67	6,222.22	5,555.56
09-May-2017	5,555.56	333.33	5,888.89	-0.00
	100,000.00	69,000.00	169,000.00	0.00

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.1.4 DEPRECIACIÓN:

Los activos fijos de una empresa están sujetos al desgaste o deterioro físico y pérdida de valor como consecuencia de su uso y falta de uso. Dependerán del mantenimiento que se les hagan para alargar su vida útil.

Las construcciones y el equipamiento de las mismas se deprecian a continuación:

CUADRO No 7.9

	Vida Útil (años)	Valor original	% Depreciación anual	Depreciación anual	Depreciación acumulada (10 años)	Valor de Salvamento
Edificio	20	208.050,0	5	10402,5	104025	104025
Vehículo	10	5.000,0	10	500,0	5000	0
Otros Equipos	10	1.672,0	5	83,6	836	0
Equipo de comedor	5	3.130,0	10	313,0	3130	0
Equipos de cocina	5	4.866,7	10	486,7	4866,71	0
Equipos de oficina	5	5.670,0	20	113400,0	1134000	
Total		228.388,71		125185,771	1251857,71	85673,43

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.1.5 Inversión total del proyecto

Cuadro No 7.10

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Inicial											
Costo terreno	125.000										
Construcción e instalaciones	208.050										
Costo mobiliario y equipamiento	21.985,94		2060,01	1354							
Costo Constitución	3.700										
Costo Publicidad	5.770										
Costo Capital de trabajo	31.532										
Total Inversiones	396.038										
Utilidad o pérdida	149552,64	158477,80	167441,74	176882,58	186825,33	197296,28	208323,08	219934,80	232162,05	245037,00	
Total depreciación	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00	8118,00
Total amotrización	370	370	370	370	370	370					
Total Valor de salvamento											51233,2
Flujo de efectivo	403674	158040,64	166965,80	175929,74	185370,58	195313,33					
Periodo de recuperación	403674	-245633,36	-78667,55	97262,18							

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.2 ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA

“Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activos, pasivos y capital contable al finalizar el periodo pronosticado”.²⁵

7.2.1 Estado de resultados

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.

Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

²⁵ **Gómez, Giovanni E.** *Proyectos Empresariales*, Consultado el 9 de Junio del 2004

Estado de Pérdidas y Ganancias

CUADRO No 7.11

**Estado de Pérdidas y Ganancias
Hostería Hacienda San Isidro**

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Totales	321.100	333944,00	350641,20	368173,26	386581,92	405911,02	426206,57	447516,90	469892,74	493387,38
Total Ingresos	321.100	337155,00	354012,75	371713,39	390299,06	409814,01	430304,71	451819,95	474410,94	498131,49

EGRESOS

Gastos Administrativos y generales

Sueldos y salarios	59899,44	65266,56	67877,22	70592,31	73416,00	76352,64	79406,75	82583,02	85886,34	89321,79
--------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Gastos Generales

Luz	600	624	648,96	674,92	701,92	729,99	759,19	789,56	821,14	853,99
Agua	660	686,4	713,86	742,41	772,11	802,99	835,11	868,51	903,26	939,39
Teléfono	720	748,8	778,75	809,90	842,30	875,99	911,03	947,47	985,37	1024,78
Alimentación	3600	3744	3893,76	4049,51	4211,49	4379,95	4555,15	4737,35	4926,85	5123,92
Publicidad	5770	6000,8	6240,83	6490,47	6750,08	7020,09	7300,89	7592,93	7896,64	8212,51
Alimentación Semovientes	6000	6240	6489,60	6749,18	7019,15	7299,92	7591,91	7895,59	8211,41	8539,87

Total Gastos Administrativos y generales	77249,44	83310,56	86642,98	90108,70	93713,05	97461,57	101360,03	105414,44	109631,01	114016,25
---	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Gasto depreciación

Edificio	10402,5	20805	31207,5	41610	52012,5	62415	72817,5	83220	93622,5	104025
Vehículo	500	2405,76	3608,64	4811,52	6014,4	7217,28	8420,16	9623,04	10825,92	12028,8
Otros Equipos	83,6	1000	1500	2000	2500	3000	3500	4000	4500	5000
Equipo de comedor	313	7458	11187	14916	18645	22374	26103	29832	33561	37290

Equipos de cocina	486,671	7340,628	11010,94	14681,256	18351,57	22021,88	25692,198	29362,512	33032,826	36703,14
Equipos de oficina	113400	218,6	327,9	437,2	546,5	655,8	765,1	874,4	983,7	1093
Total Gastos depreciación	125185,771	39227,988	58841,98	78455,976	98069,97	117684	137297,96	156911,952	176525,946	196139,94
Amortización Activos Diferidos	370	370	370	370	370					
Costos de operación o C.T	8118	4804,80	4996,99	5196,87	5404,75	5620,94	5845,77	6079,60	6322,79	6575,70
Permisos y afiliaciones.	1633	1633	1633	1633	1633	1633	1633	1633	1633	1633
Total Egresos	212556,21	129346,35	152484,96	175764,55	199190,77	222399,47	246136,77	270038,99	294112,75	318364,89
Utilidad Bruta	108543,79	207808,65	201527,79	195948,84	191108,29	187414,54	184167,94	181780,95	180298,19	179766,60
15 % trabajadores	16281,57	31171,30	30229,17	29392,33	28666,24	28112,18	27625,19	27267,14	27044,73	26964,99
Utilidad antes de impuestos	92262,22	176637,35	171298,62	166556,51	162442,05	159302,36	156542,75	154513,81	153253,47	152801,61
Impuestos 25%	23065,56	44159,34	42824,66	41639,13	40610,51	39825,59	39135,69	38628,45	38313,37	38200,40
Utilidad o Pérdida.	69196,67	132478,02	128473,97	124917,38	121831,54	119476,77	117407,06	115885,36	114940,10	114601,20

