

UNIVERSIDAD ISRAEL



**TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE
LA HOSTERÍA AGROTURÍSTICA**

“WASI - SUMAQ”

CANTÓN MEJÍA – PROVINCIA DE PICHINCHA

JAVIER REVELO

QUITO

2011

UNIVERSIDAD ISRAEL



TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA AGROTURÍSTICA



“WASI - SUMAQ”

CANTÓN MEJÍA – PROVINCIA DE PICHINCHA

JAVIER REVELO

Dirigido por:
Ing. FREDDY ÁLVAREZ

2011

Ing. Freddy Álvarez.

CERTIFICA:

El presente trabajo investigativo cuyo tema principal trata sobre la “**Creación de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq**”, en el cantón Mejía (Provincia de Pichincha), ha sido desarrollado por el Sr. Segundo Javier Revelo Chapi, con cédula de identidad N° 171616482-5, por lo cual presenta las respectivas orientaciones metodológicas de la investigación.

En su trabajo investigativo ha sido dirigido en todos sus capítulos, cumpliendo a cabalidad con las disposiciones emitidas por la prestigiosa Universidad Israel a través de la Facultad de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas.

Por lo expuesto:

Autorizo su presentación ante los organismos concernientes para la sustentación y defensa de la presente tesis.

Atentamente.

Ing. Freddy Álvarez.

TUTOR DESIGNADO

CERTIFICACIÓN

Quito, Octubre del 2011.

La presente tesis ha sido revisada y autorizada para su impresión y empastada, previa a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas.

Por lo tanto, se autoriza al postulante la presentación de la tesis para efectos de la defensa pública ante el tribunal designado para la misma.

Presidente del Tribunal.

Miembro del Tribunal. Miembro del Tribunal.

AUTORÍA

Quito, Octubre del 2011.

Las ideas, opiniones, así como las conclusiones y recomendaciones especificados en este documento son de única y exclusiva responsabilidad de su autor.

Atentamente.

S. Javier Revelo Ch.

POSTULANTE

DEDICATORIA

La presente tesis es el resultado de una promesa realizada hace años a mi familia, con mucho amor, aprecio y cariño además de una inmensa gratitud, dedico este trabajo a mis padres, quienes con su paciencia y dedicación me han ido forjando desde mi nacimiento hasta la actualidad.

A mi tío Wilson a quien he considerado como un hermano mayor que con su ejemplo en la excelencia profesional en el campo laboral ha inspirado en mí, el deseo de superación.

A mi madre Nancy quien con su esfuerzo y sacrificio me apoyo incondicionalmente, y que a pesar de la distancia siempre hemos estado unidos, gracias por creer en mí y darme la oportunidad de superación.

A mis hermanosa quienes espero servir de ejemplo para seguir superando las diversas barreras que en la vida se nos presenta, deseando lo mejor para ellos.

A mis amigos quienes fueron mi segunda familia y a la vez me apoyaron, soportaron y compartieron momentos alegres y tristes durante mi vida estudiantil universitaria, a ellos muchas gracias de corazón.

Sin olvidar aún a una persona muy importante en mi vida, dedico y agradezco infinitamente a mi Sra. Esposa Gabriela Viera, gracias por compartir momentos maravillosos, gracias por estar a mi lado, gracias por su apoyo incondicional, gracias por aceptarme como soy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada una de las personas que han colaborado y contribuido para que esta promesa se haga realidad, especialmente a aquellos que de manera muy especial me han brindado su amistad y aprecio, gracias a Msc. Carla Arguello por su sabiduría, sinceridad y paciencia, de igual manera gracias al Ing. Freddy Álvarez por ser mi guía para el desarrollo del presente trabajo.

De igual manera agradezco a todos los profesores y maestros que tuve durante el transcurso de mis estudios en la universidad, a través de sus conocimientos aclararon mis dudas y ampliaron mis conocimientos, exigiéndome calidad en mis tareas y trabajos, y ayudándome a ser mejor cada día.

RESUMEN EJECUTIVO

La hostería agroturística “Wasi Sumaq” es uno de los proyectos más innovadores que se va a realizar en el cantón Mejía provincia de Pichincha, ya que su ubicación estratégica permite acceder rápidamente a los atractivos más significativos de la zona, la ciudad de Machachi y sus alrededores son los lugares en donde se efectuaron la investigación, realización y desarrollo del proyecto, por lo que este estudio de factibilidad comprobará la viabilidad para la creación de este innovador negocio y aportará para la ejecución y funcionamiento del mismo.

Los habitantes del cantón Mejía son amables y con un gran don de servicio, la zona cuenta con carretera de primer orden y en perfecto estado, muy cerca de la ciudad capital del Ecuador, Quito, fuente de visitantes nacionales y portal turístico de visitantes extranjeros se abre la potencialidad de que la zona sea un importante destino turístico al poseer gran diversidad biológica, animal y vegetal, es sin duda uno de los mayores atractivos de la región.

Las festividades, prácticas religiosas, música, y artesanía hacen del cantón Mejía una de las ciudades altamente turísticas del país; es importante mencionar que en la zona se han formado una buena base de guías turísticos acreditados por el ministerio de turismo, quienes una buena parte de ellos son nativos, lo que permite al mismo tiempo aprovechar la potencialidad derivada del legado cultural de la provincia, es por ello la idea de negocio que surgió en base a la necesidad de satisfacer la creciente demanda.

EXECUTIVE RESUME

The farm "Wasi Sumaq" is one of the most innovative projects carried out in the Mejía, Pichincha province, as its strategic location allows quick access to significant the area, the city and its surroundings are Machachi places where research is conducted, realization of the project, so this study the feasibility of the creation of this innovative business and provide for the implementation and operation.

Mejía Canton Residents are friendly and a great gift of service, the area has prime road in perfect condition, close to the capital city of Ecuador, Quito, a source of national visitors and tourism website of foreign visitors potential to open it the area is a major tourist destination to have high biodiversity, animal and vegetable, is unquestionably one of the biggest attractions of the region.

The festivities, religious practices, music, and crafts make Mejía canton one of the cities of the country, it is important to mention that in the area have formed a tour guides accredited by the Ministry of Tourism, who of them are native, allowing while taking advantage derived from the province's cultural heritage, which is why the business idea that emerged based on the need to satisfaction growing demand.

ÍNDICE GENERAL

	Págs.
PORTADA.	I
CONTRAPORTADA.	II
CERTIFICACIÓN TUTORIAL.	III
CERTIFICACIÓN TRIBUNAL.	IV
AUTORÍA.	V
DEDICATORIA.	VI
AGRADECIMIENTO.	VII
RESUMEN EJECUTIVO (CASTELLANO)	VIII
RESUMEN EJECUTIVO (INGLÉS)	IX
ÍNDICE GENERAL.	X
ÍNDICE DE CUADROS.	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.	XIX
ÍNDICE DE ANEXOS.	XXII
CAPÍTULO I. (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN)	
ANTECEDENTES.	01
Antecedentes Importantes de la Provincia de Pichincha.	01
Antecedentes Importantes del Cantón Mejía.	02
1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.	07
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	07
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	08
1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	08
1.5. OBJETIVOS.	09
1.5.1. Objetivo General.	09
1.5.2. Objetivos Específicos.	09
1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	10
1.6.1. Justificación Teórica.	10
1.7. MARCO DE REFERENCIA.	11
1.7.1. Marco Teórico.	11
1.8. HIPÓTESIS.	17
1.8.1. Hipótesis General.	17
1.8.2. Hipótesis Específicas.	18
CAPÍTULO II. (ESTUDIO DEL MERCADO)	
Introducción del Estudio de Mercado (Cantón Mejía).	19
2.1. INVENTARIO DE SITIOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	20
2.1.1. Explicación de Ficha de Atractivos Turísticos.	20
2.1.2. Explicación de Ficha de Empresas de Gastronomía.	20

2.1.3.	Explicación de Ficha de Empresas de Alojamiento.	20
2.1.4.	Explicación de Ficha de Empresas de Actividades.	21
2.1.5.	Explicación de Ficha de Núcleo de Población.	21
2.1.6.	Ejemplos de las Fichas de Información. (Formato O.E.A.)	22
2.2.	ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO.	39
2.2.1.	Análisis del Macroentorno.	41
A).	Análisis Variable Económica.	42
a.	Crisis Económica Mundial y del País.	43
b.	Deuda Externa.	45
c.	Producto Interno Bruto.	48
d.	Producto Interno Bruto per Cápita.	50
e.	Producto Interno Bruto (Turismo).	51
f.	Divisas de Migrantes.	55
g.	Inflación.	56
h.	Tasas de Interés (Activa Pasiva).	57
i.	Créditos Financieros.	60
j.	Canasta Familiar y Básica.	62
k.	Impuestos.	64
l.	Exportaciones.	65
m.	Importaciones.	66
B).	Análisis Variable Demográfica.	69
a.	Crecimiento de la Población Urbana y Rural.	69
b.	Tasas de Crecimiento Poblacional.	70
c.	Promedio Estimado de Vida.	72
d.	Servicios Básicos y otros.	73
C).	Análisis Variable Tecnológica.	75
a.	Internet (E-mail, Webs, Blog Spot).	76
b.	Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).	77
c.	Negocios Electrónicos.	78
d.	Utilidad y empleo de Software Libre.	78
e.	Software Hotel Vid-Wave Manager (Software Hoteles).	79
f.	Software CDA Restaurant Manager (Software Restaurantes).	81
D).	Análisis Variable Socio-Cultural.	82
a.	Corrupción en Sectores Importantes del País.	82
b.	Nivel de Desarrollo y Competitividad del País.	83
c.	Retorno de Migrantes.	83
d.	Nivel de Educación.	85
e.	Tasas de Analfabetismo.	86
f.	Crecimiento de la Delincuencia.	87
g.	Explotación y Trabajo Infantil.	88
h.	Empleo, Subempleo y Desempleo.	89

i. Servicios Públicos.	91
j. Salud	91
E). Análisis Variable Política-Legal.	93
a. Nueva Constitución y Reformas.	93
b. Mandatos de la Asamblea Nacional.	94
c. Inestabilidad Política por parte de diversos sectores.	95
d. Relaciones Internacionales.	95
e. PLANDETUR-2020.	96
f. Base Legal Empresarial (Hostería)	97
F). Análisis Variable Ambiental.	99
a. Ubicación y Distribución de Recursos.	99
b. Cambios Climáticos.	100
c. Calentamiento Global.	101
d. Contaminación.	101
e. Sello Verde.	102
f. Sustentabilidad y Sostenibilidad.	103
2.2.2. Análisis del Microentorno (PORTER)	104
A). Nuevos Productos y Servicios.	104
B). Proveedores.	105
C). Competencia.	106
D). Clientes.	106
E). Productos y/o Servicios Sustitutos.	107
2.3. F.O.D.A. del cantón Mejía.	109
2.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.	110
2.5. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.	110
2.5.1. Formato de la Encuesta	110
2.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA.	111
2.6.1. Cálculo de la Fórmula de la Muestra.	113
2.6.2. Tabulación de la Encuesta en base a Muestra.	114
2.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.	125
2.8. OFERTA.	125
2.9. DEMANDA.	126
2.9.1. Demanda Actual.	127
2.9.2. Demanda Insatisfecha.	128

CAPÍTULO III. (DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO)

INTRODUCCIÓN.	130
3.1. Administración Estratégica	130
3.2. MISIÓN.	133
3.2.1. Planteamiento de la Misión.	133
3.2.2. Misión de la Empresa.	134

3.3.	VISIÓN.	135
3.3.1.	Planteamiento de la Visión.	135
3.3.2.	Visión de la Empresa.	136
3.4.	VALORES CORPORATIVOS.	136
3.5.	PRINCIPIOS CORPORATIVOS.	137
3.6.	BALANCE SCORECARD.	138
3.7.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.	141
3.7.1.	Perspectiva Financiera.	141
3.7.2.	Perspectiva Cliente.	141
3.7.3.	Perspectiva de Procesos Internos.	141
3.7.4.	Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento.	141
3.7.5.	Perspectiva de Gestión Medio Ambiental.	141
3.8.	ESTRATEGIAS.	142
3.8.1.	Estrategias Financieras.	142
3.8.2.	Estrategias Clientes.	142
3.8.3.	Estrategias de Procesos Internos.	142
3.8.4.	Estrategias de Aprendizaje y Crecimiento.	143
3.8.5.	Estrategias de Gestión Medio Ambiental.	143
3.9.	PLANES DE ACCIÓN.	143
3.10.	MARKETING MIX.	149
3.10.1.	Producto y/o Servicio de la Hostería.	150
	A). Componentes principales del producto y/o servicio.	150
	B). Área de Alojamiento.	151
	C). Área de Restauración.	152
	D). Distribución gráfica de las áreas de la hostería.	152
	E). Terrazas Agrícolas.	160
	F). Creación de Paquetes Turísticos.	161
	G). Planificación del Itinerario.	162
3.10.2.	Imagen de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.	166
	A). Imagen Corporativa.	166
	B). Definición de la Marca.	166
	C). Logotipo.	166
	D). Eslogan.	169
	E). Graduación de los colores.	170
	F). Significado de los colores.	171
	G). Tipografía.	173
3.10.3.	Plaza o Distribución.	174
3.10.4.	Precio.	175
	A). Determinación del precio.	176
	B). Políticas de precios.	176
3.10.5.	Promoción.	177

3.10.6. Publicidad.	177
A). Página Web (Redes Sociales).	178
B). Catálogo de productos y/o servicios.	186
C). Calendarios del cantón Mejía.	186
D). Pancartas.	187
E). Letreros.	187
F). Menú gastronómico.	188
G). Afiches.	190
H). Hojas volantes.	190
I). Postales.	191
J). Vales de Regalo.	191
K). Tarjetas de Presentación.	192
L). Trípticos.	192
M). Documental del cantón Mejía.	193
N). Video promocional de la hostería.	193

CAPÍTULO IV. (ESTUDIO TÉCNICO)

INTRODUCCIÓN.	194
4.1. MACRO-LOCALIZACIÓN.	194
4.2. MICRO-LOCALIZACIÓN.	195
4.3. RECURSOS.	196
4.3.1. Recursos Humanos.	196
4.3.2. Recursos Tecnológicos.	241
4.3.3. Recursos Materiales.	243
4.3.4. Recursos Financieros.	250
4.4. CADENA DE VALOR.	251
4.5. PROCESOS DE LA EMPRESA (FLUJOGRAMAS)	252

CAPÍTULO V (ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL)

INTRODUCCIÓN.	253
5.1. Metodología SUMA.	254
5.1.1. Identificación de Aspectos Importantes.	254
5.1.2. Identificación de Potenciales Impactos.	256
5.2. Matriz de Identificación de Impactos Ambientales.	258
5.3. Resultados de la Matriz Suma.	264
5.3.1. Etapa de Pre-construcción.	264
5.3.2. Etapa de Construcción.	265
5.3.3. Etapa de Operación.	266
5.4. Plan de Manejo Ambiental.	267
5.4.1. Medidas de Mitigación.	268
5.5. Esquema del Plan de Mitigación.	271

CAPÍTULO VI (ESTUDIO FINANCIERO)

INTRODUCCIÓN.	272
6.1. Presupuesto de Inversión.	272
6.1.1. Inversiones Activos Fijos.	272
6.1.2. Activos Diferidos.	274
6.2. Capital de Trabajo.	274
6.2.1. Sueldo Empleados.	274
6.2.2. Servicios Básicos.	276
6.2.3. Artículos de Limpieza.	276
6.2.4. Publicidad.	277
6.2.5. Guardianía.	277
6.2.6. Alimentación Clientes.	277
6.2.9. Capacidad Habitacional.	279
6.2.8. Gastos Varios.	280
6.2.9. Consolidado Capital de Trabajo.	280
6.3. Ingresos.	280
6.3.1. Ingresos Alojamiento.	281
6.3.2. Ingresos Restauración.	281
6.3.3. Ingresos Paquetes Turísticos.	282
6.3.4. Ingresos Entradas Instalaciones.	282
6.4. Gastos Depreciaciones.	284
6.5. Financiamiento del Proyecto.	285
6.6. Amortización de la Deuda.	286
6.7. Costos.	288
6.8. Balance de Situación.	290
6.9. Flujo de Caja.	292
6.10. VAN Valor Actual Neto.	293
6.11. TIR Tasa Interna de Retorno	293
6.12. Punto de Equilibrio.	294

CAPÍTULO VII (CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES)

CONCLUSIONES.	297
RECOMENDACIONES.	299
ANEXOS.	300
BIBLIOGRAFÍA.	363

ÍNDICE DE CUADROS

		Págs.
Cuadro N°: 01	Información Básica del Cantón Mejía	02
Cuadro N°: 02	Simbología de las Fichas de Recolección de Información	21
Cuadro N°: 03	Ficha Informativa de Atractivos Turísticos AT01	23
Cuadro N°: 04	Ficha Informativa de Atractivos Turísticos AT02	25
Cuadro N°: 05	Ficha Informativa de Gastronomía GA01	27
Cuadro N°: 06	Ficha Informativa de Gastronomía GA02	29
Cuadro N°: 07	Ficha Informativa de Alojamiento AL01	31
Cuadro N°: 08	Ficha Informativa de Alojamiento AL02	33
Cuadro N°: 09	Ficha Informativa de Empresas de Actividades ACT01	35
Cuadro N°: 10	Ficha Informativa de Empresas de Actividades ACT02	37
Cuadro N°: 11	Variable Económica Crisis Mundial y del País	44
Cuadro N°: 12	Establecimientos Turísticos y Mano de Obra Ocupada	52
Cuadro N°: 13	Variable Económica Tasas de Interés	58
Cuadro N°: 14	Variable Económica Créditos Financieros	61
Cuadro N°: 15	Variable Demográfica Distribución Poblacional	71
Cuadro N°: 16	F.O.D.A. del cantón Mejía	109
Cuadro N°: 17	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 01)	114
Cuadro N°: 18	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 02)	116
Cuadro N°: 19	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 03)	117
Cuadro N°: 20	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 04)	118
Cuadro N°: 21	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 05)	119
Cuadro N°: 22	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 06)	120
Cuadro N°: 23	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 07)	121
Cuadro N°: 24	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 08)	122
Cuadro N°: 25	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 09)	123
Cuadro N°: 26	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 10)	124
Cuadro N°: 27	Oferta de la Competencia (Cantón Mejía)	125
Cuadro N°: 28	Flujo de Turistas que visitan al cantón Mejía	126
Cuadro N°: 29	Crecimiento y Proyección de Turistas	128
Cuadro N°: 30	Demanda y Oferta Actual	128
Cuadro N°: 31	Parámetros para establecer la “Misión”	133
Cuadro N°: 32	“Misión”	134
Cuadro N°: 33	Parámetros para establecer la “Visión”	135
Cuadro N°: 34	“Visión”	136
Cuadro N°: 35	Valores Corporativos	137
Cuadro N°: 36	Planteamiento Estratégico de la Empresa	138
Cuadro N°: 37	Plan de Acción 01	144
Cuadro N°: 38	Plan de Acción 02	144

Cuadro N°: 39	Plan de Acción 03	145
Cuadro N°: 40	Plan de Acción 04	145
Cuadro N°: 41	Plan de Acción 05	146
Cuadro N°: 42	Plan de Acción 06	146
Cuadro N°: 43	Plan de Acción 07	147
Cuadro N°: 44	Plan de Acción 08	147
Cuadro N°: 45	Plan de Acción 09	148
Cuadro N°: 46	Plan de Acción 10	148
Cuadro N°: 47	Capacidad de Alojamiento	151
Cuadro N°: 48	Capacidad del Restaurante y otras áreas	152
Cuadro N°: 49	Establecimiento de los puestos de la empresa	200
Cuadro N°: 50	Presupuesto de Construcción	244
Cuadro N°: 51	Forma de Financiamiento C.F.N.	250
Cuadro N°: 52	Cadena de Valor	251
Cuadro N°: 53	Diagrama de Flujo	252
Cuadro N°: 54	Matriz de Identificación de Impacto Ambiental 1	259
Cuadro N°: 55	Matriz de Identificación de Impacto Ambiental 2	260
Cuadro N°: 56	Matriz de Identificación de Impacto Ambiental 3	262
Cuadro N°: 57	Resultados de la Matriz de Impacto Ambiental	263
Cuadro N°: 58	Factibilidad y Clasificación de Impactos Ambientales	267
Cuadro N°: 59	Esquema de Mitigación.	271
Cuadro N°: 60	Inversiones Fijas	273
Cuadro N°: 61	Activos Diferidos	274
Cuadro N°: 62	Sueldos Empleados	275
Cuadro N°: 63	Servicios Básicos	276
Cuadro N°: 64	Artículos de Limpieza	276
Cuadro N°: 65	Publicidad	277
Cuadro N°: 66	Capacidad Ocupación Restaurante	277
Cuadro N°: 67	Costo Potencial Ponderado de Alimentación	278
Cuadro N°: 68	Capacidad Habitacional	279
Cuadro N°: 69	Calculo de Número de Clientes por tasa de Ocupación	279
Cuadro N°: 70	Gastos Varios	280
Cuadro N°: 71	Consolidado Capital de Trabajo	280
Cuadro N°: 72	Ingresos por Alojamiento	281
Cuadro N°: 73	Ingresos por Alimentación	281
Cuadro N°: 74	Ingresos por Paquetes Turísticos	282
Cuadro N°: 75	Ingresos por Entradas a Instalaciones	282
Cuadro N°: 76	Consolidado de Ingresos	284
Cuadro N°: 77	Gastos Depreciaciones	284
Cuadro N°: 78	Financiamiento del Proyecto	285
Cuadro N°: 79	Amortización de la Deuda	287

Cuadro N°: 80	Costos Fijos	288
Cuadro N°: 81	Costos Variables (Mantenimiento)	288
Cuadro N°: 82	Costos Variables	289
Cuadro N°: 83	Costos Totales	289
Cuadro N°: 84	Balance de Pérdidas y Ganancias	290
Cuadro N°: 85	Flujo de Caja	292
Cuadro N°: 86	Tasa del VAN	293
Cuadro N°: 87	Cálculo del TIR	294
Cuadro N°: 88	Punto de Equilibrio por Rubros	295
Cuadro N°: 89	Calculo del ROI	296

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Págs.
Gráfico N°: 01	Factores del Macroentorno & Microentorno	40
Gráfico N°: 02	Análisis de las Variables del Macroentorno	41
Gráfico N°: 03	Factores de la Variable Económica	42
Gráfico N°: 04	Variable Económica Deuda Externa del País	46
Gráfico N°: 05	Variable Económica Producto Interno Bruto PIB	49
Gráfico N°: 06	Variable Económica Producto Interno Bruto Per Cápita	50
Gráfico N°: 07	Variable Económica Producto Interno Bruto Turismo	51
Gráfico N°: 08	Variable Económica Afluencia de Extranjeros 2010	54
Gráfico N°: 09	Variable Económica Afluencia de Extranjeros 2011 Agosto	54
Gráfico N°: 10	Variable Económica Divisas de Migrantes	55
Gráfico N°: 11	Variable Económica Inflación	57
Gráfico N°: 12	Variable Económica Tasas de Interés Activa y Pasiva	60
Gráfico N°: 13	Variable Económica Canasta Básica	62
Gráfico N°: 14	Variable Económica Canasta Vital	63
Gráfico N°: 15	Variable Económica Impuestos	64
Gráfico N°: 16	Variable Económica Exportaciones	66
Gráfico N°: 17	Variable Económica Importaciones	67
Gráfico N°: 18	Factores de la Variable Demográfica	69
Gráfico N°: 19	Variable Demográfica Crecimiento por Sectores	70
Gráfico N°: 20	Variable Demográfica Crecimiento Poblacional	71
Gráfico N°: 21	Variable Demográfica Promedio Estimado de Vida	72
Gráfico N°: 22	Variable Demográfica Servicios Básicos	74
Gráfico N°: 23	Factores de la Variable Tecnológica	75
Gráfico N°: 24	Variable Tecnológica Internet, Servidores y Usuarios	76
Gráfico N°: 25	Variable Tecnológica Software Hotelero	80
Gráfico N°: 26	Variable Tecnológica Software Restaurant	81
Gráfico N°: 27	Factores de la Variable Socio-Cultural	82
Gráfico N°: 28	Variable Socio-Cultural Retorno de Migrantes	84
Gráfico N°: 29	Variable Socio-Cultural Nivel de Educación	86
Gráfico N°: 30	Variable Socio-Cultural Tasas de Analfabetismo	87
Gráfico N°: 31	Variable Socio-Cultural Crecimiento de la Delincuencia	88
Gráfico N°: 32	Variable Socio-Cultural Explotación y Trabajo Infantil	89
Gráfico N°: 33	Variable Socio-Cultural Empleo, Desempleo Subempleo	90
Gráfico N°: 34	Variable Socio-Cultural Salud	92
Gráfico N°: 35	Factores de la Variable Político-Legal	93
Gráfico N°: 36	Factores de la Variable Ambiental	99
Gráfico N°: 37	Análisis de las Variables del Microentorno	104
Gráfico N°: 38	Análisis de Michael Porter	108

Gráfico N°: 39	Segmentación del Mercado	110
Gráfico N°: 40	Formato de la Encuesta	111
Gráfico N°: 41	Ingreso Turistas Nacionales y Extranjeros al Cantón Mejía	112
Gráfico N°: 42	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 01)	114
Gráfico N°: 43	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 02)	116
Gráfico N°: 44	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 03)	117
Gráfico N°: 45	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 04)	118
Gráfico N°: 46	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 05)	119
Gráfico N°: 47	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 06)	120
Gráfico N°: 48	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 07)	121
Gráfico N°: 49	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 08)	122
Gráfico N°: 50	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 09)	123
Gráfico N°: 51	Tabulación de la Encuesta (Pregunta 10)	124
Gráfico N°: 52	Procedencia de turistas que visitaron el cantón Mejía	127
Gráfico N°: 53	Demanda y Oferta Actual	129
Gráfico N°: 54	Las Cinco Tareas de la Administración Estratégica	132
Gráfico N°: 55	BalancedScorecard (Estructura)	139
Gráfico N°: 56	BalancedScorecard (Perspectivas)	140
Gráfico N°: 57	Componentes del Marketing Mix	149
Gráfico N°: 58	Maqueta de la Hostería (Estructura e Instalaciones)	153
Gráfico N°: 59	Maqueta de la Hostería (Distribución y Secciones)	154
Gráfico N°: 60	Maqueta de la Hostería (Habitaciones Matrimoniales)	155
Gráfico N°: 61	Maqueta de la Hostería (Habitaciones Dobles)	156
Gráfico N°: 62	Maqueta de la Hostería (Habitaciones Triples)	157
Gráfico N°: 63	Maqueta de la Hostería (Habitaciones Cuádruples)	158
Gráfico N°: 64	Maqueta de la Hostería (Habitaciones Grupales)	159
Gráfico N°: 65	Terrazas Agrícolas.	160
Gráfico N°: 66	Terrazas Agrícolas Esquema.	161
Gráfico N°: 67	Componentes del Logotipo (Parte 1)	167
Gráfico N°: 68	Componentes del Logotipo (Parte 2)	168
Gráfico N°: 69	Componentes del Logotipo (Parte 3)	168
Gráfico N°: 70	Componentes del Logotipo y Eslogan (Parte 4)	169
Gráfico N°: 71	Componentes del Logotipo y Eslogan (Parte 5)	170
Gráfico N°: 72	Colores utilizados en el logotipo y eslogan	170
Gráfico N°: 73	Tipografía empleada en el diseño	173
Gráfico N°: 74	Mapa de Distribución Cantonal de Pichincha	174
Gráfico N°: 75	Página Web 01 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	179
Gráfico N°: 76	Página Web 02 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	180
Gráfico N°: 77	Página Web 03 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	181
Gráfico N°: 78	Página Web 04 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	182
Gráfico N°: 79	Página Web 05 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	183

Gráfico N°: 80	Página Web 06 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	184
Gráfico N°: 81	Página Web 07 de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq	185
Gráfico N°: 82	Catálogo de productos y/o servicios	186
Gráfico N°: 83	Calendarios del cantón Mejía	186
Gráfico N°: 84	Pancartas	187
Gráfico N°: 85	Letreros	187
Gráfico N°: 86	Diseño del Menú Gastronómico	188
Gráfico N°: 87	Afiches	190
Gráfico N°: 88	Hojas volantes	190
Gráfico N°: 89	Postales	191
Gráfico N°: 90	Vales de regalo	191
Gráfico N°: 91	Tarjetas de Presentación.	192
Gráfico N°: 92	Trípticos	192
Gráfico N°: 93	Imágenes del documental del cantón Mejía	193
Gráfico N°: 94	Imágenes del video promocional de la hostería	193
Gráfico N°: 95	Ubicación geográfica de la hostería	195
Gráfico N°: 96	Ubicación geográfica específica de la hostería	196
Gráfico N°: 97	Organigrama General	197
Gráfico N°: 98	Organigrama de Puestos	198
Gráfico N°: 99	Software de Alojamiento y Restaurante	242
Gráfico N°: 100	Maqueta del Proyecto	243
Gráfico N°: 101	Financiamiento del Proyecto	285
Gráfico N°: 102	Punto de Equilibrio	

ÍNDICE DE ANEXOS

	Págs.
Anexo N°: 01 Información del Cantón Mejía	300
Anexo N°: 02 Mapa Político de la Provincia de Pichincha	310
Anexo N°: 03 Mapa Político del Cantón Mejía	311
Anexo N°: 04 Mapa Orográfico de la Provincia de Pichincha	312
Anexo N°: 05 Mapa Hidrográfico de la Provincia de Pichincha	313
Anexo N°: 06 Mapa de Producción del Cantón Mejía y el País	314
Anexo N°: 07 Principales Comunidades y Productos del Cantón Mejía	315
Anexo N°: 08 Mapa Vial de la Provincia de Pichincha	316
Anexo N°: 09 Resumen de Establecimientos del Cantón Mejía	317
Anexo N°: 10 Formato de la Encuesta	320
Anexo N°: 11 Formato y Recetas Estándar	322
Anexo N°: 12 Formato de Formulario Descripción de Puestos	332
Anexo N°: 13 Formato Requisición de Empleo	335
Anexo N°: 14 Formato Contrato de Trabajo	339
Anexo N°: 15 Diagramas de Flujo	342
Anexo N°: 16 Constitución Jurídica de la Empresa	354
Anexo N°: 17 Inventario Muebles y Enseres	357
Anexo N°: 18 Inventario del Equipamiento de la Hostería	359
Anexo N°: 19 Inventario Equipo de Computación	362
Anexo N°: 20 Consolidado Inventario Áreas de la Hostería	362
Anexo N°: 21 Cuadros de Tabulación	363

ANTECEDENTES

Provincia de Pichincha.

Ubicada en el centro norte del territorio ecuatoriano, sus límites son: al norte las provincias de Imbabura y Esmeraldas; al sur las provincias de Cotopaxi y Tungurahua; al este las provincias de Sucumbíos y Napo y al oeste las provincias de Esmeraldas y Manabí, exactamente en la hoya de Guayllabamba, situada entre los nudos de Mojanda-Cajas al norte y Tiopullo al sur. La provincia se divide en ocho cantones, Quito, Cayambe, Mejía, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Pedro Moncayo, Rumiñahui y San Miguel de los Bancos. Cuenta con treinta y cuatro parroquias urbanas y cincuenta y cinco parroquias rurales.

Las elevaciones más importantes son: Ruco Pichincha, Guagua Pichincha, Corazón en la Cordillera Occidental, Cayambe en la cordillera oriental y Sincholagua posee dos volcanes inactivos como: Rumiñahui y Pasochoa, en el centro de la hoya de Guayllabamba se encuentran dos elevaciones de origen volcánico el Ilaló y el Yavirac, más conocido con el nombre de Panecillo, entre estos volcanes están el valle de los Chillos, Puembo, Turubamba, Machachi y Tumbaco; entre los ríos más importantes se encuentran el río Guayllabamba, cuyos afluentes principales son el río Pita, San Pedro y el Pisque.



Además de hermosas lagunas en las cercanías del volcán Cayambe y los lagos de Papallacta, las fuentes de aguas termales la Merced, el Tingo, Cunuyacu, Alangasíe Ilaló, al igual que las demás provincias de la región sierra, en la provincia de Pichincha existen varios pisos climáticos, éstos dependen de la altura en la que se encuentre la zona se da diferentes tipos de flora y fauna. La capital de la provincia es la ciudad de Quito, situada a 2.860m.s.n.m., y que a su vez es la capital de la República y sede de los poderes ejecutivo, legislativo, popular y judicial del Ecuador.

Cantón Mejía.

Está ubicado en el suroriente de la provincia de Pichincha, con una altitud que va desde los 1.700 a 4.600 m.s.n.m. Posee una superficie de 1.459 kilómetros cuadrados, con una población aproximada de 63.505 habitantes, sus límites son al norte con el Distrito Metropolitano de Quito, el cantón Rumiñahui y la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, al sur limita con la provincia de Cotopaxi, mientras que al este limita con la provincia del Napo y finalmente al oeste limita con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Dentro del cantón Mejía se encuentra la parroquia urbana de Machachi como cabecera cantonal y cuenta con las siguientes parroquias rurales Alóag, Aloasí, Manuel Cornejo Astorga conocida también como (Tandapi), Cutuglagua, El Chaupi, Tambillo y Uyumbicho. Véase la información complementaria sobre el cantón Mejía en el **Anexo N°:01**, además de los mapas políticos de la provincia y el cantón en el **Anexo N°:02** conjuntamente se adhiere el **Anexo N°:03** con más datos importantes de la zona respectiva.

Cuadro N°: 01 Información Básica del Cantón Mejía.

 		Provincia de Pichincha Cantón Mejía		
Información Básica del Cantón Mejía				
N°:	Nombre	Parroquia	Categoría	Población
1	Machachi	Urbana	Cabecera Cantonal	18.698 hab.
2	Alóag	Rural	Parroquia	7.689 hab.
3	Aloasí	Rural	Parroquia	5.467 hab.
4	Manuel C. Astorga	Rural	Parroquia	6.207 hab.
5	Cutuglagua	Rural	Parroquia	7.634 hab.
6	El Chaupi	Rural	Parroquia	3.122 hab.
7	Tambillo	Rural	Parroquia	9.042 hab.
8	Uyumbicho	Rural	Parroquia	5.646 hab.

Gobierno de la Provincia de Pichincha
 Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía
 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
 Investigación del Autor: Javier Revelo

El hermoso paisaje natural del cantón Mejía invita a disfrutar del turismo de montaña, científico, de salud, cultural y religioso, sus características ecológicas y biológicas permiten la práctica conservacionista y la recreación al aire libre, posee un espacio de bosque secundario y otro primario, considerada como mirador turístico y laboratorio científico de flora y fauna, permite la existencia de cuarenta especies de orquídeas y más de catorce especies de colibríes, además posee un sin número de actividades a realizar ya que hay variedad de lugares a visitar.

En lo que respecta a la producción del cantón Mejía se determinan tres zonas importantes las cuales se distinguen según la calidad del suelo, a continuación se detalla las tres zonas anteriormente mencionadas:

- 1) La primera está localizada en el área central, por donde pasa la panamericana, entre las estribaciones del Cotopaxi, Rumiñahui, Sincholagua y Pasochoa, al este; y las laderas de los Illinizas, el Corazón y el Atacazo, al occidente.
- 2) La segunda zona abarca 30 kilómetros de los declives occidentales de la cordillera que desciende hacia el litoral y está demarcada por los límites administrativos de la parroquia Manuel Cornejo Astorga.
- 3) La tercera zona abarca los páramos desde los 3.400 m.s.n.m., y comprende también las zonas volcánicas hasta los 4.750 m.s.n.m., cuenta con formación leñosa, arbustiva y arbórea, siempre verde entre los 3.600m.s.n.m., y 4.000m.s.n.m., en los cuales se encuentran pajonales, es zona ganadera y existe una vasta superficie de pastos naturales así como pastos plantados, se encuentran sobre todo hacia la parte occidental del cantón. Véase la información complementaria sobre la orografía del cantón Mejía y la provincia en el **Anexo N°:04**.

Existe una famosa feria de remate de caballos y ganado bovino, en las partes altas se destacan los cultivos de papas, cebada, trigo, maíz, habas y hortalizas, fréjol, arveja, nabo, rábano, col, coliflor, zanahoria, camote, remolacha, ají, ajo,

orégano y cebolla en cambio, en la zona cálida y húmeda de Tandapi a 1.500 m.s.n.m., se produce banano, café, limón, plátano, naranja, caña de azúcar y yuca, los cultivos de cereales se dan hasta los 3.600 metros de altura, como en la parroquia del Chaupi, a su vez las hortalizas se cultivan sobre todo en los 3.000 m.s.n.m., y 3.100 m.s.n.m., esto en Machachi y Alóag.

Por otro lado el cultivo tropical de café, cítricos y yuca comprende el valle del río Pilatón, el suelo está destinado a la agricultura según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, para el año 2.008 ocupaba 10,5% de la superficie total del cantón; el 13% estaba destinado a la ganadería y el 34,8% para el área forestal, sin embargo la actividad industrial también ha crecido, en particular con el establecimiento de procesadoras de alimentos. Véase la información complementaria sobre la hidrografía del cantón Mejía y la provincia en el **Anexo N°:05**, además de la producción agrícola de la zona en los **Anexos N°:06 y N°:07**.

Otras actividades económicas se hallan en la pequeña industria como son la confección de textiles y la talabartería, con una considerable producción de ropas y monturas; en cuanto a vialidad, la carretera panamericana, hacia el centro del país y hacia la costa, cruza el cantón como vía de primer orden, además la zona central del valle de Machachi está atravesada por una vasta y anudada red de caminos secundarios que facilitan el transporte de sus diversos productos y a la vez la movilización de los habitantes del lugar así como de turistas. Véase la información complementaria sobre la vialidad del cantón Mejía en el **Anexo N°:08**.

En el aspecto turístico, el hermoso paisaje natural del cantón Mejía invita a disfrutar del turismo de montaña, aventura, científico, de salud, cultural y religioso; sus características ecológicas y biológicas permiten la práctica conservacionista y la recreación al aire libre, cuenta con las áreas del Bosque Protector Pasochoa, partes del Parque Nacional Cotopaxi y el Área Nacional de Recreación El Boliche, además se encuentra la Reserva Ecológica Los Illinizas, las Aguas Minerales de

Tesalia o más conocidas como (Gütig), el Santuario de Aloasí, todos estos atractivos ya sean culturales y naturales están rodeados por nevados y montañas.

Dentro de las festividades del cantón Mejía, está la celebración que ha cobrado mayor renombre en Machachi y es el Paseo Procesional del Chagra, que recuerda el traslado ceremonial del señor de la Santa Escuela a las faldas del Cotopaxi, cuando éste erupcionó en el año de 1.886; una fecha importante, la de Santiago apóstol que fue el 25 de julio y que suele coincidir con el paseo del chagra; otra celebración de suma importancia es el 11 de noviembre en la cual se conmemora la independencia, con un desfile tradicional que muestra las diversas tradiciones del pueblo mejiense.

Además de bailes populares y la tradicional elección de la reina del cantón; en las fiestas no puede faltar la variada gastronomía típica de la zona, aquí se come fritada, hornado, cuy, conejo asado, la carne de res y borrego, papas con cuero, choclos con queso, habas, entre otros delicias gastronómicas, todo esto acompañado de una bebida tradicional como lo es la chicha de jora, para honrar a este personaje simbólico del cantón Mejía, hace poco se inauguró un monumento ecuestre de bronce, obra del Maestro Víctor Delfín, quien mediante su creación brinda homenaje al chagra ecuatoriano.

Existe una costumbre gastronómica de los chagras o vaqueros que se denomina pachamanca, la misma que consiste en cavar un hueco en la tierra y recubrir sus paredes internas con piedras, dejando un espacio del tamaño adecuado para los alimentos, allí se ponen brasas y cuando las piedras están suficientemente calientes, se colocan mellocos, habas y carne de venado sobre hojas de achira, se los tapa para que se cuezan, y finalmente servirse al calor de una fogata en el intenso frío del páramo andino, también se prepara ternero, lechón adobado con ajo molido, manteca de color, comino, pimienta y sal en grano.

La ciudad de Machachi es muy hermosa ya que está rodeada de los volcanes Corazón, Rumiñahui, Illinizas, Paschoa y muy cerca del volcán Cotopaxi, que es el volcán activo más grande del mundo ya que mide 5.897 m.s.n.m. Las montañas de Machachi son la cuna de muchas vertientes y el mismo suelo es un perenne afloramiento de aguas termales y minerales, se puede mencionar a las Vegas de San Pedro que están saturadas de aproximadamente veinte y dos fuentes cuyas propiedades químicas y terapéuticas son invalorable. Véase la información complementaria sobre las comunidades del cantón y del país en el **Anexo N°:09**.

La ciudad tiene similar temperatura como en Quito fluctuando desde los 22°C como máxima y de 4°C como mínima; otro atractivo de la zona es Tesalia, de donde proviene el agua mineral Güitig, la misma que desciende de los deshielos de nevados y volcanes ya mencionados y a la vez de las vertientes, propias de las entrañas de la tierra, cuyas aguas penetran en forma subterránea y recorren los caminos desconocidos, enriqueciéndose en su trayectoria de mineral para brotar finalmente en las fuentes de Tesalia en Machachi. El agua mineral Güitig proviene de cuatro fuentes naturales que son: San Pedro, María, Carpintería y Pilca.

El agua mineral que vierte de estas fuentes es conducida por bombeo a un tanque de mezcla ya que sus concentraciones minerales son diferentes. Una vez almacenada es impulsada mediante bombas a los castillos y tanques de aprovisionamiento de agua en donde es envasada en botellas que han sido previamente esterilizadas. Conjuntamente podemos mencionar al Santuario de Aloasí como atractivo religioso de la zona ya que los pobladores tienen gran fe y devoción a la Virgen María por los milagros realizados y que con el paso del tiempo se ha ido incrementando la visita a este lugar.

CAPÍTULO I.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA AGROTURÍSTICA WASI SUMAQ EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Machachi es la capital y ciudad principal del cantón Mejía perteneciente a la provincia de Pichincha, con un clima cálido-húmedo-templado debido a sus diferentes pisos climáticos y altitudinales, es una zona en donde sus principales fuentes de trabajo son la agricultura, ganadería, floricultura y el comercio.

A pesar de contar con sitios y lugares de gran riqueza natural y cultural, sus atractivos no han sido aún promocionados y utilizados debidamente, por ende la infraestructura hotelera además de restauración son escasos al igual que otro tipo de servicios, ya que no existe una amplia gama de oferta y actividades que brinden comodidad óptima para los visitantes tanto nacionales como extranjeros quienes buscan donde poder recrearse, alimentarse, hospedarse, conocer y disfrutar de la paz y tranquilidad que el campo ofrece.

Esto se produce debido a la falta de atención e interés en cuanto al desarrollo y promoción de la actividad turística en el cantón Mejía lo que ha ocasionado que los establecimientos que brindan los servicios de alojamiento, restauración y ocio presten atención de mala calidad lo cual afecta la imagen de la zona provocando que el sitio se convierta en un lugar solo de paso desperdiciándose así su gran potencial turístico, desaprovechando las adecuaciones en infraestructura tales como vialidad, restauración y promoción de lugares de esparcimiento y recreación.

Debido a estas falencias en el mercado, es necesario la creación de una hostería enfocada a la actividad agroturística para la pernoctación de turistas nacionales y extranjeros, la misma que ofrecerá atención de calidad en los servicios de alojamiento, restauración, relajación, recreación y a la vez dará la oportunidad de conocer y vivir las maravillas y experiencias de la vida cotidiana en el campo en donde se ofrece lo mejor y lo natural para satisfacer las necesidades y expectativas de todos quienes la visiten.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo se puede mejorar las condiciones en infraestructura hotelera a los que están expuestos los turistas que visitan el cantón Mejía?

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

- ¿Cuáles son los atractivos turísticos con los que cuenta actualmente el cantón Mejía?
- ¿Cuál será el segmento de mercado al que se orientará la hostería agroturística?
- ¿Qué direccionamiento estratégico se aplicará para la creación de la hostería agroturística?
- ¿Cómo será la distribución en cuanto a las instalaciones de la hostería agroturística?
- ¿Cuáles son los impactos ambientales que generará la creación de la hostería agroturística?
- ¿Cuál es el capital económico que requerirá la hostería agroturística para materializarse e iniciar su actividad?

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.5.1. Objetivo General.

Crear una hostería agroturística, en la que los visitantes puedan disfrutar de servicios de calidad tales como hospedaje, restauración, recreación rodeados de un ambiente natural, para lograr que el cantón Mejía deje de ser un lugar de paso y se convierta en un lugar de estancia y permanencia.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Inventariar los atractivos turísticos del cantón Mejía para conocer el potencial turístico del entorno además de elaborar un estudio de mercado, con el fin de determinar el segmento al cual va a dirigirse la hostería agroturística.
- Estructurar y direccionar de manera precisa la misión, visión y ejes estratégicos que servirán como base para el emprendimiento de la hostería agroturística con la finalidad de captar y atraer a clientes en determinados momentos.
- Plantear un estudio en cuanto a diseño y estructura de la hostería agroturística que permita conocer cómo va a estar distribuidas sus instalaciones y el lugar como punto estratégico donde se creará y funcionará la empresa.
- Planificar un estudio de impacto ambiental en la zona donde se construirá la hostería agroturística para tener conocimiento de lo que se puede afectar en el lugar y tomar las respectivas medidas de mitigación que reduzcan su impacto.
- Realizar un estudio financiero que permita conocer el presupuesto y la inversión económica necesaria para la creación de la hostería agroturística.

1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.6.1. Justificación Teórica.

La presente investigación busca profundizar varios aspectos metodológicos, teóricos y conceptuales con el fin de establecer el desarrollo, comportamiento, estructura, integración, ambiente y promoción del cantón Mejía conjuntamente con sus atractivos turísticos añadido a esto la oferta de servicios de calidad en el aspecto de alojamiento, restauración y ocio, para ayudar a encontrar soluciones prácticas y efectivas a la actual situación del cantón, se ha fomentado la metodología de la investigación como base principal y fundamental para alcanzar la propuesta planteada.

Además de la hotelería que contribuye a la prestación y oferta de servicios con calidad y acorde a las necesidades actuales, se propondrá estrategias competitivas adecuándolas a las necesidades y expectativas que se requieran para el desenvolvimiento de la empresa (Hostería Agroturística Wasi Sumaq) en su entorno (cantón Mejía), también se utilizará herramientas arquitectónicas para el diseño y distribución de las instalaciones que se implementarán en la materialización y desarrollo del proyecto turístico.

La constitución legal de la organización como tal conjuntamente la motivación y liderazgo como complemento para la estabilidad y seguridad laboral del personal, el buen desempeño del mismo en sus funciones y el desarrollo de la hostería agroturística como una organización pretendiente a crecer y evolucionar se plantearán estrategias competitivas que colaboren a que la empresa llegue a ser eficiente y eficaz generando la suficiente capacidad como para competir en la industria hotelera, centrándola y adaptándola a los diversos cambios que se suscitan en el entorno.

Para ello haciendo uso de la comunicación social que permitirá a la hostería agroturística desenvolverse adecuadamente, obteniendo conexiones importantes, formando alianzas estratégicas con importantes empresas y forjando una base sólida y duradera en donde la principal característica es la transparencia en todas y cada una de sus diferentes actividades y a su vez lograr la máxima calidad en la prestación de sus productos y servicios, con el único fin de satisfacer las necesidades, requerimientos y expectativas de los huéspedes y potenciales clientes.

1.7. MARCO DE REFERENCIA.

1.7.1. Marco Teórico.

Para el desarrollo de la investigación del presente tema, es de gran importancia detallar los diferentes aspectos que se estudiarán durante el transcurso del proyecto, ya que la creación de la hostería agroturística implica un adecuado estudio de mercado y un detallado análisis del entorno, consecuentemente el direccionamiento estratégico debe ser preciso para encaminar a la empresa hacia una vía de productividad y crecimiento además es importante realizar el estudio técnico el cual permita forjar las bases sólidas para la materialización y realización de la empresa.

El análisis del impacto ambiental y las repercusiones que se puedan suscitar con la construcción y ejecución de la hostería en el medio ambiente para contrarrestar aquello se diseñará planes de mitigación, añadido a todo esto, es indispensable contar con el estudio financiero, que si bien es cierto, es el motor principal de toda organización, el que permitirá conocer la rentabilidad del negocio y su factibilidad en el tiempo y espacio del mismo, permitiendo desarrollarse en el entorno, creciendo y siendo productivo tanto para los socios así como también para la sociedad.

A continuación se presenta a los investigadores y autores con sus respectivas obras literarias, las cuales se emplearán para fomentarse y realizar los diversos temas de los capítulos que conforman a este proyecto.

1.7.1.1. Investigación de Mercado.

Para la elaboración de la investigación del mercado, se iniciará con la recopilación de información mediante la elaboración de fichas informativas que son documentos realizados por la Dra. Ana García Pando, basados en la “Clasificación del Sistema de la Organización de Estados Americanos, OEA¹”, la cual distribuye los atractivos en cinco grandes grupos para realizar el inventario de atractivos, gastronomía, empresas de actividades, de alojamiento y de núcleo de población que existen actualmente en el cantón Mejía.

Es importante detallar la información recopilada para conocer qué servicios ofrecen, su categoría, su capacidad; de igual forma se debe inventariar las empresas que brindan diferentes tipos de servicios en la zona, consecutivamente se empleará conceptos del libro de Oswaldo Villavicencio, “Turismo en el Ecuador²” que aportará con información esencial sobre el cantón Mejía, además se contará con la colaboración de la “Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía³” y el “Departamento de Turismo y Ambiente⁴”, obteniendo datos sobre:

➤ **Sitios Naturales.**

Atractivos de valor paisajístico, reservas, áreas, bosques y parques protectores de flora y fauna.

¹ Dra. ANA GARCÍA PANDO. Clasificación del Sistema de la Organización de Estados Americanos, O.E.A. Fichas de Recolección de Información Estratégica.

² Lcdo. OSWALDO VILLAVICENCIO. Turismo en el Ecuador.

³ ILUSTRE MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN MEJÍA. Alcalde Edwin Yánez.

⁴ DEPARTAMENTO DE TURISMO Y AMBIENTE. Ing. Carlos Fernández.

- **Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas.**
Recoge todo el conjunto de atractivos con un valor artístico, histórico o monumental.
- **Folklore.**
Incluye todas las manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población local.
- **Realizaciones Técnicas, Prácticas, Científicas, Investigativas y Artísticas contemporáneas.**
Aquellas que por su singularidad tenían interés turístico.
- **Acontecimientos Programados.**
Todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que tengan una fecha fija de celebración o una periodicidad regulada, y que sean por tanto susceptibles de convertirse en meta programada de un desplazamiento turístico.

Charles W. Lamb, dice “la segmentación de mercado es primordial, para entregar el producto o servicio de manera eficiente, a las personas indicadas⁵”, esto ayudará a realizar una buena investigación del mercado y así conocer a la perfección las necesidades, gustos y preferencias de los potenciales clientes que espera tener la hostería agroturística, este concepto es muy importante al momento de establecer un producto y/o servicio, ya que se determinará hacia dónde y a quienes va a ser dirigida la promoción.

J. Ramón Iglesias Tovar. Comercialización de productos y servicios turísticos, donde dice “las Variables son elemento clave para la satisfacción total del cliente⁶”, esta frase se utilizará para identificar

⁵CHARLES W. LAMB. Estudio de Mercado

⁶J. RAMÓN IGLESIAS TOVAR. Marketing y Publicidad

los factores que afectan a la hostería agroturística, además de analizarlos tipos de establecimientos hoteleros y sus categorías, oferta y demanda, así mismo se podrá estudiar al consumidor, su comportamiento, necesidades, motivaciones, proceso de compra, entre otros factores importantes a tomarse en cuenta.

1.7.1.2. Direccionamiento Estratégico.

La planificación estratégica es un “proceso metodológico por el cual los administradores de la empresa de forma sistemática y coordinada piensan sobre el futuro de la organización⁷”, establecen objetivos, seleccionan alternativas y definen programas de actuación a largo plazo, mientras que los recursos humanos son la unidad encargada de planificar, administrar, organizar, dirigir y coordinar estratégicamente el reclutamiento, la selección, la contratación, la inducción, la formación, la evaluación, los incentivos, la motivación, la comunicación y el seguimiento del personal de la empresa.

La mercadotecnia para hotelería y turismo, de Philip Kotler, John Bowen; James Makens, donde hablan del “diseño y administración de productos y servicios⁸”, ayudará a identificar los productos y servicios que pueden interesar a los clientes, así mismo el desarrollo de éstos, lo que conlleva la generación de ideas, selección de las mismas, planteamiento de las estrategias, y el desarrollo de los productos, servicios y por ende su comercialización, promoción y aceptación en el entorno social.

La hotelería está compuesta de varias características, la más importante es el servicio, toda infraestructura de alojamiento ofrece

⁷JUAN VILLACIS VILLACIS. El ABC del Liderazgo, Gerencia y Recursos Humanos; ISBM. 5ta Edición, 2009.

⁸PHILIP KOTLER, JHON BOWEN & JAMES MAKENS. Dirección Ejecutiva Empresarial.

los servicios como "bienes de experiencia, y como en todo servicio, se encuentran las siguientes características: "la intangibilidad", los servicios no consisten en elementos físicos, que puedan ser percibidos por el consumidor mediante los sentidos sino que son percibidos por los mismos como una experiencia lo que impide que sea fácilmente evaluable.

La simultaneidad de producción y consumo; su carácter perecedero, o no almacenable, la heterogeneidad o variabilidad, por cuanto los servicios van a tener carácter exclusivo; la interacción entre consumidor y productor del servicio además de la sociabilización, puede variar en función del cómo se trate a un cliente, resulta de esta manera que los servicios hoteleros son bienes de experiencia, no pudiendo ser evaluados ni conocer su calidad hasta el momento de su consumo, existiendo gran incertidumbre al adquirir algo que todavía se desconoce para ello hay que estar totalmente actualizado.

1.7.1.3. Estudio Técnico.

En cuanto a la atención a particularidades técnicas de cada proyecto es necesario reconocer que existen diferencias entre sí, lo más importante es saber que no se trata de buscar la mejor tecnología sino la más adecuada, la misma que se ajuste a las necesidades del proyecto y de la empresa, "La administración de recursos humanos es la disciplina cuyo objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad y calidad⁹".

Por otra parte la auditoría de recursos humanos es el análisis de las políticas y prácticas del personal de una organización, evaluación de

⁹JUAN VILLACIS VILLACIS. El ABC del Liderazgo, Gerencia y Recursos Humanos; ISBN. 5ta Edición, 2009.

su funcionamiento actual, seguida de recomendaciones para el mejoramiento de las habilidades humanas y técnicas, para lograr el desarrollo de los recursos humanos implica un esfuerzo continuo, planificado, para mejorar los niveles de competencia y eficacia del capital humano y el desempeño organizacional mediante capacitación y programas de desarrollo.

1.7.1.4. Estudio de Impacto Ambiental.

El Impacto Ambiental de Marcos Mondari, la cual ofrece gran cantidad de información sobre los impactos positivos como negativos de proyectos en marcha y la consecuencia en el medio vivir de los pobladores. “La naturaleza es un ecosistema frágil y por consiguiente único y no renovable¹⁰”, determinando así la metodología idónea y sus sistemas y procesos para el cuidado y preservación del entorno como proveedor masivo de recursos no renovables a nivel local y mundial.

Existen varios métodos de evaluación de impactos ambientales que sirven para identificar los posibles efectos a futuro que pudiesen causar en la zona, para contrarrestar aquello, se empleará la matriz “SUMA”, la cual consta dentro de la ley de gestión ambiental y que abarca los procesos de presentación, revisión, licenciamiento y seguimiento ambiental del proyecto propuesto, conjuntamente se desarrollarán los respectivos planes de mitigación que ayuden a reducir el impacto en la zona.

1.7.1.5. Estudio Financiero.

La Administración, de Stoner, Freemany Gilbert Jr., donde manifiesta que “dentro de una organización, es de vital importancia llevar una

¹⁰ MARCOS MONDARI, Planeta Azul, 2da Edición 2009, Editorial Continental.

buena administración ya que es la base del éxito¹¹”, este concepto servirá para realizar una buena administración de operaciones, lo que significa referirse a las actividades administrativas de la organización como: planificar, organizar, dirigir y controlar las operaciones de una gerencia de recursos operativos y humanos como se manifiesta en el libro “El ABC del Liderazgo y Gerencia¹²”.

Conjuntamente se aplicará diversos procesos financieros que determinarán la factibilidad y rentabilidad de las operaciones y actividades de la empresa, estableciendo los ingresos y egresos que producirán el desarrollo en el ejercicio de sus funciones, así como también los costos que implican el desenvolvimiento de la hostería, en fin, este capítulo es el motor principal que dará vida a la materialización del proyecto.

1.8. HIPÓTESIS.

1.8.1. Hipótesis General.

La creación de la hostería agroturística Wasi Sumaq en el cantón Mejía, permitirá a turistas nacionales y extranjeros, gozar de un ambiente cálido y familiar, brindando la oportunidad de relajarse y disfrutar de la tranquilidad que el campo ofrece conociendo los atractivos que posee esta rica zona natural y cultural.

¹¹ STONER, FREEMAN & GILBERT Jr. Administración de Empresas, 7ma Edición, 2008, Editorial Global.