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Nota: El pronóstico de crecimiento turístico anual, entregado por el Ministerio de Turismo es del 11 %. El proyecto ha tomado como base y política de marketing un crecimiento del 4% anual.

Para la proyección de los egresos por gastos administrativos y generales, costos de operación y publicidad crecerá un 4 % por la inflación.

En la publicidad y promoción para el segundo año ya no se toma en cuenta la creación de marca y el anuncio de la entrada.

7.2.2 Flujo de Efectivo.

El flujo de efectivo se refiere a los desembolsos de efectivo que se deberán hacer durante el tiempo de operación del proyecto.

	-	1
Inversión Inicial		
Costo terreno	125.000	
Construcción e instalación	208.050	
Costo mobiliario y equipos	21.986	
Costo Constitución	3.700	
Costo Publicidad	5.770	
Costo Capital de trabajo	31.532	
Total Inversiones	396.038	
Utilidad o pérdida		136.099
Total depreciación		20.240
Total amortización		370
Total Valor de salvamento		
Flujo de efectivo	-396.038	156.710
Periodo de recuperación	-396.038	-239.328
		315.957
VAN 16%		523.670

TIR

46%

Cuadro No 7. 12

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

7.3.1 Tasa de descuento.

7.3.2Costo promedio ponderado del capital: TMAR

7.3.3 Criterios de evaluación

7.3.1 Tasa de descuento.

Tasa aceptada por el BID.

La tasa exigida por el BID en préstamos internacionales es del 12% mínima.

Tasa activa y pasiva del sistema financiero.

Estas tasas se encuentran entre el 15 y 4% respectivamente. Estos valores son según decreto oficial.

La tasa activa es la que cobra un banco cuando entrega un préstamo a una persona natural.

La tasa pasiva es la que el banco paga cuando una persona natural deposita dinero.

Por tanto, la tasa de descuento para este proyecto se promedia entre la tasa activa y pasiva: $15\% + 4\% / 2 = 9.5\%$

$K = K^* + \text{Inflación} + \text{Riesgo país.}$

K= tasa de descuento.

K*= tasa libre de riesgo. En Ecuador de 4%.

Inflación= el Ecuador presenta una inflación en los últimos años del 4 al 5%.

Riesgo País= organismos internacionales asignan al Ecuador un riesgo país del 8%.

$K = 4\% + 4\% + 8\% = 16\%$ tasa de descuento que se considera en el proyecto.

7.3.2.1 Tasa interna de retorno (TIR)

“Es el rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión”²⁶

Conocida por sus siglas TIR, es la tasa de descuento a la que el VAN de los flujos es nulo. Esto quiere decir la tasa a la cual el valor actual de los ingresos del efectivo es igual al valor actual de la inversión.

En el caso del proyecto el TIR es del 46 %. Inversión más rentable que tener el dinero en el banco ya que pagan una tasa pasiva del 4% aproximadamente.

²⁶ <http://www.pcworlddownload.com/business/business-finance/mmSensitivity.htm>

CUADRO N° 7.13

FLUJO PROYECTADO

	-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Inicial											
Costo terreno	125.000										
Construcción e instalación	208.050										
Costo mobiliario y equipos	21.986										
Costo Constitución	3.700										
Costo Publicidad	5.770										
Costo Capital de trabajo	31.532										
Total Inversiones	396.038										
Utilidad o pérdida		136.099	131.679	127.276	123.320	119.835	117.081	114.612	112.691	111.346	110.608
Total depreciación		20.240	40.481	60.721	80.962	101.202	121.442	141.683	161.923	182.164	202.404
Total amortización		370	370	370	370	370					
Total Valor de salvamento											85.673
Flujo de efectivo	-396.038	156.710	172.530	188.367	204.652	221.407	238.523	256.295	274.614	293.510	227.338

[illegible]

TIR

46%

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.3.2.2 Valor actual neto (VAN)

Es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al período actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse o no.

El VAN, se considera como el valor actual de los flujos de efectivo netos de un proyecto de inversión, sin contar con la inversión inicial.

Este indicador financiero demuestra que se debe aceptar el proyecto si es que el VAN es igual o superior a cero.

En el cálculo del VAN para este proyecto se utilizó la tasa del 16 %, tasa que cubre el riesgo país (8%), la inflación (4%) y la tasa libre de riesgos (4%) existentes en el país.

El Van del proyecto es de 523.670 **dólares**

7.3.2.3 Periodo de recuperación

Utilizado para medir la viabilidad de un proyecto, que ha venido en cuestionamiento o en baja. La medición y análisis de este le puede dar a las empresas el punto de partida para cambiar sus estrategias de inversión frente al **VPN** y a la **TIR**.

El **Método Periodo de Recuperación** basa sus fundamentos en la cantidad de tiempo que debe utilizarse, para recuperar la inversión, sin tener en cuenta los intereses. Es decir, que si un proyecto tiene un costo total y por su implementación se espera obtener un ingreso futuro, en cuanto tiempo se recuperará la inversión inicial.

CUADRO No 7.14

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO (PRECIOS CONSTANTES)	VAN 16%
	-	-
0	396.037,94	396.037,94
1	156.709,74	165.927,96
2	172.530,14	182.678,98
3	188.367,16	199.447,58
4	204.651,64	216.689,97
5	221.406,86	234.430,79
6	238.523,15	252.553,93
7	256.294,51	271.370,66
8	274.613,87	290.767,63
9	293.509,68	310.774,95
10	227.338,41	240.711,26
	VALOR ACTUAL NETO	523.670,17

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

7.3.2.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

Si se dice que los ingresos son de 321.0000 dólares. Se establece que 16 personas estarán en la Hacienda por día, , da un total de 5812 personas al año. Por lo que el precio promedio es de **55,23** dólares por persona.(321.000/5812)

En costos fijos anuales se tiene los siguientes rubros:

Cuadro No 7.15

COSTOS FIJOS	DE 1 A 12- 2007 VALORES
Sueldos y Salarios	65266.56
Imprevistos	810.0
Depreciación y Amortización	0
Gastos de Ventas	8118
Gastos de Administración	740,00
Gastos Generales y Otros	6000
TOTAL COSTOS FIJOS	92.714,80

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Los costos variables son 47.164,64 a esto dividido para 5812 da un promedio de **8.11** dólares por persona.

Cuadro No 7.16

COSTOS VARIABLES	
Materias Primas Consumidas	12,034.3
Suministros	931,2
TOTAL COSTOS VARIABLES	12.965,50

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Resumen:

Ingresos 55,23 X

Egresos 8.11 X + 92.714,80

En donde: X es el número de personas.

En el punto de equilibrio, la utilidad de operación es igual a cero, por lo que la ecuación queda:

$$I - E = 0.$$

$$55,23 X - (8.11 X + 47.164,64)$$

$$55,23 X - 8.11 X = 47.164,64$$

$$47.12X = 47.164,64$$

$$x = 1.001 \text{ personas.}$$

El punto de equilibrio se define en 1001 personas, que es lo mínimo que se necesita para tener una utilidad del operación de cero.

CAPITULO VIII

PLAN AMBIENTAL

La realización de la Hostería Hacienda San Isidro según la categorización del Plan Ambiental deberá realizar un estudio de impacto ambiental parcial ya que la ejecución del proyecto puede tener impactos ambientales que afectarían muy parcialmente el ambiente y donde sus efectos negativos pueden ser eliminados o minimizados mediante la adopción de medidas conocidas y fácilmente aplicables.

8.1 Objetivos:

- **Reducir el consumo energético:**

Se colocarán diferentes carteles informativos donde recomiende al turista y al empleado su racionamiento.

- **Reducir el consumo de agua :**

Se implementará en los baños grifería automática.

Se concientizará mediante carteles informativos el buen uso del mismo en sitios como en los baños así como también en la primera charla informativa.

Además de permitir que el mismo cliente decida el lavado diario de toallas y sabanas.

- **Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización.**

Se colocarán tachos de basura de colores para diferenciar el tipo de desecho verde para desechos orgánicos y rojo para los inorgánicos.

Los empleados recibirán capacitación acerca de como manejar y clasificar los residuos.

Los desechos orgánicos que se produzcan en el restaurante se utilizarán para la elaboración de compost o abono que se utilizarán en los jardines y en los cultivos.

- **Minimizar el impacto ambiental negativo**

Todos los elementos de limpieza que utilice la Hostería serán biodegradables.

Los cultivos que se desarrollaran en la hostería serán exclusivamente para autoconsumo.

Se utilizarán técnicas naturales para el control de plagas o cualquier enfermedad que presenten las plantas.

- **Racionalizar el empleo de los recursos naturales.**

Se realizarán letreros, paneles de interpretación y demás señalización con materiales naturales, madera o piedra, dependiendo del entorno.

Los materiales que se utilizan generalmente como material de apoyo son: Folletos

Carteles,

Paneles de interpretación.

- **Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes, los usuarios, los trabajadores y la Administración.**

Se desarrollara un instructivo de educación ambiental tanto para los turistas como para los empleados, en el cual se especifique de manera clara y precisa sobre el manejo de desechos de la hostería.

Y así delegar a los empleados y turistas a partir de una correcta formación e información, lo que a su vez dará como resultado una buena integración de las medidas adoptadas para la mejora y el cuidado del medio ambiente.