¹² JUAN VILLACIS VILLACIS. El ABC del Liderazgo, Gerencia y Recursos Humanos; ISBM. 5ta Edición, 2009

1.8.2. Hipótesis Específicas.

- Al inventariar los atractivos del cantón Mejía se contará con una amplia gama de ofertas que pueden ser seleccionadas por los turistas facilitando la obtención de información y permitiendo conocer las necesidades que se presentan en los clientes con el fin de poder cubrirlas satisfactoriamente.

- El direccionamiento empresarial contribuye de manera eficiente y eficaz para el desarrollo y funcionamiento ya sea dentro de la organización como fuera de la misma, permitiendo ejecutar las operaciones a cabalidad y a su vez la posibilidad de crecer y expandirse dentro de un período de tiempo.

- El diseño y estructura arquitectónica dará a conocer parte de la identidad precolombina, como base principal de nuestra cultura, a su vez identificando y determinando los diferentes recursos necesarios a emplear y el costo de los mismos que se requerirán para la inversión.

- El estudio de impacto ambiental permite conocer cómo afecta la hostería agroturística al medio ambiente, para aquello se ha planteado estrategias y medidas de mitigación que reducen su impacto y se convierte en un beneficio mutuo tanto para la zona como para la hostería agroturística.

- Al presupuestar la inversión se conocerá el monto total con el cual debe contar la empresa, permitiendo buscar en el mercado financiero variedad de opciones las mismas que estén acordes a las necesidades y requerimientos económicos de la hostería agroturística para emprender el negocio.

CAPÍTULO II.

ESTUDIO DEL MERCADO.

Para conocer la factibilidad de crear una hostería agroturística en el cantón Mejía, es pertinente realizar un estudio y tener una idea general del mercado, ya que de esta manera se puede desarrollar exitosamente los respectivos estudios informativos, estratégicos, técnicos, financieros y de impacto ambiental. Al realizar la investigación de mercado, permite conocer de mejor manera las diversas y variadas necesidades de turistas tanto nacionales como extranjeros,

Es necesario tomar en cuenta, la variedad de negocios principalmente de alojamiento, restauración y ocio, conjuntamente la calidad en el servicio y el producto entregado al consumidor y/o cliente, el proceso de planificación, elaboración, desarrollo, transformación y distribución de lo mencionado anteriormente, además el método para la fijación del precio, la influencia de factores externos e internos. Con estos antecedentes nos permitirá conocer el perfil del consumidor, identificación de mercado meta, la oferta existente y la demanda insatisfecha.

Una vez determinado la demanda y la oferta se puede plantear y definir gran variedad de estrategias con el fin de atraer a los huéspedes y a los posibles clientes, satisfaciendo las necesidades y expectativas de todos quienes visitan la zona, dando oportunidad a la implementación y creación de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq como un nuevo producto en el mercado hotelero, mejorando la calidad en cuanto a servicio se refiere y contribuyendo al desarrollo económico y turístico del cantón Mejía.

2.1. INVENTARIO DE SITIOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS. (O.E.A.)

A continuación se presenta un ejemplo del contenido de las fichas en donde se representan los atractivos turísticos, los recursos naturales, culturales, áreas de restauración y ocio, empresas operarias en la zona, alojamiento, datos geográficos y demás.

2.1.1. Ficha de Atractivos Turísticos.

Aquí se refleja la información sobre los diversos atractivos que posee el cantón, ya sean estos, atractivos naturales, culturales, históricos, entre otros, como ya se mencionó anteriormente con el fin de obtener un inventario el cual sirva como soporte para promocionar y atraer turistas conjuntamente con la hostería, la misma que complementará la permanencia de los visitantes a la zona.

2.1.2. Fichas de Empresas de Gastronomía.

Aquí se recopila información de empresas dedicadas al arte culinario que operan en el cantón y que a su vez se han destacado por su gastronomía y la gran acogida por parte de sus clientes, esto permite determinar la competencia indirecta en el campo gastronómico, brindando una amplia gama de platos típicos e internacionales, así como también ofertando nuevas propuestas en el ámbito culinario.

2.1.3. Ficha de Empresas de Alojamiento.

Se recopila toda la información, en cuanto a la capacidad del alojamiento, los servicios que los establecimientos brindan a su clientela, además de datos sobre el funcionamiento operativo interno del mismo, esto se lo realiza con el fin de obtener información precisa sobre la competencia directa e indirecta en la zona.


2.1.4. Ficha de Empresas de Actividades.

Se trata sobre empresas que de alguna manera intervienen directa o indirectamente en el desarrollo turístico de la zona o que a su vez son un potencial económico para la zona, se lo puede considerar e identificar como un atractivo a ser promocionado, dando así, apertura a otro tipo de turismo en el cantón Mejía, además de realizar alianzas estratégicas con aquellas empresas de distintas actividades, beneficiando a las partes negociadoras y ampliando la participación en el mercado.

2.1.5. Ficha de Núcleo de Población.

Trata toda la información básica sobre los centros poblados, para el cantón Mejía, existen ocho núcleos de población distribuidos en una parroquia urbana y siete parroquias rurales, en donde se concentran gran afluencia de personas; la información recopilada permite conocer los servicios básicos que hay en los diversos asentamientos, además de datos tales como: actividades realizadas en la zona, población, vialidad, tiempo, cultura, tradiciones, recursos, educación, salud, transporte y otros aspectos. Esto permite conocer más a cabalidad el lugar en donde se va a construir la hostería agroturística, una vez analizado todas las variables y estudiado las repercusiones que atraería a la misma.

Cuadro N°: 02 Fichas de Recolección de Información.

Simbología de las Fichas de Información		
	AT	Ficha de Atractivos Turísticos.
	GA	Fichas de Empresas de Gastronomía.
	AL	Ficha de Empresas de Alojamiento.
	ACT	Ficha de Empresas de Actividades.
	NP	Ficha de Núcleo de Población.

Fuente: Dra. Ana García Pando
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

2.1.6. Ejemplos de las Fichas de Información.

A continuación se presenta dos ejemplos de cada una de las fichas de información estratégica, permitiendo conocer lo más relevante del cantón Mejía y que a su vez es motivo de estudio y análisis en el desarrollo del presente capítulo. Véase el **Anexo N°:09**, en donde consta un listado más completo y detallado de los diferentes establecimientos que operan en el cantón Mejía.

Cuadro N°: 03Ficha Informativa de Atractivos Turísticos AT01.

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Reserva Ecológica “Los Illinizas” (Área Protegida)	2. FICHA N°: AT01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.	
4. CATEGORÍA: Sitios Naturales – Museos y Manifestaciones Culturales Folclore – Realizaciones Técnicas Acontecimientos Programados		5. TIPO Y SUBTIPO: Área Protegida Reserva Ecológica Espacio Natural	
6. UBICACIÓN: Esta Reserva Ecológica se encuentra ubicada en las provincias de Pichincha y Cotopaxi. Fue creada el 11 de diciembre de 1996, con una extensión de 149.900 hectáreas.			
7. ACCESO: La entrada principal a la reserva ecológica es mediante el ingreso a la parroquia rural del Chaupi, ubicado al sur de Machachi km 21 Sector Jambelí.			
8. DESDE: Quito-Machachi Latacunga-Machachi Machachi-Chaupi	9. VÍA, TIPO Y ESTADO: Actualmente está en remodelación, ya que se está pavimentando y ampliando.	10. MEDIO DE ACCESO: Mediante Transporte Público Mejía o Carlos Brito, El Chaupi, transporte propio y cooperativas de camionetas.	11. TIEMPO: 1Hora ½ desde Latacunga 2Horas desde Quito
12. DESCRIPCIÓN: Los Illinizas forman una barrera geológica que condensa la humedad proveniente de la región Costa, dándole a la Reserva la particularidad de captación de agua. En el área de los Illinizas nacen los principales afluentes de la cuenca del río Esmeraldas, el Toachi y el Pilatón, que ganan caudal a medida que avanzan entre los relictos de bosques primarios mantenidos en esta zona, de los que ya quedan pocos a lo largo de la Cordillera. Los Illinizas son dos formaciones montañosas: Illiniza Norte conocido como Tionzoa o Dioniza que en lengua Kychwa significa hembra, tiene una altura de 5.166 m.s.n.m., es el de menor altura y de fácil acceso a su cumbre. El Illiniza Sur, es considerado como volcán macho o varón, con una altura de 5.305 m.s.n.m., presenta dificultades en su ascenso inclusive a los más experimentados ascensionistas.			
13. ACTIVIDADES TURISTICAS / RECREATIVAS ACTUALES: Cabalgatas, caminatas hacia los páramos y alrededores de los Illinizas, además de actividades tales como el andinismo, ciclismo de montaña, trekking, campamentos, etc.			
14. HORARIOS: Ingreso a la reserva desde las 08H00 hasta las 16H00	15. PRECIOS: \$ 0,50 para niños \$ 1,00 para nacionales y \$ 5,00 para extranjeros	16. PROPIETARIO: Vladimir Gallo (Encargado)	17. PERSONA DE CONTACTO: Vladimir Gallo (099699068)
18. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE: <input type="checkbox"/> SEMANA <input type="checkbox"/> FIN DE SEMANA <input type="checkbox"/> FERIADOS <input type="checkbox"/> VACACIONES Afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.			
19. EMPRESAS QUE OPERAN: “El Refugio”	20. ACTIVIDAD: Alojamiento Comida & Bebida		21. CÓDIGO: AT01-01

"Cooperativa de Camionetas María de Los Ángeles"	Transporte hacia el refugio llamado "La Virgen"	AT01-02
<p>22. SERVICIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 10 vehículos <input type="checkbox"/> Comida Típica serrana, platos a la carta y gastronomía internacional <input type="checkbox"/> Alojamiento Únicamente al aire libre mediante campamentos <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas A través de guías locales propios de la zona <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas Autoquiadas Mediante la señalización de senderos <input type="checkbox"/> Señalización Para Llegar Mediante letreros y pancartas <input type="checkbox"/> Señalización Interna Mediante letreros y pancartas <input type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de Basuras Únicamente los días miércoles <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos En perfecto estado, son dos para cada género <input type="checkbox"/> Seguridad y Mantenimiento Permanentemente <input type="checkbox"/> Alquiler de Material Para Realizar Actividades Cabalgatas, camping, andinismo <input type="checkbox"/> Ventas de Suvenir, Información Sobre el Recurso Artesanías y trípticos <input type="checkbox"/> Folleto Informativos Tarjetas, postales, trípticos, hojas volantes, etc. <input type="checkbox"/> Teléfono Público Cabinas de Claro <input type="checkbox"/> Pago con Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Pago solo en Efectivo <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros <p>En los alrededores se puede encontrar tiendas y lugares de alojamiento y alimentación, transporte y guías locales, es decir que se cuenta con todos los servicios.</p>		
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA:</p> <p>Actualmente el efecto negativo que ha producido el turismo es el incremento de la basura, que si bien es controlada por parte de la Junta Parroquial del Chaupi, presenta falencias en su desenvolvimiento, esto ha causado que se contamine los afluentes y vertientes que se dan en la zona; añadido a esto, otra problemática como es los incendios forestales, los mismos que son provocados por personas inescrupulosas de la zona, causando un enorme daño al lugar, contaminando al medio ambiente e impidiendo el desarrollo de la vida en su entorno natural.</p>		
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS:</p> <p>La información detallada en la presente ficha de información ha sido completada mediante la colaboración del Sr. Vladimir Gallo, quien es encargado del "Refugio La Virgen" y a la vez de la Reserva Ecológica Los Illinizas, además de los habitantes de la zona, conjuntamente se buscó información en la biblioteca municipal del Ilustre Municipio del Cantón Mejía y también en el Ministerio de Turismo.</p>		
<p>25. OBSERVACIONES:</p> <p>Para quienes deseen realizar ascensiones a las cumbres se debe utilizar vestimenta y accesorios hechos para esta actividad, además de un guía especializado.</p>		
<p>26. FICHA REALIZADA POR: Javier Revelo</p>		<p>27. FECHA: 19/06/2011</p>

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo


Cuadro N°: 04 Ficha Informativa de Atractivos Turísticos AT02.

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Paseo Procesional Del Chagra Machacheño		2. FICHA N°: AT02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. CATEGORIA: Sitios Naturales – Museos y Manifestaciones Culturales Folclore – Realizaciones Técnicas Acontecimientos Programados		5. TIPO Y SUBTIPO: Cultura - Tradición Manifestación Cultural	
6. UBICACIÓN: Esta celebración se la realiza en la ciudad de Machachi (Cantón Mejía), parte desde el monumento al Chagra, por la vía Antonio Guarderas hasta la Av. Amazonas, en el estadio llamado El Chan, punto de inicio de la festividad.			
7. ACCESO: Mediante la vía Latacunga-Machachi por el sur, otra es mediante la vía Sto. Domingo-Alóag-Machachi por el occidente y finalmente a través de la vía Quito-Machachi, norte.			
8. DESDE: Quito-Machachi Latacunga-Machachi Alóag-Machachi	9. VÍA, TIPO Y ESTADO: Actualmente está en remodelación, ya que se está repavimentando y ampliando la vía a ocho carriles.	10. MEDIO DE ACCESO: Mediante Transporte Público Mejía o Carlos Brito, también en transporte particular	11. TIEMPO: 40' min. desde Latacunga 40' min desde Quito 3Horas desde Sto. Domingo
12. DESCRIPCIÓN: La celebración que ha cobrado mayor renombre en Machachi es el Paseo Procesional del Chagra, que recuerda el traslado ceremonial del Señor de la Santa Escuela a las faldas del Cotopaxi, cuando éste erupcionó en 1 886. Una fecha importante, la de Santiago Apóstol, el 25 de julio, suele coincidir con el Paseo del Chagra. El 11 de noviembre se conmemora la independencia, con un desfile, además de bailes populares y la elección de la reina del cantón. En las fiestas se come fritada, hornada, carne de res y borrego, papas con choclos y habas y se bebe chicha. Para honrar a este personaje simbólico del cantón, hace poco se inauguró un monumento ecuestre de bronce obra del maestro Víctor Delfín. Existe una costumbre gastronómica de los chagras o vaqueros que se denomina pachamanca. Consiste en cavar un hueco en la tierra y recubrir sus paredes internas con piedras, dejando un espacio del tamaño adecuado para los alimentos. Allí se ponen brasas y cuando las piedras están suficientemente calientes, se colocan mellocos, habas y carne de venado sobre hojas de achira. Se los tapa para que se cuezan. También se prepara ternero lechón adobado con ajo molido, manteca de color, comino, pimienta y sal en grano. El Sr. Raúl Guarderas fue el iniciador de esta festividad.			
13. ACTIVIDADES TURISTICAS / RECREATIVAS ACTUALES: Establecimientos distribuidos por el cantón Mejía, los cuales brindan diversión y esparcimiento a los turistas, indistintamente del negocio al que se dediquen, todas las organizaciones se unen en beneficio del cantón promoviendo el turismo en la zona.			
14. HORARIOS: No Aplica Espacio de uso público y de libre acceso.	15. PRECIOS: No Aplica Espacio de uso público y de libre acceso.	16. PROPIETARIO: Raúl Guarderas (Fundador-ACOCHA)	17. PERSONA DE CONTACTO: Ilustre Municipalidad de Mejía
18. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE:			

<input type="checkbox"/> <u>SEMANA</u> <input type="checkbox"/> <u>FIN DE SEMANA</u> <input type="checkbox"/> <u>FERIADOS</u> <input type="checkbox"/> <u>VACACIONES</u>		
<p>Afluencia de turistas en mayor proporción nacionales y en menor proporción extranjeros durante el período festivo del cantón Mejía.</p>		
19. EMPRESAS QUE OPERAN:	20. ACTIVIDAD:	21. CÓDIGO:
Microempresarios Ventas comerciales	Comida Bebida Espectáculos	AT01-03
22. SERVICIOS: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> <u>Estacionamiento</u> En zonas específicas designadas por la municipalidad <input type="checkbox"/> <u>Comida</u> Amplia gama y variedad de ofertas para deleite de todos los gustos <input type="checkbox"/> <u>Alojamiento</u> Existen desde hostales, hosterías y hoteles <input type="checkbox"/> <u>Visitas Guiadas</u> A través de contratación de paquetes en empresas de la zona <input type="checkbox"/> <u>Talleres</u> Gastronómicos, artesanales, textiles, turísticos, comerciales, etc. <input type="checkbox"/> <u>Rutas Autoquiadas</u> Mediante la señalización de carteles, letreros y pancartas <input type="checkbox"/> <u>Señalización Para Llegar</u> A través de letreros y pancartas <input type="checkbox"/> <u>Señalización Interna</u> Mediante la señalización de carteles, letreros y pancartas <input type="checkbox"/> <u>Limpieza y Recogida de Basuras</u> Se realizan lunes, miércoles y viernes <input type="checkbox"/> <u>Servicios Higiénicos</u> tres locales cada uno de siete baños para cada género <input type="checkbox"/> <u>Seguridad y Mantenimiento</u> Permanentemente y cuando es requerido <input type="checkbox"/> <u>Alquiler de Material Para Realizar Actividades</u> Únicamente a empresas privadas <input type="checkbox"/> <u>Ventas de Suvenir, Información Sobre el Recurso</u> Artesanías y folletos <input type="checkbox"/> <u>Folletos Informativos</u> Trípticos, hojas volantes, calendarios, tarjetas, folletos, etc. <input type="checkbox"/> <u>Teléfono Público</u> Cabinas de CNT, Claro y Movistar distribuidas por toda la ciudad <input type="checkbox"/> <u>Pago con Tarjeta de Crédito</u> Exclusivamente en locales que disponen del servicio <input type="checkbox"/> <u>Pago Solo en Efectivo</u> En la mayoría de establecimientos de la zona <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros <p>El lugar cuenta con todos los servicios básicos.</p>		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: <p>La gran afluencia de turistas a la zona por motivo de estas festividades provocan un inmensurable incremento de basura, daños a la propiedad privada, al ser una festividad de gran magnitud, atrae también la delincuencia, añadido a esto, el consumo excesivo de alcohol por parte de los jinetes (Chagras) causan accidentes durante el desarrollo de la festividad, esto produce una mala imagen del lugar y a la vez de los visitantes.</p>		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS: <p>La información recopilada fue gracias a la colaboración de la familia Guarderas Figueroa, quienes atentamente facilitaron mencionados datos, además de consultas en la biblioteca municipal del Ilustre Municipio del Cantón Mejía.</p>		
25. OBSERVACIONES: <p>Se recomienda viajar a la zona con vestimenta que proporcione abrigo, ya que el lugar presenta clima variable, en su mayoría fuertes vientos y lluvias.</p>		
26. FICHA REALIZADA POR: Javier Revelo		27. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 05 Ficha Informativa de Gastronomía GA01.

FICHA DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE: El Café de la Vaca Matriz (Machachi)	2. FICHA N°: GA01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-5012 099827938	5. E-MAIL: elcafédelavaca@gmail.com	6. WEB: www.elcafédelavaca.com.ec
7. OPERA DESDE: 1990		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante De primera		
Breve Descripción: Cuenta la historia, que había un viejo establo en Machachi donde las vacas se reunían a tomar café todas las tardes mientras rumiaban sus alegrías y compartían sus ilusiones. Inspirados por esta leyenda, y en ese preciso sitio, se abrió “El Café de la Vaca” para permitir a las personas compartir sus tardes de sol, el paisaje, el aire puro y un ambiente relajado, permiten a niños, jóvenes y adultos disfrutar de deliciosos almuerzos, desayunos o simplemente un buen chocolate caliente para pasar el frío, todo esto con la mejor atención y servicio.		
9. UBICACIÓN: <input type="checkbox"/> Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de Población <input checked="" type="checkbox"/> Carretera		
10. TIPO DE EDIFICIO: <input checked="" type="checkbox"/> Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno		
11. CAPACIDAD:		
El Café de la Vaca		
Capacidad Restaurante:	130 Personas	
Capacidad Salones:	4 Salones	
Capacidad Terraza:	No dispone	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:		
<input type="checkbox"/> Restaurante con Especialidades Locales Comida Típica Serrana <input type="checkbox"/> Restaurante de Cocina Internacional Platos a la carta y gourmet <input type="checkbox"/> Bar Expende bebidas alcohólicas, no alcohólicas, gaseosas y jugos <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 50 vehículos <input type="checkbox"/> Comida para llevar Mediante previa reservación <input type="checkbox"/> Menús para niños En porciones adecuadas y variedad de comida <input type="checkbox"/> Jardines, terrazas para uso de clientes Espacios para su entretenimiento <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios Eventos y banquetes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas Eventos <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones Dispone de dos salones <input type="checkbox"/> Juegos para niños Exclusivamente diseñados para niños, sube y baja, escaleras <input type="checkbox"/> Primeros Auxilios Personal capacitado y botiquín de emergencias <input type="checkbox"/> Formas de Pago: <input type="checkbox"/> Pago con Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Pago Solo en Efectivo <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros		
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: El personal que trabaja en el establecimiento recibe periódicamente capacitación, además		

de charlas motivacionales y de desarrollo en el servicio y atención al cliente, cuenta con doce empleados distribuidos de la siguiente manera: un administrador del establecimiento, un contador, un cajero, cuatro meseros, cuatro personas encargadas de la cocina y finalmente una persona de limpieza, es necesario aclarar que cuenta con guardiana mediante contratación a una empresa de seguridad privada.

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana
- Semana
- Semana Santa
- Feriatos
- Navidad
- Verano

Afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.

15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- Boca-Oreja
- A través de operadora
- De hoteles y hosterías
- Promoción directa propia
- Reservación con anticipación
- Reservan por:
 - Teléfono
 - Internet
- Otros:
- Medio de Transporte

Mediante vehículos de índole privado o particular y recorridos de empresas

16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:

- Todo el Año
- Temporal (INDICAR ÉPOCA)

El horario de atención para el establecimiento en el cantón es de 08H00 a 17H00, todos los días del año, se realizan eventos, mediante previa reservación y negociación.

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)


El arrojo de basura a la carretera por parte de las personas que viajan a través de los diferentes medios de transporte, hacen que el lugar se vea un poco descuidado, esto afecta a la imagen del establecimiento, además los posibles accidentes automovilísticos que se pueden dar en la vía, añadido a esto la carencia de un paso o puente peatonal en el lugar, provoca que las personas crucen la carretera la cual es de alta velocidad, la falta de señalización puede provocar pérdidas lamentables. El establecimiento cuenta con los papeles de funcionamiento en regla y cumple con los requisitos de seguridad y calidad.

18. REALIZADO POR: Javier Revelo

19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 06Ficha Informativa de Gastronomía GA02.

FICHA DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE: La Posada del Chagra (Machachi)	2. FICHA N°: GA02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-5442	5. E-MAIL: Facebook/posadadelchagra	6. WEB: No dispone
7. OPERA DESDE: 1996		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante Tercera		
Breve Descripción: La posada del chagra nace ante la necesidad de un establecimiento de comida típica, el cual ofrezca una amplia gama en cuanto a la variada gastronomía de la zona, como una representación del chagra Machacheño se inició así y por más de doce años ha brindado gusto y sabor a muchos paladares que han visitado este lugar, la fritada, el mote con chicharrón, el yahuarloco, el caldo de gallina de campo, el caldo de patas, la morcilla, la riquísima chicha de jora, etc., son las delicias culinarias que aquí se ofrece a los comensales.		
9. UBICACIÓN: <input type="checkbox"/> Aislado <input type="checkbox"/> <u>Núcleo de Población</u> <input type="checkbox"/> Carretera		
10. TIPO DE EDIFICIO: <input type="checkbox"/> Edificio Histórico <input type="checkbox"/> <u>Edificio con Estilo Tradicional</u> <input type="checkbox"/> Edificio Moderno		
11. CAPACIDAD:		
La Posada del Chagra		
Capacidad Restaurante:	145 Personas	
Capacidad Salones:	5 Salones	
Capacidad Terraza:	No dispone	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:		
<input type="checkbox"/> <u>Restaurante con Especialidades Locales</u> Comida típica de la serranía <input type="checkbox"/> Restaurante de Cocina Internacional <input type="checkbox"/> <u>Bar</u> Dispone de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, gaseosas y jugos <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> <u>Comida para llevar</u> Mediante previa reservación <input type="checkbox"/> Menús para niños <input type="checkbox"/> Jardines, terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> <u>Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas</u> Eventos <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> <u>Primeros Auxilios</u> Personal capacitado y botiquín de emergencias <input type="checkbox"/> <u>Formas de Pago:</u> <input type="checkbox"/> <u>Pago con Tarjeta de Crédito</u> <input type="checkbox"/> <u>Pago Solo en Efectivo</u> <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros		
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: El personal que trabaja en el establecimiento recibe periódicamente capacitación, además		

de charlas motivacionales y de desarrollo en el servicio y atención al cliente, cuenta con trece empleados distribuidos de la siguiente manera: un administrador del establecimiento, un contador, un cajero, cinco meseros, cuatro personas encargadas de la cocina y finalmente una persona de limpieza, es necesario aclarar que el negocio es familiar, por ende integrantes de la propia familia trabaja en el establecimiento.

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana
- Semana
- Semana Santa
- Ferriados
- Navidad
- Verano

Afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.

15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- Boca-Oreja
- A través de operadora
- De hoteles y hosterías
- Promoción directa propia
- Reservación con anticipación
- Reservan por:
 - Teléfono
 - Internet
- Otros:
- Medio de Transporte

Mediante vehículos de índole privado o particular y recorridos de empresas

16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:

- Todo el Año
- Temporal (INDICAR ÉPOCA)

El horario de atención para el establecimiento es desde las 10H00 a 20H00, de martes a domingo, se realizan eventos mediante previa reservación y negociación.

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)

El establecimiento se encuentra en el núcleo de la población machacheña, por este mismo motivo no dispone de un estacionamiento amplio para los visitantes que llegan al mismo, esto se convierte en un punto negativo ya que las personas en ocasiones son víctimas de robos a sus vehículos o a su vez de accidentes por estacionar los autos muy cerca el uno del otro; por otro lado el servicio en el local es muy bueno, los precios están al alcance del bolsillo. Finalmente el establecimiento cuenta con los papeles de funcionamiento en regla y cumple con los requisitos de seguridad y calidad.


18. REALIZADO POR: Javier Revelo

19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 07Ficha Informativa de Alojamiento AL01.


FICHA DE ALOJAMIENTO																																			
1. NOMBRE: Hostería Tambopaxi (Parque Nacional Cotopaxi)		2. FICHA N°: AL01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.																																
4. TELÉFONO: 02-222-0242	5. E-MAIL: tambopaxi@gmail.com	6. WEB: www.tambopaxi.com																																	
7. OPERA DESDE: 1992																																			
8. TIPO Y CATEGORÍA: En las faldas del majestuoso Volcán Cotopaxi y envuelta por un marco imponente de cinco volcanes más de la Cordillera de los Andes, se encuentra Hostería Tambopaxi. Un lugar cómodo y acogedor listo para recibir a nuestra gran variedad de huéspedes provenientes de todo el mundo en búsqueda de aventura, deporte, bienestar o descanso. Tambopaxi es el único complejo eco turístico y centro de aclimatación situado a una altura de 3,720msnm, en el corazón del Parque Nacional Cotopaxi que cuenta con un agradable Restaurante, habitaciones con baño privado y área de camping. Goza de un espectacular paisaje, no solamente del páramo andino con toda su flora y fauna, sino también de la zona volcánica más grande de Ecuador, convirtiéndolo así en el lugar escogido de expertos geólogos, montañistas, deportistas, familias y turistas de toda edad.																																			
9. UBICACIÓN:																																			
<input type="checkbox"/> Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de Población <input type="checkbox"/> Carretera																																			
10. TIPO DE EDIFICIO:																																			
<input type="checkbox"/> Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno																																			
11. CAPACIDAD:																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Habitación</th> <th>Con Baño</th> <th>Con Du ha</th> <th>Sin Baño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dobles</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Otras (Múltiples)</td> <td>9</td> <td>9</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Total Habitaciones</td> <td>15</td> <td>15</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Total de Camas</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Otros</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Salones</td> <td>50</td> <td>18</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>				Tipo de Habitación	Con Baño	Con Du ha	Sin Baño	Dobles	6	6	-	Otras (Múltiples)	9	9	-	Total Habitaciones	15	15	-	Total de Camas	50	50	-	Otros				Capacidad Restaurante	4	-	-	Capacidad Salones	50	18	10
Tipo de Habitación	Con Baño	Con Du ha	Sin Baño																																
Dobles	6	6	-																																
Otras (Múltiples)	9	9	-																																
Total Habitaciones	15	15	-																																
Total de Camas	50	50	-																																
Otros																																			
Capacidad Restaurante	4	-	-																																
Capacidad Salones	50	18	10																																
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:																																			
<input type="checkbox"/> Restaurante con Especialidades Locales Comida típica serrana y costeña <input type="checkbox"/> Restaurante de Cocina Internacional Platos a la carta y comida gourmet <input type="checkbox"/> Bar Dispone de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, gaseosas y jugos. <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 30 vehículos <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Menús para niños Realizado en porciones adecuadas <input type="checkbox"/> Jardines, terrazas para uso de clientes Espacios de distracción y recreación <input type="checkbox"/> Vehículos para el traslado de pasajeros A través de fletes y contrataciones <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios Eventos y Banquetes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones Dispone de dos salones para uso indistinto de clientes <input type="checkbox"/> Juegos para niños Sube y baja, escalera, resbaladera entre otros <input type="checkbox"/> Primeros Auxilios Personal debidamente capacitado y botiquín de emergencias																																			

FICHA DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE: Hostería Papagayo (Machachi Hacienda Umbria)		2. FICHA Nº: AL02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-0002		5. E-MAIL: hpapagayo@gmail.com	6. WEB: www.hostería-papagayo.com
7. OPERA DESDE: 2001			
8. TIPO Y CATEGORÍA: Son 150 años de historia en la hostería Papagayo, ubicada al oeste de la sierra ecuatoriana, a 45 minutos de Quito. Una vista panorámica de una parte de la cadena montañosa de los Andes así como paseos a caballo alrededor de los volcanes son, entre otras, las actividades que ofrecemos para propios y extraños de todas las edades. Este lugar, que abrió sus puertas el 27 de marzo del 2001, ha sido testigo silencioso de innumerables acontecimientos desde que dio acogida a las familias de los grandes libertadores de América, Antonio José de Sucre y Simón Bolívar. Hace aproximadamente 200 años fue en este espacio, donde hoy se asienta la Hostería Papagayo, el comienzo del combate que dio inicio a la libertad de millones de personas.			
9. UBICACIÓN: <input type="checkbox"/> Aislado <input type="checkbox"/> Núcleo de Población <input type="checkbox"/> Carretera			
10. TIPO DE EDIFICIO: <input type="checkbox"/> Edificio Histórico <input type="checkbox"/> Edificio con Estilo Tradicional <input type="checkbox"/> Edificio Moderno			
11. CAPACIDAD:			
Tipo de Habitación	Con Baño	Con Ducha	Sin Baño
Dobles	4	4	-
Otras (Múltiples)	5	5	-
Total Habitaciones	13	13	-
Total de Camas	27	27	-
Otros			
Capacidad Restaurante	44	44	-
Capacidad Salones	3	3	-
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:			
<input type="checkbox"/> Restaurante con Especialidades Locales Comida serrana y costeña <input type="checkbox"/> Restaurante de Cocina Internacional Platos a la carta y comida gourmet <input type="checkbox"/> Bar Dispone de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, gaseosas y jugos <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 18 vehículos <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Menús para niños Mediante porciones adecuadas <input type="checkbox"/> Jardines, terrazas para uso de clientes Espacios recreativos y de distracción <input type="checkbox"/> Vehículos para el traslado de pasajeros A través de fletes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios Eventos y banquetes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones Dispone de tres salones <input type="checkbox"/> Juegos para niños Sube y baja, caballitos, resbaladera entre otros <input type="checkbox"/> Primeros Auxilios Personal capacitado y botiquín de emergencias <input type="checkbox"/> Formas de Pago:			

<input type="checkbox"/> <u>Pago con Tarjeta de Crédito</u> <input type="checkbox"/> <u>Pago Solo en Efectivo</u> <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros	
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Actualmente trabajan 9 personas incluyendo al dueño del establecimiento, todas están debidamente capacitadas en cada una de sus actividades y cumplen con los estándares de calidad y servicio.	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE: <input type="checkbox"/> <u>Fines de Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana Santa</u> <input type="checkbox"/> <u>Feridos</u> <input type="checkbox"/> <u>Navidad</u> <input type="checkbox"/> <u>Verano</u>	
15. ESTANCIA PROMEDIO DE LOS CLIENTES: De 2 a 3 días así como también de 2 a 3 meses.	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA: Caminatas, trekking, ciclismo, fogatas, turismo vivencial, turismo de aventura, investigación y ayuda social.	
17. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> <u>Boca-Oreja</u> <input type="checkbox"/> <u>A través de operadora</u> <input type="checkbox"/> <u>De hoteles y hosterías</u> <input type="checkbox"/> <u>Promoción directa propia</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservación con anticipación</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservan por:</u> <input type="checkbox"/> <u>Teléfono</u> <input type="checkbox"/> <u>Internet</u> <input type="checkbox"/> <u>Otros:</u> <input type="checkbox"/> <u>Medio de Transporte</u> Bus turístico y automóvil	
18. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> <u>Todo el Año</u> <input type="checkbox"/> Temporal (INDICAR ÉPOCA)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS) El establecimiento cumple con todos los requisitos necesarios para su funcionamiento y desempeño de sus funciones.	
20. REALIZADO POR: Javier Revelo	21. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 09Ficha Informativa de Empresas de Actividades ACT01.

FICHA DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE: The Tesalia Springs Company (Machachi)	2. FICHA N°: ACT01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-5616	5. E-MAIL: tesaliasprings@gmail.com	6. WEB: www.tesaliasprings.com
7. OPERA DESDE:		
8. LUGARES QUE OPERA EN EL ÁREA: Principalmente la ciudad de Machachi en cuanto a la oferta en recreación, por otro lado de forma empresarial opera en todo el país a través de sus productos, llegando incluso a exportar a países en el extranjero.		
9. ACTIVIDADES QUE OFRECE: Por toda la región interandina, la Cordillera de los Andes no sólo vigila e impone su presencia majestuosa demarcando fuertemente la forma de ser de muchos de los pueblos que en ella se encuentran, guardando con celo la magia y los atributos del agua proveniente de sus eternos deshielos. Cada uno de los nevados y volcanes de esta magnífica cordillera tiene su historia y aunque parecen quietas rocas gigantes y eternas, dentro de ellas guardan el ciclo del agua que penetra, que roe, y que filtra haciendo de ellos guardianes que custodian uno de los más puros secretos de la vida. En la cordillera de los Andes en la zona del Ecuador en medio de dos hemisferios se levanta imponente “El Cotopaxi” que en voz nativa Quichua quiere decir “Cuello de luna”. Este volcán místico y de inmensa belleza es considerado una fuente de inmensurable energía. Desde los tiempos más antiguos los indígenas conocían que las energías curativas y místicas de las aguas provenientes de los deshielos del Cotopaxi e Illiniza recibían sus poderes por la particular influencia que el Sol y la Luna ejercían sobre estas tierras.		
10. MEDIOS PROPIOS DEL QUE DISPONE:		
<input type="checkbox"/> Equipos propios para las actividades Alquiler de trajes de baño y protecciones <input type="checkbox"/> Oficina De ventas, compras, negociaciones y promociones <input type="checkbox"/> Vehículos para el traslado de pasajeros Recorrido propio y mediante contratación <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 80 vehículos <input type="checkbox"/> Lugar apto para la preparación y consumo de alimentos Dentro y al aire libre <input type="checkbox"/> Primeros Auxilios Personal capacitado, botiquín de emergencias y enfermería <input type="checkbox"/> Radio De onda corta, comunicación interna <input type="checkbox"/> Formas de Pago: <input type="checkbox"/> Pago con Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Pago Solo en Efectivo <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros Cualquier tipo de vehículos		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTÁNEA: Posee una capacidad máxima de 3.000 personas por sus amplios espacios verdes y áreas recreacionales, así como también de distracción.		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Trabajan aproximadamente 350 personas de manera directa con la empresa y de forma		

indirecta unas 2600 personas a nivel del país, cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad en el desempeño de sus labores cotidianas

13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana
- Semana
- Semana Santa
- Feriatos
- Navidad
- Verano

Disponible todos los días del año, de igual forma se alquilan las instalaciones previas reservaciones.

14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES (ESTIMADO ANUALMENTE):

Aproximadamente bordean las 230.000 personas que acuden a este sitio al año

15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- Boca-Oreja
- A través de operadora
- De hoteles y hosterías
- Promoción directa propia
- Reservación con anticipación
- Reservan por:
 - Teléfono
 - Internet
- Otros:
- Medio de Transporte
Cualquier tipo de vehículo

16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:

- Todo el Año
- Temporal (INDICAR ÉPOCA)

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)


Cumple con todos los requisitos para su funcionamiento y desempeño tanto interna como externamente a nivel empresarial.

18. REALIZADO POR: Javier Revelo

19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 10 Ficha Informativa de Empresas de Actividades ACT02.

FICHA DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE: Illinizas Big Roses (El Chaupi)	2. FICHA N°: ACT02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-3674-074	5. E-MAIL: illinizasbigroses@mail.com	6. WEB: www.quimirosburg.com
7. OPERA DESDE: 2008		
8. LUGARES QUE OPERA EN EL ÁREA: Ninguno en especial ya que se encuentra aislado de la población y por sus actividades florícolas debe permanecer a una considerable distancia. Las poblaciones más cercanas son El Chaupi y la Comuna con un tiempo de distancia de 15 minutos en automóvil aproximadamente.		
9. ACTIVIDADES QUE OFRECE: Ofrece flor (Rosas) de exportación a nivel americano, europeo, asiático y australiano, reconocido internacionalmente por la calidad de rosas que exporta, además provee de sus productos dentro del país a prestigiosas floristerías. En una alianza estratégica con la Hostería Wasi Sumaq se logró convenir que los turistas puedan ingresar a sus instalaciones y puedan conocer todos los procesos que conllevan mencionada actividad con el fin de aportar con el plan de tur 2020 y se de opciones nuevas y llamativas en cuanto al turismo.		
10. MEDIOS PROPIOS DEL QUE DISPONE: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Equipos propios para las actividades Equipos de protección <input type="checkbox"/> Oficina De ventas, compras, bodega, administración y negociación <input type="checkbox"/> Vehículos para el traslado de pasajeros Mediante fletes <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 30 vehículos <input type="checkbox"/> Lugar apto para la preparación y consumo de alimentos Solo áreas específicas <input type="checkbox"/> Primeros Auxilios Personal capacitado, botiquín de emergencias <input type="checkbox"/> Radio De onda corta y comunicación interna <input type="checkbox"/> Formas de Pago: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pago con Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Pago Solo en Efectivo <input type="checkbox"/> Pago con Cheques <input type="checkbox"/> Otros Cualquier tipo de automóvil. 		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTÁNEA: Hasta 1000 personas únicamente de visita más no de permanencia y pernoctación.		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: Todo el personal que trabaja en la empresa está debidamente capacitado en la ejecución de sus funciones, además cumplen con los parámetros de calidad, servicio y producto, conjuntamente cumplen con todos los requisitos de ley para su desarrollo.		
13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:		

<input type="checkbox"/> <u>Fines de Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana Santa</u> <input type="checkbox"/> <u>Feridos</u> <input type="checkbox"/> <u>Navidad</u> <input type="checkbox"/> <u>Verano</u> Mediante reservaciones y visitas anticipadas	
14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES (ESTIMADO ANUALMENTE): Se espera lograr hasta unas 100.000 personas al año tanto nacional como extranjero.	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> <u>Boca-Oreja</u> <input type="checkbox"/> A través de operadora <input type="checkbox"/> De hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> <u>Promoción directa propia</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservación con anticipación</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservan por:</u> <input type="checkbox"/> <u>Teléfono</u> <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <u>Otros:</u> <input type="checkbox"/> <u>Medio de Transporte</u> Cualquier tipo de Automóvil	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> <u>Todo el Año</u> <input type="checkbox"/> Temporal (INDICAR ÉPOCA)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS) Todos los turistas quienes ingresen a la empresa deben hacerlo tomando las debidas precauciones en cuanto a su salud, esto se debe a los químicos que se emplean para el cuidado y mantenimiento de las rosas, por el resto, la empresa cumple con todos los requisitos para el desenvolvimiento de sus actividades	
18. REALIZADO POR: Javier Revelo	19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

MACROENTORNO Y MICROENTORNO

2.2. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO.

En todas las empresas existe un ambiente o entorno, según como se lo quiera denominar. El cual se caracteriza por una intensa competencia en el mercado, además fluctuaciones económicas, conjuntamente el desarrollo y avance en la tecnología; añadido a esto los cambios político legales que se han suscitado en el país a través de estos últimos años.

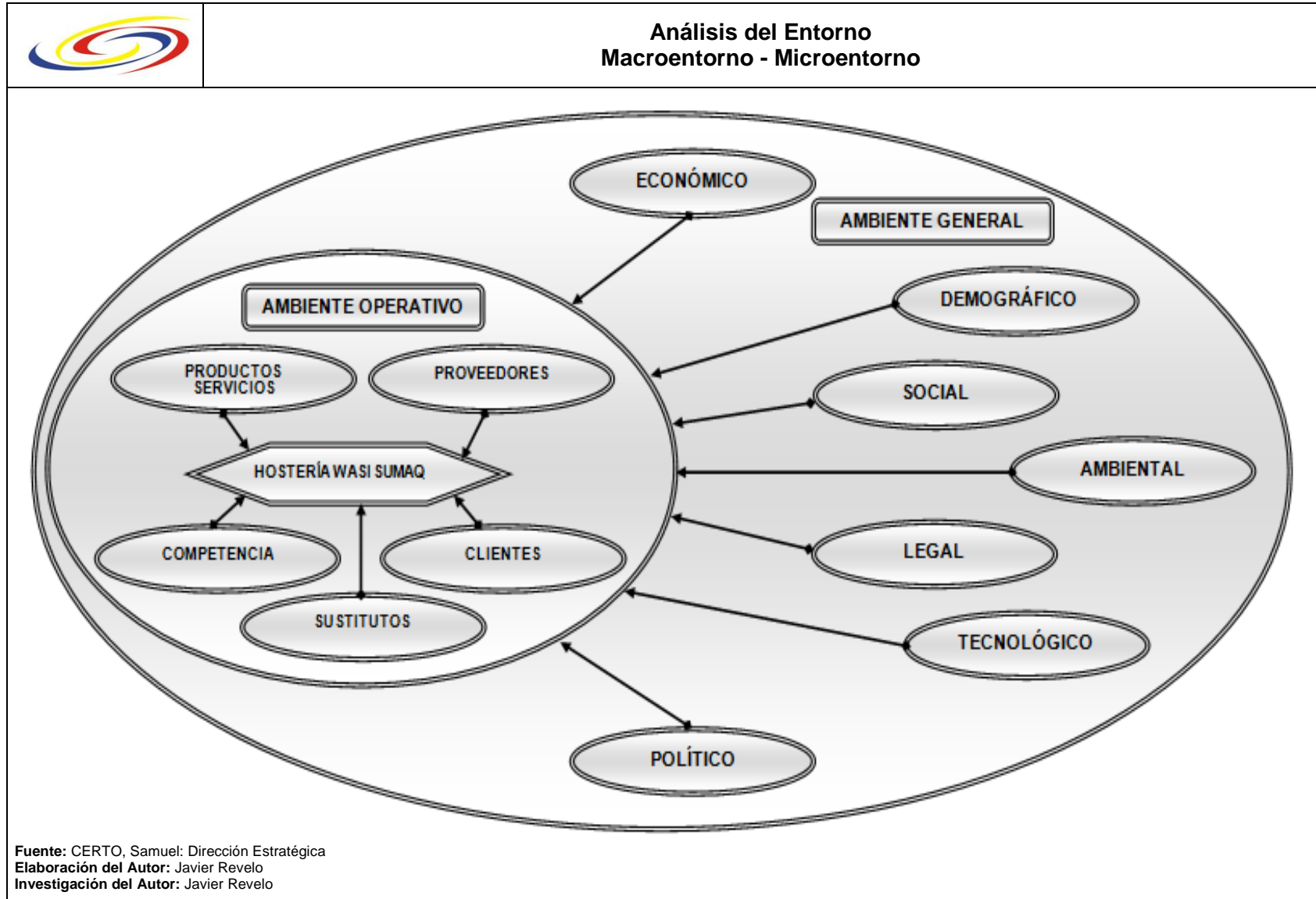
Es importante realizar un profundo análisis sobre las diferentes variables que se encuentran en el entorno, permitiendo así tomar decisiones prontas y oportunas, disminuyendo y evitando problemas de distinta índole, así como también incrementando ingresos y beneficios para la organización, es importante recalcar que todo lo que rodea a la empresa ya sea grande, mediana o microempresa puede verse afectada por condiciones que escapen a su manejo y control.

A continuación se presenta un gráfico en donde se puede observar cómo están estructurados los distintos ambientes y las variables que se encuentran en cada uno de ellos, siendo motivo de análisis y estudio para la empresa, para entender la dinámica del entorno es necesario comprender la estructura de los ambientes organizativos, los cuales se dividen en tres partes de estudio y análisis:

- “Ambiente General,”
- “Ambiente Operativo,”
- “Ambiente Interno”¹³

¹³CERTO, Samuel; Dirección Estratégica, tercera edición, Irwin, Impreso en España – CLAMADES, S:L; 1996, pág. 34.

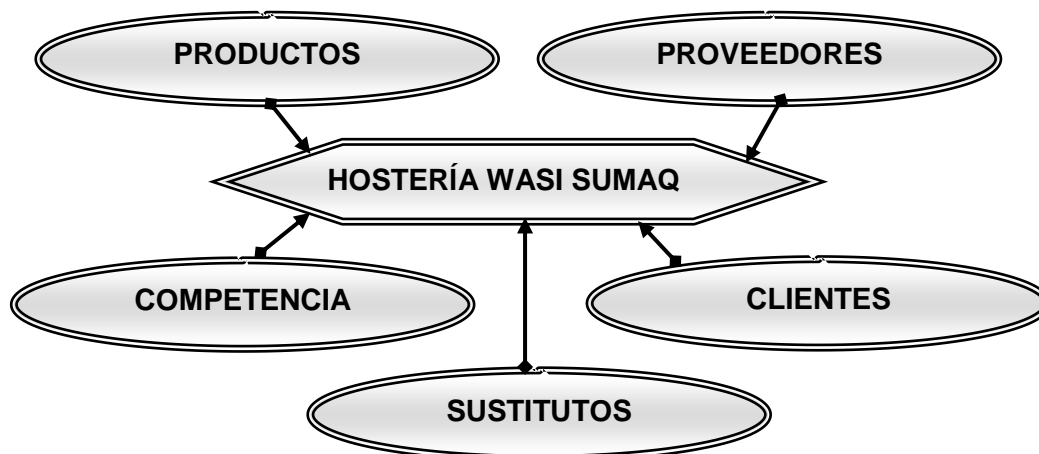
Gráfico N°: 01 Factores del Macroentorno & Microentorno.



2.2.1. Análisis del Macroentorno.

El Análisis Macro sirve para identificar las amenazas y oportunidades presentes y futuras del entorno externo de la organización, con el objetivo de efectuar una valoración crítica del mismo. El análisis del macroentorno es conocido también como variable o ambiente externo, “compromete factores legales, políticos, económicos, tecnológicos, sociales, demográficos y naturales o ambientales¹⁴” que influyen en el desarrollo de la organización, esto permite realizar un estudio adecuado sobre los diversos aspectos que rodean a la empresa contribuyendo de manera esencial ya que permitirá tener una visión general del medio en el cual se desenvolverá la empresa. Los componentes del macroentorno son:

Gráfico N°: 02 Análisis de las Variables del Macroentorno.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Para iniciar con las variables respectivas del macroentorno, es necesario recordar que todas y cada una de las mismas posee características a ser detalladas, en primera instancia iniciamos con la variable económica, su desarrollo, su incremento y decremento, además de los sectores a los cuales ha influido sea positiva o negativamente.

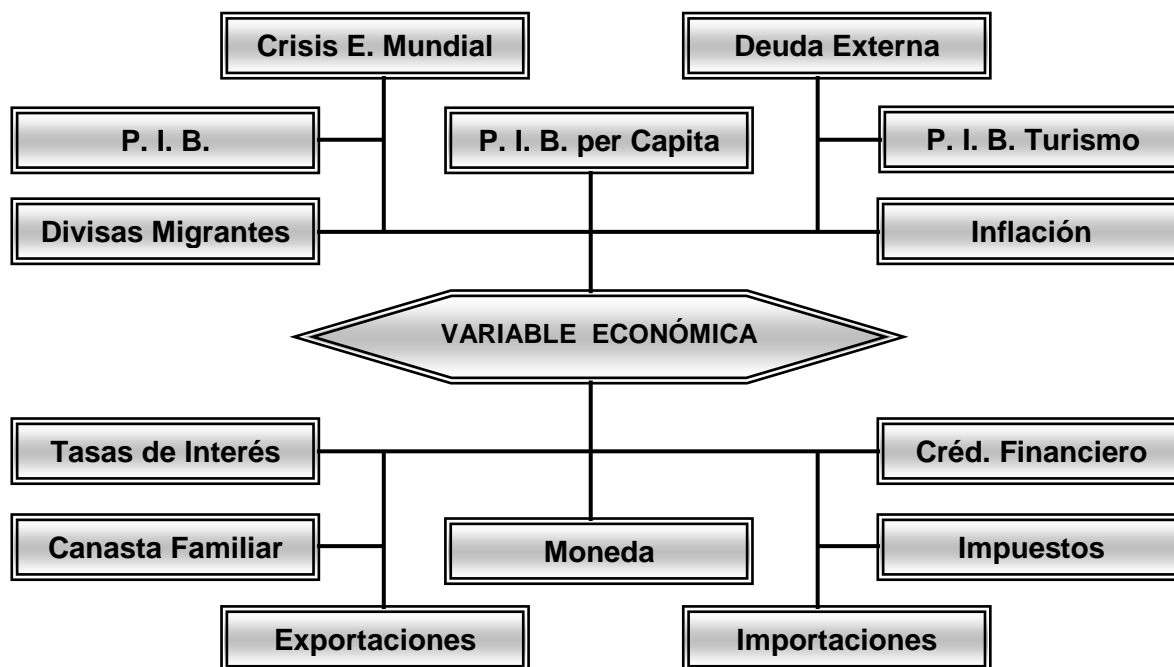
¹⁴BATEMAN, Thomas S. Shell, Scout A. Administración una ventaja competitiva, 4ta Edición, Mc Graw Hill, México, 1999, pág. 55.

A). ANÁLISIS VARIABLE ECONÓMICA.

El país se ha desarrollado y ampliado en el mercado generando más fuentes de trabajo y a la vez incrementando la economía, desde el cambio de moneda del “Sucre” al “Dólar”, en sus inicios fue muy difícil adaptarse al cambio, sin embargo y con el pasar de algunos años esto ha fortalecido al crecimiento de diferentes industrias y la expansión a diversos y nuevos mercados internacionales, los cuales requieren del respaldo de personas dispuestas a alcanzar las metas propuestas por todas y cada una de las empresas, adaptándose a los cambios en el entorno.

El estudio y análisis de esta variable permite tener una visión amplia y clara del desarrollo económico del país y sus nexos con otros países, identificando así los factores que agudizan o que a su vez benefician los problemas que se presentan en las diferentes áreas productivas, brindando soluciones prontas y efectivas, así como también de dar a conocer ventajas mediante ciertos indicadores que facilitan la incursión de nuevas empresas que dinamicen la economía y promuevan el crecimiento en los distintos sectores de la industria.

Gráfico N°: 03 Factores de la Variable Económica.



Análisis de la Economía del Mundo y el País.

a). Crisis Económica Mundial y del País.

Este gran acontecimiento se enmarca en un contexto mundial plagado de crisis, así, en septiembre del 2.008, se evidenció que la anunciada crisis financiera tendría repercusiones en todo el mundo, particularmente en los países industrializados se han visto contagiados por el sistema financiero infectado por préstamos insolventes, lo que ha llevado a un colapso de diversos bancos en EEUU, Europa y Japón.

Así mismo, el mercado de capitales ha arrastrado a la economía productiva, lo que ha llevado a que dichos países entren en recesión, pero la crisis financiera también se hace sentir en los países de América latina, afectando especialmente a países exportadores, pues los ingresos de divisas caerán aún más, todo esto tiene un impacto fuerte en la generación de empleo y en la mayoría de sectores productivos, frenando el crecimiento que ha mostrado el Ecuador.

Los efectos de la crisis mundial originada en Estados Unidos, los elevados precios del petróleo y su inestabilidad en el mercado, la variación de precios de la materia prima y productos de importación están pasando la factura a Ecuador, las empresas en estos últimos años venden menos e importan en menor proporción, además se ha disparado la creciente en cuanto al desempleo ya que se han visto en la necesidad de prescindir de los trabajadores.

Todas las áreas que generan ingresos al país se ha visto afectada, provocando un ambiente de incertidumbre e inseguridad latente en la parte operativa del país, sin embargo, sectores como la pequeña y mediana empresa han ido creciendo en el país mediante el apoyo del gobierno con

su “Plan Primero lo Nuestro y Ecuador Produce” estos han generado un crecimiento económico en este sector, más no así en resolver problemas tales como el desempleo y subempleo. El país terminó los últimos meses del 2.010 con preocupaciones debido a las secuelas de la crisis financiera internacional.

Cuadro N°: 11 Variable Económica Crisis Mundial y del País.

		VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística			
Crisis Mundial y del País					
N°	País	Crisis %	Zonas Afectadas	Período	Observaciones
1	EEUU	20.45%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
2	España	36.74%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
3	Grecia	65.32%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
4	Eslovaquia	28.63%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
30	Polonia	12.64%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
31	Italia	25.64%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
32	Argentina	23.31%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
80	Guatemala	32.65%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
81	México	24.07%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
82	Ecuador	54.98%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
120	Reino Unido	09.87%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
121	Australia	06.65%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
122	Canadá	04.73%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 - 2011	% basado en población

Fuente: Foro Económico Mundial
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Para lo que va del año 2011 se ha notado una pequeña equivalencia en cuanto a la economía del país, recalcando que han ocurrido molestias en el

sector empresarial por las nuevas leyes decretadas por el ejecutivo respectivamente en la relación entre empleador y empleado acrecentando más el subempleo y desempleo por otro lado está la fatal caída de los precios de nuestro petróleo lo que hace más difícil los esfuerzos por continuar con la obra pública que permite la creación de empleos, estimular el comercio y dinamizar la economía en general,

Debe ser una prioridad del país, se debe pensar en la insustituible necesidad de inversión en gasto social, destinado a la salud pública y educación, por su parte, el Gobierno Nacional resolvió pedir a la Organización de Países Exportadores de Petróleo, OPEP, respetar la cuota preferencial de 493.000 barriles diarios de petróleo para que el Ecuador no se incorpore una nueva reducción, luego de que la organización dispuso en octubre pasado bajar su producción en 1'500.000 barriles para enfrentar la caída del precio del crudo.

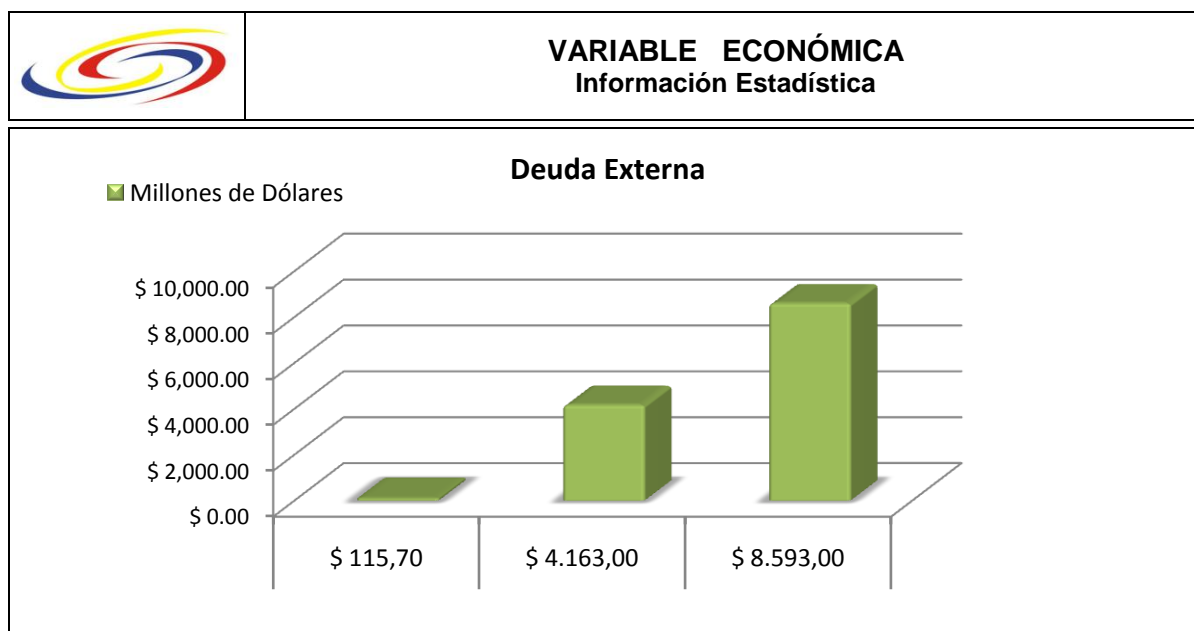
b). Deuda Externa.