8.2 Impacto ambiental

“Es la **alteración** que se produce en el ambiente cuando se lleva a cabo un proyecto o una actividad. Las obras públicas como la construcción de cualquier actividad que fuera tiene un impacto sobre el medio.”²⁷

La alteración no siempre es negativa, puede ser favorable o desfavorable para el medio.

En el caso de la construcción de la **“Hostería Hacienda San Isidro”** el impacto que realiza sobre el terreno especificado es un impacto bastante apreciable sin embargo se lo realizará con el debido cuidado y defendiendo siempre el entorno natural en el que se encuentra el terreno, así como de la infraestructura de hacienda, de esta forma impediremos un impacto visual.

8.2.1 Variables ambientales significativas.

²⁷ Gómez Orea, Domingo. **“Evaluación del Impacto Ambiental”**. Ed. Mundi--Prensa y Editorial Agrícola Española, S.A. Madrid. 1999. 1ª edición. Referencia de la biblioteca de Filosofía: FL/TD 194.4. G6.1999.

- Medio Natural.
 - Clima.
 - Geología y Geomorfología.
 - Suelos y edafología del terreno.
 - Fauna, Vegetación y ecología (relaciones) del medio.
 - Paisaje.
 - Hidrología superficial y subterránea.
 - Calidad del aire.
 - Emisiones atmosféricas, etc.
- Medio socio-económico.
 - Sociológicas (población, aspectos culturales y costumbres).
 - Económicas (renta y empleo, sectores productivos, precio del suelo, etc.)
 - Urbanísticas (poblamiento, uso y propiedad del suelo, planeamiento urbanístico).
 - Patrimonio (Histórico-artístico, cañadas, etc.)

8.2.2 Tipos de Evaluaciones de Impacto Ambiental

Los diferentes tipos de evaluaciones que se realizarán con el fin de preservar el medio y de hacer menos impacto.

- **Informes medioambientales** que se unen a los proyectos y son simplemente indicadores de la incidencia ambiental con las medidas correctoras que se podrían tomar.

- **Evaluación preliminar** que incorpora una primera valoración de impactos que sirve para decidir si es necesaria una valoración más detallada de los impactos de esa actividad o es suficiente con este estudio más superficial;
- **Evaluación simplificada** que es un estudio de profundidad media sobre los impactos ambientales
- **Evaluación detallada** en la que se profundiza porque la actividad que se está estudiando es de gran envergadura

8.3 MATRIZ CAUSA - EFECTO

“La matriz causa – efecto mostrada establece las relaciones de causalidad entre las acciones y sus efectos sobre el medio a través de una matriz causa efecto. Las filas indican las diferentes fases y acciones de las que consta el proyecto de construcción”.²⁸

Cada columna es un factor ambiental, social o económico diferente. Las interacciones entre las acciones del proyecto y los valores a preservar representan los posibles riesgos de afección.

Las afecciones pueden ser tanto positivas como negativas.

Aquellas negativas son representadas de la siguiente forma:

- ♦ Afección negativa leve
- ♦♦ Afección negativa grave
- ♦♦♦ Afección negativa muy grave

Aquellas positivas son representadas de la siguiente forma:

²⁸ Conesa Fernández-Vitora, Vicente. **"Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental"**. Ed. Mundi-Prensa. Madrid. 1997. 3ª edición. Referencia de la biblioteca de Filosofía: FL/ TD 194.6.C66. 1997.

☺ Afección positiva

Los casos de afección nula no serán marcados.

En caso de posible afección positiva y negativa, según las características de la ejecución de la acciones, será representado por medio de “ / ”.

Debido a la enorme complejidad que existe a la hora de caracterizar los impactos que las acciones de la fase de la construcción crean sobre los valores económicos se ha procedido a valorar únicamente la fase de construcción en su conjunto, sin entrar en el detalle de cada acción en particular.

CUADRO No 8.1

Matriz causa – efecto	CALIDAD AIRE	RUIDOS	CLIMA	GEOLOG. GEOMORF OLOGÍA	PROCE- SOS RIESGOS	SUELOS	HIDROL. SUBT.	FAUNA	VEGET. USOS SUELO	PAISAJE	POBLA- CIÓN	ECONO-MÍA 1° / 2° / 3°
PROYECTO												
Expropiación											♦ / ☹	♦ / ☹
Información pública								☹	☹	☹		
CONSTRUCCIÓN												♦♦ / ☹
Ocupación de suelo				♦♦				♦♦		♦♦		♦ / ☹
Excavaciones		♦♦		♦♦	♦♦		♦		♦	♦		
Explanaciones				♦♦	♦♦			♦♦	♦	♦♦	♦	
Vertederos				♦♦	♦♦			♦♦	♦♦	♦♦	♦	
Tránsito Maquinaria	♦♦	♦♦		♦				♦♦	♦			
Instalaciones accesorias				♦		♦		♦	♦♦	♦♦		
Drenaje				♦								
Perfilado taludes				♦	♦♦		♦					
Presencia humana						♦		♦			☹	☹
Servicios locales											☹	☹
EXPLOTACIÓN												♦♦ / ☹
Emisiones gaseosas	♦♦		♦								♦♦	☹
Vertederos accidentales					♦			♦	♦		♦	☹
Alteración superficies				♦				♦	♦♦♦	♦♦♦		
Frecuentación humana												☹
Activación socioeconomía											☹	☹
Incremento tráfico	♦♦	♦♦			♦	♦	♦	♦♦	♦		☹	♦ / ☹

8.4 BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

8.4.1 Ventajas de las Buenas Prácticas

No requieren muchos cambios técnicos en los equipos, sino cambios de actitud de las personas y en la organización de las operaciones, tras una revisión de los procesos existentes.