En el año 2.008 se suscitaron acontecimientos importantes que lo catalogaron como un año para no olvidar, por un lado, el gobierno ecuatoriano realizó una auditoría pública de su deuda externa, esta decisión soberana fue en contra del status quo y se atrevió a cuestionar los préstamos obtenidos en el mercado internacional, con la cual se evidenció la ilegitimidad e ilegalidad en muchos tramos de la deuda ecuatoriana, entre otras cosas, mostró que entre el año 1.976 y el 2.006, la deuda con la banca privada creció 36 veces, de un valor de \$ 115,7 millones hasta \$ 4,163 millones de dólares, y para el presente año ha crecido 74 veces llegando a bordear los \$ 8,593 millones de dólares.

Los problemas derivados de la deuda externa han sido los componentes principales de la historia del país, el manejo corrupto, en muchos casos, de las negociaciones y de los recursos obtenidos derivaron en comprometer importantes recursos económicos que al ser desviados para su servicio, desatienden otros, especialmente la salud, educación y vivienda; para poder pagar las obligaciones del endeudamiento externo, el país debe cumplir con las disposiciones de los organismos financieros internacionales lo que lleva a priorizar las obligaciones financieras del estado y las obligaciones sociales para el pueblo ecuatoriano.

De acuerdo con el banco, la deuda pública del país sumó \$ 8,590 millones durante agosto, un avance del 14% frente a los \$ 7,520 millones de un año antes. La cifra de deuda pública de octubre equivalente a cerca del 15% del producto interno bruto del país, por otra parte, la deuda del sector privado sumó \$ 5,380 millones, una caída del 18% respecto de los \$ 6,540 millones de octubre de 2.010.

Gráfico N°: 04 Variable Económica Deuda Externa del País.



Fuente: www.inec.gov.ec
www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Basándose en estos y otros datos de gran relevancia, el presidente Rafael Correa tomó la decisión de suspender el pago de algunos tramos de la deuda como son los Bonos Global 2.012 y Global 2.030 y renegociarlos a precios que considera más justos, con esta acción, Ecuador se coloca a la vanguardia regional, sentando un precedente al adoptar decisiones contundentes como el cese de pagos y evaluando la judicialización de la deuda, visto de otra forma, la parte negativa de todo esto es que países del primer mundo no tendrán la suficiente confianza en poder otorgar al país un préstamo ya que al decidir cómo país deudor el no pagar la deuda genera desconfianza al momento de hablar de dinero.

Bajo el sistema del Banco Mundial, que supervisa planetariamente los acuerdos de inversión, no existe responsabilidad pública, ni reglas judiciales ni éticas, y ningún proceso de apelación. Ecuador ha expuesto así un problema grave del sistema financiero internacional; “la ausencia de un mecanismo internacional independiente para que los países resuelvan conflictos sobre la deuda potencialmente ilegítima e ilegal¹⁵.” Los resultados de Ecuador podrían fijar un precedente para los países endeudados más pobres, cuya deuda ha sido muy criticada como depredadora e inhumana.

Para lo que va del 2.011, el país ha invitado a América latina a forjar una respuesta unida a la deuda externa. Venezuela, Bolivia y Paraguay han creado recientemente comisiones de auditoría de la deuda. El país también ha pedido que Naciones Unidas ayude a desarrollar normas internacionales para regular el mercado de la deuda externa. Como parte de la respuesta a la crisis financiera actual, los gobiernos deben establecer un mecanismo internacional para manejar conflictos de deuda de manera sistemática, que equilibre los intereses de deudores y acreedores y en primer lugar considere cómo se acumularon dichas deudas y señale a los responsables.

¹⁵O.N.U. Organización de las Naciones Unidas; Joseph Stiglitz; Premio Nobel de Economía, 2009.

c. Producto Interno Bruto.

“El producto interno bruto refleja el valor económico del total de la producción de bienes y servicios de un determinado país, en un periodo establecido, generalmente de un año y con total independencia de la propiedad de los activos productivos que se generan mediante los diferentes sectores de un país¹⁶”. En quince años, el PIB creció a una tasa promedio de apenas 3,2%, lo cual duplica a la tasa de crecimiento promedio anual de la población en igual período por lo que la situación mejoró ligeramente.

Ahora, determinando que el PIB es la representación numérica del crecimiento de la producción total de la economía del país, se puede analizar en base a los datos emitidos por el Banco Central del Ecuador, que este indicador se ha incrementado progresivamente a partir del proceso de dolarización a inicios del año 2.000 de 15,93%. “Para el 2.008 aumentó un 5,3%, uno de los mayores indicadores de la región, pese a la crisis financiera mundial que se desató a finales del año pasado.¹⁷” y para el año 2.010 tuvo un incremento del 4,8%, es decir un aumento significativo si se lo compara con el 2.009.

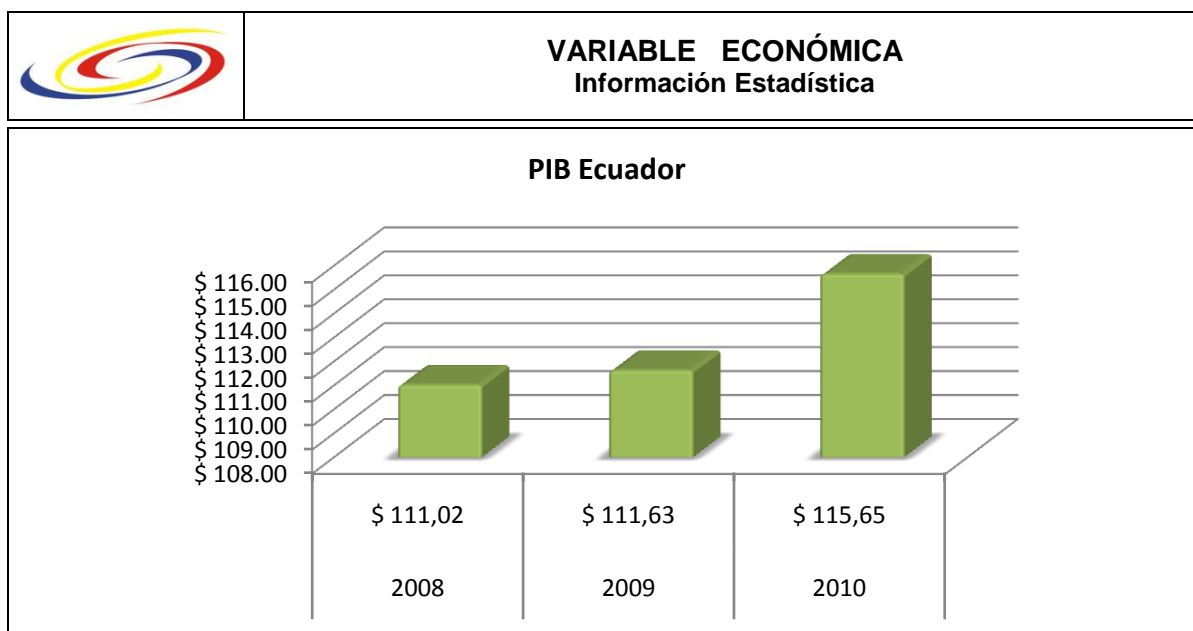
Las exportaciones tradicionales ecuatorianas, en las que se incluye el banano, el camarón y las flores, entre otros, aumentó en un 16,7%, y las no tradicionales crecieron un 14%. El crecimiento real del PIB, estimado para el año pasado, es del 4,8%, superior al registrado en el 2.009 y 2.008, pues alcanzó el 3,8% y 2,8%, “señala un último informe del Banco Central del Ecuador¹⁸”.

¹⁶ MICROSOFT ENCARTA. Biblioteca Premium. Versión 2009.

¹⁷ B.C.E. Banco Central del Ecuador; Producto Interno Bruto (PIB); Indicadores Económicos.

¹⁸ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; PIB Ecuador Informe Registro Anual, www.bce.fin.ec

Gráfico N°:05 Variable Económica Producto Interno Bruto PIB.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

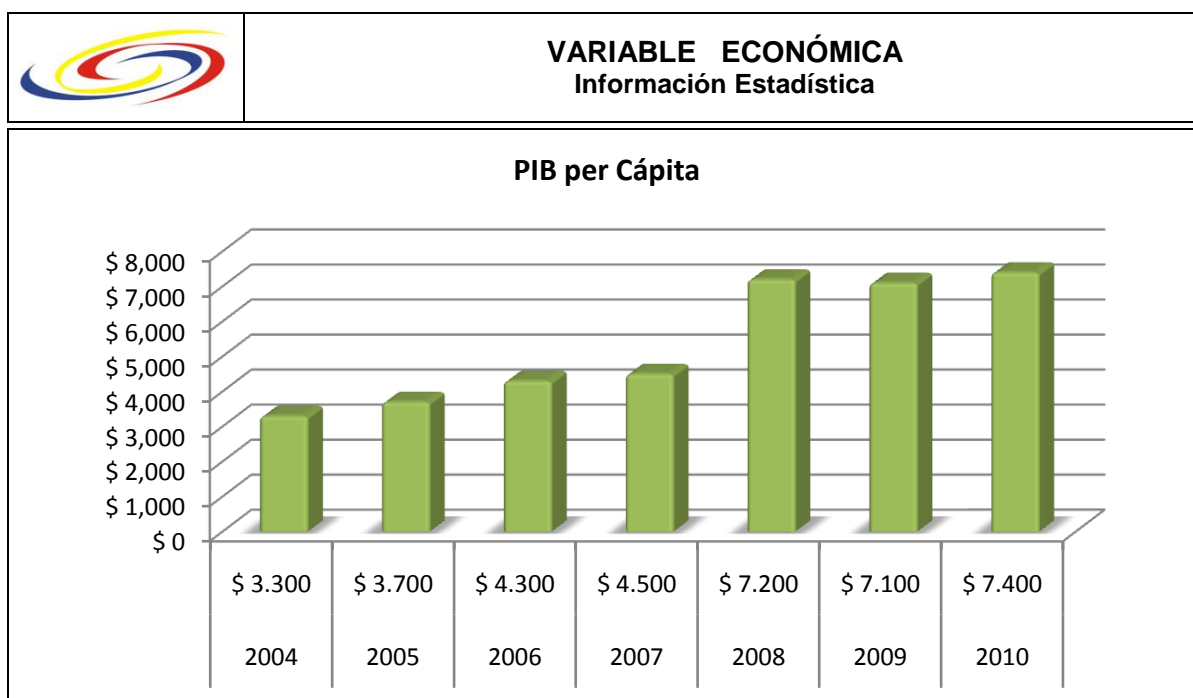
El rendimiento económico obedece, principalmente, a los altos precios del petróleo en el mercado internacional, lo que supuso un aumento de ingresos para el país, el quinto productor de crudo en América; mientras que para las exportaciones petroleras, el año pasado alcanzaron ingresos por \$ 11.673 millones de dólares, lo que representó un incremento de casi un 40%, respecto a los \$ 8.329 millones que facturó en 2.009 y que se distribuyó para diversos sectores productivos del país.

La balanza comercial para el mismo año registró un superávit del 8,6%, básicamente asociado a los ingresos de las exportaciones petroleras y al dinamismo observado en las no petroleras, con la caída del precio del crudo en los últimos meses y el retroceso en el ingreso de las remesas que envía los migrantes ecuatorianos desde el exterior debido al desempleo que desde sus inicios hasta la actualidad no ha presentado una leve recuperación en el ámbito laboral y económico.

d. Producto Interno Bruto. (Per Cápita)

“Esta variable indica el PIB por paridad del poder adquisitivo dividido por la población al 1 de julio de cada año¹⁹”. El PIB per cápita tiene un crecimiento macro, levemente superior al incremento poblacional, pero que es la mitad de la tasa de crecimiento de la población económicamente activa. En el año 2.010 el turismo ocupó el tercer lugar en el desarrollo de la economía del país y representó un 5,1% del producto interno bruto PIB, esto equivale a \$946 millones de dólares aproximadamente, de acuerdo con informes oficiales, el turismo va incrementando en todas sus áreas debido a la gran demanda que existe tanto nacional como internacional además de ser una fuente generadora de empleo y alternativas para emprendedores.

Gráfico N°:06Variable Económica Producto Interno Bruto Per Cápita.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

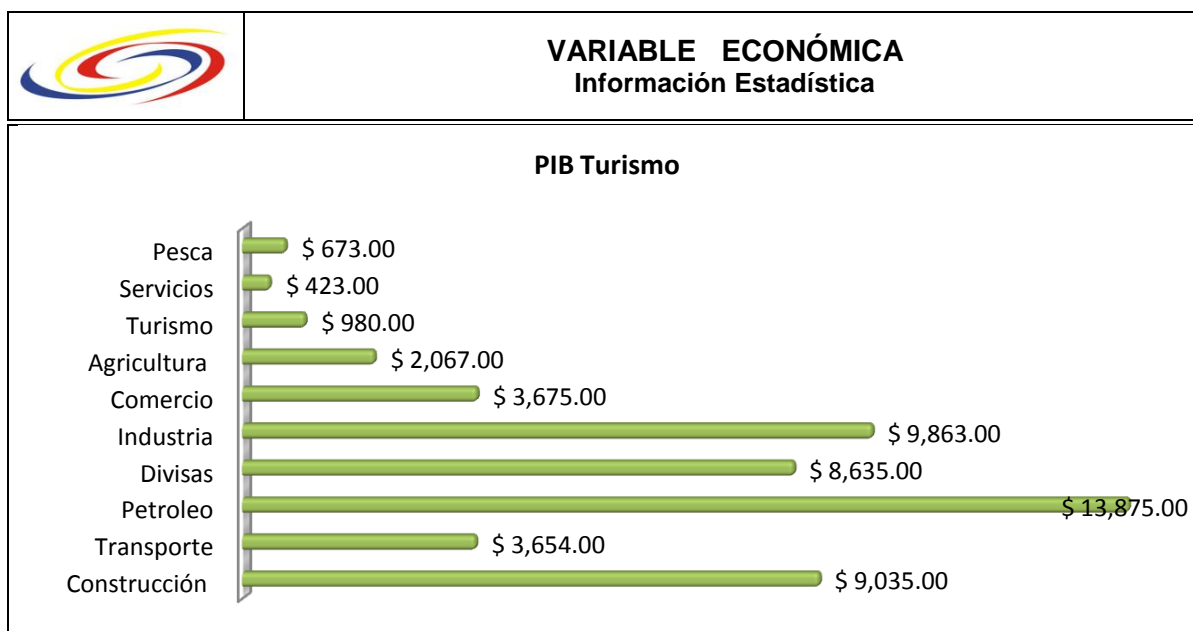
¹⁹ CIA WorldFactbook; Ecuador Economía, Finanzas e Inversión, 2010.

e. Producto Interno Bruto. (Turismo)

En los últimos quince años, el PIB del sector turístico presenta un crecimiento promedio de 3% aproximadamente en términos reales, sin embargo, la medición propuesta por parte del Banco Central del Ecuador está dirigida a contabilizar las actividades de la hotelería, el turismo y el entretenimiento, tomando en cuenta el encadenamiento con otros sectores como el comercio, el transporte terrestre, fluvial, marítimo, aéreo y las manufacturas.

Para el año 2.010, el PIB para este sector respectivamente alcanzó una cifra record, logrando así un 8,22% según el Ministerio de Turismo, esto se debe a la gran afluencia de turistas extranjeros y el movimiento interno en el turismo, registrando una cantidad de 2'365.876 visitantes desplazándose por todos los rincones del país en menor o mayor proporción lo que ha incrementado significativamente la economía interna volviéndola más dinámica y con proyección a cubrir las demandas actuales.

Gráfico N°: 07 Variable Económica Producto Interno Bruto Turismo.



Fuente: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo


Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

En cuanto al servicio de establecimientos hoteleros y de restauración se encontró una inflación del 8,84% esto se debe al elevado precio de diferentes productos del mercado alimenticio, la elevación en los precios de los materiales de construcción y remodelación. La parte positiva de todo esto es que el Banco del Fomento está otorgando créditos a tasas de interés bajas y a plazos accesibles para la creación de pequeñas y medianas empresas indistintamente del negocio al que se dediquen.

El turismo es una de las principales actividades del país, muestra de ello es que genera por concepto de exportaciones anuales, es decir del turismo receptivo, divisas entre \$ 500 y \$ 580 millones de dólares anuales; sin descontar los \$ 1.600 a \$ 2.200 millones por turismo local, a esto vale agregarle que el gobierno incrementó la partida presupuestaria para turismo en un 90,3%; variación que permitirá destinar \$ 23 millones de dólares anuales a la promoción del país, desde el año 2.001.

Cuadro N°: 12 Establecimientos Turísticos y Mano de Obra Ocupada.

		VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística	
Establecimientos Turísticos & Mano de Obra Ocupada			
Establecimientos Registrados en MINTUR		Mano de Obra Registrada Ocupada	
Actividad	2.010	Actividad	2.010
Alojamiento	3.220	Alojamiento	21.700
Comestibles & Bebidas	8.934	Comestibles & Bebidas	42.320
Agencias de Viajes	1.324	Agencias de Viajes	5.812
Líneas Aéreas	79	Líneas Aéreas	1.398
Recreación	609	Recreación	3.278
Transporte Terrestre	230	Transporte Terrestre	3.120
Transporte Fluvial y M.	107	Transporte Fluvial y M.	1.345
Otros	67	Otros	3.456
Total	14.570	Total	82.429

Fuente: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo

Elaboración del Autor: Javier Revelo

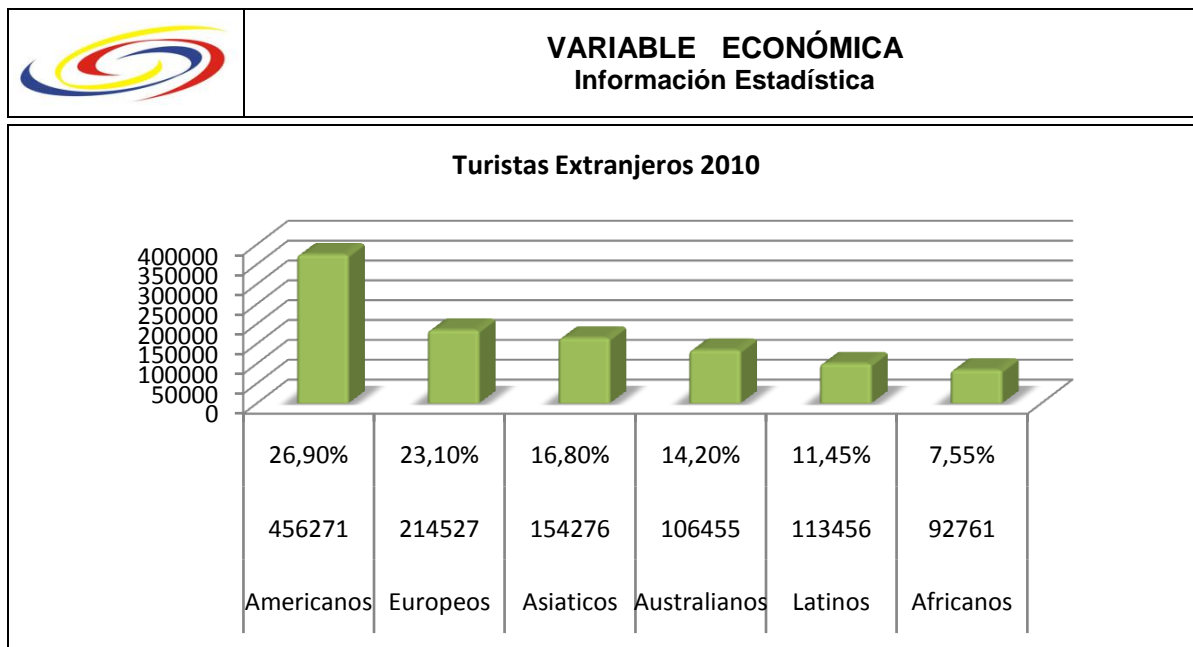
Investigación del Autor: Javier Revelo

A partir de esta época se reporta un crecimiento absoluto del 35% en el número de establecimientos, siendo los servicios de comestibles y bebidas los de mayor desarrollo del sector, por otro lado el empleo aumentó en un 28% en actividades turísticas en el periodo mencionado anteriormente, acorde al crecimiento en el número de establecimientos de comestibles y bebidas también se ha incrementado la mano de obra empleada por las mismas empresas registrando un 6% anual.

Siendo así el principal destino turístico para los estadounidenses y canadienses quienes visitan por largas jornadas de tiempo el país, consecuentemente están los europeos, seguidos por los asiáticos, australianos y en menor porcentaje se encuentran los latinoamericanos y africanos. Para el año 2.010 se obtuvo una cifra mínima aproximada de 1'100.000 visitantes superando así la cifra de 937.487 turistas del año 2.009 favoreciendo a los sectores turísticos, hoteleros, restauración y ocio, incrementando sus ingresos y mejorando la economía local, regional y del país en consecuencia.

Para lo que va del 2.011 se espera superar la cifra alcanzada en el 2.010, para lograr aquello se ha creado nuevos destinos turísticos y se ha realizado campañas promocionales para incentivar a los ecuatorianos a visitar distintos lugares, trabajando conjuntamente y brindando una amplia gama de nuevos atractivos ya sean naturales, culturales, e históricos, el propósito es posicionar al país en el ámbito turístico y que a la vez atraiga a más visitantes del extranjero, esto generará nuevas fuentes de trabajo directas como indirectas y permitirá el nacimiento de emprendedores dedicados a este sector.

Gráfico N°:08 Variable Económica Afluencia de Extranjeros 2010.



Fuente: www.inec.gov.ec

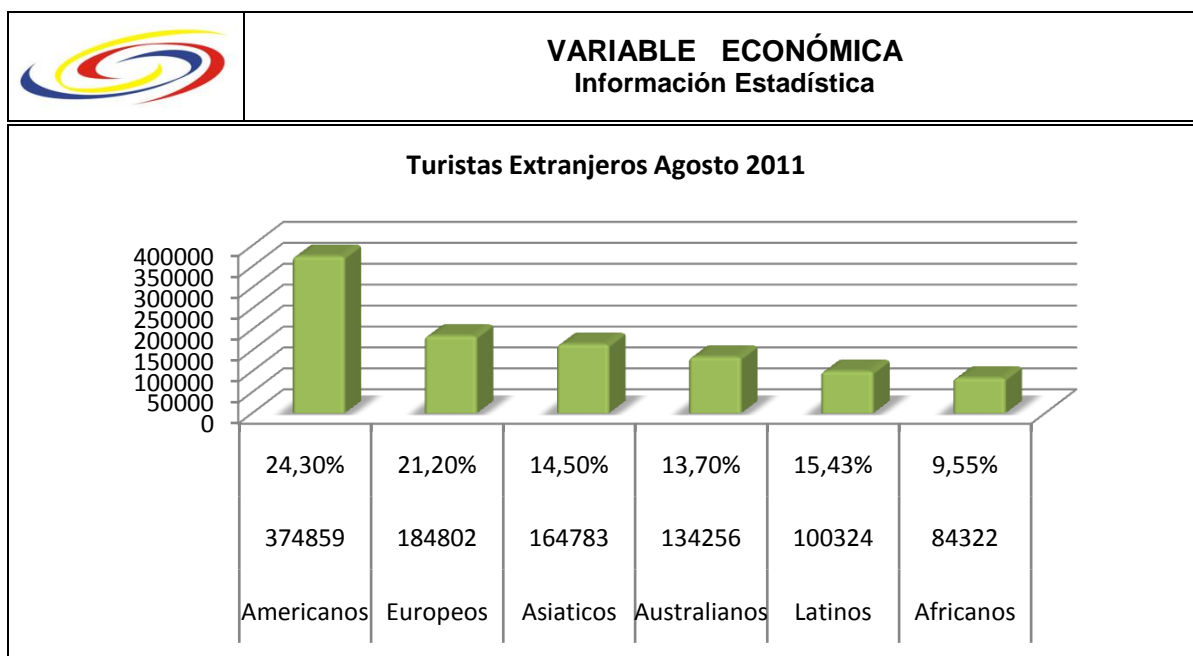
Ministerio de Turismo

Departamento de Migración

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°:09 Variable Económica Afluencia de Extranjeros 2011.



Fuente: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo

Departamento de Migración

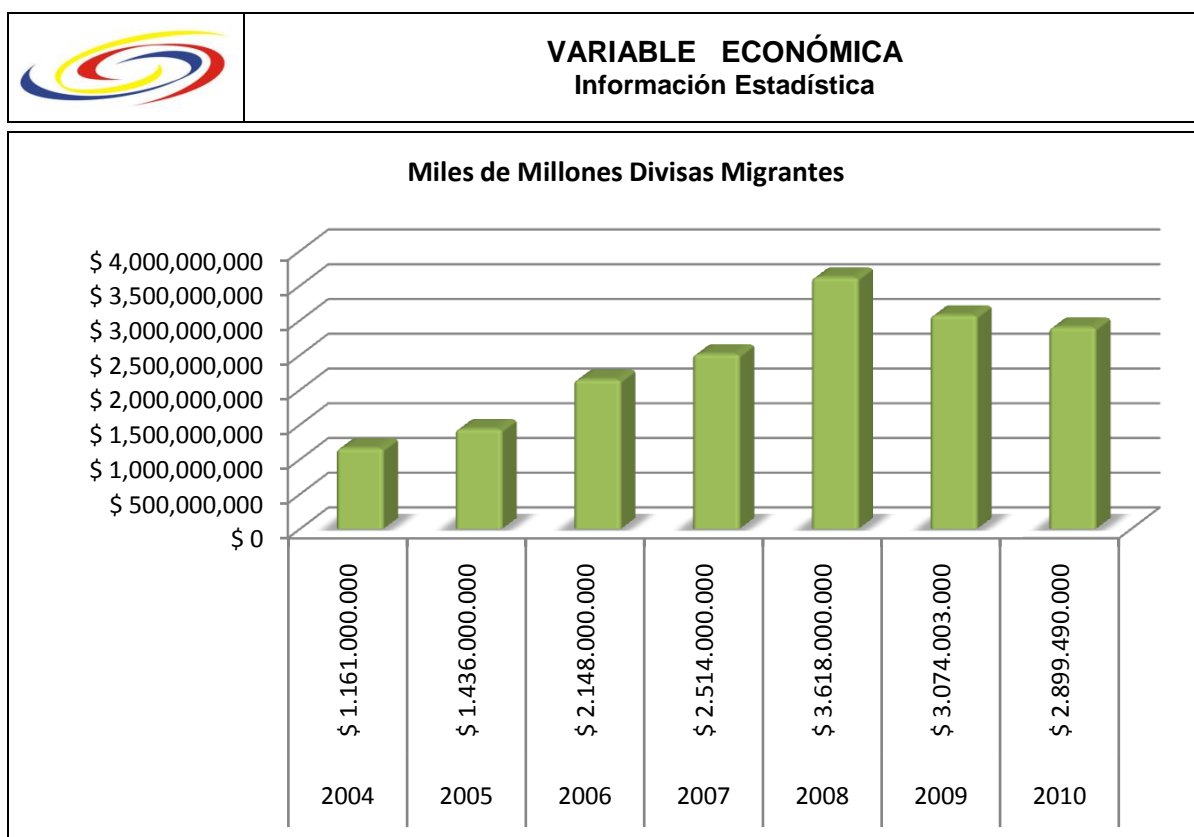
Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

f. Divisas de Migrantes.

Las remesas de los migrantes se redujeron en al inicio en un 17,4%, posteriormente ha ido decayendo cada vez más, el primer trimestre de este año, se han reducido las remesas considerablemente hasta alcanzar la cifra de 35,8% con ello afectando a los migrantes y sus familias, haciendo que regresen al país poco a poco, perjudicando así a las inversiones de muchos migrantes en sus proyectos que se realizan en el país y disminuyendo el flujo económico interno.

Gráfico N°: 10 Variable Económica Divisas de Migrantes.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

A través del plan “Bienvenido a Casa”, del gobierno nacional, los migrantes ecuatorianos que hayan terminado su flujo migratorio y voluntariamente deseen regresar, contarán con diversas facilidades, que a más de permitir

la importación de sus bienes, garantizarán las condiciones legales, económicas e institucionales, para su rápida reinserción al país, esto fue dicho por la Secretaría Nacional del Migrante (SENAMI), el objetivo de la misma es de apoyar a todo ecuatoriano en su reinserción a la población.

El SENAMI cuenta con un fondo denominado “Cucayo”, que significa fiambre o lunch, que tiene como principal objetivo lograr inversiones productivas por parte de los migrantes en el país, las cuales podrán ser individuales o asociativas, según sea su decisión.

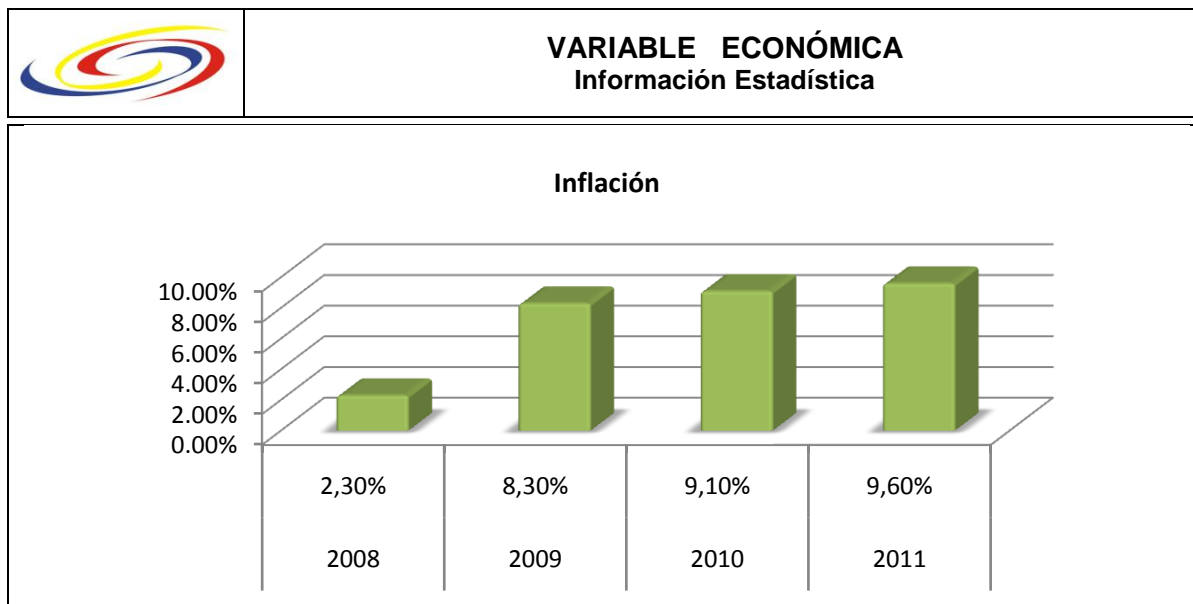
g. Inflación.

“La inflación es la elevación notable del nivel de precios con efectos desfavorables para la economía de un país.²⁰” Por ende un aspecto importante en la economía del país es sin duda la inflación la misma que se la empezó a medir a partir del año 1.998 y su evolución muestra que en etapas de crisis en el que se afecta fuertemente al consumo de los hogares, de las empresas y del gobierno, produce una escasez en varios productos y el disparo elevado de los precios.

En diciembre del 2.009 a diciembre del 2.010, y basándose en datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), fue del 4,42% en promedio, casi un 20% más alta que el valor registrado en el año 2.009, esto se debe a factores tales como la crisis mundial y los diversos problemas que suceden en el país de manera interna es decir por fenómenos climáticos, la especulación de precios, las malas políticas y la ausencia total de autoridades competentes que se encarguen de controlar los precios y sancionar a los responsables que han perjudicado a diversos sectores del país.

²⁰ MICROSOFT ENCARTA. Biblioteca Premium. Versión 2009.

Gráfico N°:11 Variable Económica Inflación.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Por otro lado se encuentran los que elevaron sus precios durante el transcurso de este año, estos fueron sectores de alimentos y bebidas, bebidas no alcohólicas, alcohólicas, tabacaleras, estas últimas con elevación al impuesto al consumo especial dictaminados por el gobierno en cuanto a la compra de ciertos productos. Actualmente para el mes de septiembre del 2.011 varios productos agrícolas han elevado sus precios al doble producción un aumento en el valor de venta al público de entre un 30% a 50%, estos productos están entre las legumbres, vegetales y frutas.

h. Tasas de Interés.

Siendo la tasa de interés la relación porcentual a pagarse por el uso del capital prestado en un tiempo determinado; representa así el costo financiero de dicho servicio prestado por parte de cualquier institución financiera legalmente constituida; la banca establece una relación de crédito

al generarse una prestación de dinero entre el acreedor del préstamo y la entidad bancaria; para el desarrollo de la pequeña, mediana y grande empresa, siempre ha existido negociaciones en las cuales han podido financiarse y sacar el negocio a flote. A continuación se presentan las tasas de interés, cabe recalcar que las mismas son variables y se aplican de manera mensual, bimestral, trimestral, semestral y anual.

Cuadro N°: 13 Variable Económica Tasas de Interés.

 VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística			
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual
Comercial Corporativo	9.24	Comercial Corporativo	9.33
Comercial PYMES	11.12	Comercial PYMES	11.83
Consumo	15.77	Consumo	16.30
Consumo Minorista	18.58	Consumo Minorista	21.24
Vivienda	11.03	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.08	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	28.80	Microcrédito Acumulación Simple	33.30
Microcrédito de Subsistencia	30.67	Microcrédito de Subsistencia	33.90
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.35	Depósitos de Ahorro	1.44
Depósitos monetarios	1.79	Depósitos de Tarjetahabientes	1.64
Operaciones de Reporto	2.65		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.85	Plazo 121-180	6.18
Plazo 61-90	5.25	Plazo 181-360	6.53
Plazo 91-120	5.70	Plazo 361 y más	7.18

Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

El Banco Central del Ecuador recibe de todas las entidades del sistema financiero ecuatoriano los balances diarios, semanales y mensuales, a partir de los cuales, con las aplicaciones informáticas que para el efecto se han desarrollado, se obtienen una serie de indicadores que dan cuenta de la

marcha del sector. Así, el BCE publica la base monetaria, la emisión monetaria, las reservas bancarias, los depósitos a la vista, las cuentas del banco, el sistema de balances, las cuentas monetarias de otras sociedades de depósito, el panorama monetario, el panorama financiero, y todos los componentes de cada una de esas variables.

En el desarrollo y ejecución de cualquier proyecto es de suma importancia conocer la tasa de interés activa que cobra la banca por las diversas prestaciones monetarias realizadas; esto contribuye a poder tomar una decisión de establecer y fijar este tipo de relación; mientras que, por otra parte, se puede realizar depósitos los cuales permitan al depositante interactuar con la tasa de interés pasiva.

➤ **Tasa de Interés Activa.**

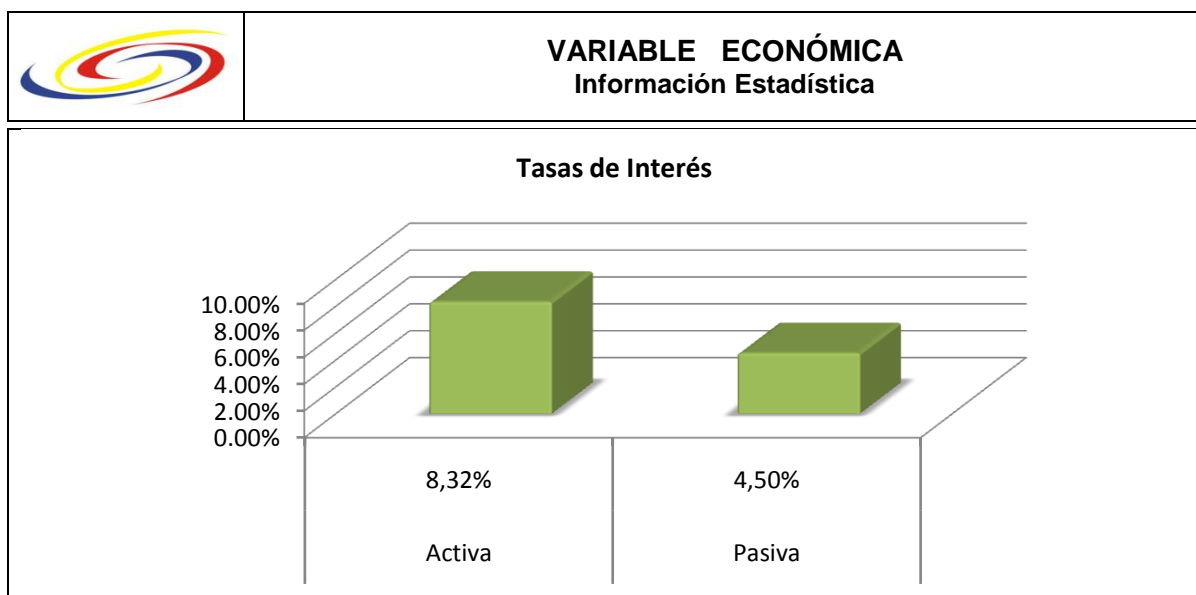
Anteriormente la tasa de interés activa se la manejaba con porcentajes muy elevados, esto se debe a la inestabilidad económica del país en anteriores años; actualmente las instituciones bancarias manejan porcentajes aceptables logrando así atraer a los inversionistas y prestamistas con el único fin de adquirir un préstamo para realizar inversiones en distintos sectores del mercado, en el transcurso del año 2.009 el porcentaje fue de 8,02% mientras que para el 2.010 esta tasa de interés se la ha manejado con un mínimo de 8,32%, este porcentaje se lo considera adecuado considerando la actual crisis mundial.

➤ **Tasa de Interés Pasiva.**

La tasa de interés pasiva es el precio que una institución bancaria o financiera tiene que pagar por el dinero que recibe en calidad de préstamo al cuenta ahorrista o correntista, actualmente el desempeño de la actividad de la banca se ha caracterizado por una recuperación observada en el ritmo de crecimiento de captaciones

las mismas que incluyen billetes y monedas, además de los depósitos de ahorro y a plazo fijo; la banca abierta en el último año registro un valor de \$ 7.984 millones de dólares, esta variación ha crecido en un 4,50% en relación a los años anteriores.

Gráfico N°: 12 Variable Económica Tasas de Interés Activa y Pasiva.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

La tasa de interés pasiva crece en función del incremento de los ingresos de los clientes de la banca, pues al poseer mayor circulante monetario, pues existe la tendencia de ahorrar. Las tasas de interés son importantes ya que permiten determinar las variaciones de intereses en la banca, buscando así la más acorde a las necesidades ya sea para inversión o préstamos a corto mediano y largo plazo.

i. Créditos Financieros.

En lo que respecta a los créditos financieros para inversión de proyectos independientemente de la actividad a la que este destinada, el gobierno ha impulsado atreves de la CFN Corporación Financiera Nacional y el MIC Ministerio de Industrias y Competitividad la entrega de crédito para los

pequeños, medianos y grandes empresarios con la finalidad de generar competitividad, desarrollo y empleo, contrarrestando así la inestabilidad económica que está atravesando el país, capacitando, incentivando y generando producción al desarrollo de la nación.

Cuadro N°: 14 Variable Económica Créditos Financieros.

	VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística
Corporación Financiera Nacional (CFN)	
Línea de Crédito Multisectorial.	
Para el financiamiento de establecimientos.	
Alojamiento / Restauración / Recreación	
Activo Fijo:	
Financiamiento de terrenos, bienes inmuebles y muebles, construcción y edificación.	
Capital de Trabajo:	
No incluye gastos no operativos.	
Asistencia Técnica:	
Asesoramiento en todas las diversas áreas.	
Construcción de Proyectos Habitacionales:	
Conjuntos Privados, clubes, asociación mediante constructoras.	
Beneficiario:	
Persona Natural	
Persona Jurídica	
Organización mixta establecida legalmente en el país	
Monto:	
Máximo \$5'000.000,00 USD	
Plazo:	
Activo Fijo:	
Máximo de 10 años	
Capital de Trabajo:	
De 3 a 5 años	
Asistencia Técnica:	
1 año	
Construcción y Proyectos Habitacionales:	
De 5 a 8 años, dependiendo de la magnitud del mismo	
Tasa de Interés:	
Reajutable cada 90 días en base a la T.P.R.	

Fuente: www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

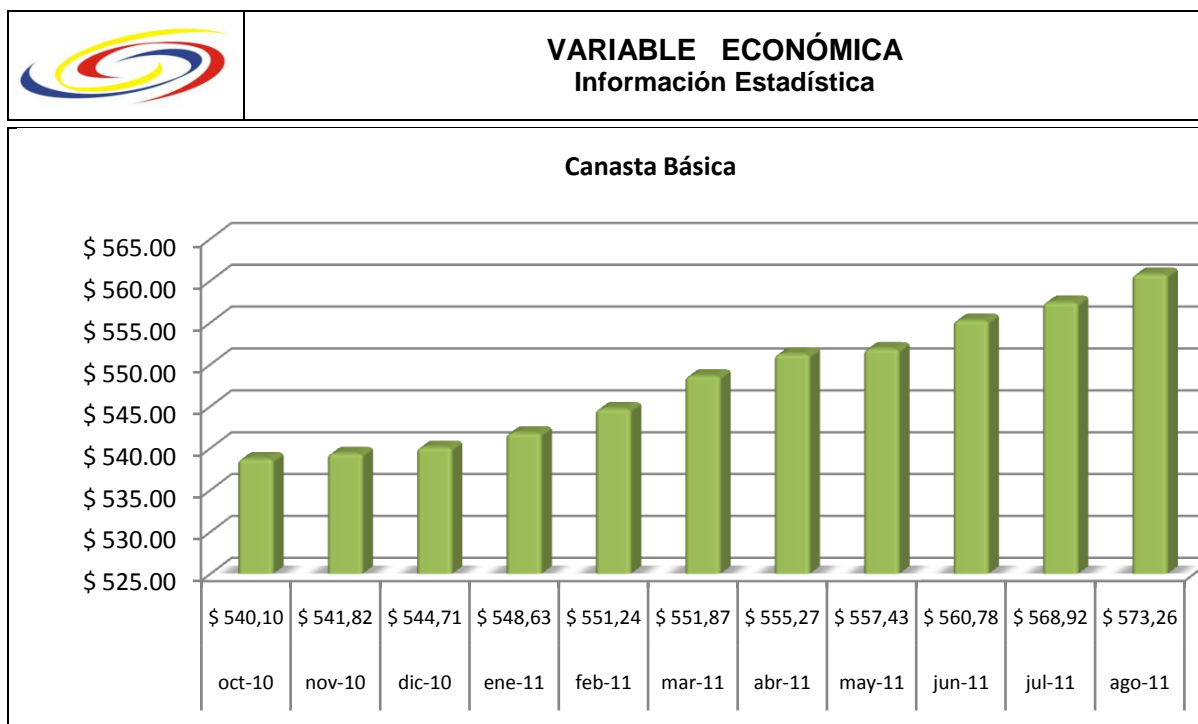
Investigación del Autor: Javier Revelo

Sin duda alguna beneficia a los ecuatorianos y es un apoyo, en este caso para el desarrollo de este proyecto en todas sus modalidades, contribuyendo y aportando al sector turístico del país en general.

j. Canasta Familiar.

Una vez revisado los datos anteriores se puede tener una idea general sobre el valor de la canasta básica familiar, la misma que se incrementó hasta \$ 560,78 dólares, esto refleja claramente que los productos que se expenden en todos los supermercados, mini market's, distribuidores, bodegas, tiendas y demás eleven su precio y haga inaccesible conseguir la canasta básica sobre todo aquellas personas cuyo sueldo es el mínimo vital. A continuación se presenta un cuadro estadístico sobre la canasta básica y la canasta vital.

Gráfico N°: 13 Variable Económica Canasta Básica.



Fuente: www.inec.gov.ec

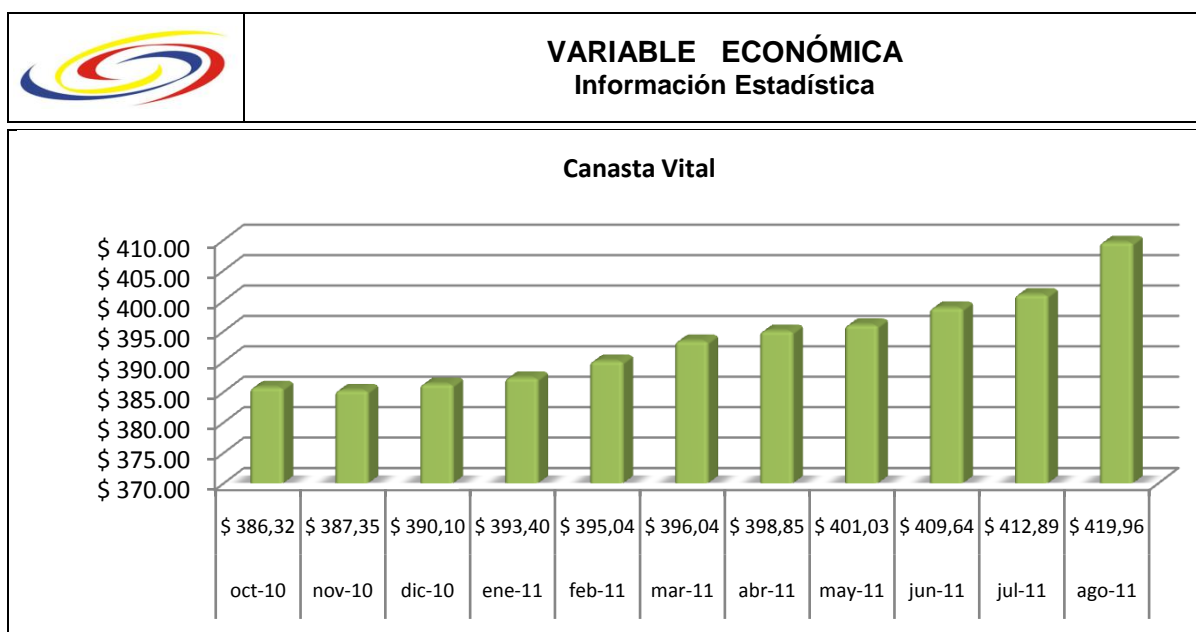
www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Las variaciones económicas que ha presentado el país desde el proceso de dolarización ha resultado beneficioso para algunos sectores y perjudicial para otros, para estos últimos se ha reducido considerablemente el poder de adquisición monetaria lo cual restringe y dificulta el acceso a bienes y el consumo a ciertos productos y servicios, por ende es de suma importancia analizar esta variable económica la misma que predomina en la mayoría de los hogares ecuatorianos, determinando así sus facultades como sus impedimentos.

Gráfico N°: 14 Variable Económica Canasta Vital.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

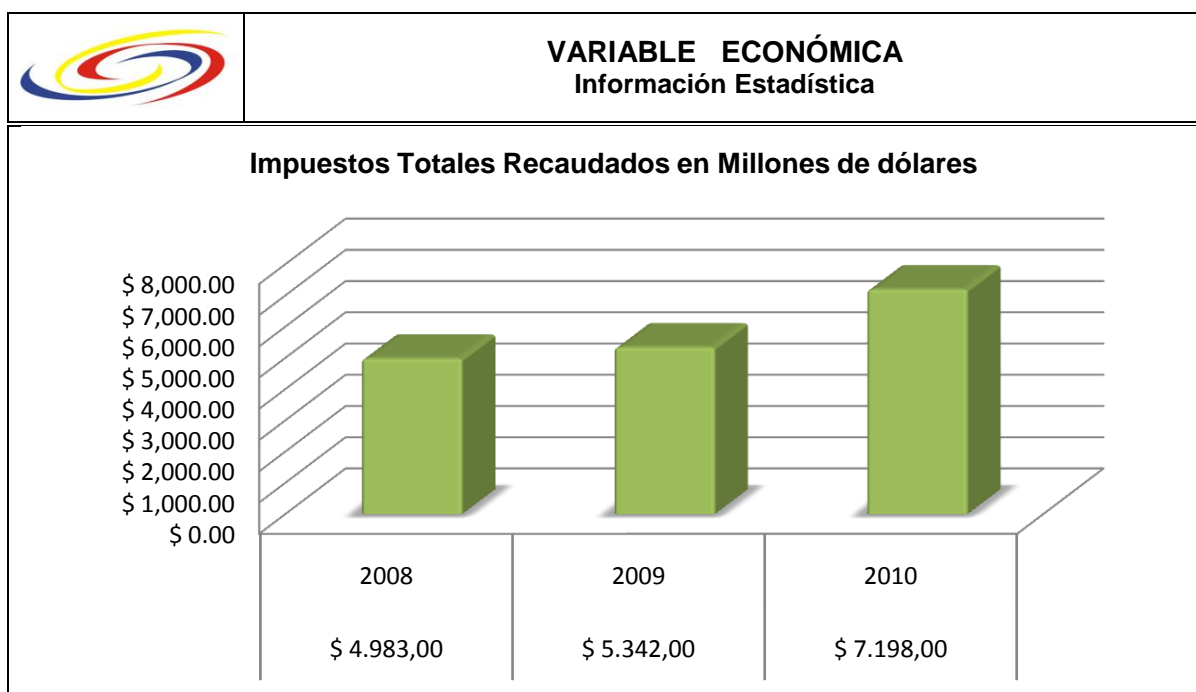
Investigación del Autor: Javier Revelo

Las canastas familiares a junio del 2011 cuentan de dos formas, la primera es la canasta básica la misma que llega al valor de \$560,78 mientras que la canasta vital llega al valor de \$ 409,64 a esta última no se aplica el incremento mediante disposición del gobierno de \$ 24,00 dólares al salario mínimo vital.

k. Impuestos.

Si bien es cierto, el Ecuador es quizá uno de los países que más impuestos tiene, sin embargo cabe destacar que con el Gobierno de Rafael Correa se ha visto plasmado toda esa recaudación a través de las diferentes obras a nivel nacional, por otro lado el tema de impuestos ha sido materia de controversias y debates a favor y en contra, es así que en estos últimos meses se ha elevado el impuesto al tabaco y licor como medida para mitigar la delincuencia y los accidentes, así también aparece el nuevo impuesto verde o ecológico que va dirigido a los vehículos híbridos o ecológicos que por su elevado costo no todos pueden acceder a poseer un vehículo tan caro, por ende el impuesto va para las clases elitistas del país.

Gráfico N°:15 Variable Económica Impuestos.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Los impuestos son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley, que deben pagar las personas naturales y las sociedades que se encuentran en las condiciones previstas por la misma, en otras palabras

son el precio de vivir en una sociedad civilizada, es así que hasta el mes de diciembre del año 2.010 el SRI (Servicio de Rentas Internas), recaudó un total de \$7.198 millones de dólares en impuestos, lo que representa un 17,7% más al año 2.009 indicando que existe mayor acogida y disminución de la evasión tributaria en cuanto al pago de impuestos se refiere.

I. Exportaciones.

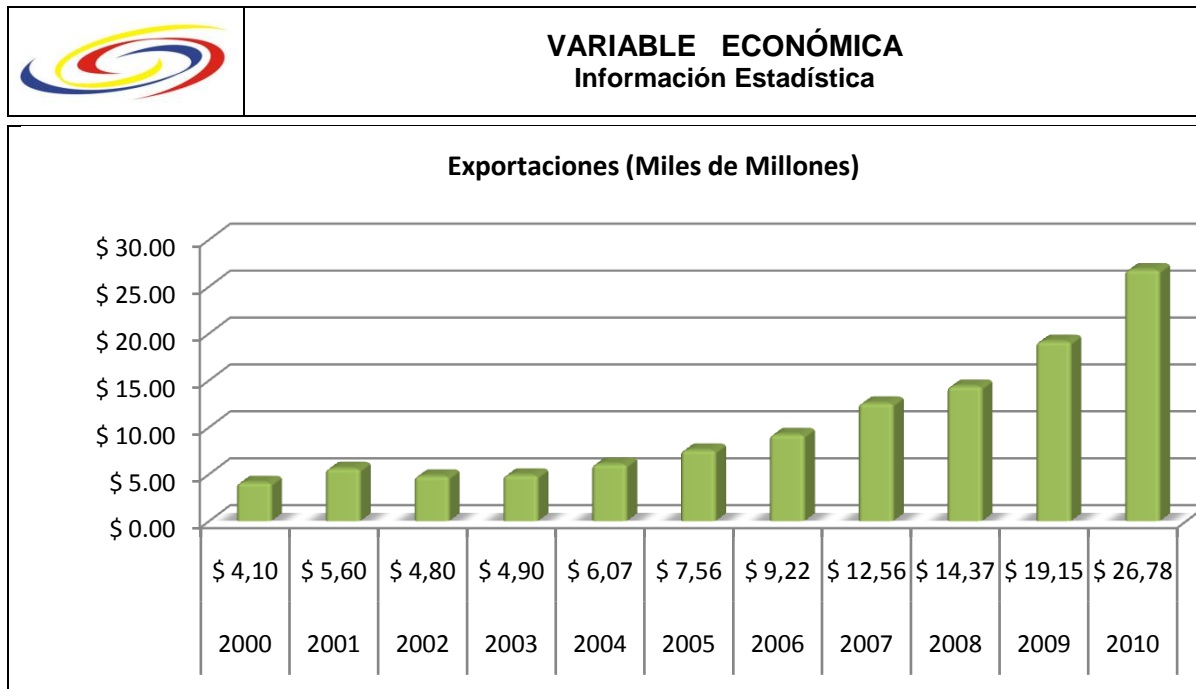
Con respecto a exportaciones, el país finalizó el 2.010 con aproximadamente 27.000 millones de dólares, lo cual representa un incremento del 6% con relación al año 2.009, esto se dio por los altos precios del petróleo sucedidos en los meses de enero a julio y debido al alto consumo de petróleo por parte de países que en ese entonces estaban en conflictos bélicos (Estados Unidos e Iraq), mientras que para el mes de junio del año en curso la cotización del crudo comenzó a caer significativamente desde \$ 121,00 dólares que era su precio récord en la historia petrolera ecuatoriana hasta decaer en los \$ 93,00 dólares, posteriormente se produjo una dinamización en cuanto a precios.

Ecuador es un país netamente exportador de productos primarios, principalmente petróleo y de manufacturas basadas en recursos naturales (Banano, camarón, rosas, turismo entre otros). Está último en América Latina en el ranking de exportaciones de productos de media y alta tecnología, como porcentaje del total de las exportaciones. La poca tecnología que se exporta tiene escasa aceptación en otros países y como ejemplo de esto tenemos a las industrias automotriz y farmacéutica.

Las exportaciones manufactureras ecuatorianas crecieron por encima de la media de la CAN y América Latina para el mismo período, sin embargo, la base exportadora es todavía limitada ya que sitúa a Ecuador en el puesto

14 del ranking de exportaciones manufactureras per cápita, y solo supera a Bolivia y Paraguay en Sudamérica.

Gráfico N°:16 Variable Económica Exportaciones.



Fuente: www.inec.gov.ec
www.bce.fin.ec
www.ecuadorencifras.com
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

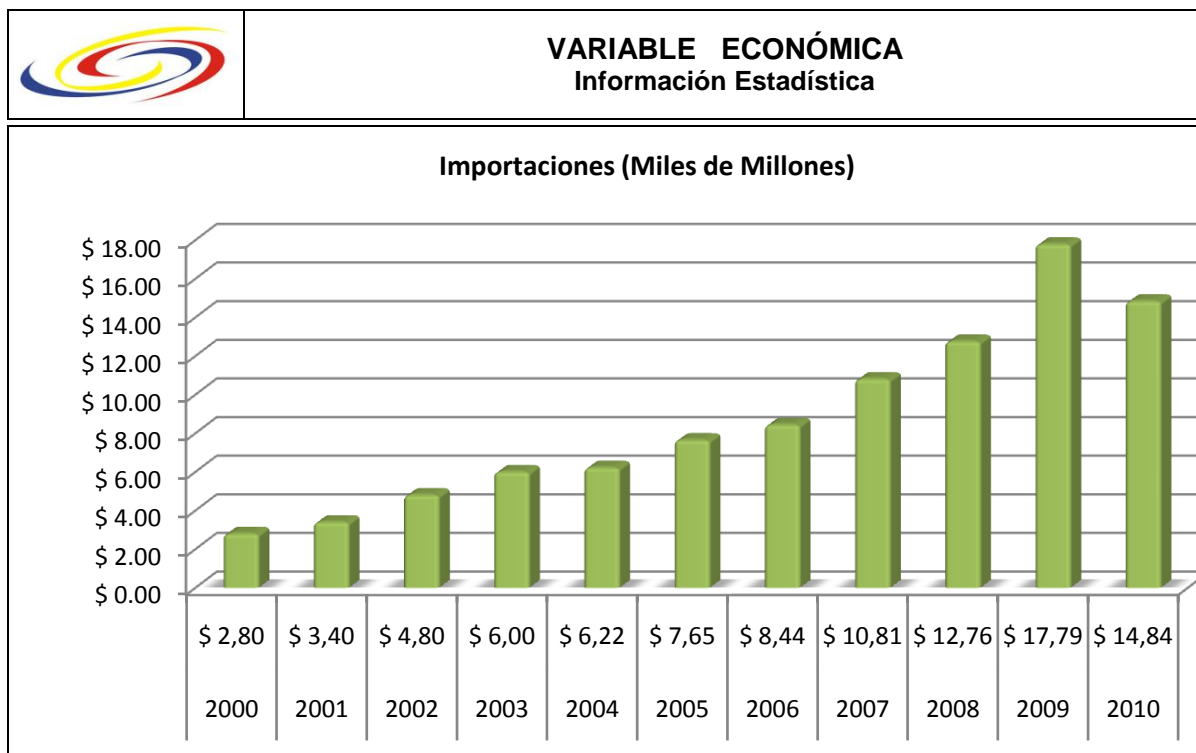
m. Importaciones.