Pueden implantarse rápidamente con una baja inversión. En consecuencia, su rentabilidad es alta, con un riesgo bajo, y, al no afectar a los procesos, suelen ser bien aceptadas.

Con esto podemos decir que obtenemos buenos resultados todos los objetivos planteados en un principio.

CAPITULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Según el Ministerio de Turismo, la actividad turística se encuentra en el tercer lugar de importancia después del petróleo y el banano, generando 406,4 millones de dólares. ya que genera divisas, empleo y además promueve el intercambio cultural y social entre las personas.
- El proyecto esta enfocado al mercado internacional por medio de las agencias de viajes operadoras y duales de la ciudad de Quito. Por medio de las encuestas y entrevistas se logró identificar un gran interés y atracción hacia el turismo alternativo, de Hacienda y al agroturismo.
- La tendencia a turismo de Haciendas es cada vez mas grande lo que nos hace tener mayores y mejores expectativas la la realización de este proyecto.
- El servicio de alojamiento ofertado estima tener un 50% de ocupación, de acuerdo a la demanda establecida y a los porcentajes existentes en el mercado. Llevando asi a unas 16 personas diarias a la Hostería Hacienda.

- El precio del servicios fue fijado tomando en cuenta las encuestas y entrevistas realizadas, además de haber analizado los precios y servicios de la competencia y mediante el análisis de los balances financieros.
- Al realizar el estado de pérdidas y ganancias se obtuvo para el primer año una utilidad neta de **136099,34** dólares.
- En los cálculos del VAN y la TIR se demostró la rentabilidad que puede generar la implementación de este tipo de proyectos para sus inversionistas. A una tasa de 16%, determinada por la tasa libre de riesgos, la inflación y el riesgo país, la tasa interna de retorno sería de 44 %.
- Los cálculos financieros realizados muestran que la inversión del proyecto se recuperaría en el quinto año de funcionamiento, eso quiere decir que el período de recuperación es relativamente corto. Al año 5to año del proyecto ya se recupera la inversión y genera utilidad para los socios.
- El turismo será sustentable cuando responda a una planificación de las autoridades nacionales y locales y sobre todo de las comunidades beneficiadas y sus logros sean repartidos en forma equitativa. Solamente cuando se siente que una actividad beneficia directamente a toda la población, incluidos hombres y mujeres, genera empleo y mejora los ingresos, se apreciarán sus resultados y su impacto pero con las estas cifras positivas y con el reto de juntos hacer crecer al país abrimos nuevas

posibilidades para que ya no mas gente emigre sino mas bien regrese a su tierra natal a luchar y trabajar porque su hay oportunidades y empecemos a trabajar en equipo y olvidémonos que los jóvenes somos el futuro de la patria, y asi desde hoy a ser parte de la solución.

ANEXOS

No1

FORMATO DE ENCUESTA

MODELO DE ENCUESTA
Tipo de agencia? a) Agencia de Viaje b) Tour Operadorac
1) Cree usted que el alojamiento en haciendas de la sierra ecuatoriana se ha desarrollado de mejor manera en este ultimo tiempo?
1.a)si? 1. b)no?
2) En que porcentaje considera usted que ha crecido este tipo de servicio en relación con los demás?
2.a) o – 25% b) 26 – 50% c) 51 – 100%
3) Cual es el promedio mensual de ventas en haciendas de la sierra ecuatoriana?
3.a) 1 – 25 b) 26 – 50 c) 51 en adelante
4) Qué haciendas considera usted que son las mas solicitadas por los turistas (contestar en orden de ventas)?
4 a) La Cienega b) San Agustin del Callo c) Cusin d) Guachalá
5) De donde proviene el mayor número de turistas interesados en alojarse en Haciendas?
5 a) Estados Unidos b) Europa c) Asia d) América del sur
6)Cuál es la edad promedio de los turistas que compran esté producto?
6 a) 29 – 39 b) 40 – 50 c) 51 – 60 d) 61 en adelante.
7) Que busca el turista al elegir una hacienda como parte de su tour?
7 a) Cultura b) Historia c) Naturaleza d) Nuevas tendencias e) Agroturismo

8) Cuánto esta dispuesto a pagar el turista por el servicio de alojamiento y alimentación en un tour de Hacienda?
8 a) 20 – 40 b) 50 – 70 c) 80 – 100 d) mas
9) Le interesaría a su agencia incluir una nueva Hacienda Hostería en este grupo de destinos turísticos
9 a) si b) no
10) Como le interesaría a la agencia negociar con la Hacienda Hostería para la venta de el producto?
10 a) comisiones b) Precios netos
11) Si contesto por comisiones de cuanto sería el porcentaje?
11 a) hasta el 5% b) hasta el 10 % c) de 11 en adelante
12) Qué materiales publicitarios necesita para vender la Hosteria?
12 a) Folletería b) Pagina web c) CD multimedia d) souvenirs (esferos, palices, etc)

No 2

Patente Municipal.
Municipio de Quito.



MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

DIRECCION FINANCIERA

FECHA DE PAGO

CEDULA RUC

NOMBRE

DIRECCION

CLAVE CATASTRAL

AVALUO COMERCIAL

EXCUSEB

AVALUO IMPONIBLE

EMISION

NUMERO DE PREDIO

CONCEPTO

VALOR

CONCEPTO

VALOR

TRANSACCION

PAGINA DE

VENTANILLA BANCO

CUENTA

AGENCIA DE VIAJES OPERADORA

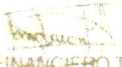
SUB-TOTAL

PAGO TOTAL

RESPONSABLE

1749818



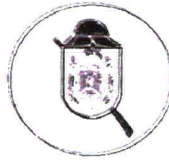


DIRECTOR FINANCIERO TRIBUTARIO

No. 3

CUERPO DE BOMBEROS DEL
DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO

RUC 1768097950001



UNIDAD OPERATIVA DE
CONTROL Y PREVENCIÓN
DE INCENDIOS

0031105

ESPECIE VALORADA
\$ 1,00

SOLICITUD DE INSPECCIÓN

Quito, a 01 de Junio 2005.

COMANDANTE GENERAL
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

Respetable,

En mi consideración

Paola Arrata Garcia

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

INSPECCIÓN

☒

NOMBRE LOCAL: AMEN

TELÉFONOS: * 2424780

TO. BNO.
N PLANOS

☐

TROS

☐

DIRECCIÓN

PARROQUIA: SAN BLAS

BARRIO/URB: SANTA BÁRBARA

LOTE N°: 476

CALLE: Caldas 0e3-34 y Vargas 476

INTERSECCIÓN: Vargas

EDIFICIO:

PISO:

DEPARTAMENTO:

Atentamente,

C.C. 11210332-9

SECCION PROMOCION DE LA COMUNIDAD	CROQUIS	SECCION PROMOCION DE LA COMUNIDAD

No 4

Permiso Sanitario de Funcionamiento.

	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO		
CODIGO:	1712-282	0143884
NOMBRE O RAZON SOCIAL:	AMÉN Cfa, Ltda	
REPRESENTANTE:	Paola Arrata Garcia	
N° RUC:	1712163839001	C.C. 171216383-9
TIPO:	RESTAURANTE	
ACTIVIDAD:	VENTA DE ALIMENTOS PRE-PAKADOS	
CATEGORIA:	FRANCA	
UBICACION:	Caldas Oe3-34 y Vargas	
ORDEN DE PAGO N°	1455E	VALOR: 120.00
FECHA DE EXPEDICION:	16/05/2006	31/12/2006
DR. NELSON VILLANO LASCANO		DR. EDGAR ESPINOZA VILLARROEL
Jefe de la Unidad de Pichincha		Jefe de Control Sanitario

No 5

Licencias Unica Anual de Funcionamiento.

CORPORACIÓN METROPOLITANA DE TURISMO	
FORMULARIO DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	
FECHA: _____	
NOUEVO: ☐ RENOVACIÓN: ☐	
INFORMACIÓN GENERAL:	
RUC e OI:	_____
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.:	

No 6

Permiso SAYCE.



SOCIEDAD DE AUTORES Y COMPOSITORES ECUATORIANOS

SAYCE

FACTURA No **0027354**

SERIE 001-001

VALIDEZ HASTA DICIEMBRE 1 2005

AUTORIZACION SRI No 1102473677

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.O.C. 1730367657001

CUENTE: AMÉN Cía. Ltda
 DIRECCION: Caldas Oe3-34 y Vargas
 CIUDAD: Quito PROVINCIA: Pichincha
 TEL: 171216383-9
 TELEFONO: 2424780
 OBSERVACIONES: CONTRATO AUTORIZACION DE USO
 RECTOR: _____ No.: _____

FECHA: 2005 3 22 HASTA 2005
 REPRESENTANTE: Paola Arrata
 TIPO: _____
 CATEGORIA: _____
 N° MESAS/HABITAC.: 60 G. REMISION: _____
 RECAUDADOR: _____
 STICKER: 027354
 PERIODO: 2005 3 22
 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	40,80
IMPUESTO I.V.A. 0%	
IMPUESTO I.V.A. 12%	4,80
TOTAL USD \$	44,80

Manuel de la Cruz
 AUTORIZACION
 No. 10 de Agosto 2003 147 y Rto. Cero
 Telfs: 22438837 22421738
 Fax: 2462838