Por otro lado las importaciones culminaron el año 2.010 con una baja del 5,4% esto traducido en cifras monetarias da \$ 14,84 mil millones de dólares a comparación de los \$17,79 mil millones de dólares correspondientes al año 2.009 esto se debe al gobierno de Rafael Correa ya que en el mes de noviembre presento al país una campaña de “consumir lo nuestro” y “el país es primero”, con el fin de que se deje de consumir productos de otros países valorando los productos ecuatorianos y mejorando la economía, pero en la actualidad el panorama no es aun definido claramente debido a la serie de imposiciones y contradicciones del gobierno y su inestabilidad

política en tiempos de elecciones, destinando grandes montos de dinero a la realización de su campaña, y mal administrando los recursos del país en tiempos de crisis.

El gobierno adoptó la restricción de importaciones, como medida para hacer frente a la crisis financiera internacional, pretendiendo reducir el costo de las importaciones en unos \$ 3.459 millones de dólares respecto al monto del año 2.009. Algunos de los productos afectados con mayor recargo, de un 35% en su valor, son las bebidas alcohólicas, los productos electrónicos, como teléfonos móviles o reproductores de música y películas y los muebles, entre otros.

Gráfico N°:17Variable Económica Importaciones.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

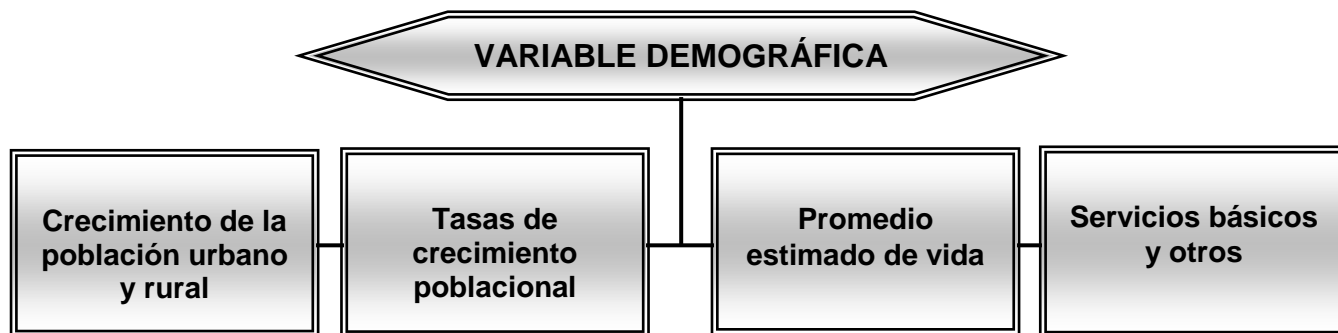
Partidas importadas de juguetes y videojuegos, maquillaje, bombones, pastas o mermelada, entre otros, fueron grabadas con un 30% de recargo. Además, el calzado sufrió un recargo de \$ 10,00 dólares por par importado, y los productos del sector textil un recargo de \$ 12,00 dólares por kilogramo.

Con relación a la industria nacional, esta medida trata de favorecer y fortalecer este sector de la economía, debido a que al restringir las importaciones, el consumidor nacional se ha visto encausado de alguna manera a consumir los productos nacionales, ya que los equivalentes importados han aumentado sustancialmente en sus precios, de tal manera que la industria local eventualmente ha elevado sus ventas.

B). ANÁLISIS VARIABLE DEMOGRÁFICA.

“La demografía estudia el valor del crecimiento y la estructura por edad de poblaciones, y los procesos que determinan estas propiedades. Es decir, el estudio de las características de una población: natalidad, fecundidad, mortalidad, distribución y fluctuación.²¹” En la actualidad el país registra un crecimiento poblacional acelerado, esto significa mayor demanda de los recursos provistos por el gobierno y el país en todos los ámbitos, salud, educación, trabajo, por ende es necesario estudiar y analizar la repercusión que puede tener el rápido incremento de la población y cómo la misma puede beneficiar o perjudicar el desarrollo del Ecuador.

Gráfico N°: 18 Factores de la Variable Demográfica.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

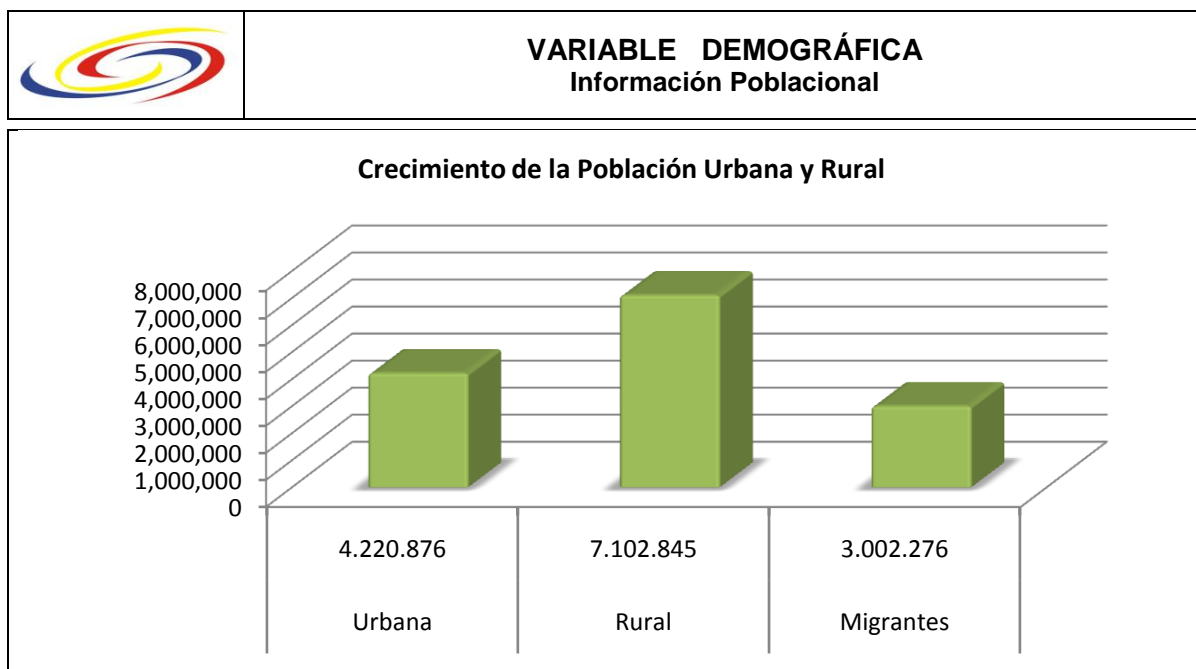
a. Crecimiento de la Población Urbana y Rural.

El crecimiento de las poblaciones habitantes en las zonas urbanas, rurales así como también los migrantes ubicados en distintos países del mundo han presentado un crecimiento elevado comparado con la extensión del territorio, no obstante eso no es motivo de preocupación, sino más bien la falta de recursos que se necesitaran para poder sobrellevar la economía principalmente para el sustento de todos los habitantes, si bien es cierto, el Ecuador no está atravesando una estabilidad en todos los aspectos, por ello

²¹ MSc. Guillermo A. Ronda Pupo; Profesor Investigador del Centro de Estudios de Gestión Empresarial de la Universidad de Holguín, Cuba, 2011.

es necesario hacer conciencia que hay que tener y gozar de estabilidad para acrecentar las masas poblacionales dependiendo de la demanda ya que actualmente hay más oferta que demanda lo que causa desempleo, subempleo y por ende la pobreza, necesidad y conjuntamente delincuencia, solo basta fijarse en el cuadro y el gráfico para darse cuenta de cómo ha crecido la población ecuatoriana.

Gráfico N°: 19 Variable Demográfica Crecimiento por Sectores.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

b. Tasas de Crecimiento Poblacional.

En todas las provincias del Ecuador se ha producido un incremento de sus habitantes esto se debe a diversos factores tales como la migración, la emigración de personas a distintas partes del país, remontándose a una parte histórica del Ecuador se toma como fundamento que en el transcurso de los últimos doscientos años la mayoría de la población se concentrada en la región sierra. Hoy en día la población está dividida casi

equitativamente entre sierra y costa, mientras que la región oriente o amazónica se ha reducido siendo la búsqueda de empleo la principal fuente de traslado de los habitantes.

Cuadro N°: 15 Variable Demográfica Distribución Poblacional.

		VARIABLE DEMOGRÁFICA				
		Información Poblacional				
Distribución Poblacional del Ecuador						
Años	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Total País	11.909.915	12.408.270	13.105.485	13.805.095	14.005.449	14.306.876
R. Sierra	5.933.680	6.021.236	6.111.542	6.202.753	6.294.076	6.384.594
Pichincha	2.008.856	2.246.426	2.283.272	2.320.764	2.408.629	2.570.201

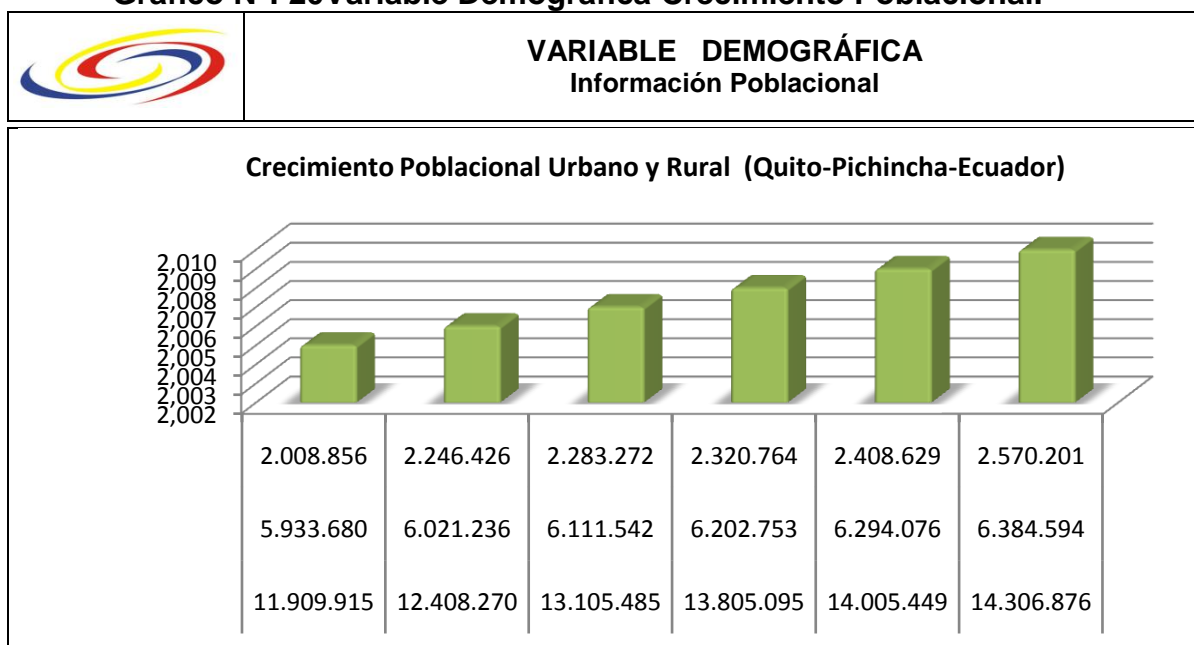
Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 20 Variable Demográfica Crecimiento Poblacional.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

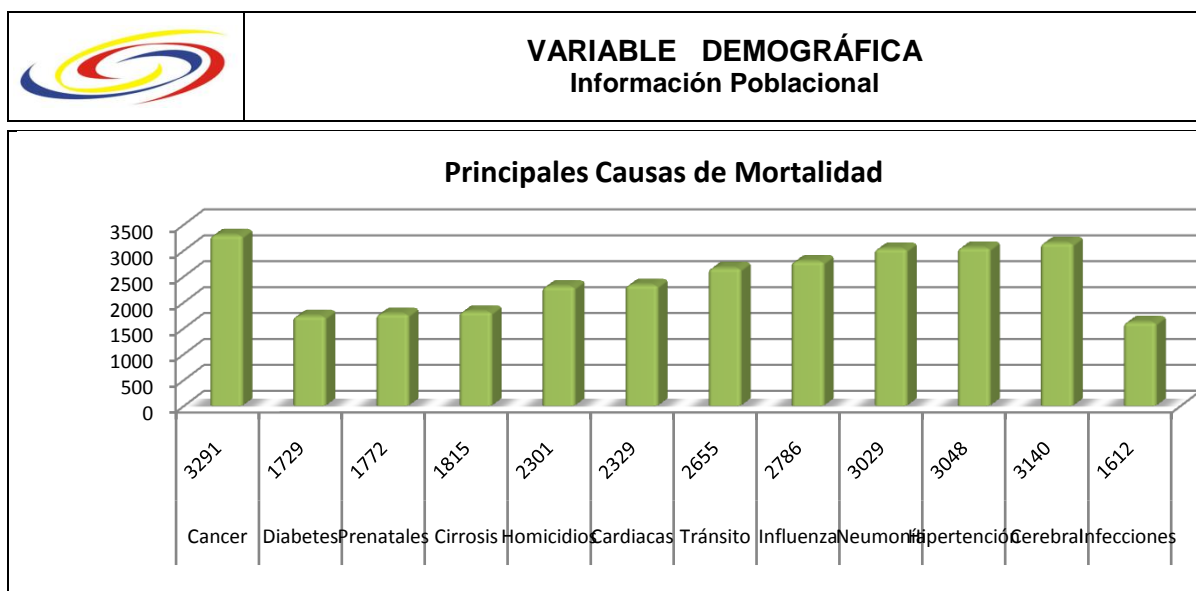
En lo que respecta desde el año 1999 y los diversos cambios negativos que se han suscitado hasta la actualidad mediante la inestabilidad política y el dinamismo económico del país motivó a que una décima parte de la

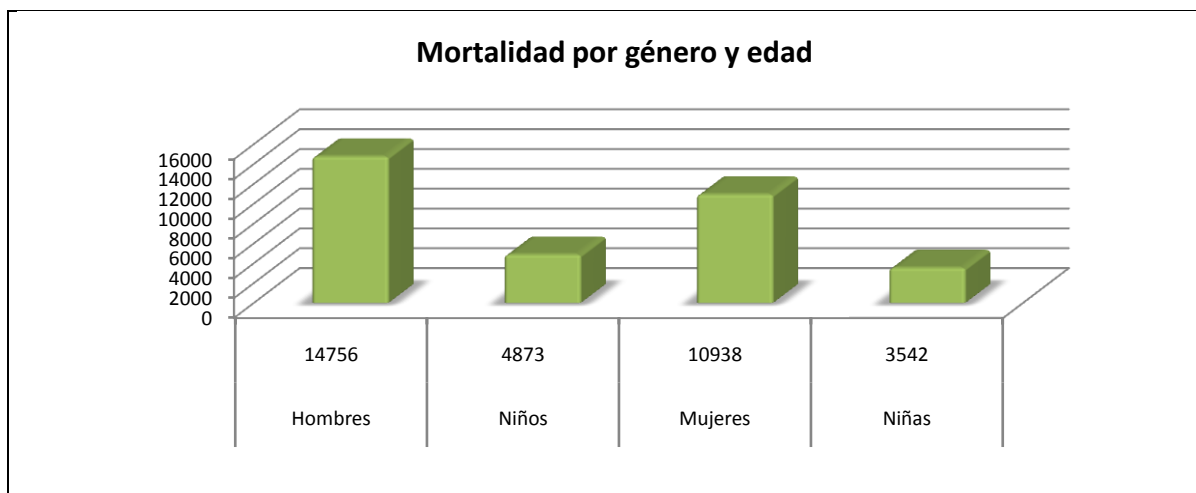
población (3'002.276) optara por la migración, principalmente hacia España en primer lugar, seguido de Italia, Canadá, Estados Unidos y demás países pero en menor proporción ubicados en el continente asiático, australiano y africano.

c. Promedio Estimado de Vida.

En el país, la mortalidad y el promedio de vida fluctúa entre los dos géneros masculino y femenino presentando de esta forma los siguientes datos para las mujeres, tienen un promedio de vida de 72.5 años mientras que los hombres están en 67.3 años. Pero según estudios realizados por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) determinó que entre el quinquenio 2005 – 2010 es de 70.7 años para ambos géneros fluctuando alrededor de esa misma cifra. La mortalidad infantil tanto en el área urbana como rural ha descendido en los últimos 20 años, esto se debe a los proyectos en marcha y fundaciones encargadas de la protección de los menores de edad.

Gráfico N°:21 Variable Demográfica Promedio Estimado de Vida.





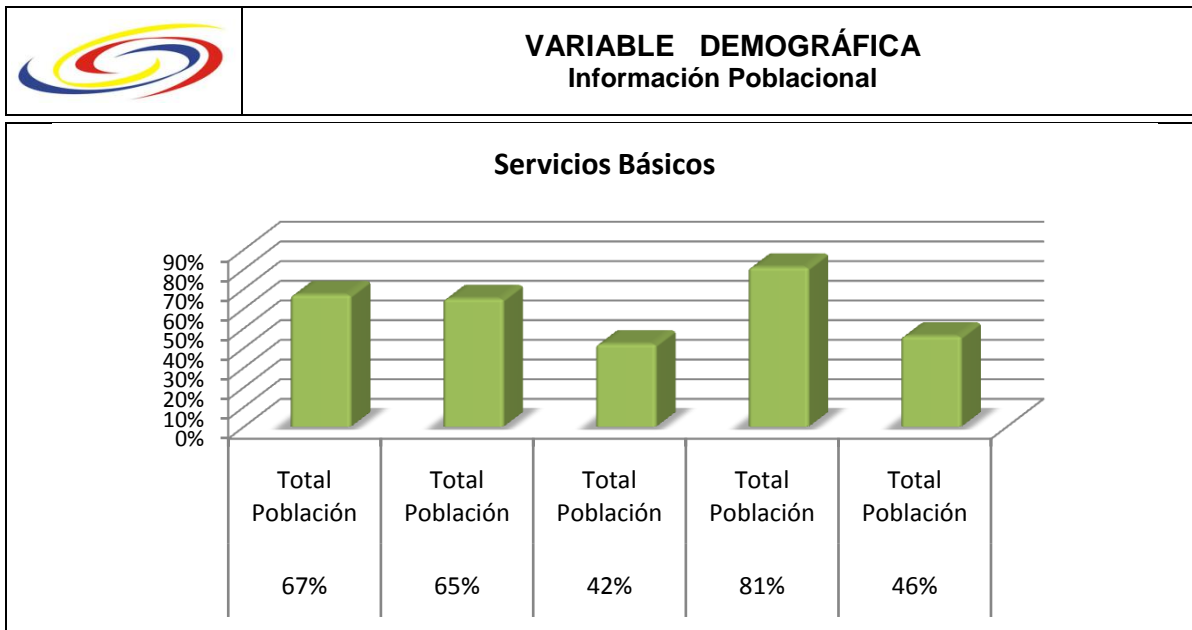
Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede manifestar en los gráficos anteriores las tasas de mortalidad se deben a enfermedades de tipo genético, adquiridas y accidentes mostrando un gran número de fallecimientos al año.

d. Servicios Básicos y otros.

El 70% de la población ecuatoriana casi no tiene acceso a los servicios básicos o solamente goza de algunos esto se debe a diversos factores como por ejemplo las zonas geográficas donde se encuentren habitando, falta de recursos económicos para acceder al servicio, la pobreza, el desinterés de las autoridades y representantes del gobierno y muchos más, es indispensable que la población cuente con todos los servicios básicos para su buen vivir, para lograr esto debe haber una estrecha relación entre el pueblo y el gobierno en donde colaboren mutuamente para alcanzar sus propósitos beneficiándose ambas partes, es así que se muestra de forma más precisa como están distribuidos los servicios.

Gráfico N°:22 Variable Demográfica Servicios Básicos.



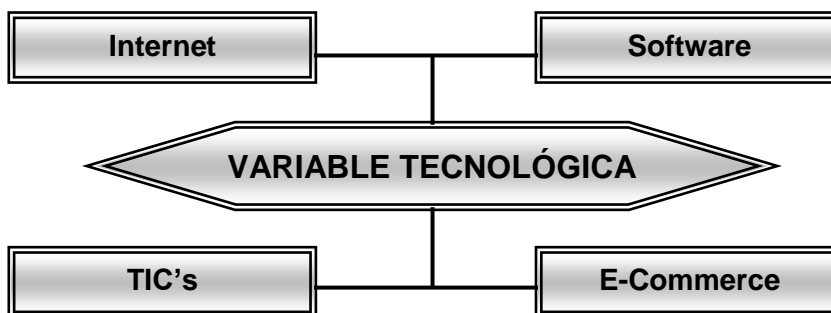
Fuente: www.inec.gov.ec
www.ecuadorencifras.com
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

C). ANÁLISIS VARIABLE TECNOLÓGICA.

La tecnología existente, y que se está incorporando a las empresas del país, demanda mayores niveles de educación de los trabajadores, tanto para el manejo de maquinaria como para el control de los procesos. Este factor es primordial ya que permite varias formas de llegar al consumidor para prestar nuestros servicios, actualmente las tecnologías de la información y la comunicación están en desarrollo vertiginoso, esto está incide prácticamente todos los campos de la sociedad.

Estas tecnologías se presentan cada vez más como una necesidad en el contexto de sociedad donde los rápidos cambios, el aumento de los conocimientos y las demandas de una educación de alto nivel constantemente actualizada se convierten en una exigencia permanente, la tecnología es sin duda de gran importancia, como una herramienta para fortalecer el desarrollo de la educación, la evolución empresarial y las diferentes formas y métodos con los cuales se podría llegar a los clientes.

Gráfico N°: 23 Factores de la Variable Tecnológica.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

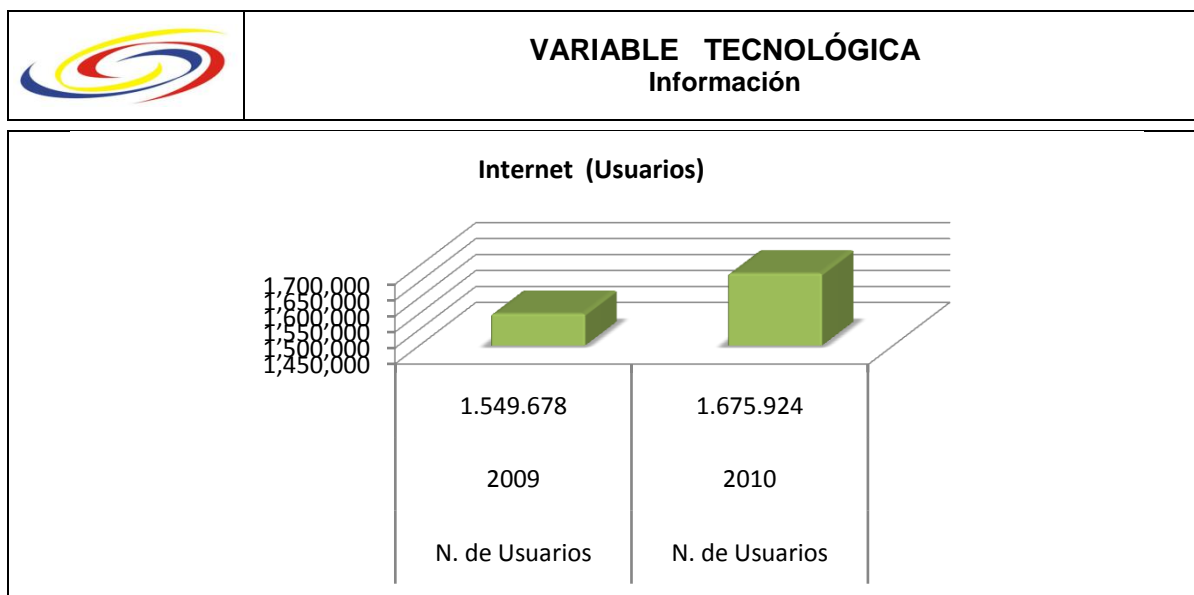
Las tecnologías de la información y comunicación han permitido llevar la globalidad al mundo de la comunicación, facilitando la interconexión entre las personas e instituciones a nivel mundial, y eliminando barreras espaciales y temporales, se habla de revolución porque a través de éstas tecnologías se pueden visitar museos de ciudades de todo el mundo, leer libros, hacer cursos,

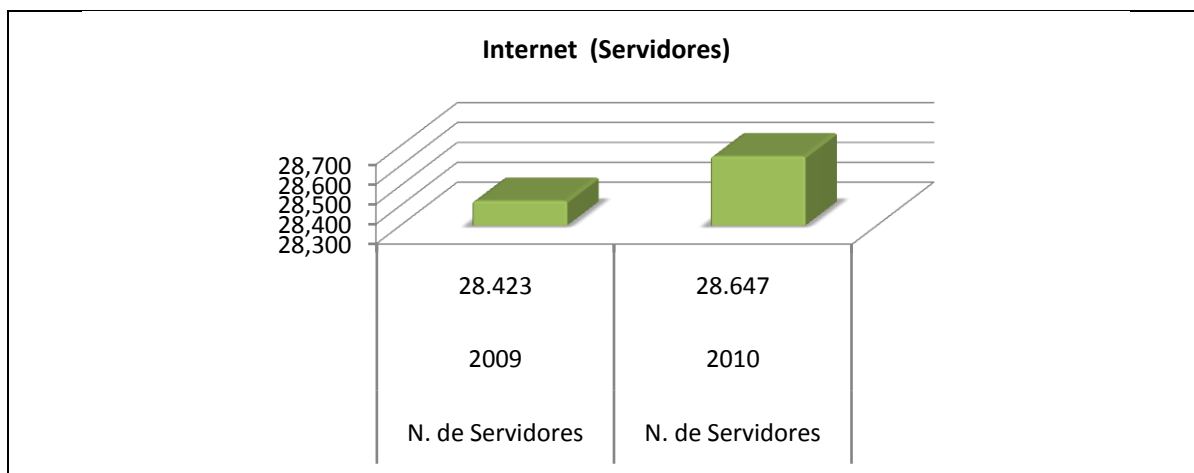
aprender idiomas, visitar países, ponerse en contacto con gente de otras culturas, acceder a textos y documentos sin tener que moverse de su propia casa a través de internet, sin duda esta herramienta motiva a conocer otros países, observándolas en la web. A continuación se analizará los diversos aspectos que involucra la tecnología para con la empresa de la actualidad.

a. Internet (E-mail, Webs, Blog Spot).

El internet la gran red virtual que conecta países del globo terráqueo eliminando fronteras y barreras, es hoy en día una herramienta necesaria y de suma importancia ya que a través de sus componentes como los correos electrónicos, las páginas virtuales y puntos de debates cibernéticos han permitido relacionar el mundo de los negocios con el mundo de las tecnologías estrechando aún más el desarrollo de los países y las empresas, y porque no de las personas.

Gráfico N°: 24 Variable Tecnológica Internet, Servidores y Usuarios.





Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

b. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).

Las TIC's en la hostelería puede lograr despertar el interés de investigar y conocer nuevos lugares o rutas turísticas por medio de la investigación y además posibilitar el acceso a mayor cantidad de información y proporcionando los medios para un mejor conocimiento de puntos turísticos. Cabe recalcar que el uso de las TIC's en la hotelería y el turismo, se está convirtiendo en una realidad que obliga a los sistemas hoteleros y turísticos a tomar posiciones ante la misma.

Estas nuevas tecnologías plantean nuevos paradigmas, revolucionan el mundo del turismo dando así aspectos positivos, ya que esto facilita a la promoción del sector, utilizando una herramienta indispensable actualmente como el internet. Las tecnologías pueden llegar a revolucionar muchos negocios, en términos generales, además permite lograr mayores grados de eficiencia para seleccionar a los mejores proveedores sin importar su localización geográfica y así encontrar una respuesta personalizada a las necesidades de la hostería en el lugar donde estos estén.

c. Negocios Electrónicos.

Conocido también como E-Commerce, esta herramienta tecnológica permite hacer negocios empresariales y corporativos a nivel mundial, eficaz al momento de publicitar, ofertar y vender un producto y/o servicio sin tener que salir del hogar o la oficina, permitiendo romper los límites fronterizos anexando contactos de gran relevancia y propiciando el desarrollo en todos los ámbitos de la empresa así como del país.

d. Utilidad y empleo de Software Libre.

En el desempeño de las empresas tanto hoteleras como turísticas se emplean software que permiten realizar y optimizar el trabajo en cuanto a reservas y datos contables de las mismas, estos software son utilizados en la mayoría de países, logrando así abarcar un gran banco de datos e información que mediante el internet se comunican con cualquier parte del mundo sin importar su ubicación.

El software de mayor relevancia en el Ecuador es Amadeus el mismo que es utilizado en las agencias de viaje para reservar en hoteles, restaurantes, aeropuertos. Además permite conocer información muy importante mediante códigos, tales como clima, demografía, política y demás. Amadeus a nivel global presentan un crecimiento de un 5,5% en las reservas totales hasta alcanzar los 263.9 millones; monto dentro del cual las reservas por internet, de todos los proveedores, crecieron un 22,7% y actualmente representan el 13,9% del total.

Amadeus, es líder mundial en soluciones tecnológicas y de distribución para el sector de los viajes y el turismo, anunció que Aerogal entró oficialmente al sistema GDS, por el cual agencias de todo el mundo pueden acceder y reservar los vuelos de la aerolínea ecuatoriana en tiempo real. La inclusión

de Aerogal al sistema de Amadeus contribuirá para mostrar a Ecuador como destino turístico, al contar con las herramientas necesarias para realizar reservas aéreas desde cualquier lugar del planeta, y promover así el crecimiento del turismo en el país.

Además de apoyar para que se conozca mejor al Ecuador en el extranjero, también ofrecen las herramientas para que puedan llegar a nuestro país a través de sus flotas y servicios. Aerogal es la primera empresa ecuatoriana de aviación en contar con este servicio electrónico en tiempo real, lo que constituye otra muestra del crecimiento que se ha tenido en los últimos años; actualmente la aerolínea cuenta con la flota más grande de aviones. Otro software empleado en los hoteles es Fidelio es mismo que optimiza los procesos en un hotel haciendo más eficiente las operaciones que se realizan en los mismos.

La Superintendencia de Compañías, exige a las empresas la declaración de propiedad intelectual de sus software, que para Ecuador fue hasta el 31 de marzo anterior; esto ayudará a largo plazo la reducción de la piratería informática en el país, sin embargo a partir del mes de agosto aproximadamente se iniciara una auditoria tecnológica para conocer qué empresas cuentan con software legal y cuáles no, el proceso que utilizará es sencillo; esto, más aún si las empresas especializadas en programas informáticos o software, mantienen bases de datos de las compras de sus software.

e. Software Hotel Vid-Wave Manager (Software Hoteles).

Para el manejo en cuanto al sistema tecnológico de la hostería muy aparte de emplear el Internet y sus diferentes herramientas, se empleará un programa de utilidad gratuita (Software Free), el mismo que va dirigido a

f. Software CDA Restaurant Manager (Software Restaurantes).

Esta herramienta se deriva del software “Hotel Vid-Wave Manager”, y permite registrar el consumo en cuanto a la gastronomía del cliente y/o consumidor para su cuenta final, es sencillo de manejar y sobretodo permite llevar la contabilidad de forma sistemática.

Gráfico N°: 26 Variable Tecnológica Software Restaurant.

Room	Type	mié 29/06/2011	jue 30/06/2011	vie 01/07/2011	sab 02/07/2011	dom 03/07/2011	lun 04/07/2011	mar 06/07/2011	mié 06/07/2011	jue 07/07/2011	vie 08/07/2011	sab 09/07/2011
1241	[Single]											

miércoles, 29 de junio de 2011

Fuente:TristanCollings

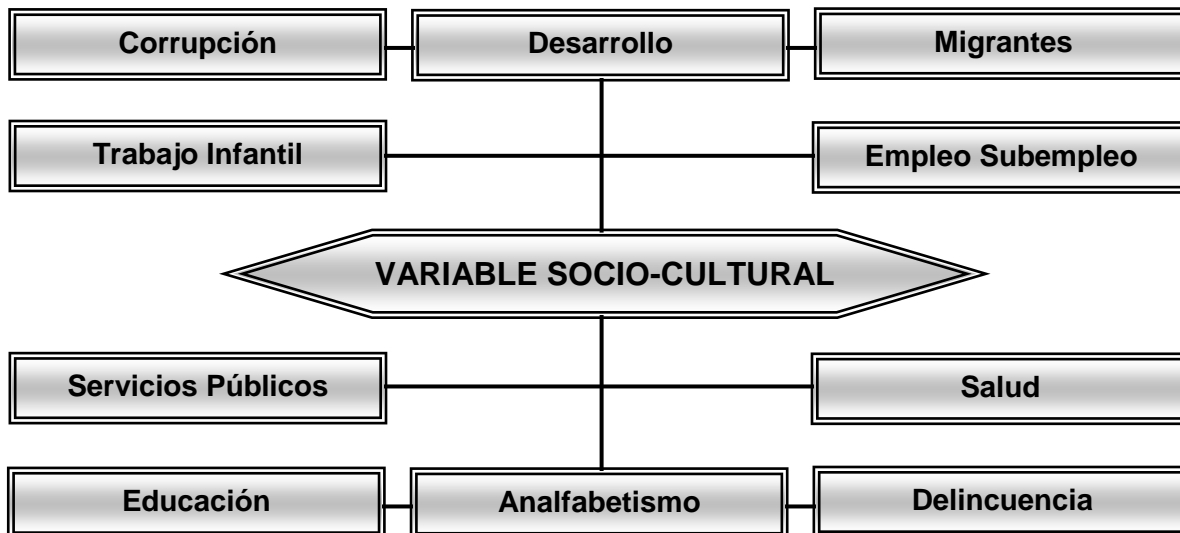
Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

D). ANÁLISIS VARIABLE SOCIO-CULTURAL.

Para el desarrollo del aspecto socio cultural hay que analizar distintos estratos de la sociedad, su nivel cultural y su desenvolvimiento en el entorno, como los mismos inciden de manera favorable o viceversa al desarrollo del país, para ello se presenta el siguiente gráfico que contiene los sectores sujetos a análisis.

Gráfico N°: 27 Factores de la Variable Socio-Cultural.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

a. Corrupción en Sectores Importantes del País.

Ecuador lamentablemente se encuentra en el puesto número 25 de los países más corruptos a nivel mundial, esto se debe a la inestabilidad y la deficiencia por parte de autoridades superiores y gubernamentales corruptas, ya que no existe credibilidad debido a los diversos problemas que se han suscitado desde hace muchos años atrás y que como consecuencia de los mismos ha generado incertidumbre en los ecuatorianos, crímenes impunes, golpes de estado, puestos comprados, financiamiento político de dudosa procedencia, enriquecimiento ilícito, prensa manipuladora, jueces inescrupulosos, policía inestable son algunas de las causas para calificar al país en donde predomina la corrupción en la

mayoría de sus sectores, sin embargo cabe destacar que existen personas quienes sacan la cara por el Ecuador demostrando que día a día se trata de ser mejor un ejemplo de ello son los migrantes.

b. Nivel de Desarrollo y Competitividad del País.

El desarrollo en todos los ámbitos y sectores del país ha generado gran competitividad no solo a nivel interno del país sino también a nivel internacional, esto se debe a que muchos ecuatorianos han emprendido sus propios negocios, micro y medianas empresas generando recursos y aportando a la economía del país, al igual que el gobierno se ha manifestado a través de diversos programas de ayuda para el emprendimiento de proyectos ya sean agropecuarios, marítimos, empresariales, turísticos fomentando así el desarrollo micro empresarial.

La evolución de todos los sectores, por otro lado, todo este desarrollo se ve opacado ya que no es suficiente para abastecer toda la demanda existente en el país, aún hay brechas que deben ser solucionadas como por ejemplo el desempleo uno de los mayores problemas que afecta no solamente al país sino a nivel mundial. Es importante recalcar que al competir no solo internamente se mejora la calidad ya sea en producto y/o servicio contribuyendo a mejorar continua y permanentemente.

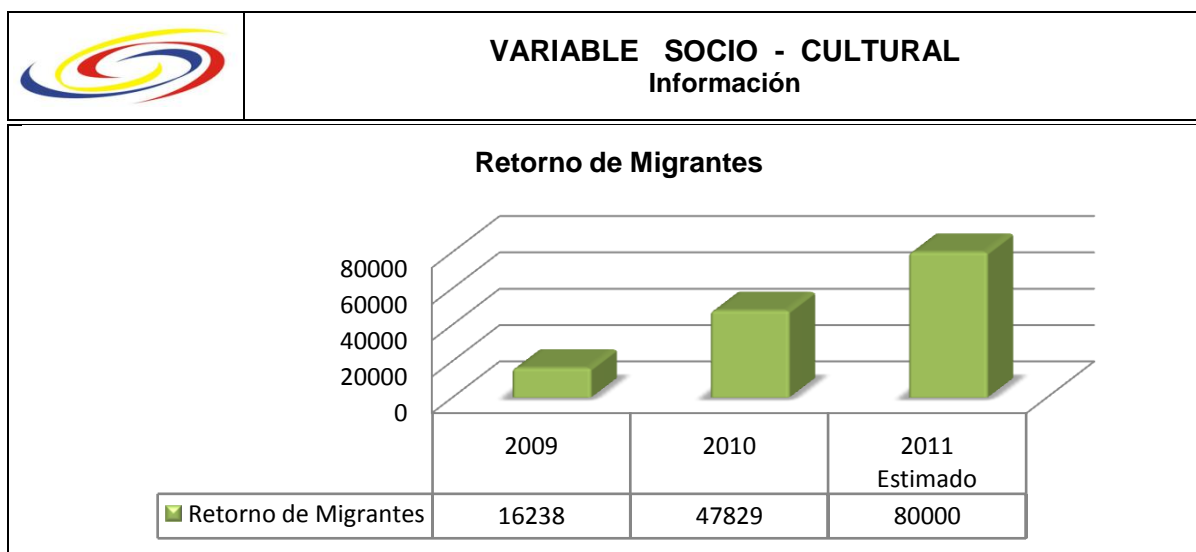
c. Retorno de Migrantes.

En el año 2.008 salieron del país 786.952 ecuatorianos que al comparar con los 304.869 que salieron en el año 2.009 y 2.010 se evidencia un decremento considerable debido a la crisis y a las diversas situaciones que viven actualmente los migrantes, la falta de empleo y la cacería exhaustiva por parte de gobiernos extranjeros ha dificultado aún más la migración. La

población se mueve siguiendo al capital, es decir a aquellas zonas más desarrolladas ya sea a nivel regional, nacional o internacional.

Si bien la migración es un fenómeno que abarca ya a todas las regiones del país, la gran mayoría son de las regiones del: Austro (abarca las provincias de Azuay, Cañar y Loja), donde seis de cada diez habitantes tienen familiares viviendo en el exterior, principalmente el destino de los mismos es España, Estados Unidos e Italia. El país enfrenta procesos migratorios muy fuertes tanto internos como externos.

Gráfico N°: 28 Variable Socio-Cultural Retorno de Migrantes.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

En los meses finales del 2010 y los meses iniciales del 2011 retornaron al país aproximadamente 67.987 migrantes las principales causas fue la falta de empleo, deportación y retorno voluntario. Sin duda en los últimos diez años ha mejorado el nivel económico de las familias de migrantes, no obstante se han presentado otros problemas principalmente en los niños, adolescentes y jóvenes que han quedado solos o a cargo de algún familiar

por la migración de sus padres afectándolos psicológicamente e estabilizándolos emocionalmente.

A pesar de que no existen estudios detallados sobre las causas que motivan la salida de la población de sus lugares habituales y considerando que la principal razón es el factor económico, debido a que los ecuatorianos buscan mejorar su calidad de vida; el migrante no solo termina siendo una fuente de ingreso para “intermediarios” o “coyoteros” de una cadena económica ilegal, sino que se convierten en los sostenedores de una economía en crisis y en el caso del Ecuador ayudan a sostener el proceso de dolarización.

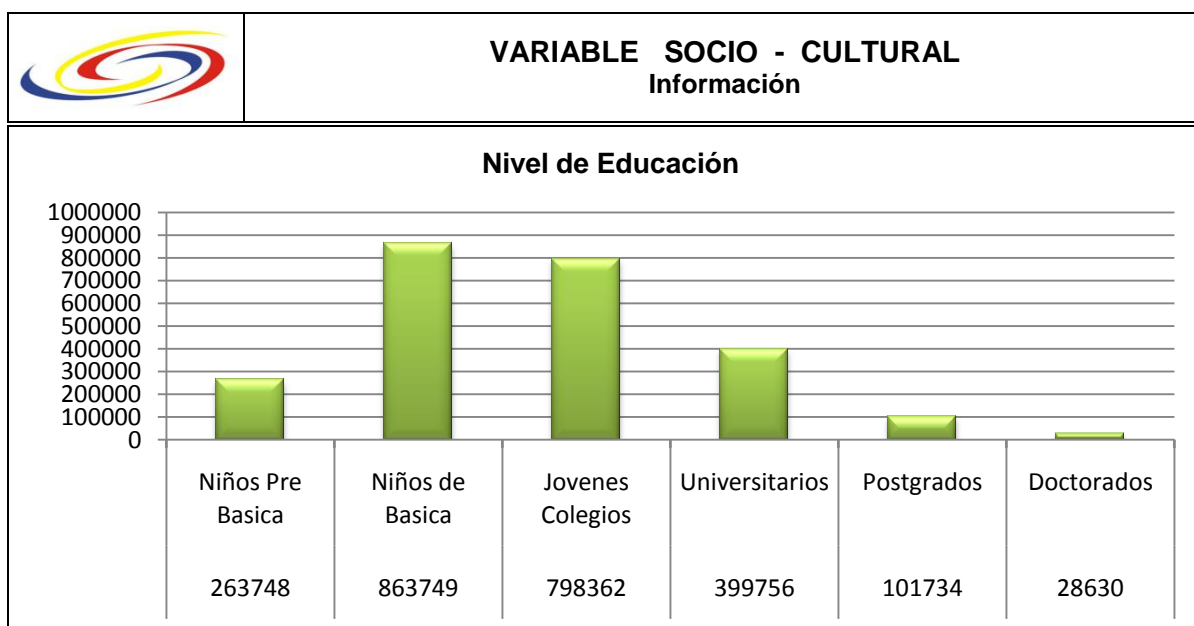
d. Nivel de Educación

Los niveles de educación regular cubren al 40% de niños en edad pre-escolar (primer año de la educación general básica), 95% de niños en edad escolar (la primaria tradicional), 65% de niños en edad de ciclo básico (tres últimos años de la educación general básica) y a 40% de los jóvenes en edad del bachillerato, con todas sus especializaciones (antes ciclo diversificado).

De todos los graduados bachilleres el 6% ingresa directamente a la universidad, de los cuales se gradúa aproximadamente el 1,8%; existe un importantísimo grupo de niños sin opción a recibir estimulación en los primeros años de su vida escolar, el 35% de niños no continúan sus estudios en los tres últimos años de la educación general básica y el 60% de jóvenes no cursan el bachillerato, sobre el cual tradicionalmente ha pesado la responsabilidad de preparar para la universidad, a la que no ingresan la mayoría de los bachilleres.

La tasa de escolaridad nacional es de 6 años. Es de suponerse entonces que no solamente el 35% de niños no continúa el ciclo básico sino que, tradicionalmente un margen significativo no logra concluir la escuela primaria, esto se debe a un sin número de causas entre ellas la pobreza, falta de recursos, padres a temprana edad, trabajo infantil, ingreso al mundo delictivo, problemas psicológicos lo que ha provocado una disertación en el ámbito de la educación.

Gráfico N°: 29 Variable Socio-Cultural Nivel de Educación.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

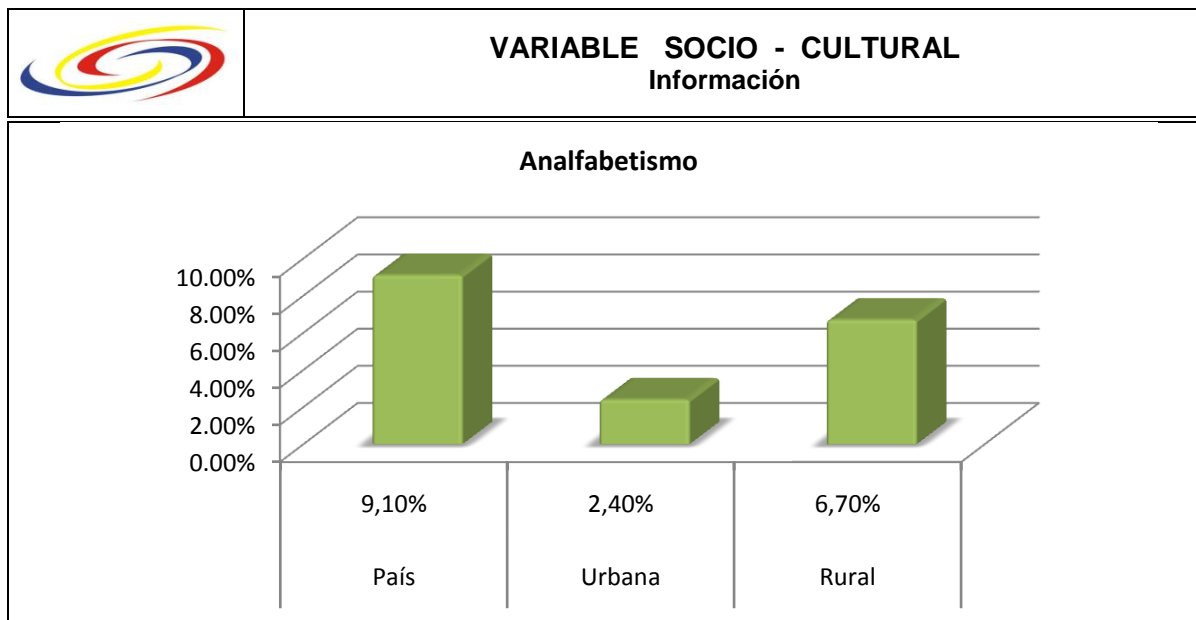
Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

e. Tasas de Analfabetismo.

La tasa de analfabetismo más alta se registra entre los mayores de 45 años de edad y la más baja en la población menor de 20 años. El promedio nacional de analfabetismo está en el 9.1%. Las provincias con tasas de población analfabeta más alta corresponden a aquellas con mayor concentración de población indígena, es decir Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Azuay, Cañar.

Gráfico N°: 30 Variable Socio-Cultural Tasas de Analfabetismo.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

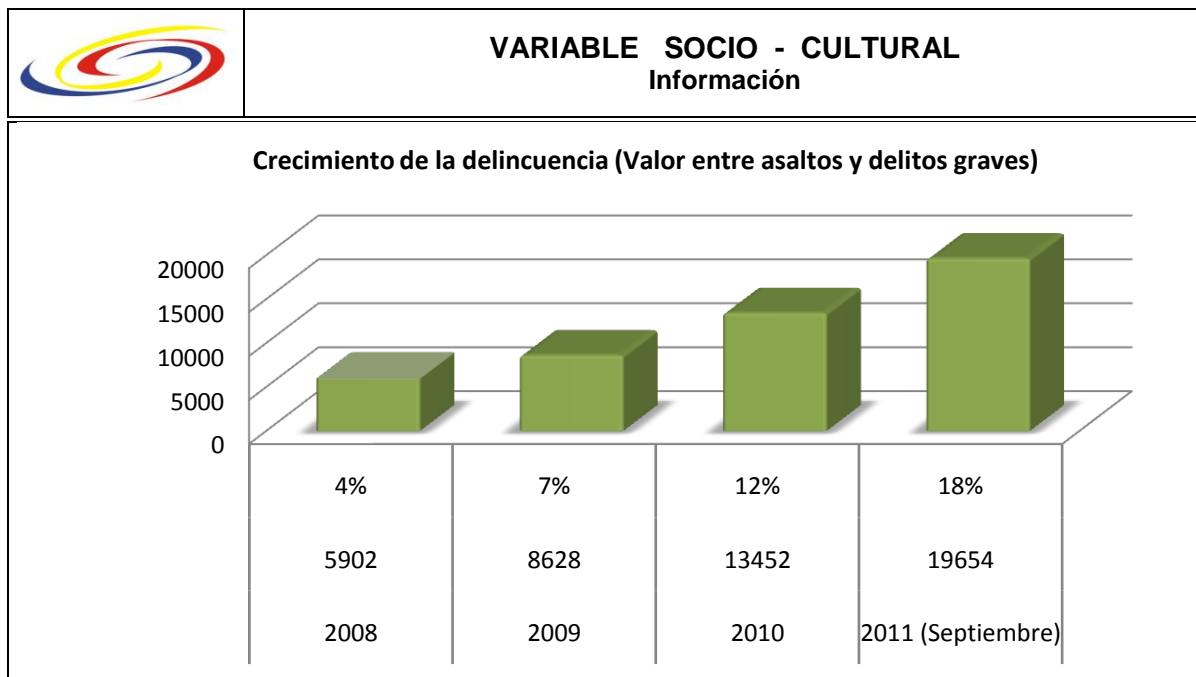
Investigación del Autor: Javier Revelo

f. Crecimiento de la Delincuencia.

La delincuencia es un factor negativo dentro del sector turístico, en lugares potencialmente caracterizados como sitios turísticos se ven rezagados debido a la inseguridad dando así una pésima imagen a los turistas. Uno de los factores más determinantes en el país es el desempleo y el arribo de ciudadanos extranjeros que llegan a delinquir formando bandas o grupos delictivos y atentando contra la seguridad de los ecuatorianos así como de los turistas.

Para contrarrestar esta problemática social el gobierno ha impulsado campañas de seguridad trabajando conjuntamente con la policía y las fuerzas armadas mediante operativos estratégicos e investigaciones exhaustivas con el fin de erradicar el problema.

Gráfico N°: 31 Variable Socio-Cultural Crecimiento de la Delincuencia.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

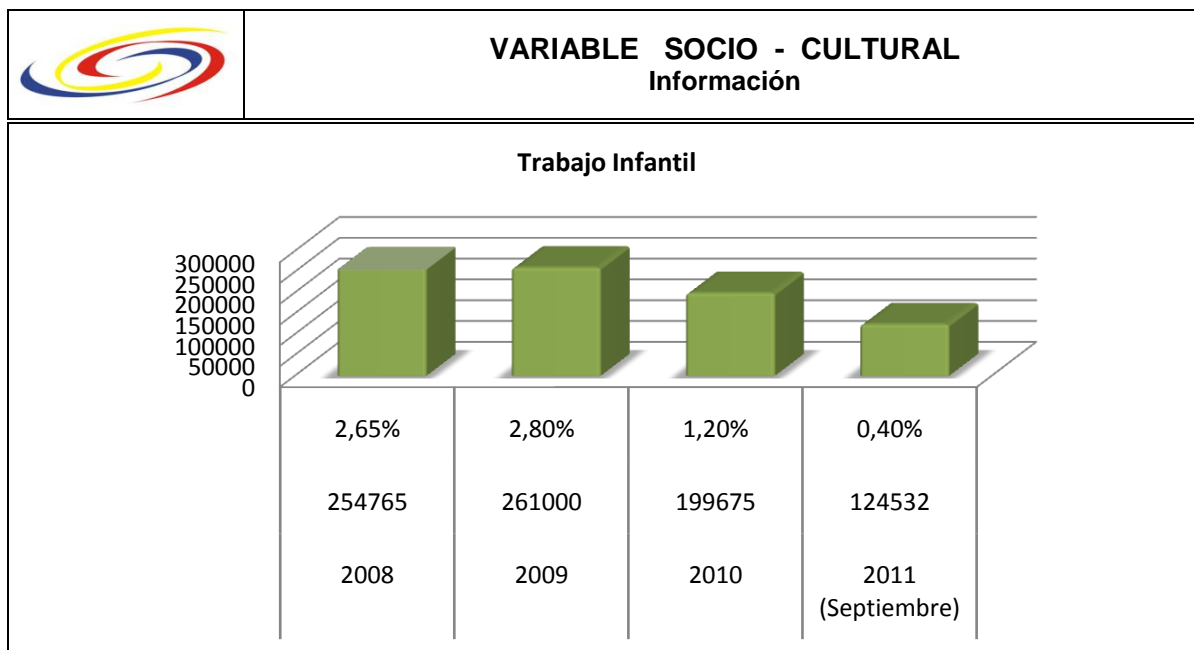
g. Explotación y Trabajo Infantil.

En cuanto al trabajo y explotación infantil de la población ecuatoriana se ha visto un decremento en las cifras porcentuales que registraron para el 2.010 un 1,2% de la población menor a 18 años comparado para el año 2.011 en 0,4%, esto es el resultado del trabajo en conjunto por parte del estado a través del INFA, Ministerio de la Niñez y Adolescencia y la DINAPEN quienes han ido erradicando esta problemática poco a poco haciendo que los niños vayan a estudiar y no a trabajar.

En algunos casos se ha capacitado y ayudado psicológicamente a los niños y a sus padres haciéndoles entender el peligro y los riesgos que corren al exponerse de esa manera, esto ha sido un cambio positivo que beneficia al país, por otro lado existen los malos elementos, gente inescrupulosa que

desea enriquecerse a través de los niños explotándolos y maltratándolos, para estos casos en particular la policía realiza investigaciones para dar con estas mafias organizadas y desintegrarlas totalmente.

Gráfico N°:32 Variable Socio-Cultural Explotación y Trabajo Infantil.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

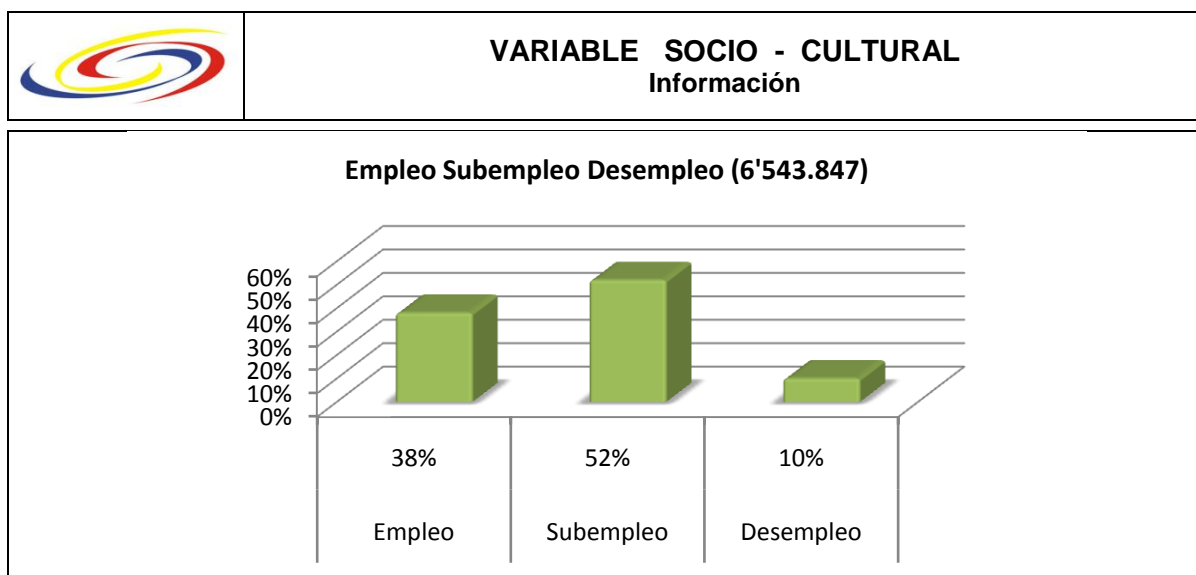
Investigación del Autor: Javier Revelo

h. Empleo, Subempleo y Desempleo.

En cuanto al subempleo y desempleo se determinó que no hay suficiente inversión en la zona industrial para que se pueda generar fuentes de empleo, es decir, que actualmente existe más demanda que oferta y para las personas que habitan en diversos lugares del país, esto se debe a la inestabilidad del gobierno mediante sus mandatos que de una forma u otra perjudican a los empresarios específicamente inversionistas extranjeros quienes se ven en la obligación de despedir personal para poder mantener su empresa en funcionamiento o a su vez cerrar la empresa e instalarse en cualquier otro país de Latinoamérica.

Uno de los sectores más golpeados por la crisis y las medidas de ajuste aplicadas por el modelo socialista del presidente Rafael Correa, es el empleo, mientras que la tasa de desempleo es del 10% y la del subempleo bordea un 52% a nivel nacional la tasa de ocupación es de 38%% esto para el año 2.010, mientras tanto la situación para el 2.011 es incierto, por un lado el gobierno habla de estabilidad y de haber alcanzado índices en el mejoramiento de la economía, financiera, laboral, justicia y los más altos índices en la historia, pero la realidad es totalmente otra porque existe mayor desempleo.

Gráfico N°: 33 Variable Socio-Cultural Empleo, Desempleo Subempleo.



Fuente:www.elcomercio.com.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Ha aumentado considerablemente la delincuencia en Quito y Guayaquil principalmente, prestigiosas empresas han sucumbido ante la crisis y las malas políticas adoptadas en este gobierno, recientemente por la consulta popular de este año en donde los casinos dejaron de operar en el país esto sumaran más subempleo y desempleo.

i. Servicios Públicos.

Con respecto a los servicios públicos se puede decir que por la carencia de los mismos se presentan particularmente en áreas rurales, no poseen agua potable, alcantarillado, alumbrado público, teléfono convencional y demás servicios necesarios para la subsistencia, cabe añadir el pésimo estado de las vías a los centros poblados como parroquias, caseríos, comunidades. De igual manera en los alrededores de las grandes ciudades del país se presenta la carencia de servicios públicos sin que las municipalidades presten atención a estas zonas más que en épocas de elecciones.

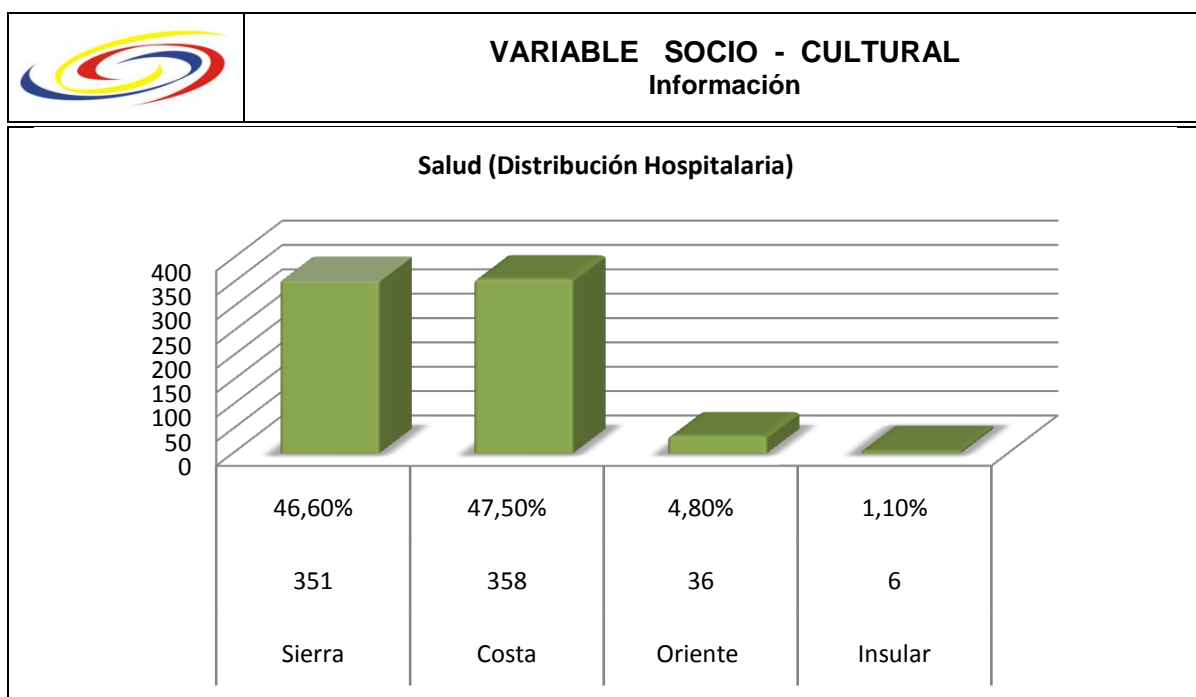
En cuanto al estado de las vías y carreteras del país se puede apreciar que en ciertos tramos del Ecuador se están ampliando, reparando y remodelando, sin embargo existen tramos que son afectados año tras año, tal es el caso de las vías, Calacalí – la Independencia y la vía Alóag – Santo Domingo que por los accidentes geográficos y las intensas lluvias producto de los cambios climáticos han afectado severamente a esta zona, se han ocurrido deslaves y la interrupción del transporte paralizándolo por días e incluso semanas, perjudicando al comercio y la conexión hacia otras ciudades del país.

j. Salud.

Durante el año 2.010 se registraron 753 establecimientos hospitalarios de los cuales se ubican en la región sierra 351 (46.6%); en la costa 358 (47.5%); en la región amazónica 36 (4,8%); y un mínimo número se ubican en la región insular y en zonas no delimitadas con el 1,1%. De los 753 establecimientos hospitalarios que enviaron la información en el año 2.010, se determina que el 73,7% corresponden a clínicas particulares; el 12.5% son hospitales cantonales; el 9,8% son hospitales generales; y, el 4,0% son hospitales especializados.

Sin embargo es importante recalcar que en zonas rurales no cuentan con todos los servicios para la atención a personas enfermas principalmente en la región costa y oriente, las respectivas municipalidades y el gobierno no han ayudado a estos centros médicos y han quedado en el olvido, es necesario contar con los recursos necesarios para la atención a los pobladores rurales. De acuerdo a la clase de establecimiento la mayor parte son clínicas privadas de especialidad, pues del total de establecimientos 454 corresponde a esta clase.

Gráfico N°:34 Variable Socio-Cultural Salud.



Fuente: www.elcomercio.com.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

E). ANÁLISIS VARIABLE POLÍTICA - LEGAL.

En la actualidad se han creado varias leyes para poder dar la suficiente protección a los recursos, que es un bien para los destinos turísticos entre varias de éstas están la ley de prevención y control de la contaminación ambiental y la ley de gestión ambiental, sin embargo se han aprobado una serie de disposiciones relacionadas con la preservación y en contra de la contaminación por hidrocarburos ya estos sean sobre mar o tierra.

El gobierno ha creado nuevas reformas, ha establecido nuevas leyes, las cuales favorecen en su plenitud al sector turístico, pero hay que recalcar que aunque éstas hayan sido creadas y existan para un buen fin algo muy diferente ocurre, que las mismas no se están haciendo cumplir, leyes como ambiental, turísticas, tributarias, ordenanzas, entre otros. Varias de estas leyes crean un gran beneficio como la ley orgánica del ambiente, en cuyo artículo recalca el aprovechamiento racional de los suelos, aguas, flora, fauna, fuentes energéticas y demás recursos naturales, continentales y marinos, en función de los valores del ambiente.

Gráfico N°: 35 Factores de la Variable Político-Legal.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

a. Nueva Constitución y Reformas.

La nueva constitución redactada en el año 2.008 hasta la actualidad se ha visto envuelta en controversias y en tema de debates, esto ha sido

beneficioso para algunos sectores y perjudicial para otros, es así que mediante la consulta popular realizada en el presente año ha modificado en cuanto a la reclusión de prisión preventiva extendiendo más el periodo de retención, también se prohíben los juegos de azar, además del sacrificio de animales para espectáculos públicos, todo trabajador debe por ley ser afiliado al IESS, todas estas nuevas leyes y reformas aportan a la seguridad integra de la persona.

b. Mandatos de la Asamblea Nacional.

La creación, protección, conservación de parques nacionales, reservas forestales, monumentos naturales, zonas protectoras, reservas de faunas silvestres. Dichas leyes favorecen al sector turístico para aprovechar estos recursos hasta el punto en que éstos puedan regenerarse, se trata de aprovechar y no explotar, como en la ley de turismo que fomenta la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional, también de que la industria hotelera fomente la conservación, es por esto que un aspecto positivo para la creación de la hostería agroturística.

La nueva ley de minería que se está redactando en la asamblea se espera que beneficie tanto al estado como a las empresas mineras y, por ende se definan finalmente reglas claras para comenzar la explotación en este sector, las empresas mineras tienen que esperar a que la ley de minería esté elaborada y completa; por ahora existe un sabor agrí dulce debido a la aprobación del mandato minero, ante el cual las mineras están abiertas al diálogo y a la negociación para beneficio del país en la explotación minera, un total de \$2.100 millones es el monto aproximado de inversión que está paralizado por culpa del mandato minero.

c. Inestabilidad Política por parte de diversos sectores.

A finales del año anterior se protagonizó un evento trágico que se evidenció a nivel internacional, este evento pasó a la historia política del país denominado como el 30'S en donde se trató de derrocar al Presidente de la Republica Rafael Correa mediante un fallido golpe de estado, en donde se lastimó a mucha gente inocente además de causar la muerte de personas ajenas al conflicto, participantes y defensoras de la democracia, es así que el 30 de septiembre la cúpula policial y todos sus integrantes se sublevaron en contra del gobierno.

El motivo principal fueron los intereses políticos y monetarios, aquel día el país estuvo a merced de la delincuencia y el vandalismo, la policía se volcó a las calles a protestar de manera agresiva, definitivamente estos actos constituyen un hecho vergonzoso que hasta el día de hoy arrastra secuelas, es importante encontrar responsables y castigar severamente para que estos hechos no se realicen jamás. La última semana de junio se señaló responsables, encubridores y cómplices del 30'S se los condeno por tratar de atentar contra la democracia del país.

d. Relaciones Internacionales.

En el año 2.010 Estados Unidos se vio en el ojo del huracán debido al espionaje que realizaba a más de 160 países del globo terráqueo, esta información fue denominada Wikileaks, particularmente la relación que mantenían Estados Unidos y Ecuador se vio plasmada de polémica, prácticamente se expulsó a los representantes de ambos países.

En la actualidad se conoce que la información recopilada abarca movimientos cuestionables del gobierno relacionados con organizaciones terroristas; por otro lado la relación entre los países latinoamericanos y

Europeos se ha hecho más sólida y se han logrado acuerdos para exportaciones y convenios para capacitación y preparación técnica educativa, contribuyendo al desarrollo del país en todos los ámbitos.

e. PLANDETUR-2020.

El PLANDETUR 2020 es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo de turismo sostenible en el Ecuador, para mejorar los recursos y beneficiar a los pueblos. Las metas del turismo sostenible como políticas de estado del Ecuador son: diversificar la economía, asegurar igualdad de oportunidades para la mujer y el hombre, conservar el ambiente, mejorar la calidad de vida y empoderar y conservar la diversidad de culturas del Ecuador, en este contexto y bajo el lema de: "Un plan de todos y para todos".

El PLANDETUR-2020 se fue construyendo y consolidando paso a paso, hasta definir el norte que el turismo necesita, para convertirse a mediano plazo en la herramienta más idónea para superar la pobreza en el Ecuador. Más de 1000 personas de las 24 provincias del país, que representaron a cerca de 50 organizaciones y al estado, trabajaron intensamente en más de 40 talleres de discusión, para establecer los lineamientos, en los proyectos a implantar para el desarrollo del turismo.

Bajo estos parámetros, el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la agenda del país porque plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos, para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural, por su calidad de país pluricultural y multiétnico, y su mega biodiversidad, la mayor del mundo por Km² de territorio.

El PLANDETUR 2020 contiene 22 programas y 78 proyectos, es una estrategia viva que puede seguir sumando acciones en base a nuevos pensamientos o cambios que se generen en el país o en el mundo. Este plan podrá ser evaluado y mejorado cada cierto tiempo, para lo cual cuenta con indicadores que medirán su efectividad y ejecución. Es importante señalar que el plan es parte de la planificación nacional del Ecuador, que busca marcar un cambio de época con:

- a) la reforma política legal,
- b) la transformación económica productiva,
- c) la transformación social,
- d) el desarrollo humano,
- e) la integración latinoamericana.

f. Base Legal Empresarial (Hostería)

En cuanto al aspecto legal en la constitución de empresas para hostería se expresa de la siguiente forma: el reglamento hotelero del Ecuador en referencia a hosterías esta dictaminado así:

Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

En todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que mediante un precio preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general y con una capacidad no menor de 6 habitaciones se considerarán hosterías, por otro lado todos los establecimientos de alojamiento deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa, figurarán en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada. Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos que pueda afectar a su clasificación deberá ser notificada previamente para su aprobación a la Dirección Nacional de Turismo o Direcciones Regionales.

Para la autorización de los proyectos de establecimientos de alojamiento hotelero o no-hotelero a construirse con posterioridad a la vigencia del presente reglamento deberá presentarse la siguiente documentación: antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores, el proyecto de inversión y financiamiento y el ante-proyecto arquitectónico. Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes la Dirección Nacional de Turismo o la Dirección Regional correspondiente, procederá a revisarlos y a dar su visto bueno.

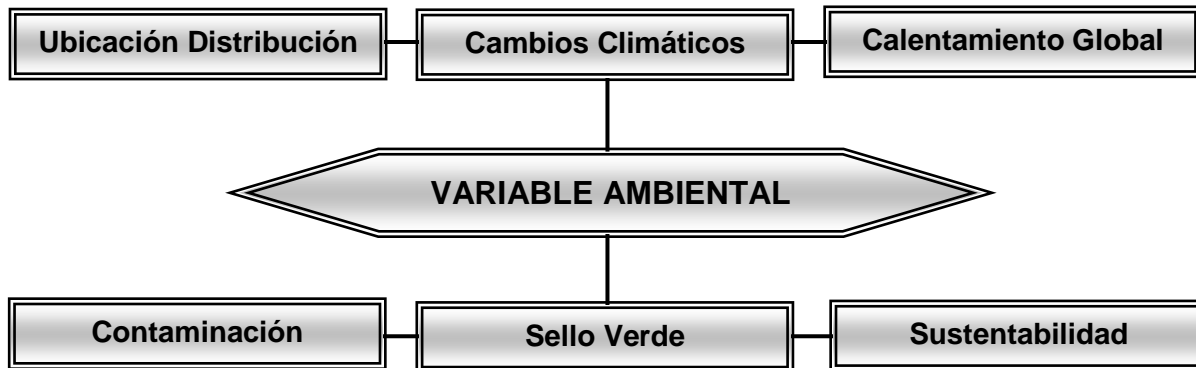
De no cumplirse con este requisito, los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades.

F). ANÁLISIS VARIABLE AMBIENTAL.

En el Ecuador existen una fuerte presión, por parte de organizaciones ecologistas no gubernamentales, para que se tome en cuenta el efecto que un proyecto puede tener en el ambiente y se incorporen en su estructura las medidas necesarias para mitigar sus efectos negativos. Por lo tanto, en todos los casos se requerirán estudios ambientales cuya profundidad dependerá de la magnitud del proyecto y de sus impactos ambientales.

La situación ambiental del Ecuador, no difiere en mayor parte de la situación de toda la humanidad particularmente en los siguientes aspectos: falta de promoción de los atractivos turísticos, la elevada tasa de deforestación y erosión de los suelos, la pérdida de biodiversidad y recursos genéticos, la forma desordenada e irracional en la pérdida de los recursos naturales, la creciente contaminación aire agua y suelo, el deficiente manejo de desechos y el deterioro de las fuentes hidrográficas.

Gráfico N°: 36 Factores de la Variable Ambiental.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

a. Ubicación y Distribución de Recursos.

Ecuador es un país lleno de maravillas al estar atravesado por la línea ecuatorial y estar ubicado en el centro del mundo goza de un ecosistema privilegiado, una fauna y flora única en el mundo y unos paisajes

encantadores; una hora al sur de Quito, la capital del Ecuador, se halla un verde valle fértil con un clima fresco y húmedo que se extiende hacia las montañas, se lo conoce como el valle de Machachi que se encuentra rodeada por dos importantes reservas naturales: la primera el bosque protector Pasochoa el cual es la principal guía de muchos estudios que buscan descifrar la composición de los ecosistemas originales que cubrieron los andes, hoy es una reserva natural y vital para las especies de árboles tales como el polylepis, laurel, pumamaqui o garra de puma, entre otros, que se conocen por su utilidad directa para el hombre.

Por otra parte, en relación con las especies animales, el Pasochoa podría ser considerado como un santuario para especies de aves como los colibríes, el tangaras, el cóndor y el cuchucho, así también otros animales como el oso de anteojos, el lobo de páramo entre otros, que prácticamente están desapareciendo; la segunda área natural importante es el Bosque Protector Toachi-Pilatón, posee especies de árboles tales como la sangre de drago, canelo y flores incluyendo orquídeas, además, el valle es un importante punto de entrada en apreciados destinos turísticos como el Parque Nacional Cotopaxi, la reserva ecológica los Illinizas, el Rumiñahui y otros lugares. Machachi es conocido como el valle fértil o valle ecológico y es considerado por Xavier Bustamante, director de la Fundación Natura, como uno de los últimos valles agrícolas en el país.

b. Cambios Climáticos.

El cambio climático está presente en todo el mundo, afectando de manera directa a la población, de igual manera se ha visto perjudicada el sector agrícola, pesquero, ganadero por decir los más principales; en el Ecuador ha afectado principalmente a la agricultura, produciendo grandes pérdidas económicas y desabasteciendo a un numeroso sector de la población, las

formas de contrarrestar y mitigar estos cambios bruscos en el clima es mediante el uso racional de los recursos naturales, otra medida es reciclando para no emplear más de lo necesario al consumir.

De igual manera otra forma es la reforestación y el cultivo programado de algunas especies de fauna y flora que contribuyen a la estabilidad medio ambiental. Hay que recordar los recursos que hoy nos provee la naturaleza no son renovables y que hay un ciclo el cual no debe ser alterado de ninguna manera, toda la humanidad está enfrentando un proceso de desequilibrio el cual se presenta a través de desastres naturales.

c. Calentamiento Global.

El calentamiento global va estrechamente relacionado con el cambio climático, la diferencia es que es difícil de controlar, quienes contaminan son las grandes empresas de los países industrializados en mayor proporción y en menor los países en vías de desarrollo, la emisión de CO₂ a la atmósfera hace que el mundo se caliente creando un efecto invernadero subiendo la temperatura poco a poco, afectando al ecosistema y alterando el clima drásticamente.

d. Contaminación.

En lo que se refiere al cantón Mejía existe todo tipo de contaminación, pero principalmente las grandes empresas son los actores primarios en este caso, la presencia de ADELCA (Acerías del Ecuador C.A.), que se ha instalado en la zona desde 1963, parece suponer una amenaza latente para el valle en una forma preocupante, hoy en día, el impacto de la posible creación de una fundición de chatarra para la producción de barras de hierro angustia diversos sectores de los residentes que viven a través de la

ganadería, la agricultura y el turismo; con la autorización del municipio de Mejía, la empresa ha instalado una enorme montaña de chatarra en un área que cubre 6 hectáreas de (14,83 hectáreas), la colina de chatarra alcanza la altura de 5 a 6 metros aproximadamente, es fácilmente visible desde Alóag, tramo de la carretera panamericana .

Otro problema ambiental en la zona es el tratado de las aguas, principalmente en algunas zonas rurales del cantón, específicamente en las ganaderas, floricultoras y fábricas de lácteos en donde se desecha gran cantidad de agua, la misma que es arrojada a los arroyos y conducen a los ríos del cantón produciendo una contaminación al momento de tener contacto con agua cargada de químicos por los abonos utilizados en las floricultoras y desechos orgánicos tales como heces fecales aún no se implantado un control por parte de las autoridades respectivas.

Sin embargo ya se han presentado problemas de enfermedades en niños principalmente debido a que utilizan el agua de los ríos para consumo humano o a su vez para bañarse. Al poseer estos problemas el cantón se lo figura como un lugar para no visitar, es indispensable resaltar que estos problemas son en lugares específicos del cantón pero que afectan a la imagen de la misma, es importante resaltar que la belleza paisajística del lugar es increíble, se respira un aire puro, se vive la tranquilidad del campo mezclado con la armonía de la naturaleza.

e. Sello Verde.

El sello verde no es más que una calificación otorgada a toda empresa que sea amigable con el medio ambiente, que cumpla con todos los requerimientos para su funcionamiento, esta calificación sin duda será motivo de obtención para garantizar a los clientes que se está preservando

y cuidando la naturaleza. Ante la escasez de espacios que promuevan la educación ambiental masiva, el método educativo de “Sello Verde” es un programa audiovisual que avala procesos sostenibles, mientras pretende sensibilizar a los espectadores para que asuman posturas cotidianas responsables frente a la vida en el planeta. El sello verde es un espacio virtual que utiliza principalmente el internet como canal de comunicación.

f. Sustentabilidad y Responsabilidad Social.

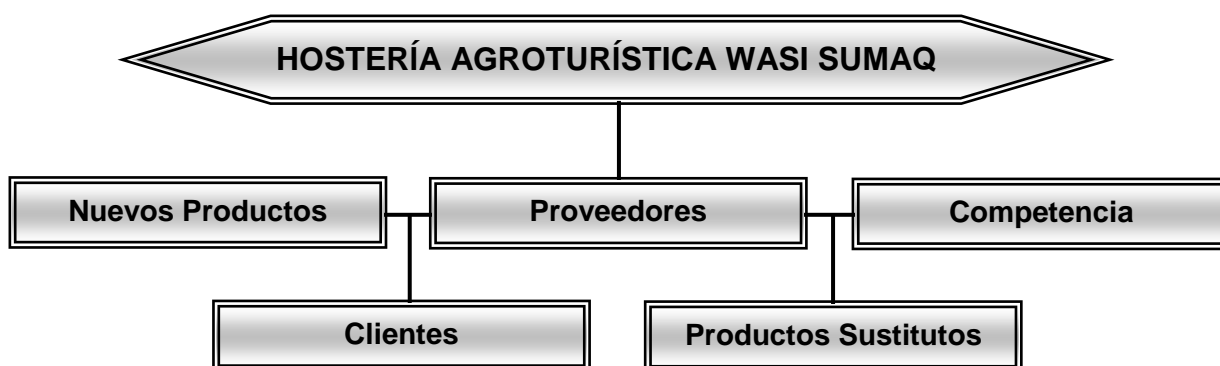
La responsabilidad social está relacionada a la reputación de una empresa, por otro lado la sustentabilidad es un concepto multidimensional y complejo ya que conlleva acciones estratégicas guiadas por consideraciones del negocio; una vez comprendido el contenido de estos términos, se puede concluir que en Ecuador son muy pocas las empresas y organizaciones que aportan al desarrollo social, sin embargo y a través de estos últimos años se ha visto una inclusión en cuanto a diferentes sectores sociales que antes eran marginados.

En la actualidad todas las empresas se enfocan más a ser sustentables, ya que les permite operar por muchos años, haciendo eficiente sus operaciones y de igual forma optimizando recursos, a pesar de que este modo de trabajo ha sido empleado por muchos años, todavía existen empresas que solo se preocupan de incrementar su rentabilidad olvidándose de sus recursos humanos y a su vez de la sociedad, por ende las empresas modernas hoy en día fusionan y establecen su compromiso por la sociedad haciéndolos más participativos en su entorno, sustentándose en una base social como eje principal en sus operaciones.

2.2.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO (PORTER).

El micro-ambiente o micro-entorno está constituido por las influencias más próximas o cercanas a la empresa. Las cinco fuerzas de Porter, es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1.979. Michael Porter desarrolló este método de análisis con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas. Las cinco fuerzas de Porter son las siguientes:

Gráfico N°: 37 Análisis de las Variables del Microentorno.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

A). Nuevos Productos y/o Servicios.

En este punto es importante señalar que la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” tiene ventaja en cuanto a servicios y productos que ofrecerá a sus clientes, se constituye como nuevo producto y mejora la calidad en servicio dentro del cantón Mejía, al no existir ningún lugar que en su infraestructura disponga de los servicios de hospedaje, restauración (alimentación), garaje, recreación (áreas verdes, canchas deportivas, piscina cubierta, juegos infantiles) además de un espacio destinado para relajarse, mezclado con actividades agrícolas propias de la serranía ecuatoriana mostrando la forma de cultivo de los antepasados a través de las terrazas incásicas.

B). Proveedores.

Para que todo establecimiento ya sea este hotelero o restaurante tenga éxito se debe de disponer de materia prima, productos y equipos de calidad los mismos que garanticen desde un inicio la satisfacción del cliente. En lo que respecta a los proveedores, la hostería agroturística tiene la facilidad de contar con muchos de ellos y a su vez se encuentran dentro del cantón Mejía, sumado a esto se cultivará diversos productos en los terrenos destinados para el agroturismo.

Por otro lado quienes serán los encargados de abastecer a la misma con sus productos, serán proveedores cercanos a esta ciudad lo que disminuiría costos por la distancia geográfica, factor que incidirá para establecer los precios del hospedaje y alimentación en la hostería. Hay que tener en cuenta que la elección de proveedores se realizará luego de una selección donde se encuentren los que presenten mejor calidad en los productos ofertados y precios.

Los proveedores de la hostería agroturística serán Termalines y Codehotel para la obtención de vajillas, utensilios para cocina, comedores, dormitorios, baños, entre otros. También Almacenes Créditos Económicos en la obtención de electrodomésticos como equipamiento de las instalaciones de la hostería agroturística, además el mercado mayorista de Machachi en la adquisición de productos alimenticios frescos que no sean provistos en la actividad agraria de la hostería (Frutas, verduras, legumbres) es decir, productos provenientes de la costa, También se contará con Pronaca para la adquisición de carnes rojas y blancas, cumpliendo siempre y a cabalidad con todas las normas de higiene y salud para el consumo humano.

C). La Competencia.

Después de realizar un estudio detallado se pudo constatar que no existe una competencia directa puesto que en el cantón no existen hosterías que se dediquen a ofrecer actividades agroturísticas en terrazas incásicas y otros servicios complementarios, pero se ha considerado de alguna manera como competencia indirecta a los hoteles y hostales los mismos que ofrecen servicios similares pero de menor calidad a comparación de la hostería agroturística, debido a que dichas empresas ya se encuentran posicionadas en el mercado, se debe tener presente que la calidad de los servicios y productos será siempre la mejor estrategia para distinguirse del resto de competidores.

Se determinó que la hacienda Ecoturística San Cayetano, el hotel la Estancia Real y la hostel la Llovizna son la mayor competencia de la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, todas ofrecen alojamiento, restauración y brindan sus servicios y/o productos en un precio de \$28,00, \$20,00 y \$18,00 respectivamente, a la vez su target en el mercado es para turistas nacionales como extranjeros que fluctúa entre los 20 a 60 años indistintamente de su nivel o posición social.

D). Los Clientes y/o Huéspedes.

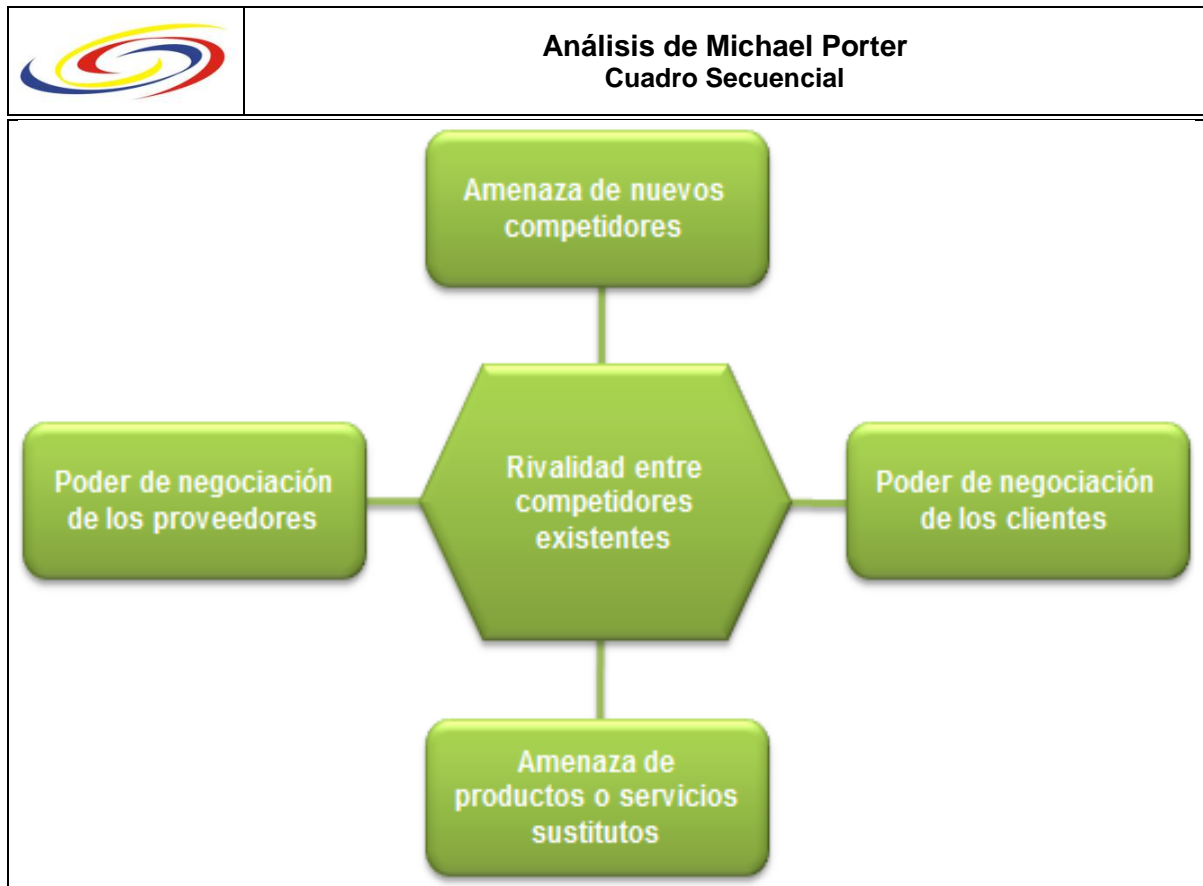
El ingreso de turistas nacionales como extranjeros al cantón Mejía es abismal, existe mayor demanda para sectores de alojamiento y restauración de lo que se puede ofrecer, esta falencia ha hecho que los mismos se dirijan hacia otros cantones, provincias o que sea solo un lugar de paso y nada más; una vez que exista una oferta y demanda equilibrada se podrá desarrollar estrategias y alianzas para beneficiar al turismo, al cantón y en especial a los clientes.

Los servicios que ofrecerá la hostería agroturística “Wasi Sumaq” estarán orientados a turistas nacionales y extranjeros indistintamente, que tengan el deseo de conocer y disfrutar de un entorno natural y atendidos de la mejor forma, a todos quienes quieran tener un contacto directo con la naturaleza y las tradiciones culturales del Ecuador y de los antepasados, rescatando y valorando nuestra propia identidad.

E). Productos y/o Servicios Sustitutos.

Dentro de éste grupo como servicio sustituto podemos mencionar la existencia de hostales, pensiones, hoteles que se encuentran distribuidos en el cantón Mejía, estos establecimientos ofrecen servicios similares de hospedaje, alimentación y recreación, también podemos anotar los complejos turísticos tales como Tesalia la misma está dotada en sus instalaciones de piscina, canchas deportivas; otros productos sustitutos, es el área de recreación el boliche en el parque nacional Cotopaxi, todos los establecimientos mencionados anteriormente poseen sus limitaciones, es decir, algunos ofrecen solo alojamiento, otros solo alimentación, y otros únicamente distracción, son muy pocos los establecimientos que conjugan todos los servicios y productos en uno solo, aun así no constituyen un riesgo ni una potencial competencia al compararse con la creación de este proyecto.


Gráfico N°: 38 Análisis de Michael Porter.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

2.3. F.O.D.A. del cantón Mejía.

Cuadro N°: 16 F.O.D.A. del cantón Mejía.

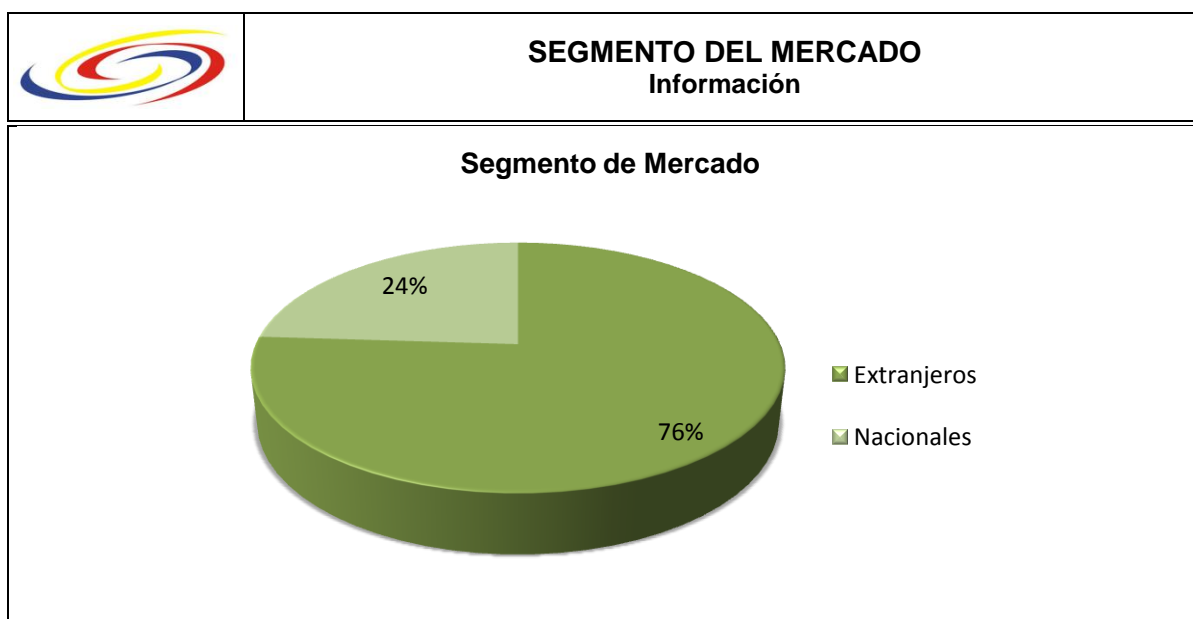
		Análisis de Michael Porter Análisis F.O.D.A.	
Cód.	FORTALEZAS	Cód.	DEBILIDADES
F1	El cantón Mejía cuenta con atractivos culturales, naturales y patrimoniales reconocidos por los diversos organismos gubernamentales (SNAP – INPC – UNESCO).	D1	Los diferentes atractivos del cantón Mejía no han sido promocionados a nivel nacional, sino, únicamente a nivel local, demostrando así su desconocimiento.
F2	La amabilidad y el sentido de hospitalidad de los pobladores del cantón Mejía se han organizado y preparado durante algunos años para contribuir con el cuidado ambiental.	D2	Existen aún sectores en donde no se ha enfatizado en el cuidado ambiental, además de empresas que no han implantado un plan de manejo ambiental.
F3	Basa su actividad económica principalmente en diferentes factores como son la agricultura, floricultura, ganadería, comercio y el turismo.	D3	La mayoría de las actividades que producen ingresos económicos no cuentan con las debidas precauciones para su comercialización.
F4	Existe una amplia promoción de la zona a través de diferentes medios de comunicación, difundiendo la cultura y riqueza de sus tradiciones y manifestaciones propias.	D4	Hay deficiencia en cuanto a la señalización de lugares y sitios de interés turístico, dificultando el acceso a los mismos y el desconocimiento de la zona.
F5	En cuanto a la carretera que comunica al cantón Mejía con el resto del país se encuentra en perfectas condiciones ya que es una autopista de primer orden lo que facilita su acceso.	D5	Las vías hacia algunas zonas turísticas alejadas un poco del núcleo poblacional no se encuentran en buen estado o simplemente son carreteras de tercer orden.
F6	El cantón Mejía cuenta con todos los servicios básicos, perfectamente estructurados y organizados, fomentándose en el cuidado ambiental y la buena presentación.	D6	A pesar de contar con los servicios básicos, estos no cubren el cien por ciento de la capacidad del cantón, haciendo que en zonas determinadas sean descuidadas.
Cód.	OPORTUNIDADES	Cód.	AMENAZAS
O1	Incremento importante en cuanto a la captación y afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros.	A1	Crecimiento de la competencia con mejores precios o con paquetes que incluyan productos periféricos.
O2	El turismo receptor ha ido aumentando cada año en un porcentaje del 6%.	A2	La gran afluencia puede producir contaminación y alterar zonas ambientales.
O3	Diseño de paquetes enmarcados con el plan de tur2020 con la finalidad de ofertar nuevos atractivos turísticos.	A3	El incremento de los precios de productos básicos dificulta la accesibilidad a los mismos.
O4	Explotar a través de los medios indicados los diversos atractivos que posee la zona para darlos a conocer.	A4	Desconocimiento de los planes de la competencia en su incursión a la zona
	Leyes a favor de la protección y conservación del ambiente.	A5	Cambios en la política nacional y regional ambiental

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

2.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

La segmentación del mercado es el proceso de dividir el “mercado” en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes; la segmentación a la que está dirigida la hostería agroturística “Wasi Sumaq” es hacia turistas nacionales como extranjeros, comprendidos en edades de 20 a 75 años, de nivel económico medio alto.

Gráfico N°: 39 Segmentación del Mercado.



Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

2.5. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

Para conocer los gustos, preferencias y necesidades de los posibles clientes que tendrá la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, se procedió a realizar encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que llegan al cantón Mejía.

2.5.1. Formato de la Encuesta.

La encuesta es una herramienta muy importante para la recopilación de información lo que permitirá conocer a cabalidad datos específicos de los

clientes, determinando así, sus necesidades y planteando soluciones que permitan satisfacer las mismas. También véase el **Anexo N° 10:**

Gráfico N°: 40 Formato de la Encuesta.

	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Formato Encuesta
<div style="text-align: center;">  <p>UNIVERSIDAD ISRAEL ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS</p> </div> <p>DATOS DE IDENTIFICACIÓN: Edad: Sexo: F () M () Nacionalidad: Ocupación: Profesional () Estudiante () Otros ()</p> <p>DATOS DE PROFUNDIZACIÓN:</p> <p>1. ¿Cada qué tiempo visita usted el cantón Mejía? ¿Por qué? </p> <p>2. ¿Conoce usted la existencia de hosterías y de sitios recreacionales en el cantón Mejía? Si () No () ¿Indique cuáles?</p> <p>3. ¿Le gustaría que el cantón Mejía tenga una "Hostería Agroturística"? ¿Por qué? Si () No ()</p> <p>4. ¿Conoce usted los diversos atractivos y recursos naturales, culturales e históricos que posee el cantón Mejía? ¿Indique cuáles? Si () No ()</p> <p>5. ¿Cómo quisiera usted que estuviera equipada las instalaciones de una "Hostería Agroturística" en la zona mencionada anteriormente?</p> <p>Piscina Templada () Canchas deportivas () Sauna () Transporte () Espacios Verdes () Salón de Convenciones () Turco () Restaurante () Áreas para Camping () Salón de Eventos () Hidromasaje () Disco/Bar () Jardines Iluminados () Amplio Parquadero () Baños de Cajón () Capilla Rust. ()</p> <p>¿Otros, detalle cuáles?</p> <p>6. ¿Cuándo usted viaja, lo hace en compañía de?: Familiares () Compañeros de Trabajo () Amigos () Independientemente ()</p> <p>¿Otros, detalle cuáles?</p> <p>7. ¿Cuándo usted viaja, lo hace por motivo de?: Visita a familiares () Aventura () Acont. Religioso () Trabajo () Visita a amigos () Descanso () Turismo () Deporte () Compromiso Social () Salud () Negocios () Invest. Científica ()</p>	<div style="text-align: center;">  <p>UNIVERSIDAD ISRAEL ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS</p> </div> <p>DATOS DE DIFUSIÓN:</p> <p>8. ¿Qué servicios le gustaría adicionar a su estadía en la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?</p> <p>Actividades Agrícolas () Recorridos Guiados () Acampar () Actividades Ganaderas () Cabalgatas por senderos () Tv Cable () Actividades Florícolas () Caminatas por senderos () Internet () Pesca Deportiva () Deportes Extremos () Actividad Recreativa ()</p> <p>9. ¿Cómo le gustaría que fuese promocionada la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?</p> <p>Página Web () Vallas Publicitarias () Prensa Escrita () Blog Spot () Televisión () Trípticos () Pancartas () Radio () Hojas Volantes ()</p> <p>¿Otros, detalle cuáles?</p> <p>10. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por el hospedaje diario en la Hostería Agroturística Wasi Sumaq con todos los productos y servicios que ofrece durante su estadía? Elija una opción en base a sus respuestas de las preguntas realizadas. De \$20,00 a \$30,00 () De \$30,00 a \$40,00 () De \$40,00 a \$50,00 () Más de \$50,00; ¿Por qué?</p> <p>11. ¿Alguna sugerencia que desee realizar para la Hostería Agroturística Wasi Sumaq? </p> <p style="text-align: center;">GRACIAS POR SU COLABORACION</p>

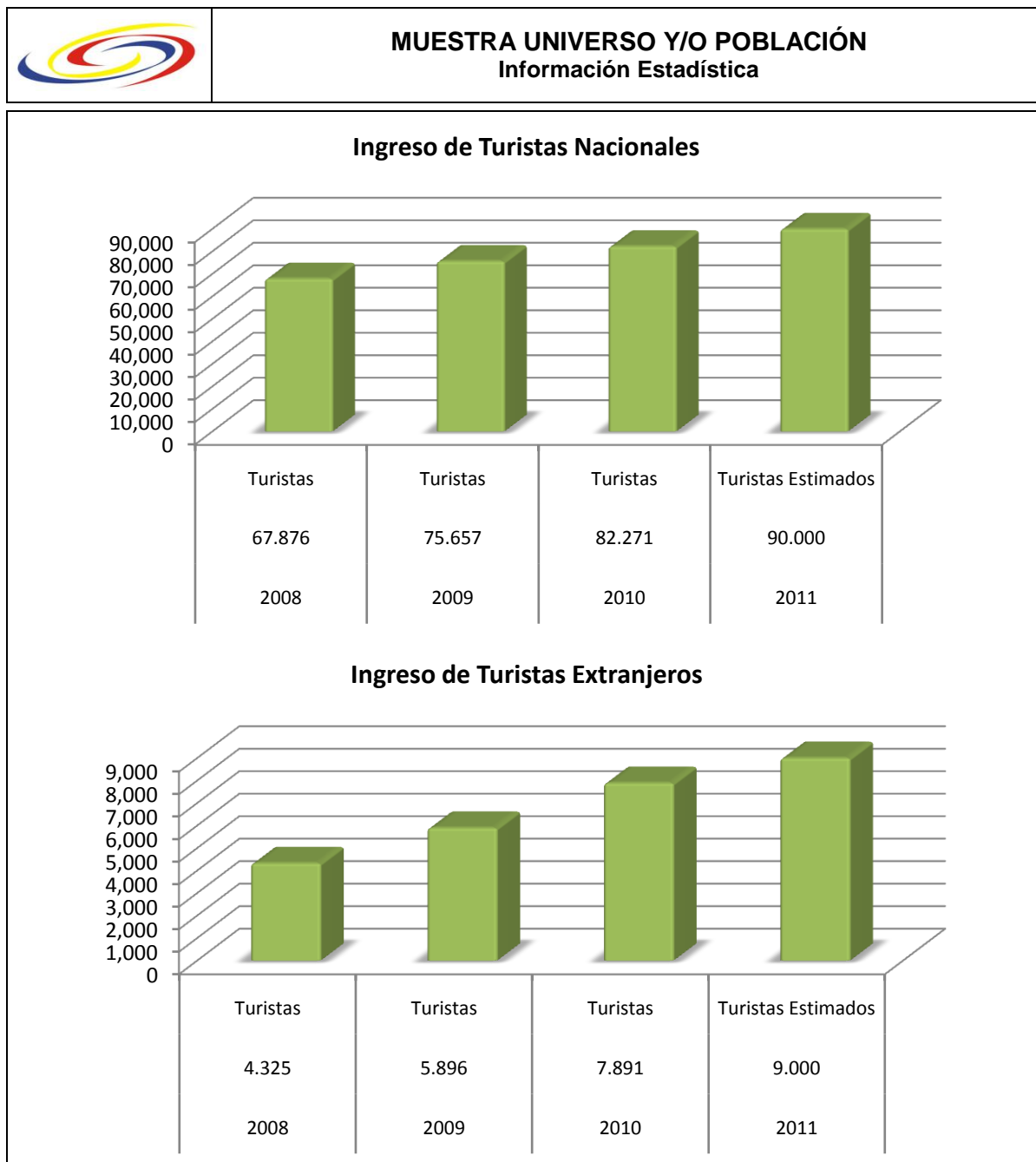
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

2.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA.

El universo de estudio para la obtención del tamaño de la muestra, fue la recepción de turistas nacionales y extranjeros que han visitado el cantón Mejía en el año 2.010, de acuerdo a las estadísticas que se obtuvieron por parte del departamento de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Mejía, el número

devisitantes que ingresaron a la zona en busca de sus diferentes atractivos se presentan a continuación:

Gráfico N°: 41 Ingreso de Turistas Nacionales y Extranjeros al Cantón Mejía.



Fuente: Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

2.6.1. Cálculo de la Fórmula de la Muestra.

Con estos datos se escogió una muestra del universo que es de 90.162 turistas que ingresaron al cantón Mejía en el año 2.010 y se la realizó por medio de la siguiente fórmula:

n: Incógnita numérica

Z: Nivel de confianza (95%) (1.96)

N: Universo o población.

²: Potencia

p: Probabilidad a favor (0.5).

q: Probabilidad en contra (0.5)

e: Error de estimación (0.05)
(Precisión en los resultados)

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

Sustituyendo con la fórmula tenemos:

$$n = \frac{1.96 (0.5*0.5) 90.162}{(90.162-1) (0.05) + 1.96 (0.5*0.5)}$$

$$n = \frac{3.84 (0.25) 90.162}{(90.161) (0.0025) + 3.84 (0.25)}$$

$$n = \frac{86.555}{225.40 + 0.96}$$

$$n = \frac{86.555}{226.36}$$

$$n = 382,37$$

Por lo tanto se realizaron 382 encuestas, con el fin de recopilar información valiosa acerca de la zona de estudio.

2.6.2. Tabulación de la encuesta.

A continuación se presenta la información recopilada a través de las encuestas aplicadas a diferentes personas que visitaron el cantón Mejía con el propósito de conocer sus gustos y necesidades, posteriormente se realizó los respectivos análisis a todas y cada una de las preguntas planteadas en las encuestas.

Datos de identificación:

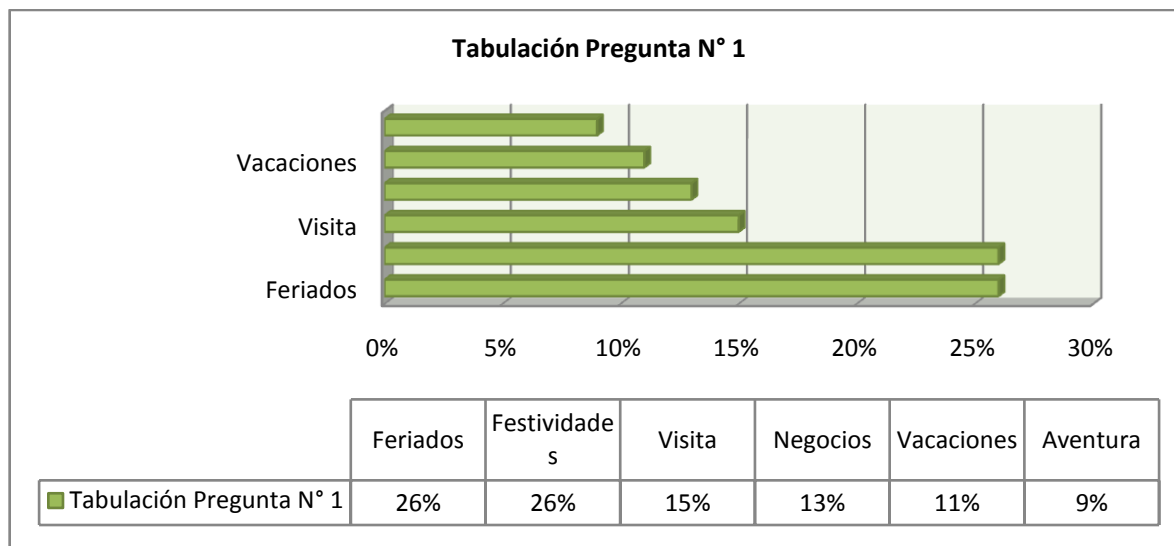
1. ¿En qué mes y por qué motivos usted visita el cantón Mejía?

Cuadro N°: 17 Flujo de Turistas que visitan al cantón Mejía.

Mes	Temporada	% Mensual
Enero	Baja	70%
Febrero	Alta: Carnaval	80%
Marzo	Baja	70%
Abril	Baja	70%
Mayo	Baja	70%
Junio	Alta; Inicio de festividades	80%
Julio	Alta: Fiestas del Cantón Mejía	100%
Agosto	Alta: Eventos por Festividades	90%
Septiembre	Alta	80%
Octubre	Baja	70%
Noviembre	Baja Día de los difuntos	70%
Diciembre	Alta: Festividades de fin de año	80%

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 42 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 01).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 17 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 01).

Tabulación Pregunta N° 1						
99	99	57	51	42	34	382
26%	26%	15%	13%	11%	9%	100%
Ferianos	Festividades	Visita	Negocios	Vacaciones	Aventura	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

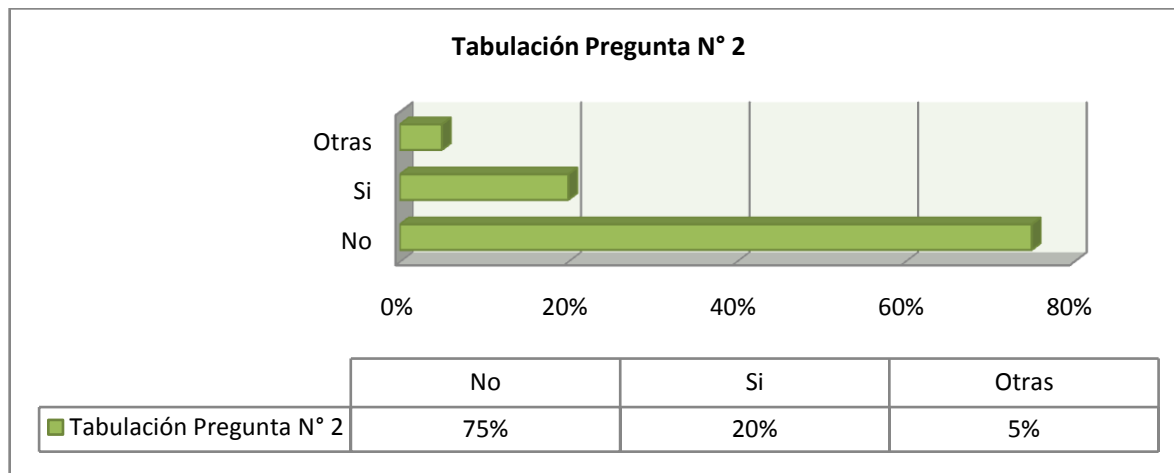
Conclusión:

Según la encuesta realizada, se tuvo conocimiento que en un 26% de los encuestados ingresan al cantón Mejía por temporada de feriado, 26% por festividades, 15% para visitar a familiares, 13% por negocios, 11% por vacaciones, mientras que el 9% lo hace por conocer y vivir aventuras. En general el resultado de esta pregunta nos ayuda a conocer los motivos por los cuales visitan Mejía, dando como muestra un alto porcentaje que en los meses de febrero, junio, julio, agosto, septiembre, octubre y diciembre se genera sin lugar a dudas más llegada de turistas y movimiento interno en la ciudad.

Lo que da una clara pauta de un aparente crecimiento y reactivación de la actividad turística en estas épocas del año, por lo que la hostería agroturística se basaría en la determinación de un calendario de feriados y festividades desde el primer día del año, lo cual ayudaría mucho a la planificación del turismo interno a su vez de dar a conocer a los clientes los diferentes acontecimientos programados que se efectuarán en el transcurso de los meses, permitiéndole organizarse, prepararse y reservar con anticipación sus requerimientos.

2. ¿Conoce usted de la existencia de hosterías o sitios de recreación en el Cantón Mejía?

Gráfico N°: 43 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 02).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 18 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 02).

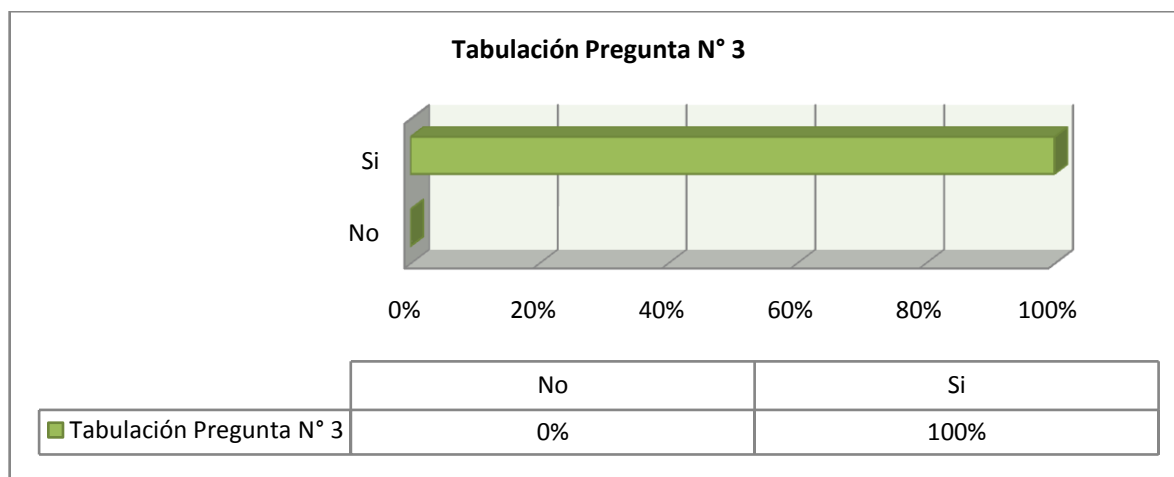
Tabulación Pregunta N° 2			
287	76	19	382
75%	20%	5%	100%
No	Si	Otras	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Se tiene que el 20% de los encuestados dijeron que “SI” conocen sitios de recreación y los mencionaron tal y como se presenta en el cuadro anterior, mientras que un 75% dijeron que “NO” conocen la existencia de hosterías en el cantón Mejía, gracias a la presente pregunta se pudo verificar que efectivamente no existe una hostería en este cantón que sea sumamente conocida y así mismo sirvió para ver el grado de aceptación de éstas personas, relacionado a la creación de la hostería y posterior difusión a través de los medios de comunicación social y a determinar el nicho al cual nos dirigiremos, de igual forma un 5% respondió que conoce de otras alternativas de alojamiento y recreación en la zona siendo la más conocida la hostería Papagayo.

3. ¿Le gustaría que Mejía tenga una Hostería Agroturística?

Gráfico N°: 44 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 03).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 19 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 03).

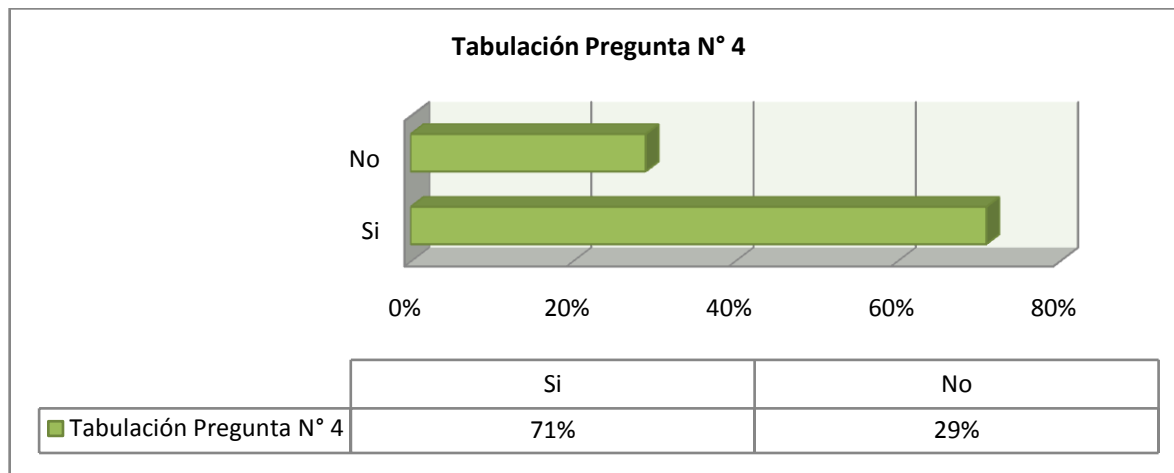
Tabulación Pregunta N° 3		
0	382	382
0%	100%	100%
No	Si	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: El 100% de las personas dijeron que si les gustaría que Mejía tuviese una hostería agroturística. Esta pregunta nos orienta para la factibilidad de la realización de la creación de la hostería, ya que demuestra un alto grado de aceptación por parte de los encuestados, lo que resultará de gran beneficio para el cantón ya que se brindará la oportunidad de tener un lugar donde encuentren diversidad de servicios e instalaciones para su recreación.

4. ¿Conoce los diversos atractivos naturales, culturales e históricos que posee el cantón Mejía?

Gráfico N°: 45 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 04).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 20 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 04).