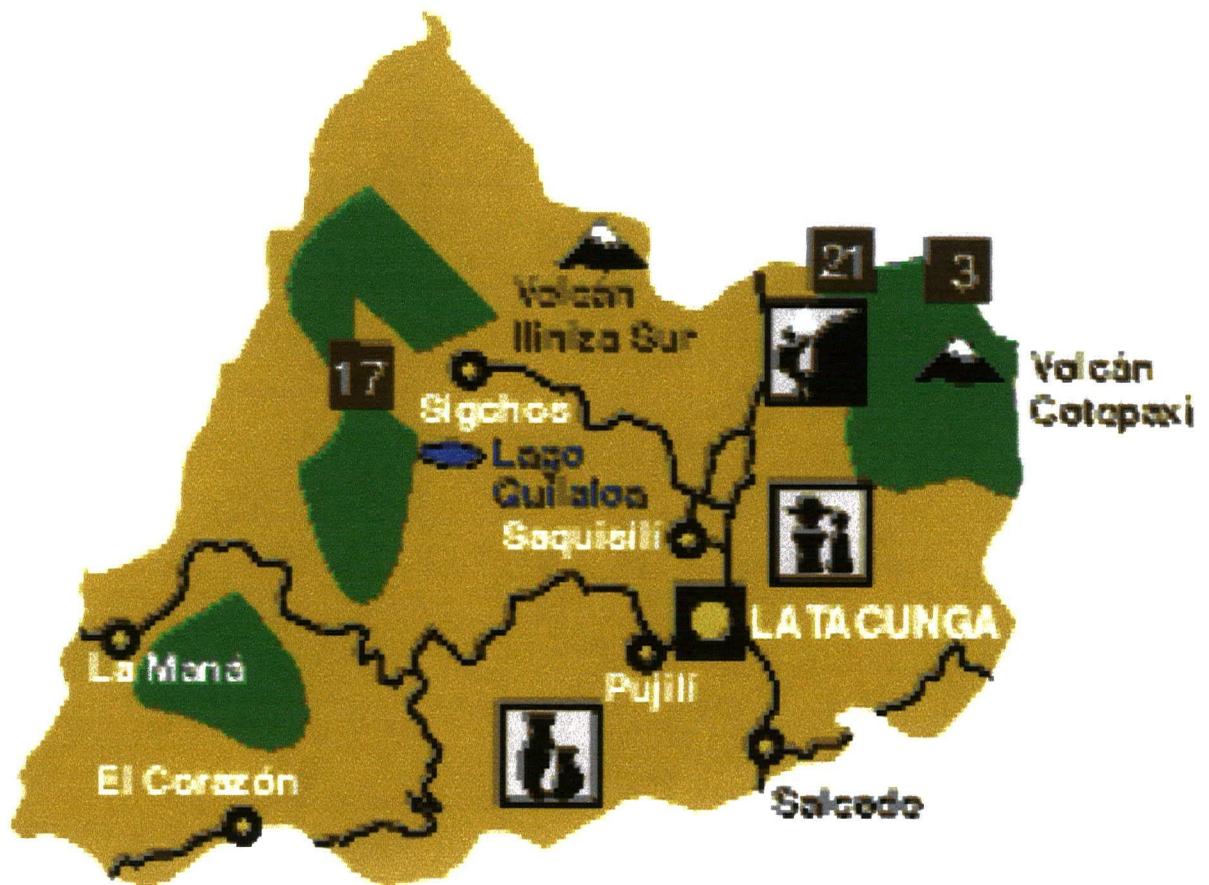
A MUSICA ES PARTE IMPORTANTE DE NUESTRAS VIDAS. GRACIAS POR PAGAR AL UTILIZARLA

-CLIENTE-

No 7

Mapa Provincia Cotopaxi

Fuente: Internet Google



No 8

CUADROS Y TABLAS

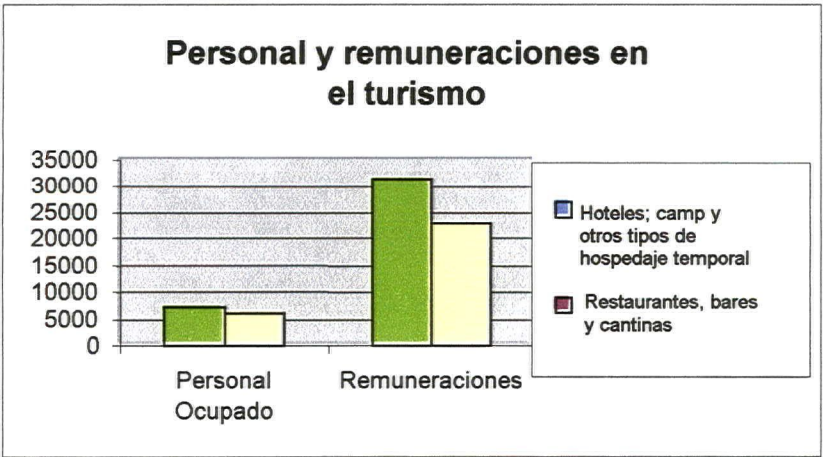
Grafico No. 1.1

	Petróleo Crudo	Banano	Turismo	Otr.Elab. Prod.Mar	Flores Naturales	Camarón
Ubicación	2.372,30	1.099,30	406,4	392,5	295,2	275,7
2003	1	2	3	4	5	6

Fuente: Ministerio de Turismo. 2003

Elaboración: Fabiola Larrea Gross.