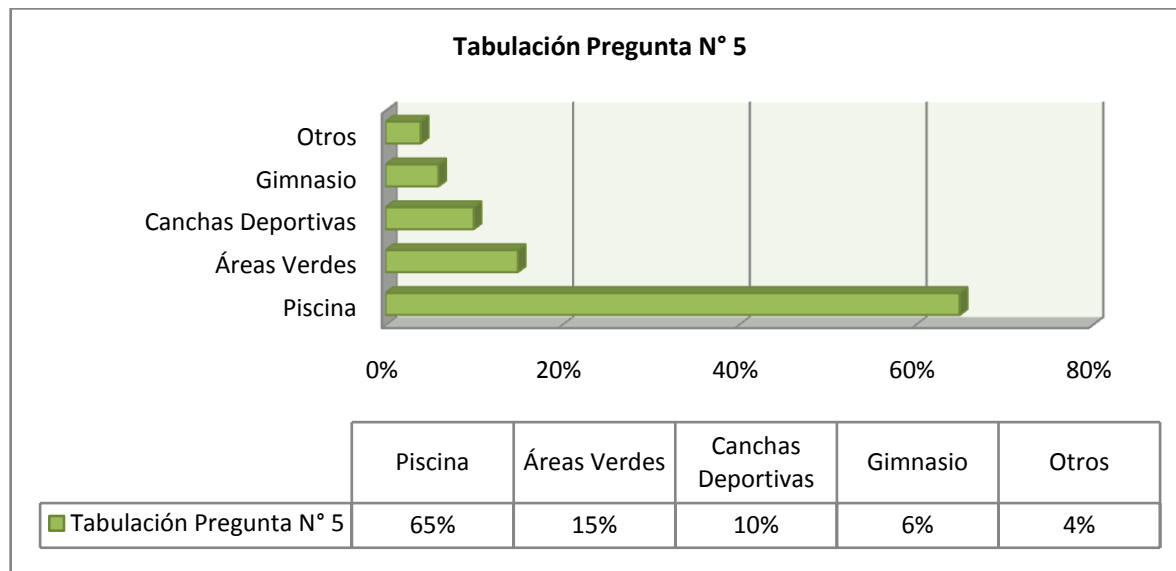
Tabulación Pregunta N° 4		
271	111	382
71%	29%	100%
Si	No	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Un 71% de las personas dijeron que si conocen los atractivos del cantón pero no detalladamente, sino porque han escuchado hablar de los mismos o han visto por diferentes canales de televisión, sin embargo no tienen conocimiento con datos relevantes de los diversos atractivos y no a la vez desconocen de una gran parte de maravillas que posee Mejía, por otro lado un 29% dijo que no conoce que atractivos posee el cantón. Esta pregunta nos ayuda a tomar en cuenta las diferentes opiniones, que sirven para promocionar los diferentes atractivos de tal manera que llegue a las personas y se interesen en conocer y visitar el cantón.

5 ¿Cómo quisiera usted que estuviera equipada las instalaciones de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°:46 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 05).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 21 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 05).

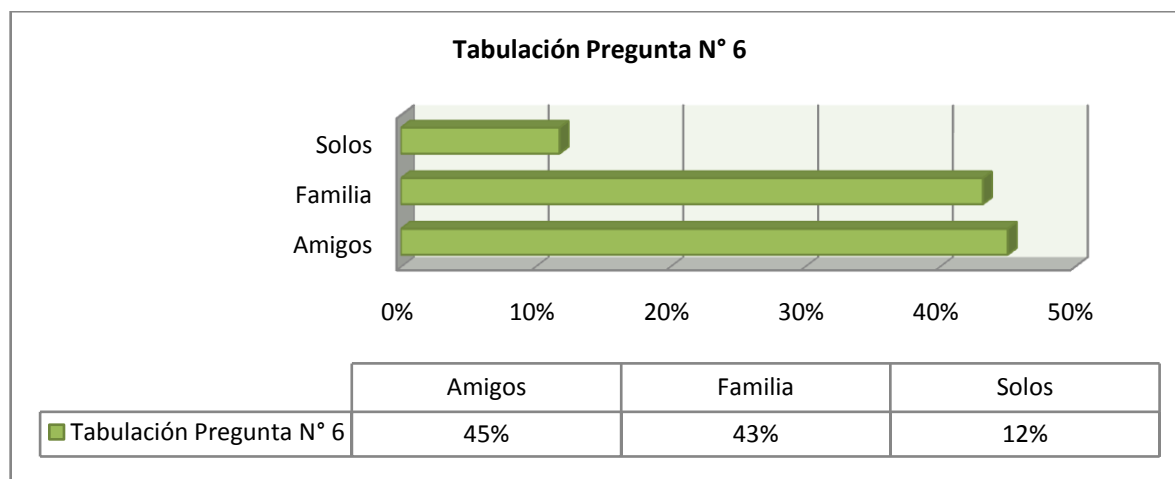
Tabulación Pregunta N° 5					
248	57	38	23	16	382
65%	15%	10%	6%	4%	100%
Piscina	Áreas Verdes	Canchas Deportivas	Gimnasio	Otros	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Del total de las personas encuestadas escogieron más de una opción, lo que dio como resultado que el 65% expresaron que las instalaciones de la hostería estuviera dotada de piscina temperada, un 15% dijo de áreas verdes, un 10% de canchas deportivas y de otros equipamientos el 6% dijo que debía poseer un gimnasio mientras que un 4% manifestó otras actividades como un spa. Con esta pregunta se logró conocer qué instalación tiene mayor importancia para las personas al momento de visitar un centro de recreación, lo cual ayuda para la implementación de instalaciones recreativas, que servirán para satisfacer los usuarios.

6. ¿Cuándo usted viaja lo hace con?:

Gráfico N°:47 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 06).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

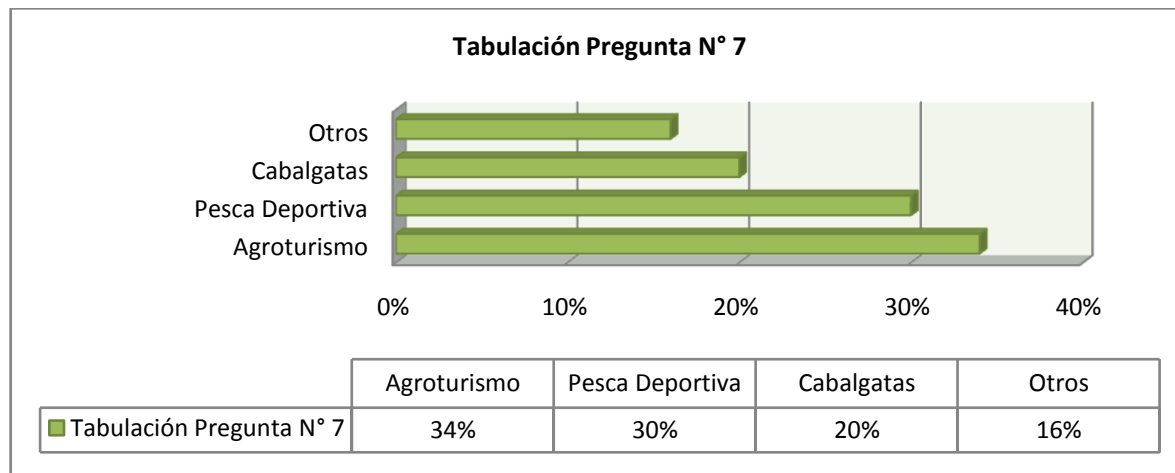
Cuadro N°: 22 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 06).

Tabulación Pregunta N° 6			
172	164	46	382
45%	43%	12%	100%
Amigos	Familia	Solos	Total

Conclusión: Se pudo conocer que en un 45% los encuestados viajan en grupos de amigos, en un 43% en familia y en un 12% solos. Esta pregunta nos ayuda a conocer la cantidad de personas que podrán ser los potenciales clientes de la hostería agroturística y así estar preparados para brindar un servicio de alta calidad, logrando cumplir sus necesidades y expectativas.

7. ¿Qué servicios le gustaría adicionar a su estadía en la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°:48 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 07).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 23 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 07).

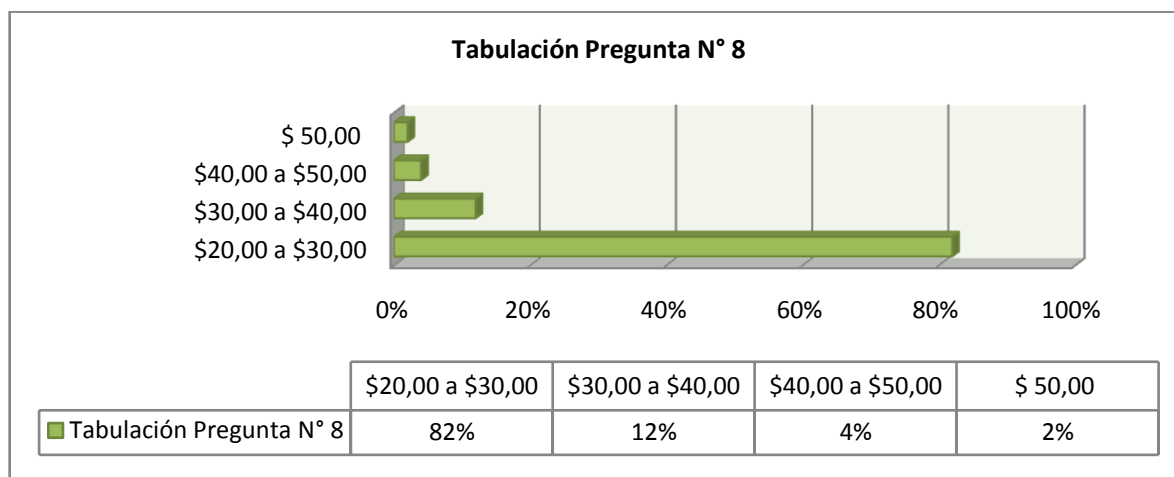
Tabulación Pregunta N° 7				
130	115	76	61	382
34%	30%	20%	16%	100%
Agroturismo	Pesca Deportiva	Cabalgatas	Otros	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Del total de los encuestados marcaron diversas alternativas, lo que se refleja que entre los servicios que les gustaría que se adicionen en su estadía son con un 34% que sea actividades agroturística mientras que con un 30% desean realizar pesca deportiva, seguido a esto está con un 20% realizar cabalgatas guiadas en los sitios de interés que posee el cantón y finalmente con un 16% están otras actividades entre ellas se mencionaron tarabitas, camping, tracking, deportes extremos y demás. Esta pregunta da una clara visión sobre la diversificación de productos y servicios que esperan los visitantes, los cuales serán adoptados por la hostería de manera paulatina y con la demanda de los clientes.

8. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por hospedaje diario (incluido cóctel de bienvenida, desayuno, internet) y una de las actividades anteriormente mencionadas?

Gráfico N°:49 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 08).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 24 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 08).

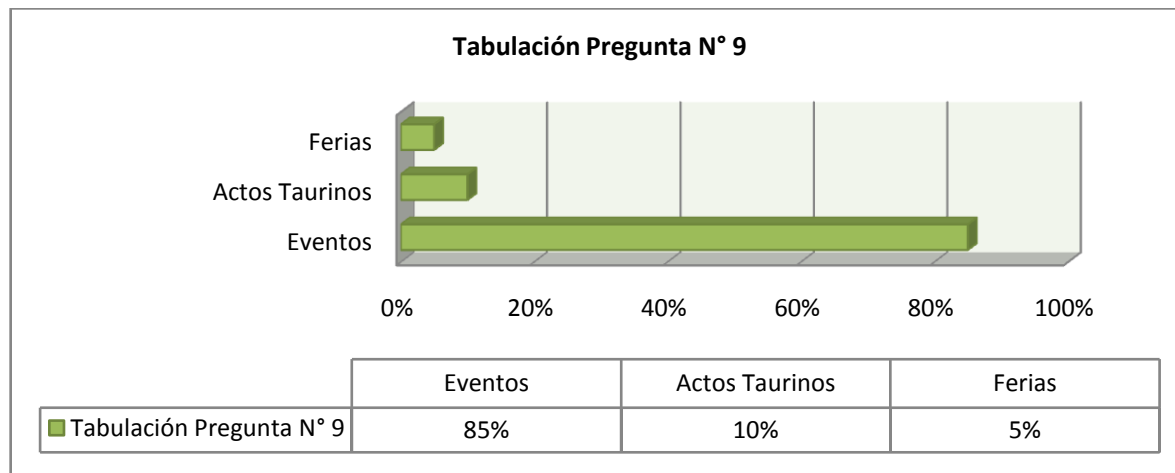
Tabulación Pregunta N° 8				
313	46	15	8	382
82%	12%	4%	2%	100%
\$20,00 a \$30,00	\$30,00 a \$40,00	\$40,00 a \$50,00	\$ 50,00	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Las personas están dispuestas a asignar de su presupuesto de \$20,00 a \$30,00 dólares por hospedaje diario incluido cóctel de bienvenida, desayuno e internet esto equivale al 82% de encuestados, por otro lado el 12% asignaría de \$30,00 a \$40,00 dólares, a su vez el 4% de \$40,00 a \$50,00 y un 2% asignaría más de \$50,00. Con esta pregunta podemos conocer y por ende nos ayudará a la segmentación de la demanda, la hostería implementará planes de presupuesto según sus ingresos o niveles económicos, logrando así que nuestros clientes ganen calidad de servicio y excelente relación precio-calidad, por el disfrute de alojamiento, alimentación y otros servicios complementarios.

9. ¿Alguna sugerencia que desee realizar para la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°:50 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 09).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 25 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 09).

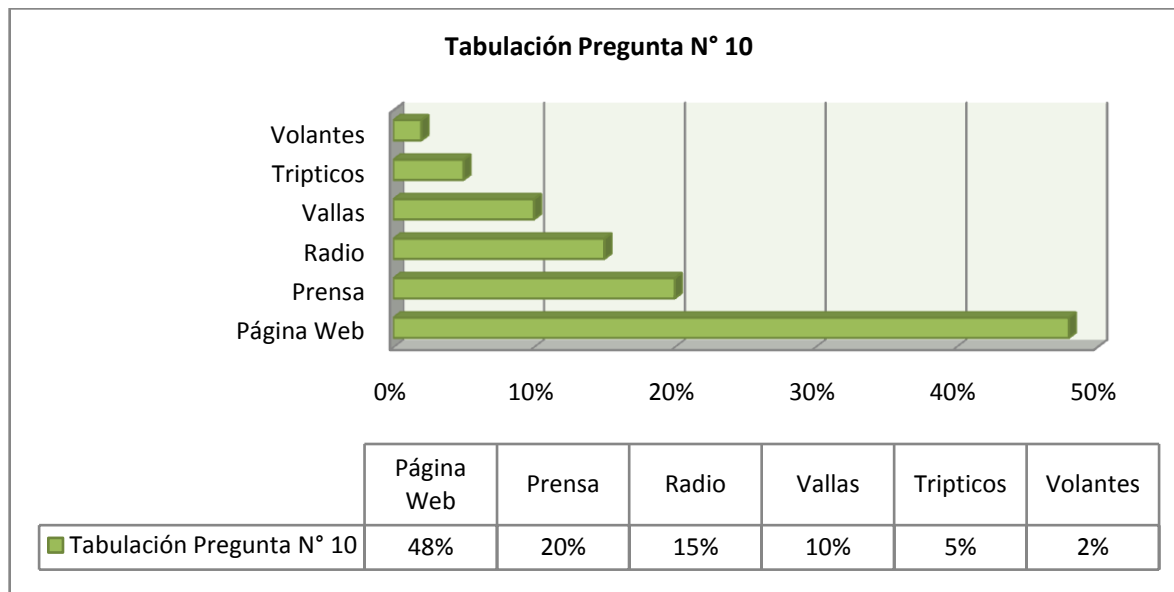
Tabulación Pregunta N° 9			
325	38	19	382
85%	10%	5%	100%
Eventos	Actos Taurinos	Ferias	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Entre las sugerencias que se recibió por parte de los encuestados está casi en su totalidad el contar con espacio destinado para eventos de distinta índole ya que los actuales establecimientos no satisface sus expectativas y en el cantón carece de este servicio brindado con calidad, entre otras respuestas están también la creación de actos taurinos y eventos feriales para el comercio, gastronomía y turismo.

10. Como le gustaría que fuese promocionada la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°: 51 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 10).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 26 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 10).

Tabulación Pregunta N° 10						
183	76	57	38	19	9	382
48%	20%	15%	10%	5%	2%	100%
Página Web	Prensa	Radio	Vallas	Tripticos	Volantes	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Entre las respuestas recibidas definitivamente una gran mayoría con el 48% prefiere que la hostería agroturística se promocione por página web que con imágenes y mediante una buena publicidad impacta mucho más a los televidentes, esta información receptada sirve de mucho ya que permite buscar y seleccionar el medio de comunicación con el cual la gente tiene mayor aceptación.


2.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

En el análisis después de las encuestas realizadas a diferentes visitantes de las provincias y turistas extranjeros que visitan el cantón Mejía por diferentes motivos y circunstancias, se pudo constatar que si existe un importante número de afluencia turística que ingresan a la zona, lo que da como resultado que la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” si tenga aceptación.

2.8. OFERTA.

El cantón Mejía presenta condiciones naturales y culturales que le permiten ofrecer a turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de disfrutar y conocer de sus riquezas, así como también de observar la arquitectura de sus iglesias y otros atractivos naturales. El cantón Mejía oferta establecimientos hoteleros, los mismos que tienen la capacidad en cuanto a espacio físico, para recibir a turistas nacionales y extranjeros que ingresen a esta zona por diferentes motivos, lo que a continuación se detalla en la siguiente tabla.

Cuadro N°: 27 Oferta de la Competencia (Cantón Mejía).

		INVESTIGACIÓN DEL MERCADO						Oferta de la Competencia	
		Tipos de Habitaciones						Total Personas	
HOTEL	S	D	T	C	M	Suite	Suite	Cap. * Día	Cap. * Año
Estancia Real	10	4	2	1	2	1	1	34	12.410
San Cayetano	5	3	2	2	1	X	X	27	9.855
Piedra Linda	8	2	2	2	X	X	X	26	9.490
La Llovizna	8	3	X	X	X	X	X	14	5.110
Nina Rummy	7	3	X	X	X	X	X	13	4.745
Pucará	9	4	X	X	X	X	X	17	6.205
Los Andes	5	3	X	X	X	X	X	11	4.015
Total:								142	51.830

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Entonces la oferta actual de la que disponen las diversos tipos de alojamiento está en **51.830** aproximadamente.

2.9. DEMANDA.

La demanda es una expresión de voluntad y una capacidad de compra, es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad, para analizar ésta se requiere de factores que puedan ser medidos con facilidad, considerando fenómenos objetivos como la población, los ingresos, precios y otros aspectos un poco más cualitativos, como las actividades y expectativas de los consumidores.

Con el análisis de la demanda se logran determinar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un producto o servicio en función del tiempo. Para el análisis de la demanda fue necesario realizar un cuadro en el que se ve claramente los meses en los cuales hay mayor flujo de turistas nacionales y extranjeros en el Cantón Mejía indicando respectivamente la temporada.

Cuadro N°: 28 Flujo de Turistas que visitan al cantón Mejía.

 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Temporadas Turísticas		
Mes	Temporada	% Mensual
Enero	Baja	70%
Febrero	Alta: Carnaval	80%
Marzo	Baja	70%
Abril	Baja	70%
Mayo	Baja	70%
Junio	Alta; Inicio de festividades	80%
Julio	Alta: Fiestas del Cantón Mejía	100%
Agosto	Alta: Eventos por Festividades	90%
Septiembre	Alta	80%
Octubre	Baja	70%
Noviembre	Baja Día de los difuntos	70%
Diciembre	Alta: Festividades de fin de año	80%

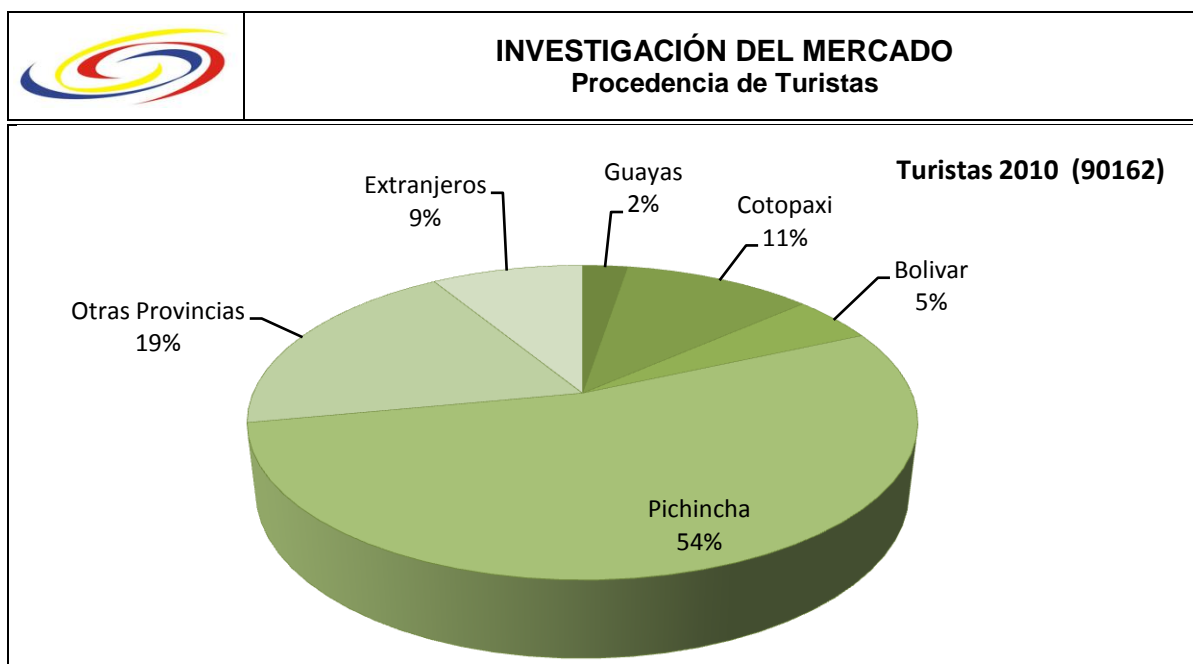
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Estos meses son aprovechados por los diferentes establecimientos del cantón Mejía, teniendo gran acogida por parte de los turistas, es así que la competencia ofrece los diferentes productos y/o servicios que poseen.

2.9.1. Demanda Actual.

El sector turístico es una actividad económica que continúa manifestando una tendencia de crecimiento a nivel nacional, en términos cuantitativos y económicos (llegadas, pernoctaciones, crecimiento de la oferta, ingresos). Es el caso de los turistas provienen de distintas partes tanto nacionales como extranjeros.

Gráfico N°: 52 Procedencia de turistas que visitaron el cantón Mejía.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Para el año 2.010 la demanda alcanzo una cifra de **90.162** turistas entre nacionales y extranjeros, para el año 2.011 se pretende alcanzar un porcentaje más alto que el anterior llegando a bordear el número de visitantes de **99.000**, para ello basándose en estadísticas pasadas se determinó lo siguiente en cuanto a porcentajes de crecimiento de turistas hacia el cantón:

Cuadro N°: 29Crecimiento y Proyección de Turistas.


	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Flujo de Turistas						
	Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tasa %	-	4%	4%	4%	4%	4%	4%
Crecimiento %	-	3768	3917	4075	4238	4408	
Total:	72.000	81.000	91.000	99.000	103.000	106.000	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

2.9.2. Demanda Insatisfecha.

El cantón Mejía presenta una demanda actual de **90.162** mientras que existe una oferta actual para **51.830** personas en sus establecimientos hoteleros, con respecto a la hostería agroturística Wasi Sumaq estima la capacidad de alojamiento una oferta para **22.995** personas aproximadamente en ocupación total anual del 100%. Con el presente estudio, se establece como demanda insatisfecha un total de **38.332** personas, lo que es beneficioso para la hostería, ya que ésta podría aprovechar este número de turistas con el fin de atraerlos.

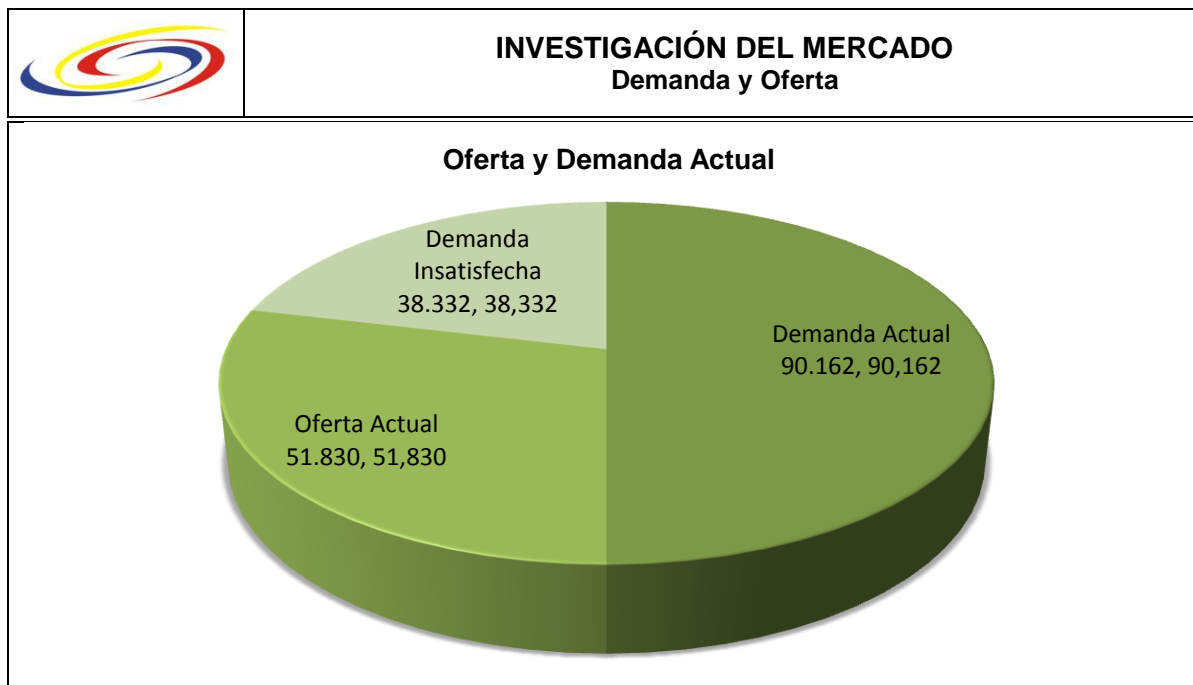
Cuadro N°: 30Demanda y Oferta Actual.

	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Demanda y Oferta	
	Demanda Actual	
Oferta Actual		51.830
Demanda Insatisfecha		<u>38.332</u>

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Con la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” se pretende alcanzar aproximadamente un **50%** de la demanda insatisfecha, esto en cifras equivale a: **19.166** huéspedes al año, superando al hotel la Estancia Real el mismo que tienen gran capacidad instalada por año.

Gráfico N°: 53 Demanda y Oferta Actual.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

CAPÍTULO II.

ESTUDIO DEL MERCADO.

Para conocer la factibilidad de crear una hostería agroturística en el cantón Mejía, es pertinente realizar un estudio y tener una idea general del mercado, ya que de esta manera se puede desarrollar exitosamente los respectivos estudios informativos, estratégicos, técnicos, financieros y de impacto ambiental. Al realizar la investigación de mercado, permite conocer de mejor manera las diversas y variadas necesidades de turistas tanto nacionales como extranjeros,

Es necesario tomar en cuenta, la variedad de negocios principalmente de alojamiento, restauración y ocio, conjuntamente la calidad en el servicio y el producto entregado al consumidor y/o cliente, el proceso de planificación, elaboración, desarrollo, transformación y distribución de lo mencionado anteriormente, además el método para la fijación del precio, la influencia de factores externos e internos. Con estos antecedentes nos permitirá conocer el perfil del consumidor, identificación de mercado meta, la oferta existente y la demanda insatisfecha.

Una vez determinado la demanda y la oferta se puede plantear y definir gran variedad de estrategias con el fin de atraer a los huéspedes y a los posibles clientes, satisfaciendo las necesidades y expectativas de todos quienes visitan la zona, dando oportunidad a la implementación y creación de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq como un nuevo producto en el mercado hotelero, mejorando la calidad en cuanto a servicio se refiere y contribuyendo al desarrollo económico y turístico del cantón Mejía.

2.1. INVENTARIO DE SITIOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS. (O.E.A.)

A continuación se presenta un ejemplo del contenido de las fichas en donde se representan los atractivos turísticos, los recursos naturales, culturales, áreas de restauración y ocio, empresas operarias en la zona, alojamiento, datos geográficos y demás.

2.1.1. Ficha de Atractivos Turísticos.

Aquí se refleja la información sobre los diversos atractivos que posee el cantón, ya sean estos, atractivos naturales, culturales, históricos, entre otros, como ya se mencionó anteriormente con el fin de obtener un inventario el cual sirva como soporte para promocionar y atraer turistas

conjuntamente con la hostería, la misma que complementará la permanencia de los visitantes a la zona.

2.1.2. Fichas de Empresas de Gastronomía.

Aquí se recopila información de empresas dedicadas al arte culinario que operan en el cantón y que a su vez se han destacado por su gastronomía y la gran acogida por parte de sus clientes, esto permite determinar la competencia indirecta en el campo gastronómico, brindando una amplia gama de platos típicos e internacionales, así como también ofertando nuevas propuestas en el ámbito culinario.

2.1.3. Ficha de Empresas de Alojamiento.

Se recopila toda la información, en cuanto a la capacidad del alojamiento, los servicios que los establecimientos brindan a su clientela, además de datos sobre el funcionamiento operativo interno del mismo, esto se lo realiza con el fin de obtener información precisa sobre la competencia directa e indirecta en la zona.


2.1.4. Ficha de Empresas de Actividades.

Se trata sobre empresas que de alguna manera intervienen directa o indirectamente en el desarrollo turístico de la zona o que a su vez son un potencial económico para la zona, se lo puede considerar e identificar como un atractivo a ser promocionado, dando así, apertura a otro tipo de turismo en el cantón Mejía, además de realizar alianzas estratégicas con aquellas empresas de distintas actividades, beneficiando a las partes negociadoras y ampliando la participación en el mercado.

2.1.5. Ficha de Núcleo de Población.

Trata toda la información básica sobre los centros poblados, para el cantón Mejía, existen ocho núcleos de población distribuidos en una parroquia urbana y siete parroquias rurales, en donde se concentran gran afluencia de personas; la información recopilada permite conocer los servicios básicos que hay en los diversos asentamientos, además de datos tales como: actividades realizadas en la zona, población, vialidad, tiempo, cultura, tradiciones, recursos, educación, salud, transporte y otros aspectos. Esto permite conocer más a cabalidad el lugar en donde se va a construir la hostería agroturística, una vez analizado todas las variables y estudiado las repercusiones que atraería a la misma.

Cuadro N°: 02 Fichas de Recolección de Información.

Simbología de las Fichas de Información		
	AT	Ficha de Atractivos Turísticos.
	GA	Fichas de Empresas de Gastronomía.
	AL	Ficha de Empresas de Alojamiento.
	ACT	Ficha de Empresas de Actividades.
	NP	Ficha de Núcleo de Población.

Fuente: Dra. Ana García Pando
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

2.1.6. Ejemplos de las Fichas de Información.

A continuación se presenta dos ejemplos de cada una de las fichas de información estratégica, permitiendo conocer lo más relevante del cantón Mejía y que a su vez es motivo de estudio y análisis en el desarrollo del presente capítulo. Véase el **Anexo N°:09**, en donde consta un listado más completo y detallado de los diferentes establecimientos que operan en el cantón Mejía.

Cuadro N°: 03 Ficha Informativa de Atractivos Turísticos AT01.

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Reserva Ecológica “Los Illinizas” (Área Protegida)	2. FICHA N°: AT01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.	
4. CATEGORÍA: Sitios Naturales – Museos y Manifestaciones Culturales Folclore – Realizaciones Técnicas Acontecimientos Programados		5. TIPO Y SUBTIPO: Área Protegida Reserva Ecológica Espacio Natural	
6. UBICACIÓN: Esta Reserva Ecológica se encuentra ubicada en las provincias de Pichincha y Cotopaxi. Fue creada el 11 de diciembre de 1996, con una extensión de 149.900 hectáreas.			
7. ACCESO: La entrada principal a la reserva ecológica es mediante el ingreso a la parroquia rural del Chaupi, ubicado al sur de Machachi km 21 Sector Jambelí.			
8. DESDE:	9. VÍA, TIPO Y ESTADO:	10. MEDIO DE ACCESO:	11. TIEMPO:

Quito-Machachi Latacunga-Machachi Machachi-Chaupi	Actualmente está en remodelación, ya que se está pavimentando y ampliando.	Mediante Transporte Público Mejía o Carlos Brito, El Chaupi, transporte propio y cooperativas de camionetas.	1Hora ½ desde Latacunga 2Horas desde Quito
12. DESCRIPCIÓN: Los Illinizas forman una barrera geológica que condensa la humedad proveniente de la región Costa, dándole a la Reserva la particularidad de captación de agua. En el área de los Illinizas nacen los principales afluentes de la cuenca del río Esmeraldas, el Toachi y el Pilatón, que ganan caudal a medida que avanzan entre los relictos de bosques primarios mantenidos en esta zona, de los que ya quedan pocos a lo largo de la Cordillera. Los Illinizas son dos formaciones montañosas: Illiniza Norte conocido como Tionzoa o Dioniza que en lengua Kychwa significa hembra, tiene una altura de 5.166 m.s.n.m., es el de menor altura y de fácil acceso a su cumbre. El Illiniza Sur, es considerado como volcán macho o varón, con una altura de 5.305 m.s.n.m., presenta dificultades en su ascenso inclusive a los más experimentados ascensionistas.			
13. ACTIVIDADES TURISTICAS / RECREATIVAS ACTUALES: Cabalgatas, caminatas hacia los páramos y alrededores de los Illinizas, además de actividades tales como el andinismo, ciclismo de montaña, trekking, campamentos, etc.			
14. HORARIOS: Ingreso a la reserva desde las 08H00 hasta las 16H00	15. PRECIOS: \$ 0,50 para niños \$ 1,00 para nacionales y \$ 5,00 para extranjeros	16. PROPIETARIO: Vladimir Gallo (Encargado)	17. PERSONA DE CONTACTO: Vladimir Gallo (099699068)
18. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE: <input type="checkbox"/> SEMANA <input type="checkbox"/> FIN DE SEMANA <input type="checkbox"/> FERIADOS <input type="checkbox"/> VACACIONES Afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.			
19. EMPRESAS QUE OPERAN: “El Refugio” “Cooperativa de Camionetas María de Los Ángeles”	20. ACTIVIDAD: Alojamiento Comida & Bebida Transporte hacia el refugio llamado “La Virgen”	21. CÓDIGO: AT01-01 AT01-02	
22. SERVICIOS: <input type="checkbox"/> Estacionamiento Capacidad para 10 vehículos <input type="checkbox"/> Comida Típica serrana, platos a la carta y gastronomía internacional <input type="checkbox"/> Alojamiento Únicamente al aire libre mediante campamentos <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas A través de guías locales propios de la zona <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas Autoquiadas Mediante la señalización de senderos <input type="checkbox"/> Señalización Para Llegar Mediante letreros y pancartas <input type="checkbox"/> Señalización Interna Mediante letreros y pancartas <input type="checkbox"/> Limpieza y Recogida de Basuras Únicamente los días miércoles <input type="checkbox"/> Servicios Higiénicos En perfecto estado, son dos para cada género			

- **Seguridad y Mantenimiento** Permanentemente
- **Alquiler de Material Para Realizar Actividades** Cabalgatas, camping, andinismo
- **Ventas de Suvenir, Información Sobre el Recurso** Artesanías y trípticos
- **Folletos Informativos** Tarjetas, postales, trípticos, hojas volantes, etc.
- **Teléfono Público** Cabinas de Claro
- Pago con Tarjeta de Crédito
- **Pago solo en Efectivo**
- Pago con Cheques
- Otros

En los alrededores se puede encontrar tiendas y lugares de alojamiento y alimentación, transporte y guías locales, es decir que se cuenta con todos los servicios.

23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA:

Actualmente el efecto negativo que ha producido el turismo es el incremento de la basura, que si bien es controlada por parte de la Junta Parroquial del Chaupi, presenta falencias en su desenvolvimiento, esto ha causado que se contamine los afluentes y vertientes que se dan en la zona; añadido a esto, otra problemática como es los incendios forestales, los mismos que son provocados por personas inescrupulosas de la zona, causando un enorme daño al lugar, contaminando al medio ambiente e impidiendo el desarrollo de la vida en su entorno natural.

24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS:

La información detallada en la presente ficha de información ha sido completada mediante la colaboración del Sr. Vladimir Gallo, quien es encargado del "Refugio La Virgen" y a la vez de la Reserva Ecológica Los Illinizas, además de los habitantes de la zona, conjuntamente se buscó información en la biblioteca municipal del Ilustre Municipio del Cantón Mejía y también en el Ministerio de Turismo.

25. OBSERVACIONES:

Para quienes deseen realizar ascensiones a las cumbres se debe utilizar vestimenta y accesorios hechos para esta actividad, además de un guía especializado.

26. FICHA REALIZADA POR: Javier Revelo

27. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 04 Ficha Informativa de Atractivos Turísticos AT02.

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Paseo Procesional Del Chagra Machacheño		2. FICHA N°: AT02	
4. CATEGORIA: Sitios Naturales – Museos y Manifestaciones Culturales Folclore – Realizaciones Técnicas Acontecimientos Programados		3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.	
6. UBICACIÓN: Esta celebración se la realiza en la ciudad de Machachi (Cantón Mejía), parte desde el monumento al Chagra, por la vía Antonio Guarderas hasta la Av. Amazonas, en el estadio llamado El Chan, punto de inicio de la festividad.		5. TIPO Y SUBTIPO: Cultura - Tradición Manifestación Cultural	
7. ACCESO: Mediante la vía Latacunga-Machachi por el sur, otra es mediante la vía Sto. Domingo-Alóag-Machachi por el occidente y finalmente a través de la vía Quito-Machachi, norte.			
8. DESDE:	9. VÍA, TIPO Y ESTADO:	10. MEDIO DE ACCESO:	11. TIEMPO:

Quito-Machachi Latacunga-Machachi Alóag-Machachi	Actualmente está en remodelación, ya que se está repavimentando y ampliando la vía a ocho carriles.	Mediante Transporte Público Mejía o Carlos Brito, también en transporte particular	40' min. desde Latacunga 40' min desde Quito 3Horas desde Sto. Domingo
12. DESCRIPCIÓN:			
<p>La celebración que ha cobrado mayor renombre en Machachi es el Paseo Procesional del Chagra, que recuerda el traslado ceremonial del Señor de la Santa Escuela a las faldas del Cotopaxi, cuando éste erupcionó en 1 886. Una fecha importante, la de Santiago Apóstol, el 25 de julio, suele coincidir con el Paseo del Chagra. El 11 de noviembre se conmemora la independencia, con un desfile, además de bailes populares y la elección de la reina del cantón. En las fiestas se come fritada, hornada, carne de res y borrego, papas con choclos y habas y se bebe chicha. Para honrar a este personaje simbólico del cantón, hace poco se inauguró un monumento ecuestre de bronce obra del maestro Víctor Delfín. Existe una costumbre gastronómica de los chagras o vaqueros que se denomina pachamanca. Consiste en cavar un hueco en la tierra y recubrir sus paredes internas con piedras, dejando un espacio del tamaño adecuado para los alimentos. Allí se ponen brasas y cuando las piedras están suficientemente calientes, se colocan mellocos, habas y carne de venado sobre hojas de achira. Se los tapa para que se cuezan. También se prepara ternero lechón adobado con ajo molido, manteca de color, comino, pimienta y sal en grano. El Sr. Raúl Guarderas fue el iniciador de esta festividad.</p>			
13. ACTIVIDADES TURISTICAS / RECREATIVAS ACTUALES:			
Establecimientos distribuidos por el cantón Mejía, los cuales brindan diversión y esparcimiento a los turistas, indistintamente del negocio al que se dediquen, todas las organizaciones se unen en beneficio del cantón promoviendo el turismo en la zona.			
14. HORARIOS:	15. PRECIOS:	16. PROPIETARIO:	
No Aplica Espacio de uso público y de libre acceso.	No Aplica Espacio de uso público y de libre acceso.	Raúl Guarderas (Fundador-ACOCHA)	
		17. PERSONA DE CONTACTO:	
		Ilustre Municipalidad de Mejía	
18. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE:			
<input type="checkbox"/> SEMANA <input type="checkbox"/> FIN DE SEMANA <input type="checkbox"/> FERIADOS <input type="checkbox"/> VACACIONES			
Afluencia de turistas en mayor proporción nacionales y en menor proporción extranjeros durante el período festivo del cantón Mejía.			
19. EMPRESAS QUE OPERAN:		20. ACTIVIDAD:	21. CÓDIGO:
Microempresarios Ventas comerciales		Comida Bebida Espectáculos	AT01-03
22. SERVICIOS:			
<input type="checkbox"/> Estacionamiento En zonas específicas designadas por la municipalidad <input type="checkbox"/> Comida Amplia gama y variedad de ofertas para deleite de todos los gustos <input type="checkbox"/> Alojamiento Existen desde hostales, hosterías y hoteles <input type="checkbox"/> Visitas Guiadas A través de contratación de paquetes en empresas de la zona <input type="checkbox"/> Talleres Gastronómicos, artesanales, textiles, turísticos, comerciales, etc.			

- **Rutas Auto guiadas** Mediante la señalización de carteles, letreros y pancartas
- **Señalización Para Llegar** A través de letreros y pancartas
- **Señalización Interna** Mediante la señalización de carteles, letreros y pancartas
- **Limpieza y Recogida de Basuras** Se realizan lunes, miércoles y viernes
- **Servicios Higiénicos** tres locales cada uno de siete baños para cada género
- **Seguridad y Mantenimiento** Permanentemente y cuando es requerido
- **Alquiler de Material Para Realizar Actividades** Únicamente a empresas privadas
- **Ventas de Suvenir, Información Sobre el Recurso** Artesanías y folletos
- **Folletos Informativos** Trípticos, hojas volantes, calendarios, tarjetas, folletos, etc.
- **Teléfono Público** Cabinas de CNT, Claro y Movistar distribuidas por toda la ciudad
- **Pago con Tarjeta de Crédito** Exclusivamente en locales que disponen del servicio
- **Pago Solo en Efectivo** En la mayoría de establecimientos de la zona
- Pago con Cheques
- Otros

El lugar cuenta con todos los servicios básicos.

23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA:

La gran afluencia de turistas a la zona por motivo de estas festividades provocan un inmensurable incremento de basura, daños a la propiedad privada, al ser una festividad de gran magnitud, atrae también la delincuencia, añadido a esto, el consumo excesivo de alcohol por parte de los jinetes (Chagras) causan accidentes durante el desarrollo de la festividad, esto produce una mala imagen del lugar y a la vez de los visitantes.

24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS:

La información recopilada fue gracias a la colaboración de la familia Guarderas Figueroa, quienes atentamente facilitaron mencionados datos, además de consultas en la biblioteca municipal del Ilustre Municipio del Cantón Mejía.

25. OBSERVACIONES:

Se recomienda viajar a la zona con vestimenta que proporcione abrigo, ya que el lugar presenta clima variable, en su mayoría fuertes vientos y lluvias.

26. FICHA REALIZADA POR: Javier Revelo

27. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 05 Ficha Informativa de Gastronomía GA01.

FICHA DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE: El Café de la Vaca Matriz (Machachi)	2. FICHA N°: GA01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-5012 099827938	5. E-MAIL: elcafédelavaca@gmail.com	6. WEB: www.elcafédelavaca.com.ec
7. OPERA DESDE: 1990		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante De primera		
Breve Descripción: Cuenta la historia, que había un viejo establo en Machachi donde las vacas se reunían a tomar café todas las tardes mientras rumiaban sus alegrías y compartían sus ilusiones. Inspirados por esta leyenda, y en ese preciso sitio, se abrió "El Café de la Vaca" para permitir a las personas compartir sus		
		

tardes de sol, el paisaje, el aire puro y un ambiente relajado, permiten a niños, jóvenes y adultos disfrutar de deliciosos almuerzos, desayunos o simplemente un buen chocolate caliente para pasar el frío, todo esto con la mejor atención y servicio.

9. UBICACIÓN:

- Aislado Núcleo de Población **Carretera**

10. TIPO DE EDIFICIO:

- Edificio Histórico** Edificio con Estilo Tradicional Edificio Moderno

11. CAPACIDAD:

El Café de la Vaca	
Capacidad Restaurante:	130 Personas
Capacidad Salones:	4 Salones
Capacidad Terraza:	No dispone

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

- Restaurante con Especialidades Locales** Comida Típica Serrana
- Restaurante de Cocina Internacional** Platos a la carta y gourmet
- Bar** Expende bebidas alcohólicas, no alcohólicas, gaseosas y jugos
- Estacionamiento** Capacidad para 50 vehículos
- Comida para llevar** Mediante previa reservación
- Menús para niños** En porciones adecuadas y variedad de comida
- Jardines, terrazas para uso de clientes** Espacios para su entretenimiento
- Actividades recreativas para clientes con medios propios** Eventos y banquetes
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas** Eventos
- Piscina
- Salones para reuniones** Dispone de dos salones
- Juegos para niños** Exclusivamente diseñados para niños, sube y baja, escaleras
- Primeros Auxilios** Personal capacitado y botiquín de emergencias
- Formas de Pago:**
 - Pago con Tarjeta de Crédito** **Pago Solo en Efectivo** Pago con Cheques
 - Otros

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

El personal que trabaja en el establecimiento recibe periódicamente capacitación, además de charlas motivacionales y de desarrollo en el servicio y atención al cliente, cuenta con doce empleados distribuidos de la siguiente manera: un administrador del establecimiento, un contador, un cajero, cuatro meseros, cuatro personas encargadas de la cocina y finalmente una persona de limpieza, es necesario aclarar que cuenta con guardiana mediante contratación a una empresa de seguridad privada.

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana**
- Semana**
- Semana Santa**
- Feriados**
- Navidad**
- Verano**

Afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.

15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- Boca-Oreja
- A través de operadora
- De hoteles y hosterías
- Promoción directa propia
- Reservación con anticipación
- Reservan por:
 - Teléfono
 - Internet
- Otros:
- Medio de Transporte

Mediante vehículos de índole privado o particular y recorridos de empresas

16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:

- Todo el Año
- Temporal (INDICAR ÉPOCA)

El horario de atención para el establecimiento en el cantón es de 08H00 a 17H00, todos los días del año, se realizan eventos, mediante previa reservación y negociación.

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)


El arrojo de basura a la carretera por parte de las personas que viajan a través de los diferentes medios de transporte, hacen que el lugar se vea un poco descuidado, esto afecta a la imagen del establecimiento, además los posibles accidentes automovilísticos que se pueden dar en la vía, añadido a esto la carencia de un paso o puente peatonal en el lugar, provoca que las personas crucen la carretera la cual es de alta velocidad, la falta de señalización puede provocar pérdidas lamentables. El establecimiento cuenta con los papeles de funcionamiento en regla y cumple con los requisitos de seguridad y calidad.

18. REALIZADO POR: Javier Revelo

19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 06 Ficha Informativa de Gastronomía GA02.

FICHA DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE: La Posada del Chagra (Machachi)	2. FICHA N°: GA02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-5442	5. E-MAIL: Facebook/posadadelchagra	6. WEB: No dispone
7. OPERA DESDE: 1996		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante Tercera		
Breve Descripción: La posada del chagra nace ante la necesidad de un establecimiento de comida típica, el cual ofrezca una amplia gama en cuanto a la variada gastronomía de la zona, como una representación del chagra Machacheño se inició así y por		

más de doce años ha brindado gusto y sabor a muchos paladares que han visitado este lugar, la fritada, el mote con chicharrón, el yahuarlocro, el caldo de gallina de campo, el caldo de patas, la morcilla, la riquísima chicha de jora, etc., son las delicias culinarias que aquí se ofrece a los comensales.

9. UBICACION:

- Aislado **Núcleo de Población** Carretera

10. TIPO DE EDIFICIO:

- Edificio Histórico **Edificio con Estilo Tradicional** Edificio Moderno

11. CAPACIDAD:

La Posada del Chagra	
Capacidad Restaurante:	145 Personas
Capacidad Salones:	5 Salones
Capacidad Terraza:	No dispone

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

- Restaurante con Especialidades Locales** Comida típica de la serranía
- Restaurante de Cocina Internacional
- Bar** Dispone de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, gaseosas y jugos
- Estacionamiento
- Comida para llevar** Mediante previa reservación
- Menús para niños
- Jardines, terrazas para uso de clientes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas** Eventos
- Piscina
- Salones para reuniones
- Juegos para niños
- Primeros Auxilios** Personal capacitado y botiquín de emergencias
- Formas de Pago:**
- Pago con Tarjeta de Crédito** **Pago Solo en Efectivo** Pago con Cheques
- Otros

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

El personal que trabaja en el establecimiento recibe periódicamente capacitación, además de charlas motivacionales y de desarrollo en el servicio y atención al cliente, cuenta con trece empleados distribuidos de la siguiente manera: un administrador del establecimiento, un contador, un cajero, cinco meseros, cuatro personas encargadas de la cocina y finalmente una persona de limpieza, es necesario aclarar que el negocio es familiar, por ende integrantes de la propia familia trabaja en el establecimiento.

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana**
- Semana**
- Semana Santa**
- Feriados**
- Navidad**
- Verano**

Afluencia de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:	
<input type="checkbox"/> <u>Boca-Oreja</u> <input type="checkbox"/> A través de operadora <input type="checkbox"/> De hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> <u>Promoción directa propia</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservación con anticipación</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservan por:</u>	
<input type="checkbox"/> <u>Teléfono</u> <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/> <u>Medio de Transporte</u>	
Mediante vehículos de índole privado o particular y recorridos de empresas	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:	
<input type="checkbox"/> <u>Todo el Año</u> <input type="checkbox"/> Temporal (INDICAR ÉPOCA)	
El horario de atención para el establecimiento es desde las 10H00 a 20H00, de martes a domingo, se realizan eventos mediante previa reservación y negociación.	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)	
El establecimiento se encuentra en el núcleo de la población machacheña, por este mismo motivo no dispone de un estacionamiento amplio para los visitantes que llegan al mismo, esto se convierte en un punto negativo ya que las personas en ocasiones son víctimas de robos a sus vehículos o a su vez de accidentes por estacionar los autos muy cerca el uno del otro; por otro lado el servicio en el local es muy bueno, los precios están al alcance del bolsillo. Finalmente el establecimiento cuenta con los papeles de funcionamiento en regla y cumple con los requisitos de seguridad y calidad.	
18. REALIZADO POR: Javier Revelo	19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 07 Ficha Informativa de Alojamiento AL01.

FICHA DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE: Hostería Tambopaxi (Parque Nacional Cotopaxi)	2. FICHA N°: AL01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-222-0242	5. E-MAIL: tambopaxi@gmail.com	6. WEB: www.tambopaxi.com
7. OPERA DESDE: 1992		

8. TIPO Y CATEGORÍA:

En las faldas del majestuoso Volcán Cotopaxi y envuelta por un marco imponente de cinco volcanes más de la Cordillera de los Andes, se encuentra Hostería Tambopaxi. Un lugar cómodo y acogedor listo para recibir a nuestra gran variedad de huéspedes provenientes de todo el mundo en búsqueda de aventura, deporte, bienestar o descanso. Tambopaxi es el único complejo eco turístico y centro de aclimatación situado a una altura de 3,720msnm, en el corazón del Parque Nacional Cotopaxi que cuenta con un agradable Restaurante, habitaciones con baño privado y área de camping. Goza de un espectacular paisaje, no solamente del páramo andino con toda su flora y fauna, sino también de la zona volcánica más grande de Ecuador, convirtiéndolo así en el lugar escogido de expertos geólogos, montañistas, deportistas, familias y turistas de toda edad.

**9. UBICACIÓN:**

- Aislado** Núcleo de Población Carretera

10. TIPO DE EDIFICIO:

- Edificio Histórico** Edificio con Estilo Tradicional Edificio Moderno

11. CAPACIDAD:

Tipo de Habitación	Con Baño	Con Du ha	Sin Baño
Dobles	6	6	-
Otras (Múltiples)	9	9	-
Total Habitaciones	15	15	-
Total de Camas	50	50	-
Otros			
Capacidad Restaurante	4	-	-
Capacidad Salones	50	18	10

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

- Restaurante con Especialidades Locales** Comida típica serrana y costeña
- Restaurante de Cocina Internacional** Platos a la carta y comida gourmet
- Bar** Dispone de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, gaseosas y jugos.
- Estacionamiento** Capacidad para 30 vehículos
- Comida para llevar
- Menús para niños** Realizado en porciones adecuadas
- Jardines, terrazas para uso de clientes** Espacios de distracción y recreación
- Vehículos para el traslado de pasajeros** A través de fletes y contrataciones
- Actividades recreativas para clientes con medios propios** Eventos y Banquetes
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones** Dispone de dos salones para uso indistinto de clientes
- Juegos para niños** Sube y baja, escalera, resbaladera entre otros
- Primeros Auxilios** Personal debidamente capacitado y botiquín de emergencias
- Formas de Pago:**
 - Pago con Tarjeta de Crédito** **Pago Solo en Efectivo** Pago con Cheques
 - Otros

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

El personal que labora en establecimiento es un grupo de 8 personas incluyendo el administrador y dueño del establecimiento, todos cuentan con capacitación permanente,

gozan de todos los beneficios de ley y cumplen a cabalidad con los estándares de calidad y servicio.

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana
- Semana
- Semana Santa
- Feriados
- Navidad
- Verano

15. ESTANCIA PROMEDIO DE LOS CLIENTES:

Mínimo de 2 a 3 días y máximo de un mes

16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:

Se realizan caminatas por senderos ecológicos, treking, andinismo, alpinismo, cabalgatas, ciclismo, fogatas, observación de fauna y flora, fotografía, investigación, entre otros.

17. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- Boca-Oreja
- A través de operadora
- De hoteles y hosterías
- Promoción directa propia
- Reservación con anticipación
- Reservan por:
 - Teléfono
 - Internet
- Otros:
- Medio de Transporte
Bus de turístico y a su vez automóviles 4x4

18. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:

- Todo el Año
- Temporal (INDICAR ÉPOCA)

19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)

El establecimiento cumple con todos los requisitos necesarios para su funcionamiento y desempeño de sus funciones.

20. REALIZADO POR: Javier Revelo

21. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 08 Ficha Informativa de Alojamiento AL02.

FICHA DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE: Hostería Papagayo (Machachi Hacienda Umbria)	2. FICHA N°: AL02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-0002	5. E-MAIL: hpapagayo@gmail.com	6. WEB: www.hostería-papagayo.com
7. OPERA DESDE: 2001		

8. TIPO Y CATEGORÍA:

Son 150 años de historia en la hostería Papagayo, ubicada al oeste de la sierra ecuatoriana, a 45 minutos de Quito. Una vista panorámica de una parte de la cadena montañosa de los Andes así como paseos a caballo alrededor de los volcanes son, entre otras, las actividades que ofrecemos para propios y extraños de todas las edades. Este lugar, que abrió sus puertas el 27 de marzo del 2001, ha sido testigo silencioso de innumerables acontecimientos desde que dio acogida a las familias de los grandes libertadores de América, Antonio José de Sucre y Simón Bolívar. Hace aproximadamente 200 años fue en este espacio, donde hoy se asienta la Hostería Papagayo, el comienzo del combate que dio inicio a la libertad de millones de personas.

**9. UBICACIÓN:**

- Aislado** Núcleo de Población Carretera

10. TIPO DE EDIFICIO:

- Edificio Histórico** Edificio con Estilo Tradicional Edificio Moderno

11. CAPACIDAD:

Tipo de Habitación	Con Baño	Con Ducha	Sin Baño
Dobles	4	4	-
Otras (Múltiples)	5	5	-
Total Habitaciones	13	13	-
Total de Camas	27	27	-
Otros			
Capacidad Restaurante	44	44	-
Capacidad Salones	3	3	-

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

- Restaurante con Especialidades Locales** Comida serrana y costeña
- Restaurante de Cocina Internacional** Platos a la carta y comida gourmet
- Bar** Dispone de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, gaseosas y jugos
- Estacionamiento** Capacidad para 18 vehículos
- Comida para llevar
- Menús para niños** Mediante porciones adecuadas
- Jardines, terrazas para uso de clientes** Espacios recreativos y de distracción
- Vehículos para el traslado de pasajeros** A través de fletes
- Actividades recreativas para clientes con medios propios** Eventos y banquetes
- Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas
- Piscina
- Salones para reuniones** Dispone de tres salones
- Juegos para niños** Sube y baja, caballitos, resbaladera entre otros
- Primeros Auxilios** Personal capacitado y botiquín de emergencias
- Formas de Pago:**
 - Pago con Tarjeta de Crédito** **Pago Solo en Efectivo** Pago con Cheques
 - Otros

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

Actualmente trabajan 9 personas incluyendo al dueño del establecimiento, todas están debidamente capacitadas en cada una de sus actividades y cumplen con los estándares de calidad y servicio.

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:	
<input type="checkbox"/> <u>Fines de Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana Santa</u> <input type="checkbox"/> <u>Feriados</u> <input type="checkbox"/> <u>Navidad</u> <input type="checkbox"/> <u>Verano</u>	
15. ESTANCIA PROMEDIO DE LOS CLIENTES:	
De 2 a 3 días así como también de 2 a 3 meses.	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:	
Caminatas, trekking, ciclismo, fogatas, turismo vivencial, turismo de aventura, investigación y ayuda social.	
17. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES:	
<input type="checkbox"/> <u>Boca-Oreja</u> <input type="checkbox"/> <u>A través de operadora</u> <input type="checkbox"/> <u>De hoteles y hosterías</u> <input type="checkbox"/> <u>Promoción directa propia</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservación con anticipación</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservan por:</u>	
<input type="checkbox"/> <u>Teléfono</u> <input type="checkbox"/> <u>Internet</u>	
<input type="checkbox"/> <u>Otros:</u> <input type="checkbox"/> <u>Medio de Transporte</u> Bus turístico y automóvil	
18. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO:	
<input type="checkbox"/> <u>Todo el Año</u> <input type="checkbox"/> Temporal (INDICAR ÉPOCA)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS)	
El establecimiento cumple con todos los requisitos necesarios para su funcionamiento y desempeño de sus funciones.	
20. REALIZADO POR: Javier Revelo	21. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 09 Ficha Informativa de Empresas de Actividades ACT01.

FICHA DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE: The Tesalia Springs Company (Machachi)	2. FICHA N°: ACT01	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-231-5616	5. E-MAIL: tesaliasprings@gmail.com	6. WEB: www.tesaliasprings.com
7. OPERA DESDE:		

8. LUGARES QUE OPERA EN EL ÁREA:

Principalmente la ciudad de Machachi en cuanto a la oferta en recreación, por otro lado de forma empresarial opera en todo el país a través de sus productos, llegando incluso a exportar a países en el extranjero.

9. ACTIVIDADES QUE OFRECE:

Por toda la región interandina, la Cordillera de los Andes no sólo vigila e impone su presencia majestuosa demarcando fuertemente la forma de ser de muchos de los pueblos que en ella se encuentran, guardando con celo la magia y los atributos del agua proveniente de sus eternos deshielos. Cada uno de los nevados y volcanes de esta magnífica cordillera tiene su historia y aunque parecen quietas rocas gigantes y eternas, dentro de ellas guardan el ciclo del agua que penetra, que roe, y que filtra haciendo de ellos guardianes que custodian uno de los más puros secretos de la vida. En la cordillera de los Andes en la zona del Ecuador en medio de dos hemisferios se levanta imponente “El Cotopaxi” que en voz nativa Quichua quiere decir “Cuello de luna”. Este volcán místico y de inmensa belleza es considerado una fuente de inmensurable energía. Desde los tiempos más antiguos los indígenas conocían que las energías curativas y místicas de las aguas provenientes de los deshielos del Cotopaxi e Illiniza recibían sus poderes por la particular influencia que el Sol y la Luna ejercían sobre estas tierras.

**10. MEDIOS PROPIOS DEL QUE DISPONE:**

- Equipos propios para las actividades** Alquiler de trajes de baño y protecciones
- Oficina** De ventas, compras, negociaciones y promociones
- Vehículos para el traslado de pasajeros** Recorrido propio y mediante contratación
- Estacionamiento** Capacidad para 80 vehículos
- Lugar apto para la preparación y consumo de alimentos** Dentro y al aire libre
- Primeros Auxilios** Personal capacitado, botiquín de emergencias y enfermería
- Radio** De onda corta, comunicación interna
- Formas de Pago:**
 - Pago con Tarjeta de Crédito
 - Pago Solo en Efectivo**
 - Pago con Cheques
 - Otros
- Cualquier tipo de vehículos

11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTÁNEA:

Posee una capacidad máxima de 3.000 personas por sus amplios espacios verdes y áreas recreacionales, así como también de distracción.

12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

Trabajan aproximadamente 350 personas de manera directa con la empresa y de forma indirecta unas 2600 personas a nivel del país, cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad en el desempeño de sus labores cotidianas

13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

<input type="checkbox"/> <u>Fines de Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana</u> <input type="checkbox"/> <u>Semana Santa</u> <input type="checkbox"/> <u>Feridos</u> <input type="checkbox"/> <u>Navidad</u> <input type="checkbox"/> <u>Verano</u> Disponible todos los días del año, de igual forma se alquilan las instalaciones previas reservaciones.	
14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES (ESTIMADO ANUALMENTE): Aproximadamente bordean las 230.000 personas que acuden a este sitio al año	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> <u>Boca-Oreja</u> <input type="checkbox"/> <u>A través de operadora</u> <input type="checkbox"/> <u>De hoteles y hosterías</u> <input type="checkbox"/> <u>Promoción directa propia</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservación con anticipación</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservan por:</u> <input type="checkbox"/> <u>Teléfono</u> <input type="checkbox"/> <u>Internet</u> <input type="checkbox"/> <u>Otros:</u> <input type="checkbox"/> <u>Medio de Transporte</u> Cualquier tipo de vehículo	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> <u>Todo el Año</u> <input type="checkbox"/> Temporal (INDICAR ÉPOCA)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS) Cumple con todos los requisitos para su funcionamiento y desempeño tanto interna como externamente a nivel empresarial.	
18. REALIZADO POR: Javier Revelo	19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 10 Ficha Informativa de Empresas de Actividades ACT02.

FICHA DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE: Illinizas Big Roses (El Chaupi)	2. FICHA N°: ACT02	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna en específico.
4. TELÉFONO: 02-3674-074	5. E-MAIL: illinizasbigroses@mail.com	6. WEB: www.quimirosburg.com
7. OPERA DESDE: 2008		

8. LUGARES QUE OPERA EN EL ÁREA:

Ninguno en especial ya que se encuentra aislado de la población y por sus actividades florícolas debe permanecer a una considerable distancia. Las poblaciones más cercanas son El Chaupi y la Comuna con un tiempo de distancia de 15 minutos en automóvil aproximadamente.

9. ACTIVIDADES QUE OFRECE:

Ofrece flor (Rosas) de exportación a nivel americano, europeo, asiático y australiano, reconocido internacionalmente por la calidad de rosas que exporta, además provee de sus productos dentro del país a prestigiosas floristerías. En una alianza estratégica con la Hostería Wasi Sumaq se logró convenir que los turistas puedan ingresar a sus instalaciones y puedan conocer todos los procesos que conllevan mencionada actividad con el fin de aportar con el plan de tur 2020 y se de opciones nuevas y llamativas en cuanto al turismo.

**10. MEDIOS PROPIOS DEL QUE DISPONE:**

- Equipos propios para las actividades** Equipos de protección
 - Oficina** De ventas, compras, bodega, administración y negociación
 - Vehículos para el traslado de pasajeros** Mediante fletes
 - Estacionamiento** Capacidad para 30 vehículos
 - Lugar apto para la preparación y consumo de alimentos** Solo áreas específicas
 - Primeros Auxilios** Personal capacitado, botiquín de emergencias
 - Radio** De onda corta y comunicación interna
 - Formas de Pago:**
 - Pago con Tarjeta de Crédito
 - Pago Solo en Efectivo**
 - Pago con Cheques
 - Otros
- Cualquier tipo de automóvil.

11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTÁNEA:

Hasta 1000 personas únicamente de visita más no de permanencia y pernoctación.

12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

Todo el personal que trabaja en la empresa está debidamente capacitado en la ejecución de sus funciones, además cumplen con los parámetros de calidad, servicio y producto, conjuntamente cumplen con todos los requisitos de ley para su desarrollo.

13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE:

- Fines de Semana**
- Semana**
- Semana Santa**
- Feriados**
- Navidad**
- Verano**

Mediante reservaciones y visitas anticipadas	
14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES (ESTIMADO ANUALMENTE): Se espera lograr hasta unas 100.000 personas al año tanto nacional como extranjero.	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: <input type="checkbox"/> <u>Boca-Oreja</u> <input type="checkbox"/> A través de operadora <input type="checkbox"/> De hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> <u>Promoción directa propia</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservación con anticipación</u> <input type="checkbox"/> <u>Reservan por:</u> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <u>Teléfono</u> <input type="checkbox"/> Internet </div> <input type="checkbox"/> <u>Otros:</u> <input type="checkbox"/> <u>Medio de Transporte</u> Cualquier tipo de Automóvil	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO: <input type="checkbox"/> <u>Todo el Año</u> <input type="checkbox"/> Temporal (INDICAR ÉPOCA)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: (PERMISOS, REGISTROS Y/O LICENCIAS) Todos los turistas quienes ingresen a la empresa deben hacerlo tomando las debidas precauciones en cuanto a su salud, esto se debe a los químicos que se emplean para el cuidado y mantenimiento de las rosas, por el resto, la empresa cumple con todos los requisitos para el desenvolvimiento de sus actividades	
18. REALIZADO POR: Javier Revelo	19. FECHA: 19/06/2011

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

MACROENTORNO Y MICROENTORNO

2.2. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO.

En todas las empresas existe un ambiente o entorno, según como se lo quiera denominar. El cual se caracteriza por una intensa competencia en el mercado, además fluctuaciones económicas, conjuntamente el desarrollo y avance en la tecnología; añadido a esto los cambios político legales que se han suscitado en el país a través de estos últimos años.

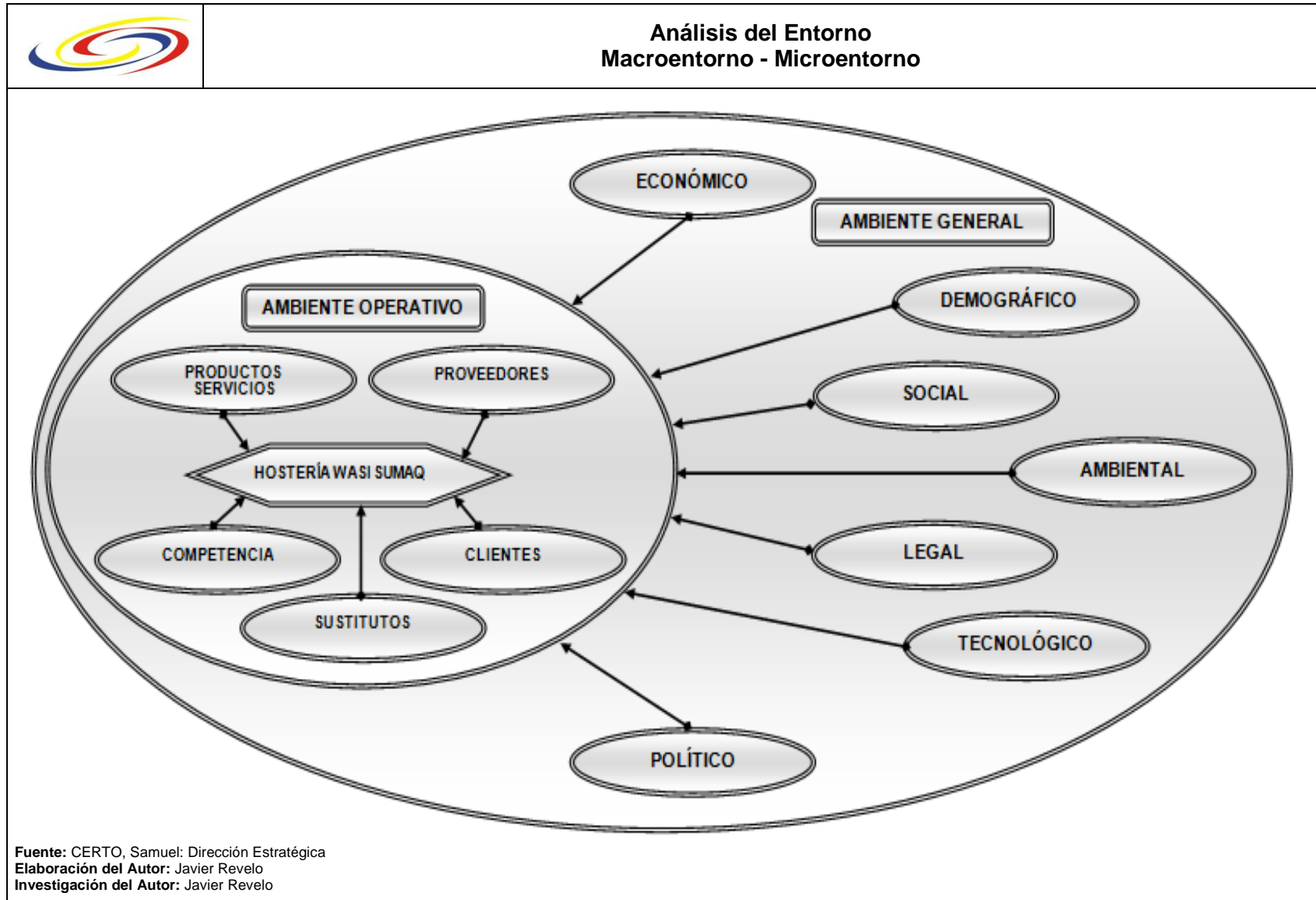
Es importante realizar un profundo análisis sobre las diferentes variables que se encuentran en el entorno, permitiendo así tomar decisiones prontas y oportunas, disminuyendo y evitando problemas de distinta índole, así como también incrementando ingresos y beneficios para la organización, es importante recalcar que todo lo que rodea a la empresa ya sea grande, mediana o microempresa puede verse afectada por condiciones que escapan a su manejo y control.

A continuación se presenta un gráfico en donde se puede observar cómo están estructurados los distintos ambientes y las variables que se encuentran en cada uno de ellos, siendo motivo de análisis y estudio para la empresa, para entender la dinámica del entorno es necesario comprender la estructura de los ambientes organizativos, los cuales se dividen en tres partes de estudio y análisis:

- “Ambiente General,”
- “Ambiente Operativo,”
- “Ambiente Interno²²”

²²CERTO, Samuel; Dirección Estratégica, tercera edición, Irwin, Impreso en España – CLAMADES, S:L; 1996, pág. 34.

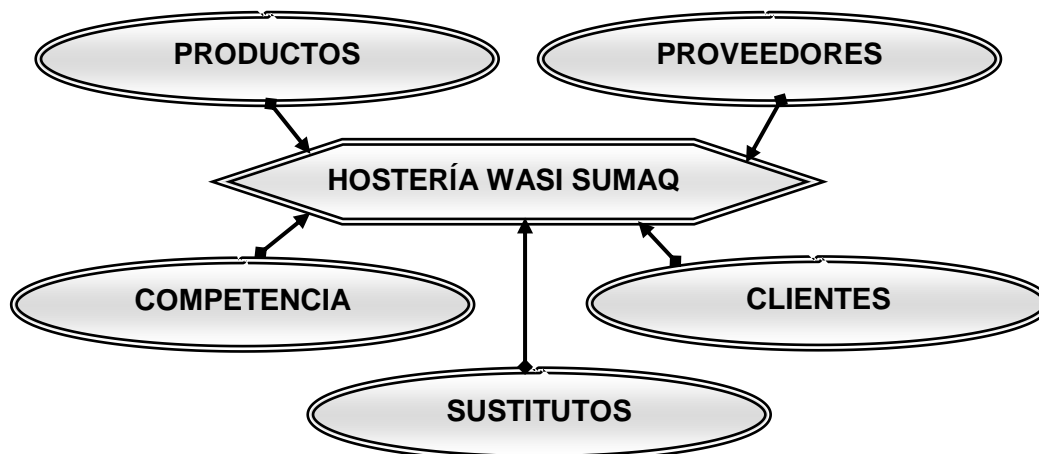
Gráfico N°: 01 Factores del Macroentorno & Microentorno.



2.2.1. Análisis del Macroentorno.

El Análisis Macro sirve para identificar las amenazas y oportunidades presentes y futuras del entorno externo de la organización, con el objetivo de efectuar una valoración crítica del mismo. El análisis del macroentorno es conocido también como variable o ambiente externo, “compromete factores legales, políticos, económicos, tecnológicos, sociales, demográficos y naturales o ambientales²³” que influyen en el desarrollo de la organización, esto permite realizar un estudio adecuado sobre los diversos aspectos que rodean a la empresa contribuyendo de manera esencial ya que permitirá tener una visión general del medio en el cual se desenvolverá la empresa. Los componentes del macroentorno son:

Gráfico N°: 02 Análisis de las Variables del Macroentorno.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Para iniciar con las variables respectivas del macroentorno, es necesario recordar que todas y cada una de las mismas posee características a ser detalladas, en primera instancia iniciamos con la variable económica, su desarrollo, su incremento y decremento, además de los sectores a los cuales ha influido sea positiva o negativamente.

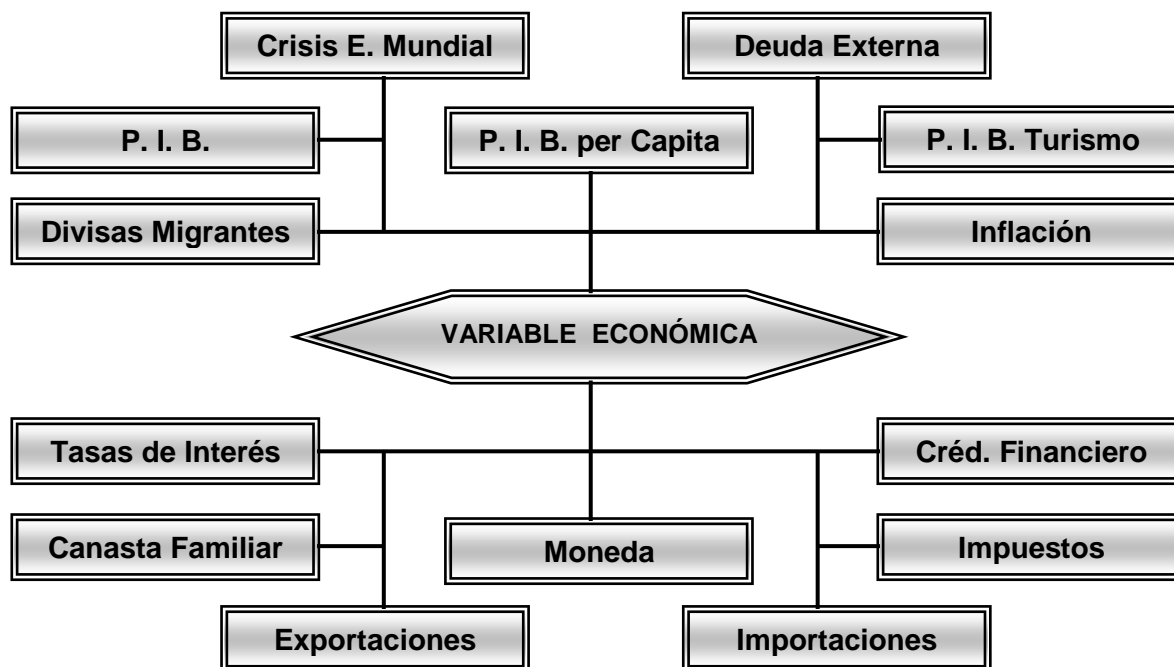
²³BATEMAN, Thomas S. Shell, Scout A. Administración una ventaja competitiva, 4ta Edición, Mc Graw Hill, México, 1999, pág. 55.

A). ANÁLISIS VARIABLE ECONÓMICA.

El país se ha desarrollado y ampliado en el mercado generando más fuentes de trabajo y a la vez incrementando la economía, desde el cambio de moneda del “Sucre” al “Dólar”, en sus inicios fue muy difícil adaptarse al cambio, sin embargo y con el pasar de algunos años esto ha fortalecido al crecimiento de diferentes industrias y la expansión a diversos y nuevos mercados internacionales, los cuales requieren del respaldo de personas dispuestas a alcanzar las metas propuestas por todas y cada una de las empresas, adaptándose a los cambios en el entorno.

El estudio y análisis de esta variable permite tener una visión amplia y clara del desarrollo económico del país y sus nexos con otros países, identificando así los factores que agudizan o que a su vez benefician los problemas que se presentan en las diferentes áreas productivas, brindando soluciones prontas y efectivas, así como también de dar a conocer ventajas mediante ciertos indicadores que facilitan la incursión de nuevas empresas que dinamicen la economía y promuevan el crecimiento en los distintos sectores de la industria.

Gráfico N°: 03 Factores de la Variable Económica.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Análisis de la Economía del Mundo y el País.

a). Crisis Económica Mundial y del País.

Este gran acontecimiento se enmarca en un contexto mundial plagado de crisis, así, en septiembre del 2.008, se evidenció que la anunciada crisis financiera tendría repercusiones en todo el mundo, particularmente en los países industrializados se han visto contagiados por el sistema financiero infectado por préstamos insolventes, lo que ha llevado a un colapso de diversos bancos en EEUU, Europa y Japón.

Así mismo, el mercado de capitales ha arrastrado a la economía productiva, lo que ha llevado a que dichos países entren en recesión, pero la crisis financiera también se hace sentir en los países de América latina, afectando especialmente a países exportadores, pues los ingresos de divisas caerán aún más, todo esto tiene un impacto fuerte en la generación de empleo y en la mayoría de sectores productivos, frenando el crecimiento que ha mostrado el Ecuador.

Los efectos de la crisis mundial originada en Estados Unidos, los elevados precios del petróleo y su inestabilidad en el mercado, la variación de precios de la materia prima y productos de importación están pasando la factura a Ecuador, las empresas en estos últimos años venden menos e importan en menor proporción, además se ha disparado la creciente en cuanto al desempleo ya que se han visto en la necesidad de prescindir de los trabajadores.

Todas las áreas que generan ingresos al país se ha visto afectada, provocando un ambiente de incertidumbre e inseguridad latente en la parte operativa del país, sin embargo, sectores como la pequeña y mediana empresa han ido creciendo en el país mediante el apoyo del gobierno con

su “Plan Primero lo Nuestro y Ecuador Produce” estos han generado un crecimiento económico en este sector, más no así en resolver problemas tales como el desempleo y subempleo. El país terminó los últimos meses del 2.010 con preocupaciones debido a las secuelas de la crisis financiera internacional.

Cuadro N°: 11 Variable Económica Crisis Mundial y del País.

		VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística			
Crisis Mundial y del País					
N°	País	Crisis %	Zonas Afectadas	Período	Observaciones
1	EEUU	20.45%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
2	España	36.74%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
3	Grecia	65.32%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
4	Eslovaquia	28.63%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
30	Polonia	12.64%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
31	Italia	25.64%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
32	Argentina	23.31%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
80	Guatemala	32.65%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
81	México	24.07%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
82	Ecuador	54.98%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
120	Reino Unido	09.87%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
121	Australia	06.65%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 – 2011	% basado en población
122	Canadá	04.73%	Petróleo Ganadería Agricultura Empresarial	2008 - 2011	% basado en población

Fuente: Foro Económico Mundial
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Para lo que va del año 2011 se ha notado una pequeña equivalencia en cuanto a la economía del país, recalcando que han ocurrido molestias en el

sector empresarial por las nuevas leyes decretadas por el ejecutivo respectivamente en la relación entre empleador y empleado acrecentando más el subempleo y desempleo por otro lado está la fatal caída de los precios de nuestro petróleo lo que hace más difícil los esfuerzos por continuar con la obra pública que permite la creación de empleos, estimular el comercio y dinamizar la economía en general,

Debe ser una prioridad del país, se debe pensar en la insustituible necesidad de inversión en gasto social, destinado a la salud pública y educación, por su parte, el Gobierno Nacional resolvió pedir a la Organización de Países Exportadores de Petróleo, OPEP, respetar la cuota preferencial de 493.000 barriles diarios de petróleo para que el Ecuador no se incorpore una nueva reducción, luego de que la organización dispuso en octubre pasado bajar su producción en 1'500.000 barriles para enfrentar la caída del precio del crudo.

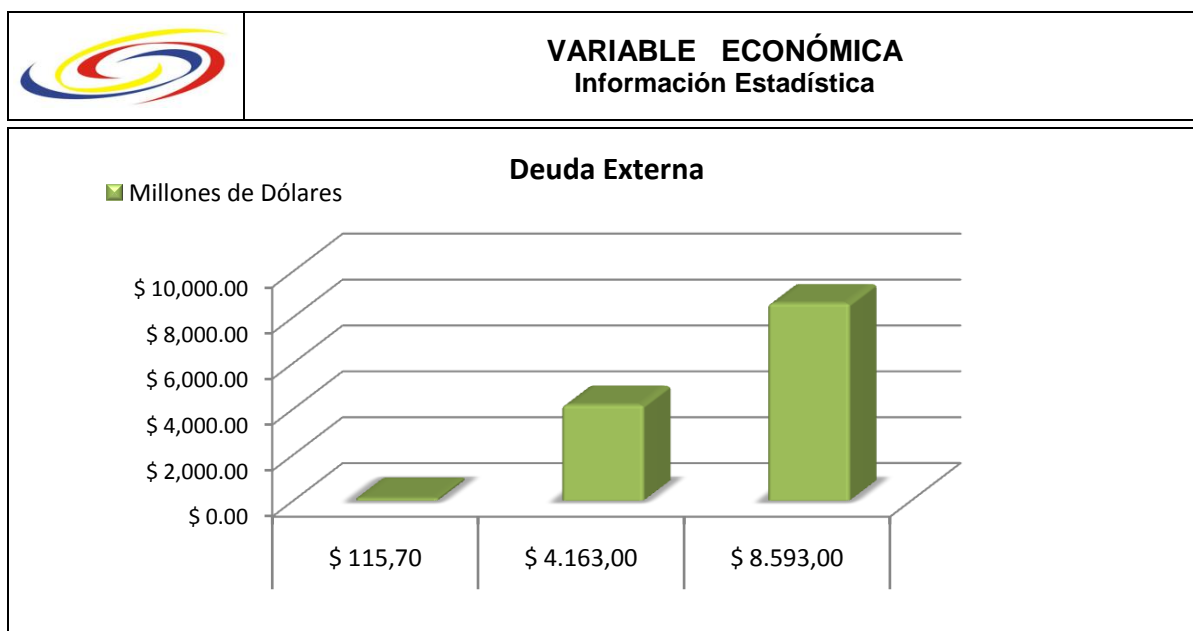
b). Deuda Externa.

En el año 2.008 se suscitaron acontecimientos importantes que lo catalogaron como un año para no olvidar, por un lado, el gobierno ecuatoriano realizó una auditoría pública de su deuda externa, esta decisión soberana fue en contra del status quo y se atrevió a cuestionar los préstamos obtenidos en el mercado internacional, con la cual se evidenció la ilegitimidad e ilegalidad en muchos tramos de la deuda ecuatoriana, entre otras cosas, mostró que entre el año 1.976 y el 2.006, la deuda con la banca privada creció 36 veces, de un valor de \$ 115,7 millones hasta \$ 4,163 millones de dólares, y para el presente año ha crecido 74 veces llegando a bordear los \$ 8,593 millones de dólares.

Los problemas derivados de la deuda externa han sido los componentes principales de la historia del país, el manejo corrupto, en muchos casos, de las negociaciones y de los recursos obtenidos derivaron en comprometer importantes recursos económicos que al ser desviados para su servicio, desatienden otros, especialmente la salud, educación y vivienda; para poder pagar las obligaciones del endeudamiento externo, el país debe cumplir con las disposiciones de los organismos financieros internacionales lo que lleva a priorizar las obligaciones financieras del estado y las obligaciones sociales para el pueblo ecuatoriano.

De acuerdo con el banco, la deuda pública del país sumó \$ 8,590 millones durante agosto, un avance del 14% frente a los \$ 7,520 millones de un año antes. La cifra de deuda pública de octubre equivalente a cerca del 15% del producto interno bruto del país, por otra parte, la deuda del sector privado sumó \$ 5,380 millones, una caída del 18% respecto de los \$ 6,540 millones de octubre de 2.010.

Gráfico N°: 04 Variable Económica Deuda Externa del País.



Fuente: www.inec.gov.ec
www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Basándose en estos y otros datos de gran relevancia, el presidente Rafael Correa tomó la decisión de suspender el pago de algunos tramos de la deuda como son los Bonos Global 2.012 y Global 2.030 y renegociarlos a precios que considera más justos, con esta acción, Ecuador se coloca a la vanguardia regional, sentando un precedente al adoptar decisiones contundentes como el cese de pagos y evaluando la judicialización de la deuda, visto de otra forma, la parte negativa de todo esto es que países del primer mundo no tendrán la suficiente confianza en poder otorgar al país un préstamo ya que al decidir cómo país deudor el no pagar la deuda genera desconfianza al momento de hablar de dinero.

Bajo el sistema del Banco Mundial, que supervisa planetariamente los acuerdos de inversión, no existe responsabilidad pública, ni reglas judiciales ni éticas, y ningún proceso de apelación. Ecuador ha expuesto así un problema grave del sistema financiero internacional; “la ausencia de un mecanismo internacional independiente para que los países resuelvan conflictos sobre la deuda potencialmente ilegítima e ilegal²⁴.” Los resultados de Ecuador podrían fijar un precedente para los países endeudados más pobres, cuya deuda ha sido muy criticada como depredadora e inhumana.

Para lo que va del 2.011, el país ha invitado a América latina a forjar una respuesta unida a la deuda externa. Venezuela, Bolivia y Paraguay han creado recientemente comisiones de auditoría de la deuda. El país también ha pedido que Naciones Unidas ayude a desarrollar normas internacionales para regular el mercado de la deuda externa. Como parte de la respuesta a la crisis financiera actual, los gobiernos deben establecer un mecanismo internacional para manejar conflictos de deuda de manera sistemática, que equilibre los intereses de deudores y acreedores y en primer lugar considere cómo se acumularon dichas deudas y señale a los responsables.

²⁴O.N.U. Organización de las Naciones Unidas; Joseph Stiglitz; Premio Nobel de Economía, 2009.

c. Producto Interno Bruto.

“El producto interno bruto refleja el valor económico del total de la producción de bienes y servicios de un determinado país, en un periodo establecido, generalmente de un año y con total independencia de la propiedad de los activos productivos que se generan mediante los diferentes sectores de un país²⁵”. En quince años, el PIB creció a una tasa promedio de apenas 3,2%, lo cual duplica a la tasa de crecimiento promedio anual de la población en igual período por lo que la situación mejoró ligeramente.

Ahora, determinando que el PIB es la representación numérica del crecimiento de la producción total de la economía del país, se puede analizar en base a los datos emitidos por el Banco Central del Ecuador, que este indicador se ha incrementado progresivamente a partir del proceso de dolarización a inicios del año 2.000 de 15,93%. “Para el 2.008 aumentó un 5,3%, uno de los mayores indicadores de la región, pese a la crisis financiera mundial que se desató a finales del año pasado.²⁶” y para el año 2.010 tuvo un incremento del 4,8%, es decir un aumento significativo si se lo compara con el 2.009.

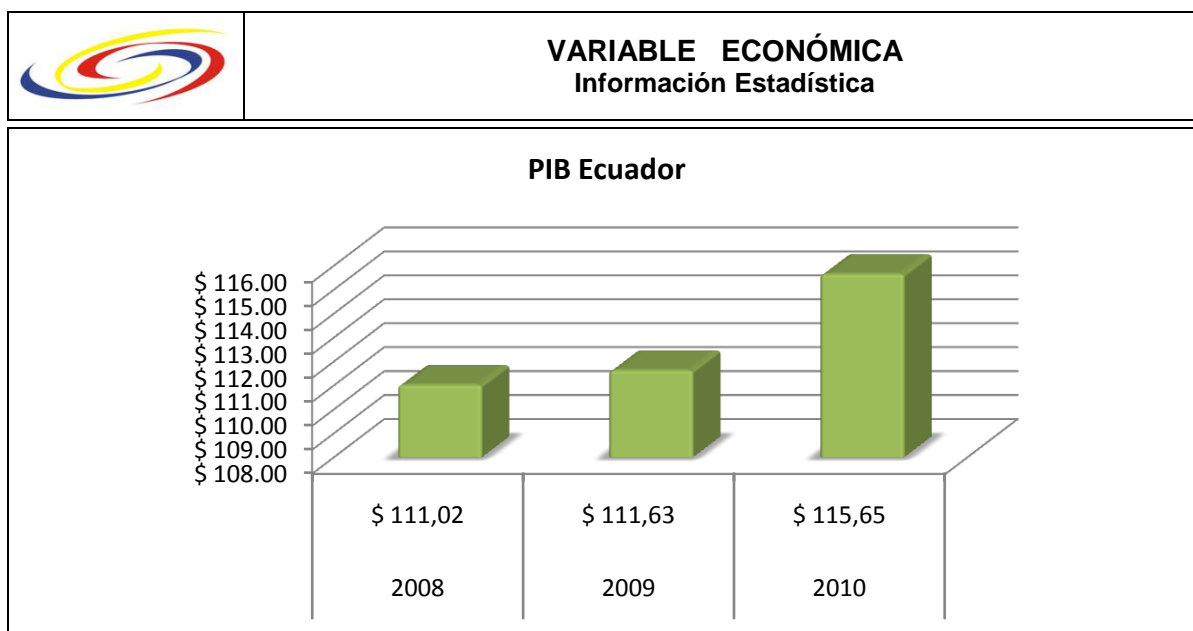
Las exportaciones tradicionales ecuatorianas, en las que se incluye el banano, el camarón y las flores, entre otros, aumentó en un 16,7%, y las no tradicionales crecieron un 14%. El crecimiento real del PIB, estimado para el año pasado, es del 4,8%, superior al registrado en el 2.009 y 2.008, pues alcanzó el 3,8% y 2,8%, “señala un último informe del Banco Central del Ecuador²⁷”.

²⁵ MICROSOFT ENCARTA. Biblioteca Premium. Versión 2009.

²⁶ B.C.E. Banco Central del Ecuador; Producto Interno Bruto (PIB); Indicadores Económicos.

²⁷ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; PIB Ecuador Informe Registro Anual, www.bce.fin.ec

Gráfico N°:05 Variable Económica Producto Interno Bruto PIB.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

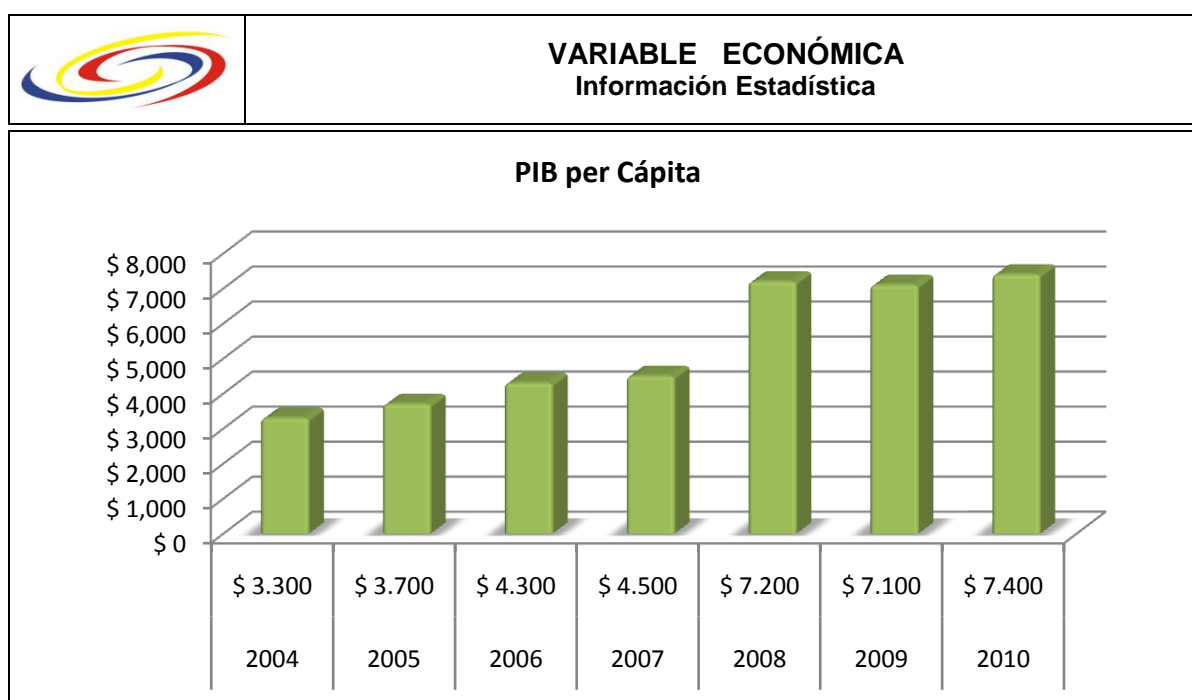
El rendimiento económico obedece, principalmente, a los altos precios del petróleo en el mercado internacional, lo que supuso un aumento de ingresos para el país, el quinto productor de crudo en América; mientras que para las exportaciones petroleras, el año pasado alcanzaron ingresos por \$ 11.673 millones de dólares, lo que representó un incremento de casi un 40%, respecto a los \$ 8.329 millones que facturó en 2.009 y que se distribuyó para diversos sectores productivos del país.

La balanza comercial para el mismo año registró un superávit del 8,6%, básicamente asociado a los ingresos de las exportaciones petroleras y al dinamismo observado en las no petroleras, con la caída del precio del crudo en los últimos meses y el retroceso en el ingreso de las remesas que envía los migrantes ecuatorianos desde el exterior debido al desempleo que desde sus inicios hasta la actualidad no ha presentado una leve recuperación en el ámbito laboral y económico.

d. Producto Interno Bruto. (Per Cápita)

“Esta variable indica el PIB por paridad del poder adquisitivo dividido por la población al 1 de julio de cada año²⁸”. El PIB per cápita tiene un crecimiento macro, levemente superior al incremento poblacional, pero que es la mitad de la tasa de crecimiento de la población económicamente activa. En el año 2.010 el turismo ocupó el tercer lugar en el desarrollo de la economía del país y representó un 5,1% del producto interno bruto PIB, esto equivale a \$946 millones de dólares aproximadamente, de acuerdo con informes oficiales, el turismo va incrementando en todas sus áreas debido a la gran demanda que existe tanto nacional como internacional además de ser una fuente generadora de empleo y alternativas para emprendedores.

Gráfico N°:06Variable Económica Producto Interno Bruto Per Cápita.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

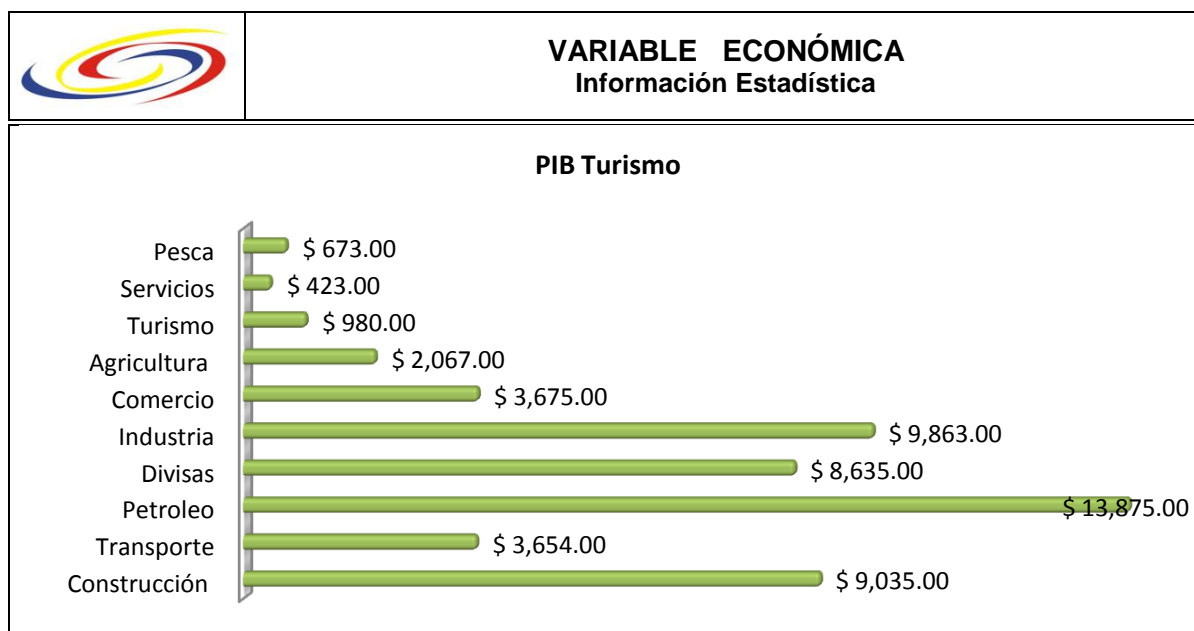
²⁸ CIA WorldFactbook; Ecuador Economía, Finanzas e Inversión, 2010.

e. Producto Interno Bruto. (Turismo)

En los últimos quince años, el PIB del sector turístico presenta un crecimiento promedio de 3% aproximadamente en términos reales, sin embargo, la medición propuesta por parte del Banco Central del Ecuador está dirigida a contabilizar las actividades de la hotelería, el turismo y el entretenimiento, tomando en cuenta el encadenamiento con otros sectores como el comercio, el transporte terrestre, fluvial, marítimo, aéreo y las manufacturas.

Para el año 2.010, el PIB para este sector respectivamente alcanzó una cifra record, logrando así un 8,22% según el Ministerio de Turismo, esto se debe a la gran afluencia de turistas extranjeros y el movimiento interno en el turismo, registrando una cantidad de 2'365.876 visitantes desplazándose por todos los rincones del país en menor o mayor proporción lo que ha incrementado significativamente la economía interna volviéndola más dinámica y con proyección a cubrir las demandas actuales.

Gráfico N°: 07 Variable Económica Producto Interno Bruto Turismo.



Fuente: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo


Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

En cuanto al servicio de establecimientos hoteleros y de restauración se encontró una inflación del 8,84% esto se debe al elevado precio de diferentes productos del mercado alimenticio, la elevación en los precios de los materiales de construcción y remodelación. La parte positiva de todo esto es que el Banco del Fomento está otorgando créditos a tasas de interés bajas y a plazos accesibles para la creación de pequeñas y medianas empresas indistintamente del negocio al que se dediquen.

El turismo es una de las principales actividades del país, muestra de ello es que genera por concepto de exportaciones anuales, es decir del turismo receptivo, divisas entre \$ 500 y \$ 580 millones de dólares anuales; sin descontar los \$ 1.600 a \$ 2.200 millones por turismo local, a esto vale agregarle que el gobierno incrementó la partida presupuestaria para turismo en un 90,3%; variación que permitirá destinar \$ 23 millones de dólares anuales a la promoción del país, desde el año 2.001.

Cuadro N°: 12 Establecimientos Turísticos y Mano de Obra Ocupada.

		VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística	
Establecimientos Turísticos & Mano de Obra Ocupada			
Establecimientos Registrados en MINTUR		Mano de Obra Registrada Ocupada	
Actividad	2.010	Actividad	2.010
Alojamiento	3.220	Alojamiento	21.700
Comestibles & Bebidas	8.934	Comestibles & Bebidas	42.320
Agencias de Viajes	1.324	Agencias de Viajes	5.812
Líneas Aéreas	79	Líneas Aéreas	1.398
Recreación	609	Recreación	3.278
Transporte Terrestre	230	Transporte Terrestre	3.120
Transporte Fluvial y M.	107	Transporte Fluvial y M.	1.345
Otros	67	Otros	3.456
Total	14.570	Total	82.429

Fuente: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo

Elaboración del Autor: Javier Revelo

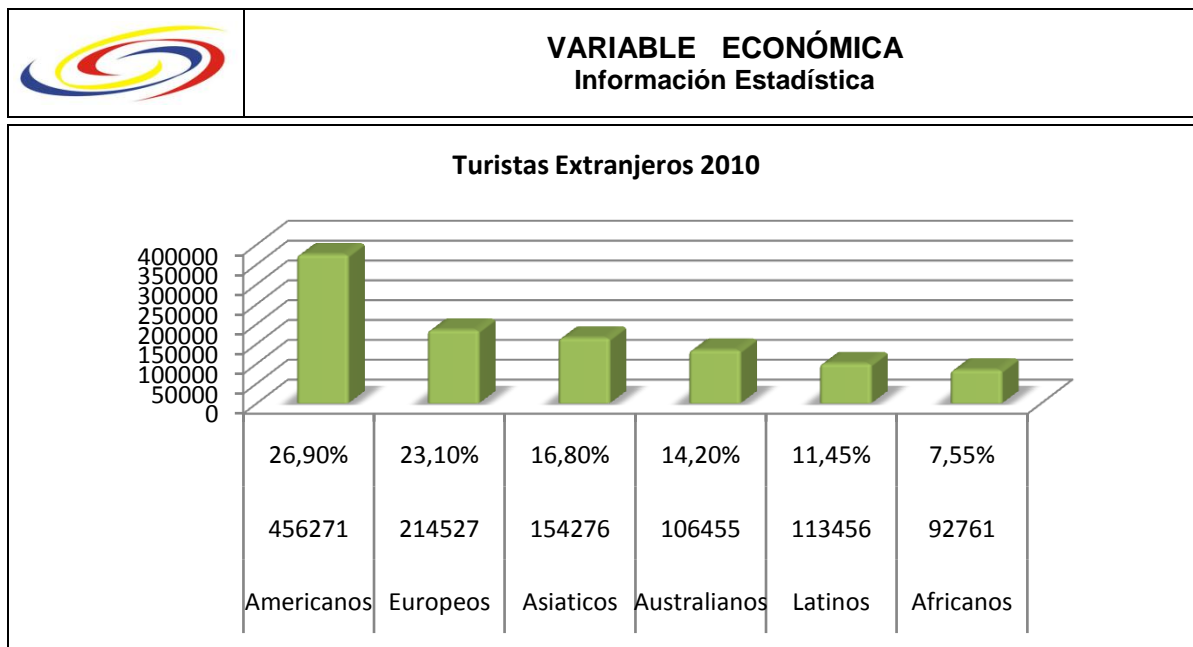
Investigación del Autor: Javier Revelo

A partir de esta época se reporta un crecimiento absoluto del 35% en el número de establecimientos, siendo los servicios de comestibles y bebidas los de mayor desarrollo del sector, por otro lado el empleo aumentó en un 28% en actividades turísticas en el periodo mencionado anteriormente, acorde al crecimiento en el número de establecimientos de comestibles y bebidas también se ha incrementado la mano de obra empleada por las mismas empresas registrando un 6% anual.

Siendo así el principal destino turístico para los estadounidenses y canadienses quienes visitan por largas jornadas de tiempo el país, consecuentemente están los europeos, seguidos por los asiáticos, australianos y en menor porcentaje se encuentran los latinoamericanos y africanos. Para el año 2.010 se obtuvo una cifra mínima aproximada de 1'100.000 visitantes superando así la cifra de 937.487 turistas del año 2.009 favoreciendo a los sectores turísticos, hoteleros, restauración y ocio, incrementando sus ingresos y mejorando la economía local, regional y del país en consecuencia.

Para lo que va del 2.011 se espera superar la cifra alcanzada en el 2.010, para lograr aquello se ha creado nuevos destinos turísticos y se ha realizado campañas promocionales para incentivar a los ecuatorianos a visitar distintos lugares, trabajando conjuntamente y brindando una amplia gama de nuevos atractivos ya sean naturales, culturales, e históricos, el propósito es posicionar al país en el ámbito turístico y que a la vez atraiga a más visitantes del extranjero, esto generará nuevas fuentes de trabajo directas como indirectas y permitirá el nacimiento de emprendedores dedicados a este sector.

Gráfico N°:08 Variable Económica Afluencia de Extranjeros 2010.



Fuente: www.inec.gov.ec

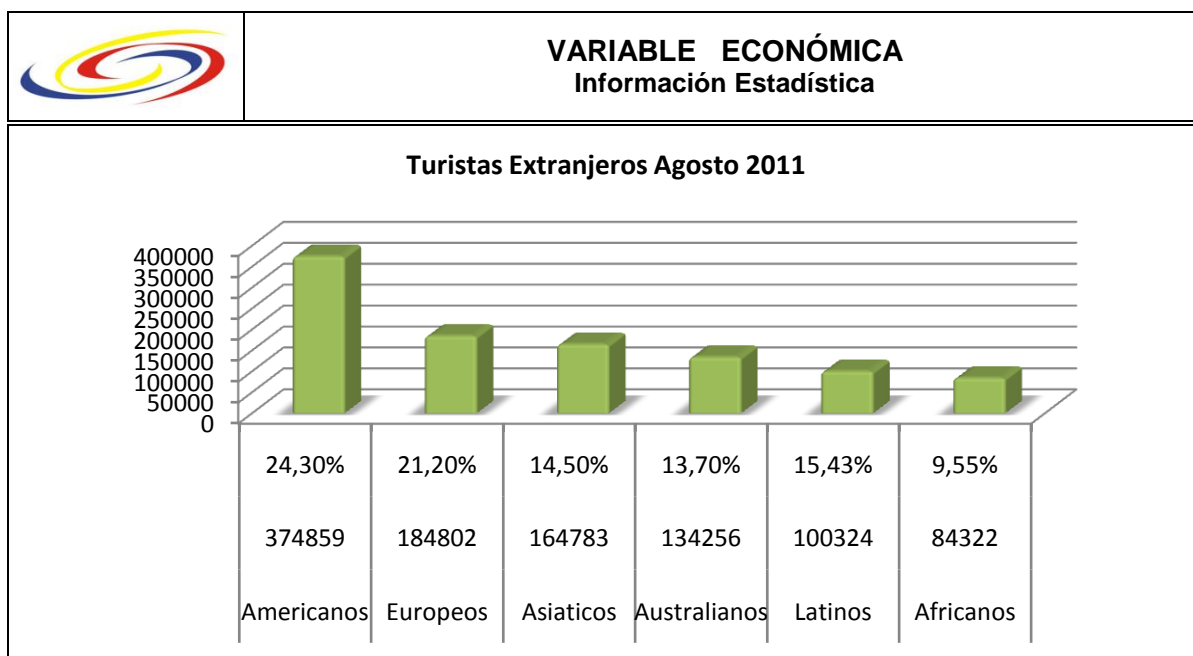
Ministerio de Turismo

Departamento de Migración

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°:09 Variable Económica Afluencia de Extranjeros 2011.



Fuente: www.inec.gov.ec

Ministerio de Turismo

Departamento de Migración

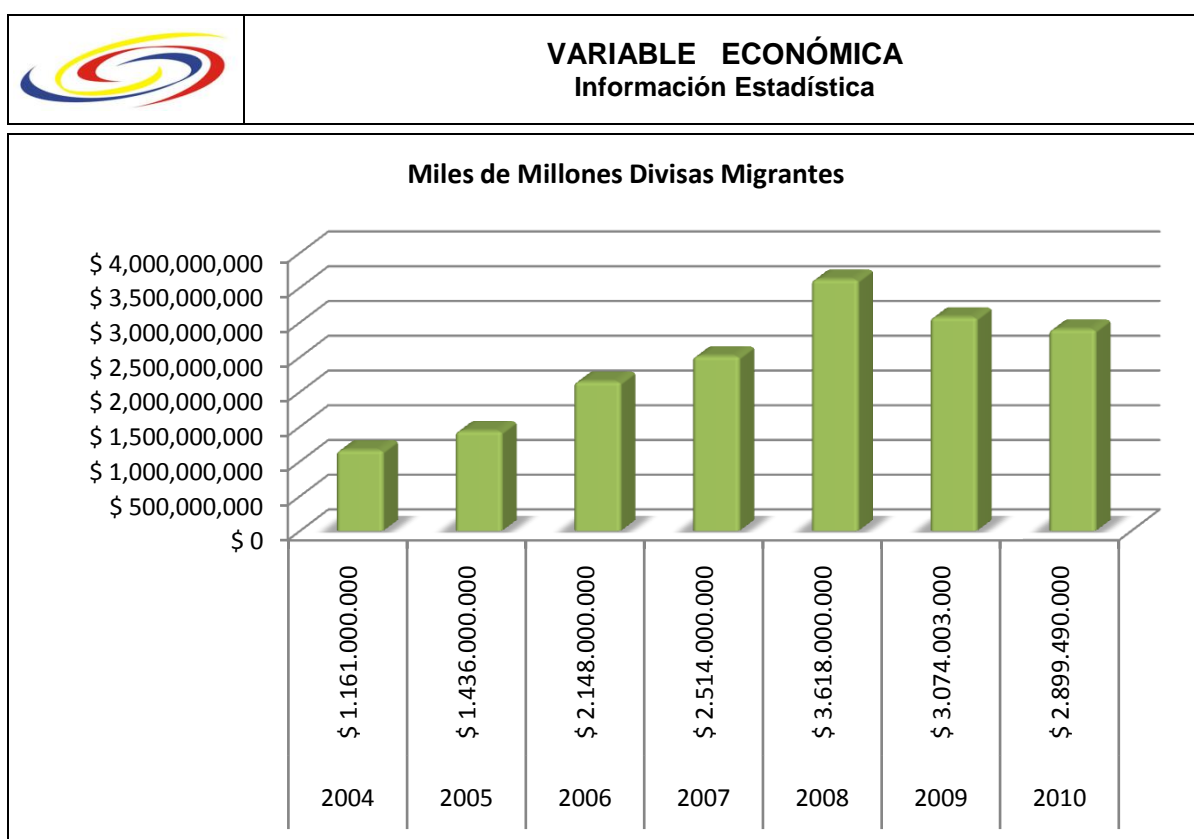
Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

f. Divisas de Migrantes.

Las remesas de los migrantes se redujeron en al inicio en un 17,4%, posteriormente ha ido decayendo cada vez más, el primer trimestre de este año, se han reducido las remesas considerablemente hasta alcanzar la cifra de 35,8% con ello afectando a los migrantes y sus familias, haciendo que regresen al país poco a poco, perjudicando así a las inversiones de muchos migrantes en sus proyectos que se realizan en el país y disminuyendo el flujo económico interno.

Gráfico N°: 10 Variable Económica Divisas de Migrantes.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

A través del plan “Bienvenido a Casa”, del gobierno nacional, los migrantes ecuatorianos que hayan terminado su flujo migratorio y voluntariamente deseen regresar, contarán con diversas facilidades, que a más de permitir

la importación de sus bienes, garantizarán las condiciones legales, económicas e institucionales, para su rápida reinserción al país, esto fue dicho por la Secretaría Nacional del Migrante (SENAMI), el objetivo de la misma es de apoyar a todo ecuatoriano en su reinserción a la población.

El SENAMI cuenta con un fondo denominado “Cucayo”, que significa fiambre o lunch, que tiene como principal objetivo lograr inversiones productivas por parte de los migrantes en el país, las cuales podrán ser individuales o asociativas, según sea su decisión.

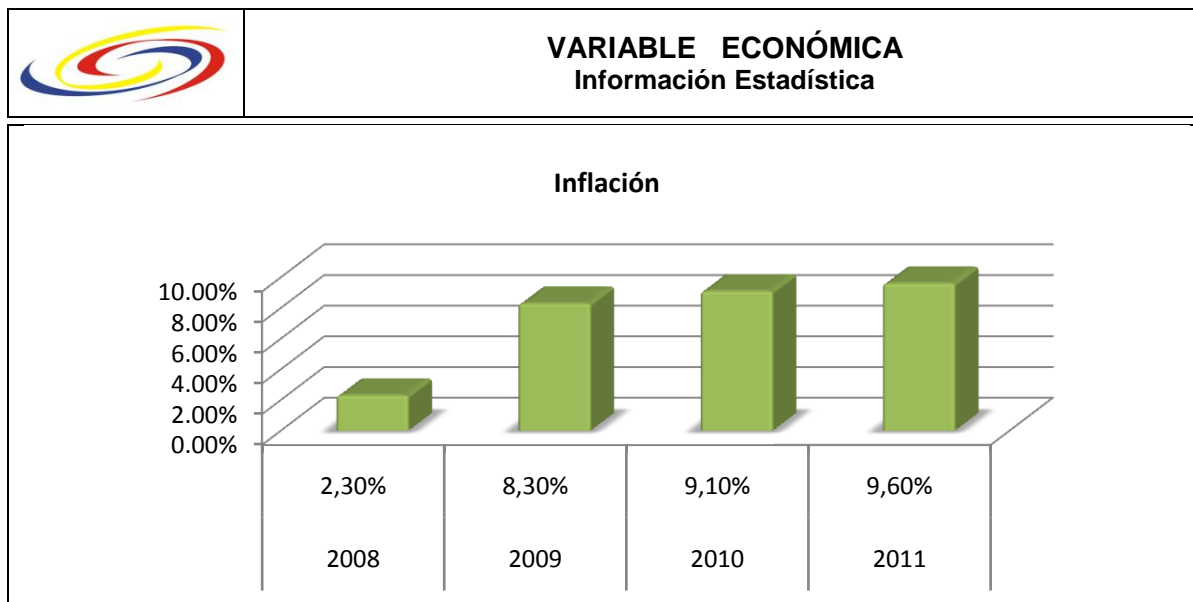
g. Inflación.

“La inflación es la elevación notable del nivel de precios con efectos desfavorables para la economía de un país.²⁹” Por ende un aspecto importante en la economía del país es sin duda la inflación la misma que se la empezó a medir a partir del año 1.998 y su evolución muestra que en etapas de crisis en el que se afecta fuertemente al consumo de los hogares, de las empresas y del gobierno, produce una escasez en varios productos y el disparo elevado de los precios.

En diciembre del 2.009 a diciembre del 2.010, y basándose en datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), fue del 4,42% en promedio, casi un 20% más alta que el valor registrado en el año 2.009, esto se debe a factores tales como la crisis mundial y los diversos problemas que suceden en el país de manera interna es decir por fenómenos climáticos, la especulación de precios, las malas políticas y la ausencia total de autoridades competentes que se encarguen de controlar los precios y sancionar a los responsables que han perjudicado a diversos sectores del país.

²⁹ MICROSOFT ENCARTA. Biblioteca Premium. Versión 2009.