Grafico No. 1.2



Fuente: Ministerio de Turismo. 2003

Elaboración: Fabiola Larrea Gross.

No 9

Ficha profesiográfica del Administrador

CUADRO No 5.2

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General					*
Razonamiento numérico					*
Razonamiento concreto					*
Comprensión verbal					*
Personalidad					
Creativo				*	
Líder					*
Organizado					*
Relacionador Público					*

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross
Fuente: organigrama Hacienda Antisana

CUADRO No 5.3

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General					*
Razonamiento numérico				*	
Razonamiento concreto				*	
Comprensión verbal					*
Personalidad					
Amable					*
Puntual					*
Organizado					*
Honesto					*

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross
Fuente: organigrama Hacienda Antisana

No. 10

Ficha profesiográfica del Camarero / a

CUADRO No 5.4

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General				*	
Razonamiento numérico					*
Razonamiento concreto				*	
Comprensión verbal					*
Personalidad					
Pacientes					*
Limpio					*
Organizado					*
Educado					*

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Ficha profesiográfica del

Cocinero/a

CUADRO No 5.5

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General					*
Razonamiento numérico					*
Razonamiento concreto				*	
Comprensión verbal					*
Personalidad					
Creativo					*
Limpio					*
Organizado					*
Puntual					*

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

No 11

Ficha profesiográfica del Ayudante de cocina

CUADRO No 5.6

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General				*	
Razonamiento numérico					*
Razonamiento concreto				*	
Comprension verbal					*
Personalidad					
Creativo					*
Limpio					*
Organizado					*
Puntual					*

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

Ficha profesiográfica del Mesero/a

CUADRO No 5.7

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General				*	
Razonamiento numérico					*
Razonamiento concreto				*	
Comprension verbal					*
Personalidad					
Pacientes					*
Limpio					*
Organizado					*
Educado					*

No 12

Ficha profesiográfica del Jardinero

CUADRO No 5.8

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General				*	
Razonamiento numérico			*		
Razonamiento concreto				*	
Comprensión verbal					*
Personalidad					
Honesto					*
Buena disposición					*
Organizado					*
Educado					*

Ficha profesiográfica de los Cuidadores

CUADRO No 5.9

Competencias Intelectuales	1	2	3	4	5
Inteligencia General				*	
Razonamiento numérico				*	
Razonamiento concreto					*
Comprensión verbal					*
Personalidad					
Colaborador					*
Responsable					*
Comedido					*
Organizado					*

Elaborado por: Fabiola Larrea Gross

BIBLIOGRAFIA

Libros y documentación

- 8 Ley de Turismo. Reglamentos de Actividades Turísticas. Edición Agosto 2003.
Sección I. Documento 3.
- 9 Ley de Compañías del Ecuador. Disposiciones Generales. Publicación 2003.
- 10 Ley de Desarrollo turístico, Reglamento. Edición 2002 Legislación conexas.
- 11 MINISTERIO DE TURISMO, Ley de desarrollo turístico, Ecuador.
- 12 Estatutos de la CAPTUR
- 13 VARGAS, Mario. ECOLOGÍA Y BIODIVERSIDAD DEL ECUADOR. E.P Centro de impresión. 2002.
- 14 SAPAG CHAIN Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo (2000), Preparación y Evaluación de Proyectos, editorial McGraw Hill, cuarta edición, Chile

- 15 WWF, Fundación Natura. Texto de Consulta: “Energías Renovables: Concepto y Aplicaciones”. Quito, Junio 2003.
- 16 NARANJO, Marcelo, NARANJO, Joselito. Contabilidad Comercial y de Servicios. Guía y consulta Contable. Edición 2002. Quito.
- 17 EDITOR JAFAR JAFARI (2000), Enciclopedia del Turismo, Editorial Síntesis, España.
- 18 KOTLER Philip, BOWEN John y MAKEN James (1997), Mercadotecnia para Hotelería y Turismo, Prentice Hall, México.
- 19 VAN HORNE James y WACHOWICZ John (2002), Fundamentos de Administración financiera, Undécima edición, Prentice Hall, México.
- 20 UNDA, Roberto. Cátedra de Planificación de Proyectos. UISEK. 2.004
- 21 DAVILA, G. 2002. Cátedra de Introducción al Turismo y Hotelería. U.I.S.E.K
- 22 ZAMBRANO. Jacqueline. Tesis de Grado. Proyecto de pre factibilidad de unas cabañas en el Inga Alto. 2005.

23 Conesa Fernández-Vítora, Vicente. **"Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental"**. Ed. Mundi-Prensa. Madrid. 1997. 3ª edición. Referencia de la biblioteca de Filosofía: FL/ TD 194.6.C66.1997.

Páginas webs

- www.quito.gov.ec
- www.captur.com
- www.inec.gov.ec
- www.pichincha.gov.ec
- www.msp.gov.ec
- www.ccq.org.ec
- www.msp.gov.ec
- www.google.com