Gráfico N°:11 Variable Económica Inflación.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Por otro lado se encuentran los que elevaron sus precios durante el transcurso de este año, estos fueron sectores de alimentos y bebidas, bebidas no alcohólicas, alcohólicas, tabacaleras, estas últimas con elevación al impuesto al consumo especial dictaminados por el gobierno en cuanto a la compra de ciertos productos. Actualmente para el mes de septiembre del 2011 varios productos agrícolas han elevado sus precios al doble producción un aumento en el valor de venta al público de entre un 30% a 50%, estos productos están entre las legumbres, vegetales y frutas.

h. Tasas de Interés.

Siendo la tasa de interés la relación porcentual a pagarse por el uso del capital prestado en un tiempo determinado; representa así el costo financiero de dicho servicio prestado por parte de cualquier institución financiera legalmente constituida; la banca establece una relación de crédito

al generarse una prestación de dinero entre el acreedor del préstamo y la entidad bancaria; para el desarrollo de la pequeña, mediana y grande empresa, siempre ha existido negociaciones en las cuales han podido financiarse y sacar el negocio a flote. A continuación se presentan las tasas de interés, cabe recalcar que las mismas son variables y se aplican de manera mensual, bimestral, trimestral, semestral y anual.

Cuadro N°: 13 Variable Económica Tasas de Interés.

 VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística			
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual
Comercial Corporativo	9.24	Comercial Corporativo	9.33
Comercial PYMES	11.12	Comercial PYMES	11.83
Consumo	15.77	Consumo	16.30
Consumo Minorista	18.58	Consumo Minorista	21.24
Vivienda	11.03	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.08	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	28.80	Microcrédito Acumulación Simple	33.30
Microcrédito de Subsistencia	30.67	Microcrédito de Subsistencia	33.90
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.35	Depósitos de Ahorro	1.44
Depósitos monetarios	1.79	Depósitos de Tarjetahabientes	1.64
Operaciones de Reporto	2.65		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.85	Plazo 121-180	6.18
Plazo 61-90	5.25	Plazo 181-360	6.53
Plazo 91-120	5.70	Plazo 361 y más	7.18

Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

El Banco Central del Ecuador recibe de todas las entidades del sistema financiero ecuatoriano los balances diarios, semanales y mensuales, a partir de los cuales, con las aplicaciones informáticas que para el efecto se han desarrollado, se obtienen una serie de indicadores que dan cuenta de la

marcha del sector. Así, el BCE publica la base monetaria, la emisión monetaria, las reservas bancarias, los depósitos a la vista, las cuentas del banco, el sistema de balances, las cuentas monetarias de otras sociedades de depósito, el panorama monetario, el panorama financiero, y todos los componentes de cada una de esas variables.

En el desarrollo y ejecución de cualquier proyecto es de suma importancia conocer la tasa de interés activa que cobra la banca por las diversas prestaciones monetarias realizadas; esto contribuye a poder tomar una decisión de establecer y fijar este tipo de relación; mientras que, por otra parte, se puede realizar depósitos los cuales permitan al depositante interactuar con la tasa de interés pasiva.

➤ **Tasa de Interés Activa.**

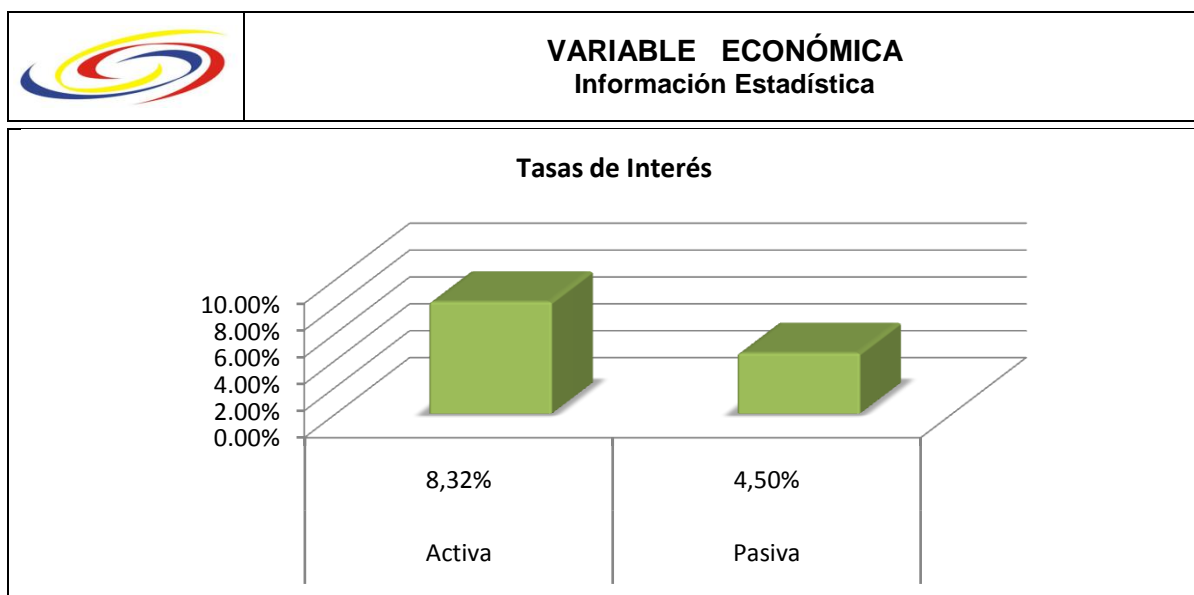
Anteriormente la tasa de interés activa se la manejaba con porcentajes muy elevados, esto se debe a la inestabilidad económica del país en anteriores años; actualmente las instituciones bancarias manejan porcentajes aceptables logrando así atraer a los inversionistas y prestamistas con el único fin de adquirir un préstamo para realizar inversiones en distintos sectores del mercado, en el transcurso del año 2.009 el porcentaje fue de 8,02% mientras que para el 2.010 esta tasa de interés se la ha manejado con un mínimo de 8,32%, este porcentaje se lo considera adecuado considerando la actual crisis mundial.

➤ **Tasa de Interés Pasiva.**

La tasa de interés pasiva es el precio que una institución bancaria o financiera tiene que pagar por el dinero que recibe en calidad de préstamo al cuenta ahorrista o correntista, actualmente el desempeño de la actividad de la banca se ha caracterizado por una recuperación observada en el ritmo de crecimiento de captaciones

las mismas que incluyen billetes y monedas, además de los depósitos de ahorro y a plazo fijo; la banca abierta en el último año registro un valor de \$ 7.984 millones de dólares, esta variación ha crecido en un 4,50% en relación a los años anteriores.

Gráfico N°: 12 Variable Económica Tasas de Interés Activa y Pasiva.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo


La tasa de interés pasiva crece en función del incremento de los ingresos de los clientes de la banca, pues al poseer mayor circulante monetario, pues existe la tendencia de ahorrar. Las tasas de interés son importantes ya que permiten determinar las variaciones de intereses en la banca, buscando así la más acorde a las necesidades ya sea para inversión o préstamos a corto mediano y largo plazo.

i. Créditos Financieros.

En lo que respecta a los créditos financieros para inversión de proyectos independientemente de la actividad a la que este destinada, el gobierno ha impulsado atreves de la CFN Corporación Financiera Nacional y el MIC Ministerio de Industrias y Competitividad la entrega de crédito para los

pequeños, medianos y grandes empresarios con la finalidad de generar competitividad, desarrollo y empleo, contrarrestando así la inestabilidad económica que está atravesando el país, capacitando, incentivando y generando producción al desarrollo de la nación.

Cuadro N°: 14 Variable Económica Créditos Financieros.

	VARIABLE ECONÓMICA Información Estadística
Corporación Financiera Nacional (CFN)	
Línea de Crédito Multisectorial.	
Para el financiamiento de establecimientos.	
Alojamiento / Restauración / Recreación	
Activo Fijo:	
Financiamiento de terrenos, bienes inmuebles y muebles, construcción y edificación.	
Capital de Trabajo:	
No incluye gastos no operativos.	
Asistencia Técnica:	
Asesoramiento en todas las diversas áreas.	
Construcción de Proyectos Habitacionales:	
Conjuntos Privados, clubes, asociación mediante constructoras.	
Beneficiario:	
Persona Natural	
Persona Jurídica	
Organización mixta establecida legalmente en el país	
Monto:	
Máximo \$5'000.000,00 USD	
Plazo:	
Activo Fijo:	
Máximo de 10 años	
Capital de Trabajo:	
De 3 a 5 años	
Asistencia Técnica:	
1 año	
Construcción y Proyectos Habitacionales:	
De 5 a 8 años, dependiendo de la magnitud del mismo	
Tasa de Interés:	
Reajutable cada 90 días en base a la T.P.R.	

Fuente: www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

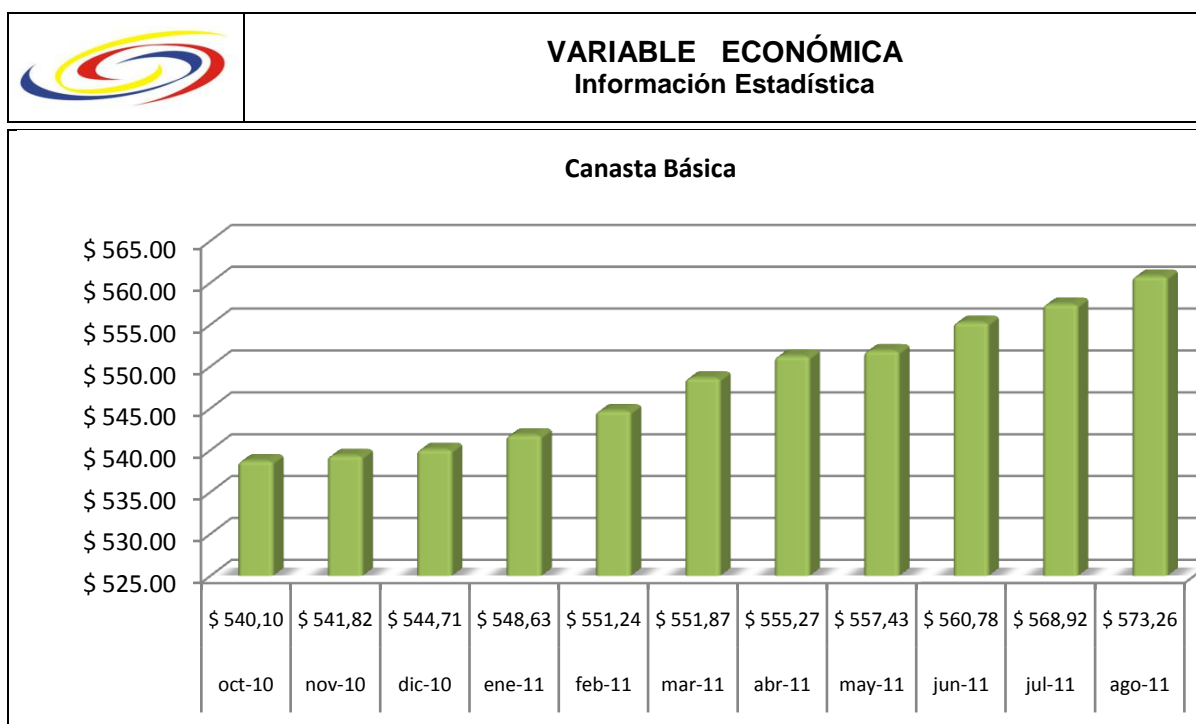
Investigación del Autor: Javier Revelo

Sin duda alguna beneficia a los ecuatorianos y es un apoyo, en este caso para el desarrollo de este proyecto en todas sus modalidades, contribuyendo y aportando al sector turístico del país en general.

j. Canasta Familiar.

Una vez revisado los datos anteriores se puede tener una idea general sobre el valor de la canasta básica familiar, la misma que se incrementó hasta \$ 560,78 dólares, esto refleja claramente que los productos que se expenden en todos los supermercados, mini market's, distribuidores, bodegas, tiendas y demás eleven su precio y haga inaccesible conseguir la canasta básica sobre todo aquellas personas cuyo sueldo es el mínimo vital. A continuación se presenta un cuadro estadístico sobre la canasta básica y la canasta vital.

Gráfico N°: 13 Variable Económica Canasta Básica.



Fuente: www.inec.gov.ec

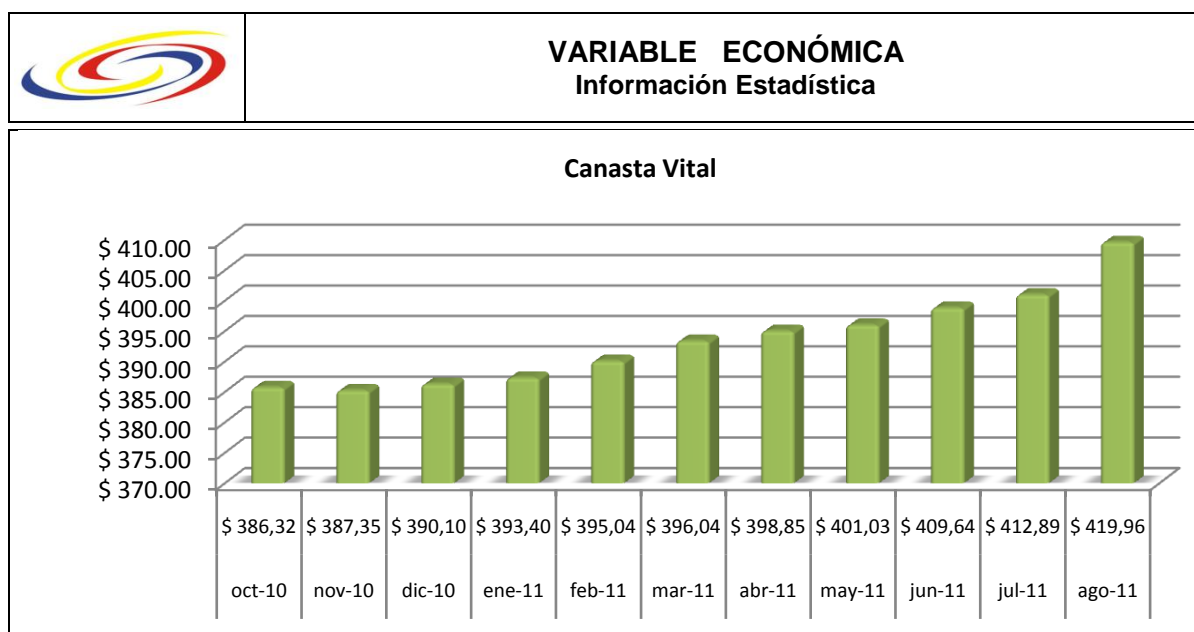
www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Las variaciones económicas que ha presentado el país desde el proceso de dolarización ha resultado beneficioso para algunos sectores y perjudicial para otros, para estos últimos se ha reducido considerablemente el poder de adquisición monetaria lo cual restringe y dificulta el acceso a bienes y el consumo a ciertos productos y servicios, por ende es de suma importancia analizar esta variable económica la misma que predomina en la mayoría de los hogares ecuatorianos, determinando así sus facultades como sus impedimentos.

Gráfico N°: 14 Variable Económica Canasta Vital.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

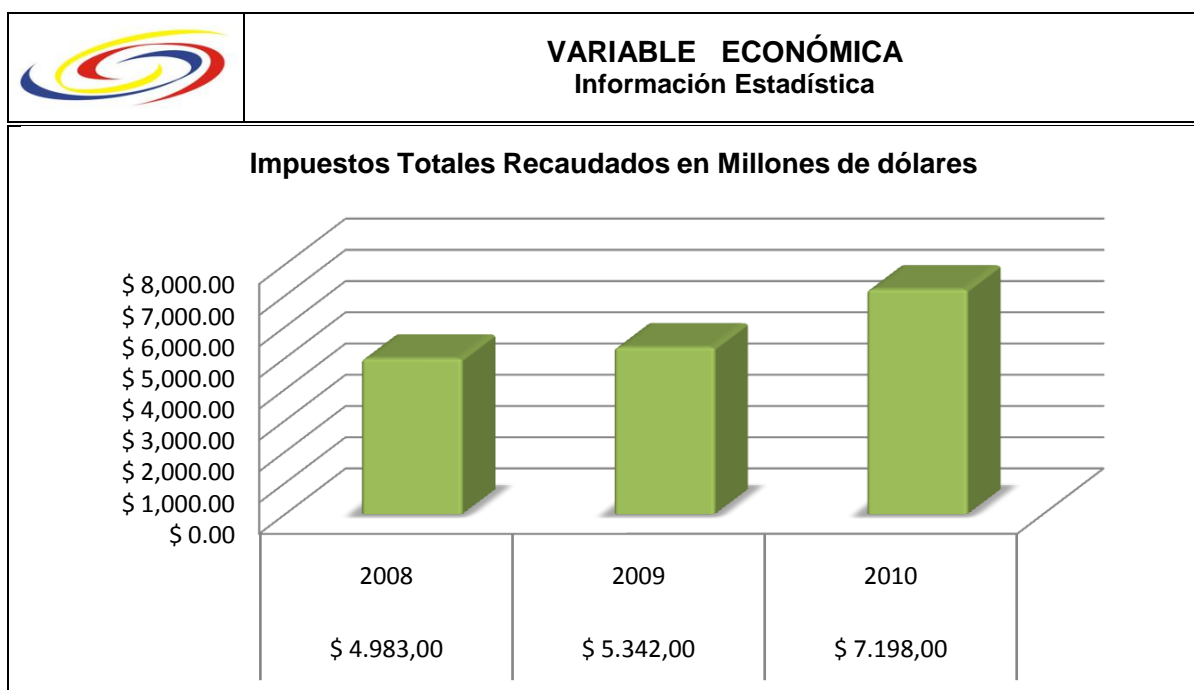
Investigación del Autor: Javier Revelo

Las canastas familiares a junio del 2011 cuentan de dos formas, la primera es la canasta básica la misma que llega al valor de \$560,78 mientras que la canasta vital llega al valor de \$ 409,64 a esta última no se aplica el incremento mediante disposición del gobierno de \$ 24,00 dólares al salario mínimo vital.

k. Impuestos.

Si bien es cierto, el Ecuador es quizá uno de los países que más impuestos tiene, sin embargo cabe destacar que con el Gobierno de Rafael Correa se ha visto plasmado toda esa recaudación a través de las diferentes obras a nivel nacional, por otro lado el tema de impuestos ha sido materia de controversias y debates a favor y en contra, es así que en estos últimos meses se ha elevado el impuesto al tabaco y licor como medida para mitigar la delincuencia y los accidentes, así también aparece el nuevo impuesto verde o ecológico que va dirigido a los vehículos híbridos o ecológicos que por su elevado costo no todos pueden acceder a poseer un vehículo tan caro, por ende el impuesto va para las clases elitistas del país.

Gráfico N°:15 Variable Económica Impuestos.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Los impuestos son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley, que deben pagar las personas naturales y las sociedades que se encuentran en las condiciones previstas por la misma, en otras palabras

son el precio de vivir en una sociedad civilizada, es así que hasta el mes de diciembre del año 2.010 el SRI (Servicio de Rentas Internas), recaudó un total de \$7.198 millones de dólares en impuestos, lo que representa un 17,7% más al año 2.009 indicando que existe mayor acogida y disminución de la evasión tributaria en cuanto al pago de impuestos se refiere.

I. Exportaciones.

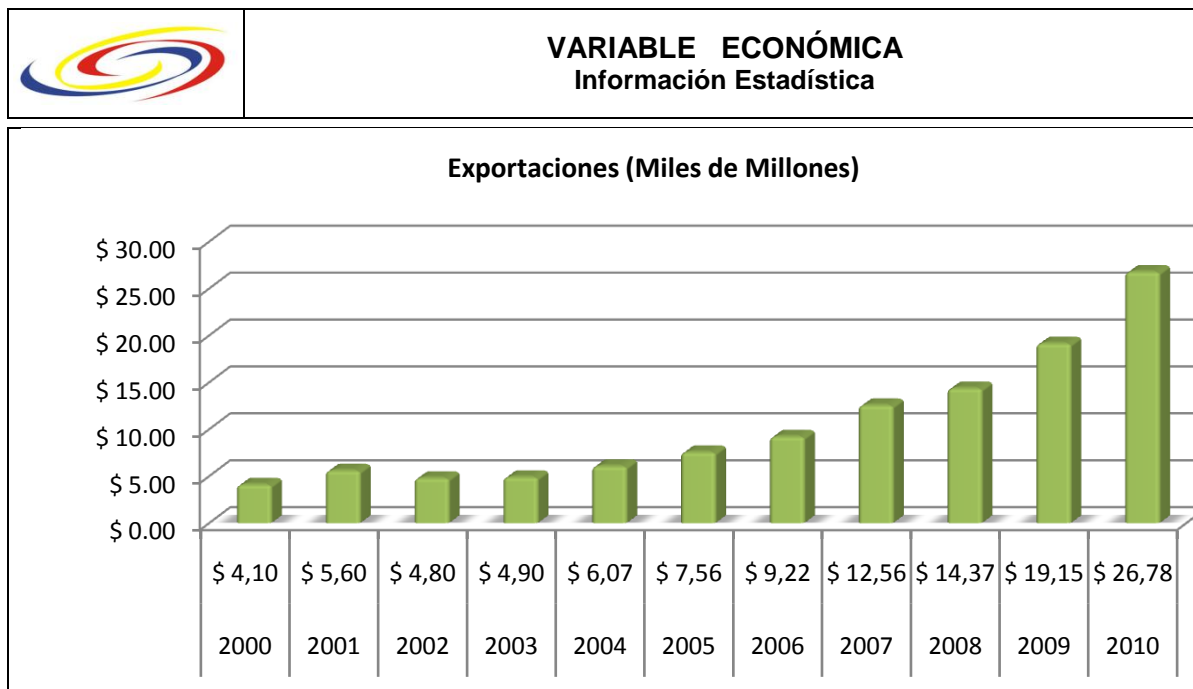
Con respecto a exportaciones, el país finalizó el 2.010 con aproximadamente 27.000 millones de dólares, lo cual representa un incremento del 6% con relación al año 2.009, esto se dio por los altos precios del petróleo sucedidos en los meses de enero a julio y debido al alto consumo de petróleo por parte de países que en ese entonces estaban en conflictos bélicos (Estados Unidos e Iraq), mientras que para el mes de junio del año en curso la cotización del crudo comenzó a caer significativamente desde \$ 121,00 dólares que era su precio récord en la historia petrolera ecuatoriana hasta decaer en los \$ 93,00 dólares, posteriormente se produjo una dinamización en cuanto a precios.

Ecuador es un país netamente exportador de productos primarios, principalmente petróleo y de manufacturas basadas en recursos naturales (Banano, camarón, rosas, turismo entre otros). Está último en América Latina en el ranking de exportaciones de productos de media y alta tecnología, como porcentaje del total de las exportaciones. La poca tecnología que se exporta tiene escasa aceptación en otros países y como ejemplo de esto tenemos a las industrias automotriz y farmacéutica.

Las exportaciones manufactureras ecuatorianas crecieron por encima de la media de la CAN y América Latina para el mismo período, sin embargo, la base exportadora es todavía limitada ya que sitúa a Ecuador en el puesto

14 del ranking de exportaciones manufactureras per cápita, y solo supera a Bolivia y Paraguay en Sudamérica.

Gráfico N°:16 Variable Económica Exportaciones.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

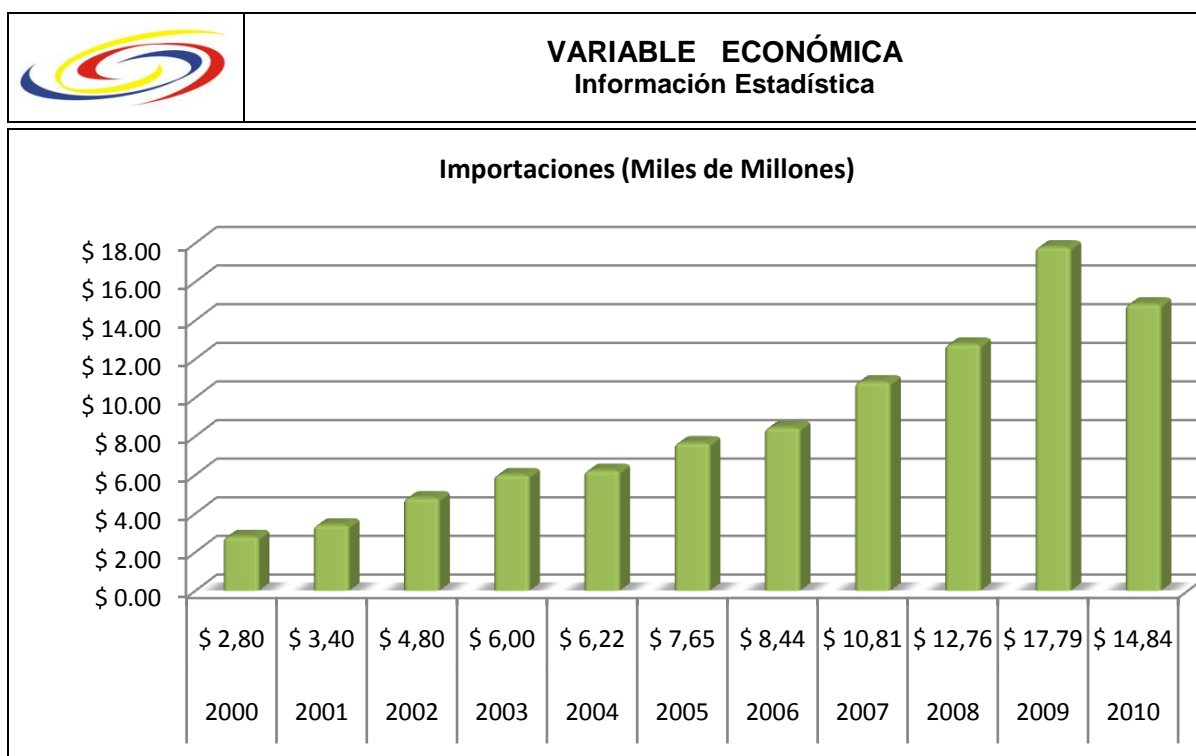
m. Importaciones.

Por otro lado las importaciones culminaron el año 2.010 con una baja del 5,4% esto traducido en cifras monetarias da \$ 14,84 mil millones de dólares a comparación de los \$17,79 mil millones de dólares correspondientes al año 2.009 esto se debe al gobierno de Rafael Correa ya que en el mes de noviembre presento al país una campaña de “consumir lo nuestro” y “el país es primero”, con el fin de que se deje de consumir productos de otros países valorando los productos ecuatorianos y mejorando la economía, pero en la actualidad el panorama no es aun definido claramente debido a la serie de imposiciones y contradicciones del gobierno y su inestabilidad

política en tiempos de elecciones, destinando grandes montos de dinero a la realización de su campaña, y mal administrando los recursos del país en tiempos de crisis.

El gobierno adoptó la restricción de importaciones, como medida para hacer frente a la crisis financiera internacional, pretendiendo reducir el costo de las importaciones en unos \$ 3.459 millones de dólares respecto al monto del año 2.009. Algunos de los productos afectados con mayor recargo, de un 35% en su valor, son las bebidas alcohólicas, los productos electrónicos, como teléfonos móviles o reproductores de música y películas y los muebles, entre otros.

Gráfico N°:17Variable Económica Importaciones.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

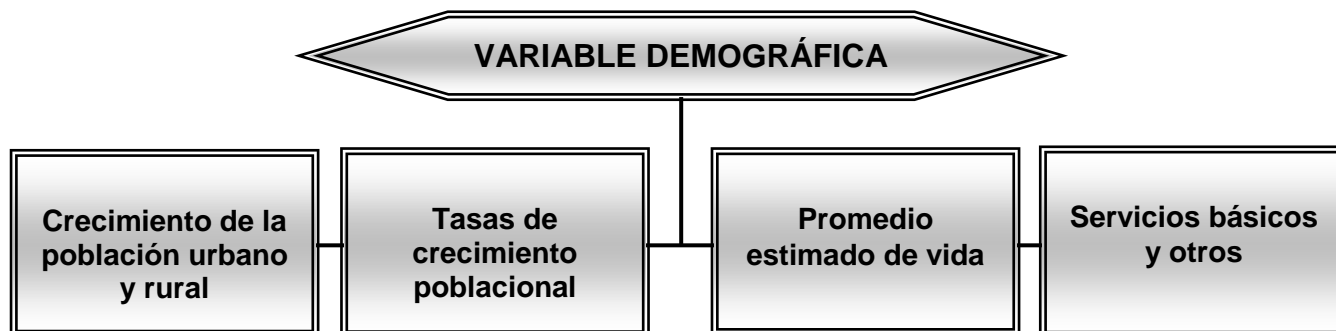
Partidas importadas de juguetes y videojuegos, maquillaje, bombones, pastas o mermelada, entre otros, fueron grabadas con un 30% de recargo. Además, el calzado sufrió un recargo de \$ 10,00 dólares por par importado, y los productos del sector textil un recargo de \$ 12,00 dólares por kilogramo.

Con relación a la industria nacional, esta medida trata de favorecer y fortalecer este sector de la economía, debido a que al restringir las importaciones, el consumidor nacional se ha visto encausado de alguna manera a consumir los productos nacionales, ya que los equivalentes importados han aumentado sustancialmente en sus precios, de tal manera que la industria local eventualmente ha elevado sus ventas.

B). ANÁLISIS VARIABLE DEMOGRÁFICA.

“La demografía estudia el valor del crecimiento y la estructura por edad de poblaciones, y los procesos que determinan estas propiedades. Es decir, el estudio de las características de una población: natalidad, fecundidad, mortalidad, distribución y fluctuación.³⁰” En la actualidad el país registra un crecimiento poblacional acelerado, esto significa mayor demanda de los recursos provistos por el gobierno y el país en todos los ámbitos, salud, educación, trabajo, por ende es necesario estudiar y analizar la repercusión que puede tener el rápido incremento de la población y cómo la misma puede beneficiar o perjudicar el desarrollo del Ecuador.

Gráfico N°: 18 Factores de la Variable Demográfica.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

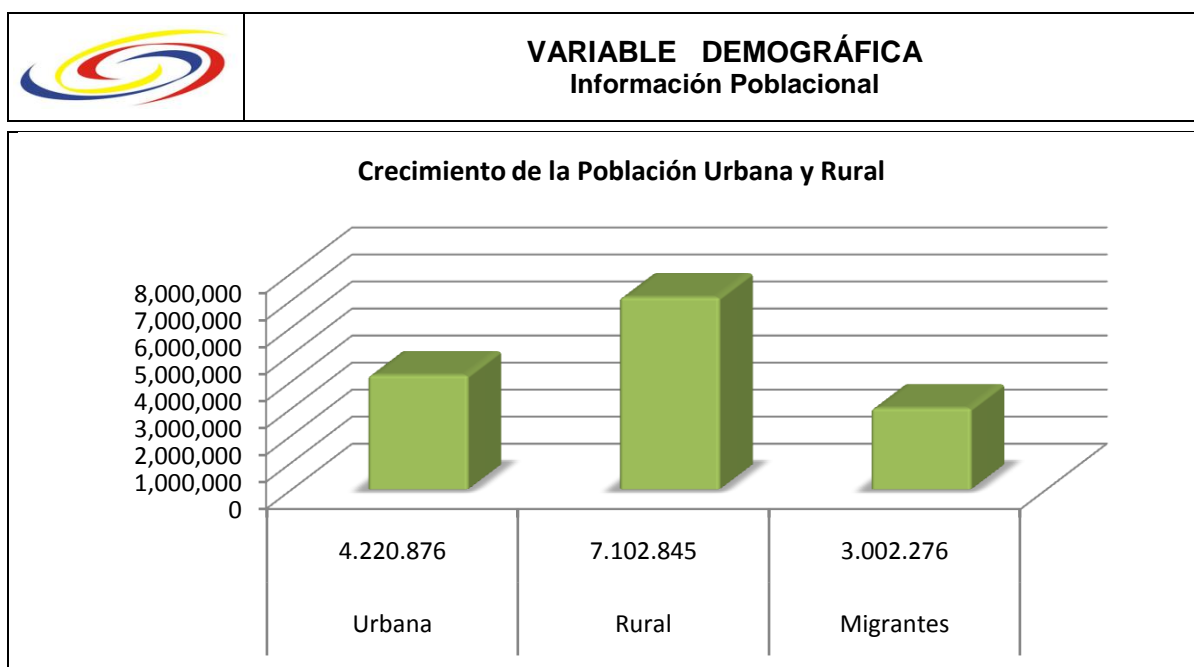
a. Crecimiento de la Población Urbana y Rural.

El crecimiento de las poblaciones habitantes en las zonas urbanas, rurales así como también los migrantes ubicados en distintos países del mundo han presentado un crecimiento elevado comparado con la extensión del territorio, no obstante eso no es motivo de preocupación, sino más bien la falta de recursos que se necesitaran para poder sobrellevar la economía principalmente para el sustento de todos los habitantes, si bien es cierto, el Ecuador no está atravesando una estabilidad en todos los aspectos, por ello

³⁰ MSc. Guillermo A. Ronda Pupo; Profesor Investigador del Centro de Estudios de Gestión Empresarial de la Universidad de Holguín, Cuba, 2011.

es necesario hacer conciencia que hay que tener y gozar de estabilidad para acrecentar las masas poblacionales dependiendo de la demanda ya que actualmente hay más oferta que demanda lo que causa desempleo, subempleo y por ende la pobreza, necesidad y conjuntamente delincuencia, solo basta fijarse en el cuadro y el gráfico para darse cuenta de cómo ha crecido la población ecuatoriana.

Gráfico N°: 19 Variable Demográfica Crecimiento por Sectores.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

b. Tasas de Crecimiento Poblacional.

En todas las provincias del Ecuador se ha producido un incremento de sus habitantes esto se debe a diversos factores tales como la migración, la emigración de personas a distintas partes del país, remontándose a una parte histórica del Ecuador se toma como fundamento que en el transcurso de los últimos doscientos años la mayoría de la población se concentrada en la región sierra. Hoy en día la población está dividida casi

equitativamente entre sierra y costa, mientras que la región oriente o amazónica se ha reducido siendo la búsqueda de empleo la principal fuente de traslado de los habitantes.

Cuadro N°: 15 Variable Demográfica Distribución Poblacional.

		VARIABLE DEMOGRÁFICA				
		Información Poblacional				
Distribución Poblacional del Ecuador						
Años	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Total País	11.909.915	12.408.270	13.105.485	13.805.095	14.005.449	14.306.876
R. Sierra	5.933.680	6.021.236	6.111.542	6.202.753	6.294.076	6.384.594
Pichincha	2.008.856	2.246.426	2.283.272	2.320.764	2.408.629	2.570.201

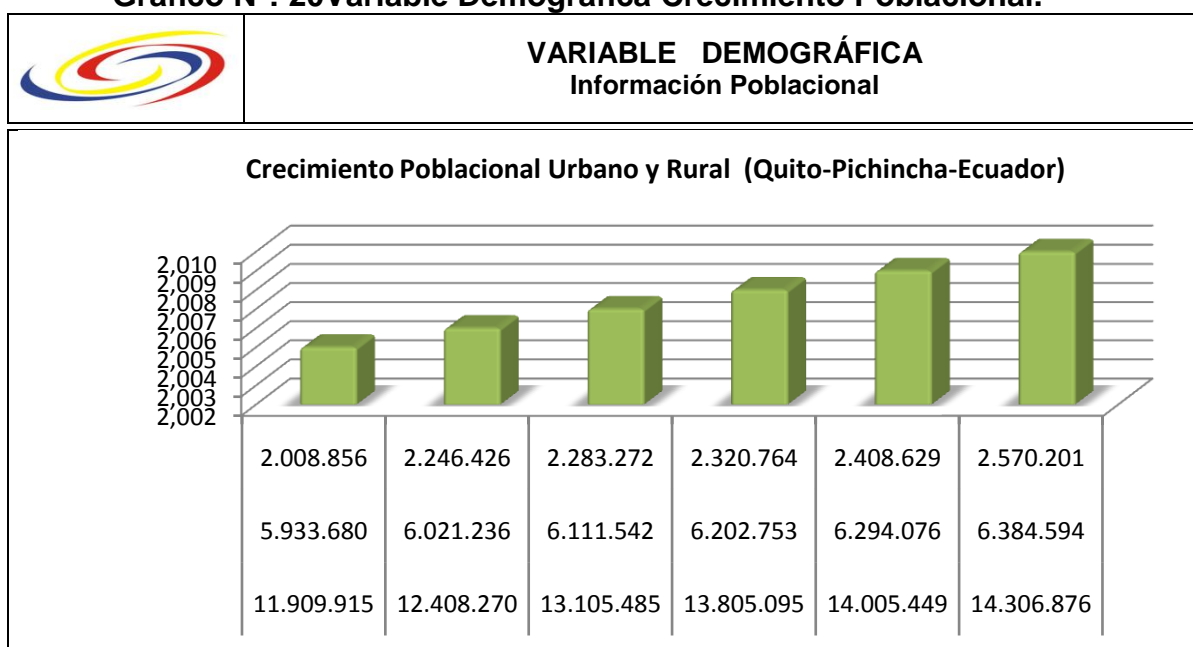
Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 20 Variable Demográfica Crecimiento Poblacional.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

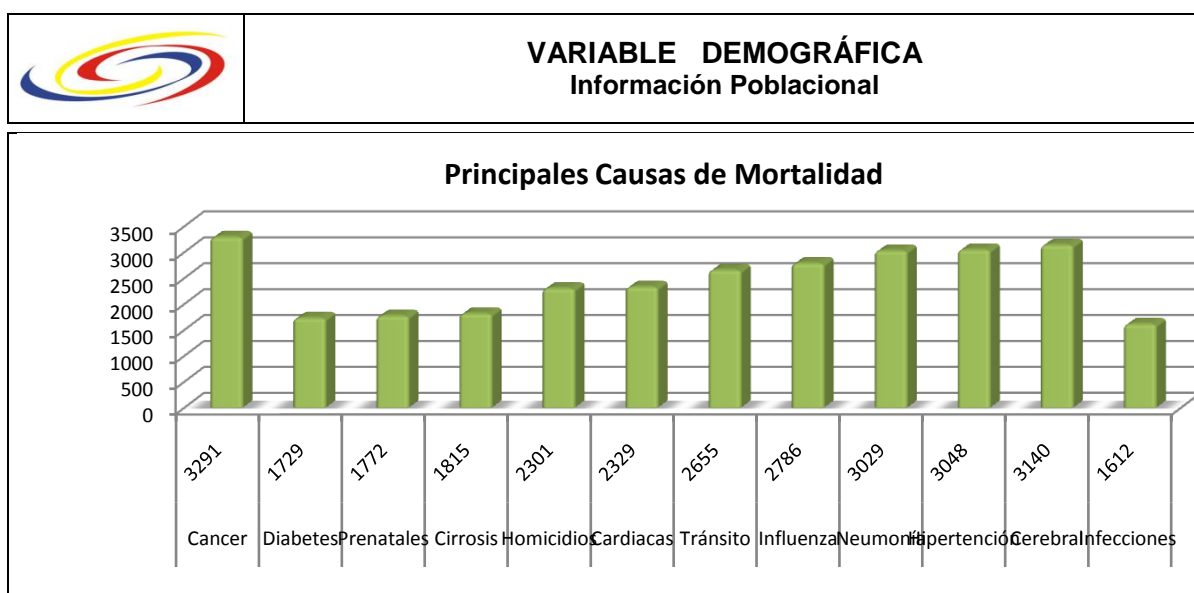
En lo que respecta desde el año 1999 y los diversos cambios negativos que se han suscitado hasta la actualidad mediante la inestabilidad política y el dinamismo económico del país motivó a que una décima parte de la

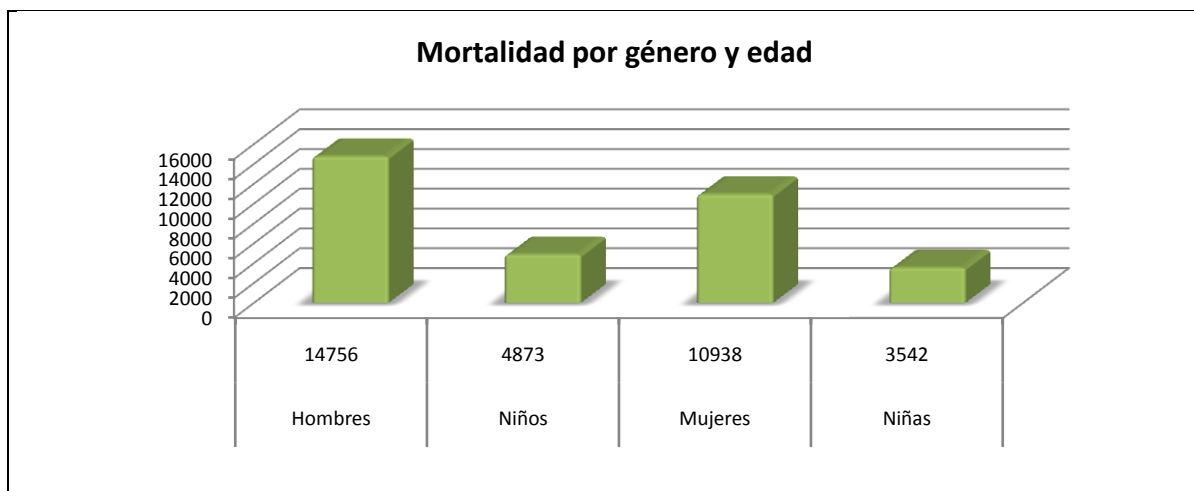
población (3'002.276) optara por la migración, principalmente hacia España en primer lugar, seguido de Italia, Canadá, Estados Unidos y demás países pero en menor proporción ubicados en el continente asiático, australiano y africano.

c. Promedio Estimado de Vida.

En el país, la mortalidad y el promedio de vida fluctúa entre los dos géneros masculino y femenino presentando de esta forma los siguientes datos para las mujeres, tienen un promedio de vida de 72.5 años mientras que los hombres están en 67.3 años. Pero según estudios realizados por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) determinó que entre el quinquenio 2005 – 2010 es de 70.7 años para ambos géneros fluctuando alrededor de esa misma cifra. La mortalidad infantil tanto en el área urbana como rural ha descendido en los últimos 20 años, esto se debe a los proyectos en marcha y fundaciones encargadas de la protección de los menores de edad.

Gráfico N°:21 Variable Demográfica Promedio Estimado de Vida.





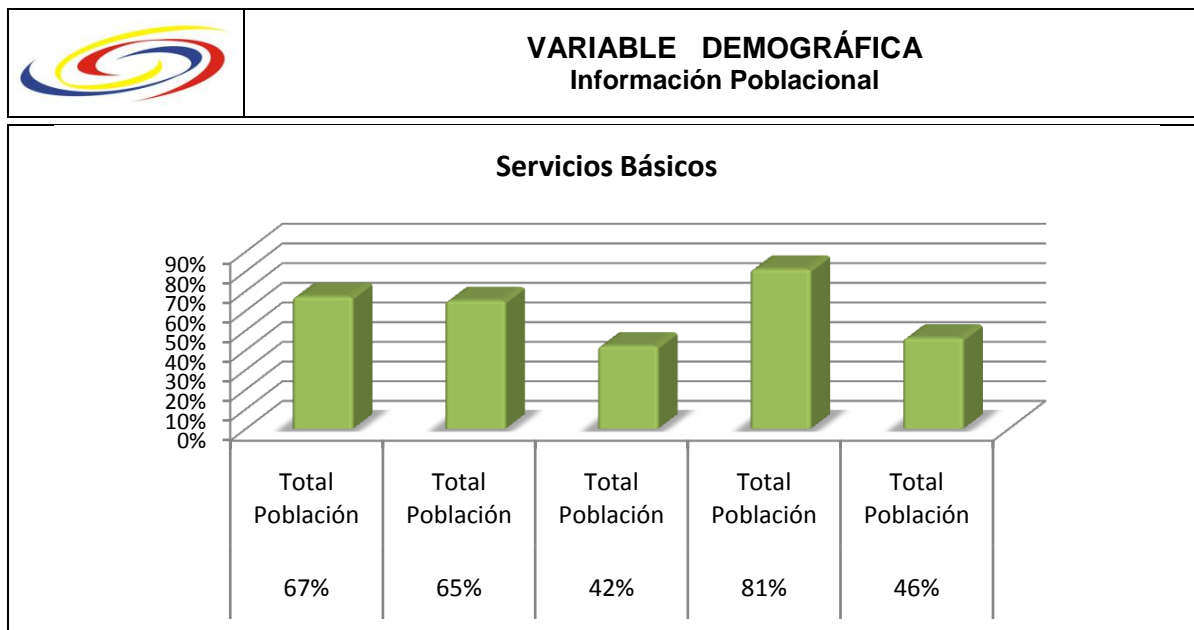
Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede manifestar en los gráficos anteriores las tasas de mortalidad se deben a enfermedades de tipo genético, adquiridas y accidentes mostrando un gran número de fallecimientos al año.

d. Servicios Básicos y otros.

El 70% de la población ecuatoriana casi no tiene acceso a los servicios básicos o solamente goza de algunos esto se debe a diversos factores como por ejemplo las zonas geográficas donde se encuentren habitando, falta de recursos económicos para acceder al servicio, la pobreza, el desinterés de las autoridades y representantes del gobierno y muchos más, es indispensable que la población cuente con todos los servicios básicos para su buen vivir, para lograr esto debe haber una estrecha relación entre el pueblo y el gobierno en donde colaboren mutuamente para alcanzar sus propósitos beneficiándose ambas partes, es así que se muestra de forma más precisa como están distribuidos los servicios.

Gráfico N°:22 Variable Demográfica Servicios Básicos.

Fuente: www.inec.gov.ecwww.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

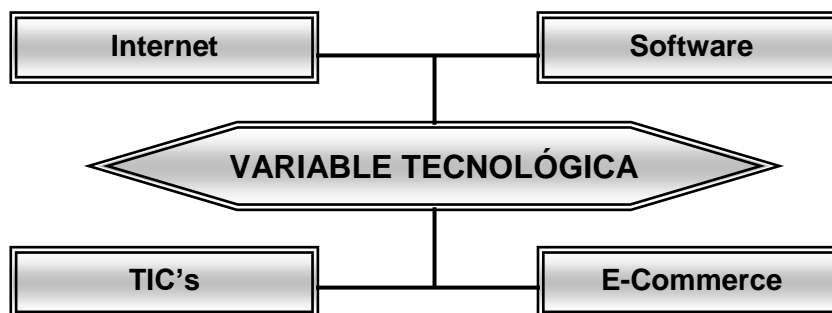
Investigación del Autor: Javier Revelo

C). ANÁLISIS VARIABLE TECNOLÓGICA.

La tecnología existente, y que se está incorporando a las empresas del país, demanda mayores niveles de educación de los trabajadores, tanto para el manejo de maquinaria como para el control de los procesos. Este factor es primordial ya que permite varias formas de llegar al consumidor para prestar nuestros servicios, actualmente las tecnologías de la información y la comunicación están en desarrollo vertiginoso, esto está incide prácticamente todos los campos de la sociedad.

Estas tecnologías se presentan cada vez más como una necesidad en el contexto de sociedad donde los rápidos cambios, el aumento de los conocimientos y las demandas de una educación de alto nivel constantemente actualizada se convierten en una exigencia permanente, la tecnología es sin duda de gran importancia, como una herramienta para fortalecer el desarrollo de la educación, la evolución empresarial y las diferentes formas y métodos con los cuales se podría llegar a los clientes.

Gráfico N°: 23 Factores de la Variable Tecnológica.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

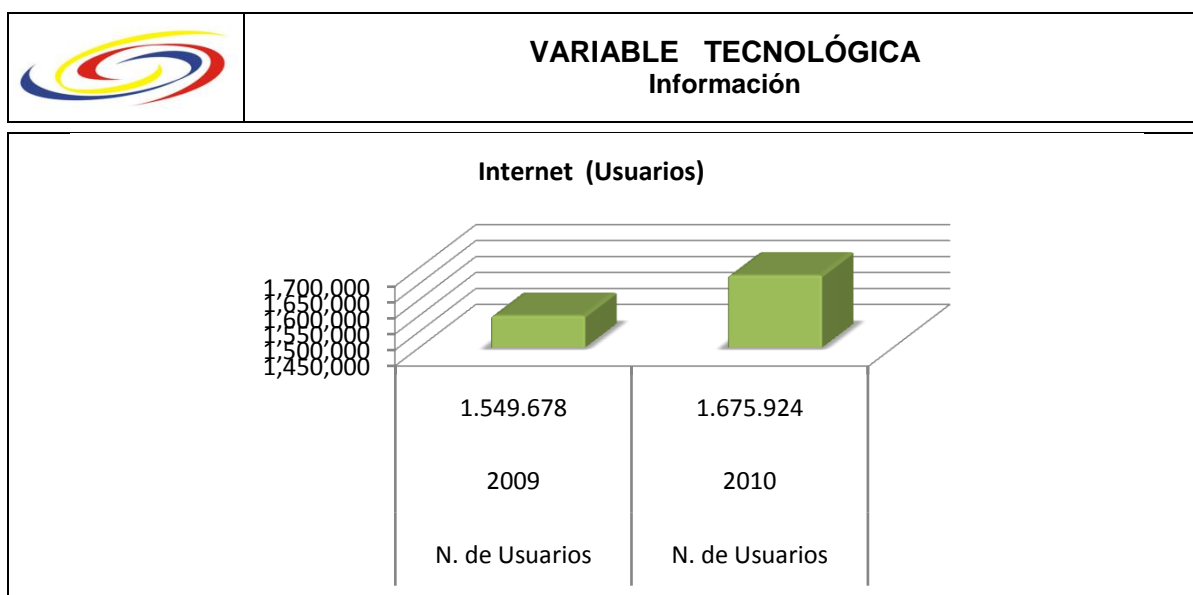
Las tecnologías de la información y comunicación han permitido llevar la globalidad al mundo de la comunicación, facilitando la interconexión entre las personas e instituciones a nivel mundial, y eliminando barreras espaciales y temporales, se habla de revolución porque a través de éstas tecnologías se pueden visitar museos de ciudades de todo el mundo, leer libros, hacer cursos,

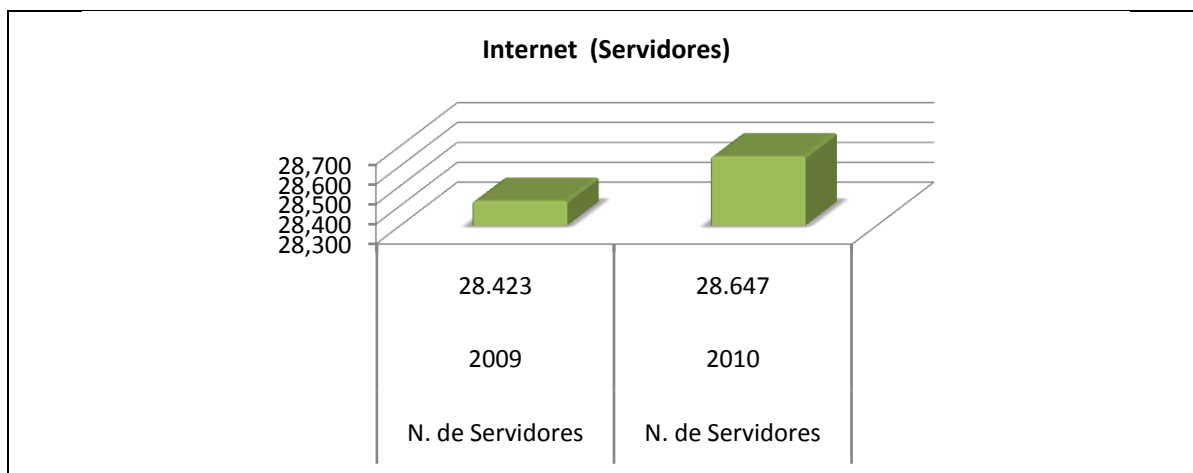
aprender idiomas, visitar países, ponerse en contacto con gente de otras culturas, acceder a textos y documentos sin tener que moverse de su propia casa a través de internet, sin duda esta herramienta motiva a conocer otros países, observándolas en la web. A continuación se analizará los diversos aspectos que involucra la tecnología para con la empresa de la actualidad.

a. Internet (E-mail, Webs, Blog Spot).

El internet la gran red virtual que conecta países del globo terráqueo eliminando fronteras y barreras, es hoy en día una herramienta necesaria y de suma importancia ya que a través de sus componentes como los correos electrónicos, las páginas virtuales y puntos de debates cibernéticos han permitido relacionar el mundo de los negocios con el mundo de las tecnologías estrechando aún más el desarrollo de los países y las empresas, y porque no de las personas.

Gráfico N°: 24 Variable Tecnológica Internet, Servidores y Usuarios.





Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

b. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).

Las TIC's en la hostelería puede lograr despertar el interés de investigar y conocer nuevos lugares o rutas turísticas por medio de la investigación y además posibilitar el acceso a mayor cantidad de información y proporcionando los medios para un mejor conocimiento de puntos turísticos. Cabe recalcar que el uso de las TIC's en la hotelería y el turismo, se está convirtiendo en una realidad que obliga a los sistemas hoteleros y turísticos a tomar posiciones ante la misma.

Estas nuevas tecnologías plantean nuevos paradigmas, revolucionan el mundo del turismo dando así aspectos positivos, ya que esto facilita a la promoción del sector, utilizando una herramienta indispensable actualmente como el internet. Las tecnologías pueden llegar a revolucionar muchos negocios, en términos generales, además permite lograr mayores grados de eficiencia para seleccionar a los mejores proveedores sin importar su localización geográfica y así encontrar una respuesta personalizada a las necesidades de la hostería en el lugar donde estos estén.

c. Negocios Electrónicos.

Conocido también como E-Commerce, esta herramienta tecnológica permite hacer negocios empresariales y corporativos a nivel mundial, eficaz al momento de publicitar, ofertar y vender un producto y/o servicio sin tener que salir del hogar o la oficina, permitiendo romper los límites fronterizos anexando contactos de gran relevancia y propiciando el desarrollo en todos los ámbitos de la empresa así como del país.

d. Utilidad y empleo de Software Libre.

En el desempeño de las empresas tanto hoteleras como turísticas se emplean software que permiten realizar y optimizar el trabajo en cuanto a reservas y datos contables de las mismas, estos software son utilizados en la mayoría de países, logrando así abarcar un gran banco de datos e información que mediante el internet se comunican con cualquier parte del mundo sin importar su ubicación.

El software de mayor relevancia en el Ecuador es Amadeus el mismo que es utilizado en las agencias de viaje para reservar en hoteles, restaurantes, aeropuertos. Además permite conocer información muy importante mediante códigos, tales como clima, demografía, política y demás. Amadeus a nivel global presentan un crecimiento de un 5,5% en las reservas totales hasta alcanzar los 263.9 millones; monto dentro del cual las reservas por internet, de todos los proveedores, crecieron un 22,7% y actualmente representan el 13,9% del total.

Amadeus, es líder mundial en soluciones tecnológicas y de distribución para el sector de los viajes y el turismo, anunció que Aerogal entró oficialmente al sistema GDS, por el cual agencias de todo el mundo pueden acceder y reservar los vuelos de la aerolínea ecuatoriana en tiempo real. La inclusión

de Aerogal al sistema de Amadeus contribuirá para mostrar a Ecuador como destino turístico, al contar con las herramientas necesarias para realizar reservas aéreas desde cualquier lugar del planeta, y promover así el crecimiento del turismo en el país.

Además de apoyar para que se conozca mejor al Ecuador en el extranjero, también ofrecen las herramientas para que puedan llegar a nuestro país a través de sus flotas y servicios. Aerogal es la primera empresa ecuatoriana de aviación en contar con este servicio electrónico en tiempo real, lo que constituye otra muestra del crecimiento que se ha tenido en los últimos años; actualmente la aerolínea cuenta con la flota más grande de aviones. Otro software empleado en los hoteles es Fidelio es mismo que optimiza los procesos en un hotel haciendo más eficiente las operaciones que se realizan en los mismos.

La Superintendencia de Compañías, exige a las empresas la declaración de propiedad intelectual de sus software, que para Ecuador fue hasta el 31 de marzo anterior; esto ayudará a largo plazo la reducción de la piratería informática en el país, sin embargo a partir del mes de agosto aproximadamente se iniciara una auditoria tecnológica para conocer qué empresas cuentan con software legal y cuáles no, el proceso que utilizará es sencillo; esto, más aún si las empresas especializadas en programas informáticos o software, mantienen bases de datos de las compras de sus software.

e. Software Hotel Vid-Wave Manager (Software Hoteles).

Para el manejo en cuanto al sistema tecnológico de la hostería muy aparte de emplear el Internet y sus diferentes herramientas, se empleará un programa de utilidad gratuita (Software Free), el mismo que va dirigido a

f. Software CDA Restaurant Manager (Software Restaurantes).

Esta herramienta se deriva del software “Hotel Vid-Wave Manager”, y permite registrar el consumo en cuanto a la gastronomía del cliente y/o consumidor para su cuenta final, es sencillo de manejar y sobretodo permite llevar la contabilidad de forma sistemática.

Gráfico N°: 26 Variable Tecnológica Software Restaurant.

Room	Type	mié 29/06/2011	jue 30/06/2011	vie 01/07/2011	sab 02/07/2011	dom 03/07/2011	lun 04/07/2011	mar 06/07/2011	mié 06/07/2011	jue 07/07/2011	vie 08/07/2011	sab 09/07/2011
1241	[Single]											

miércoles, 29 de junio de 2011

Fuente:TristanCollings

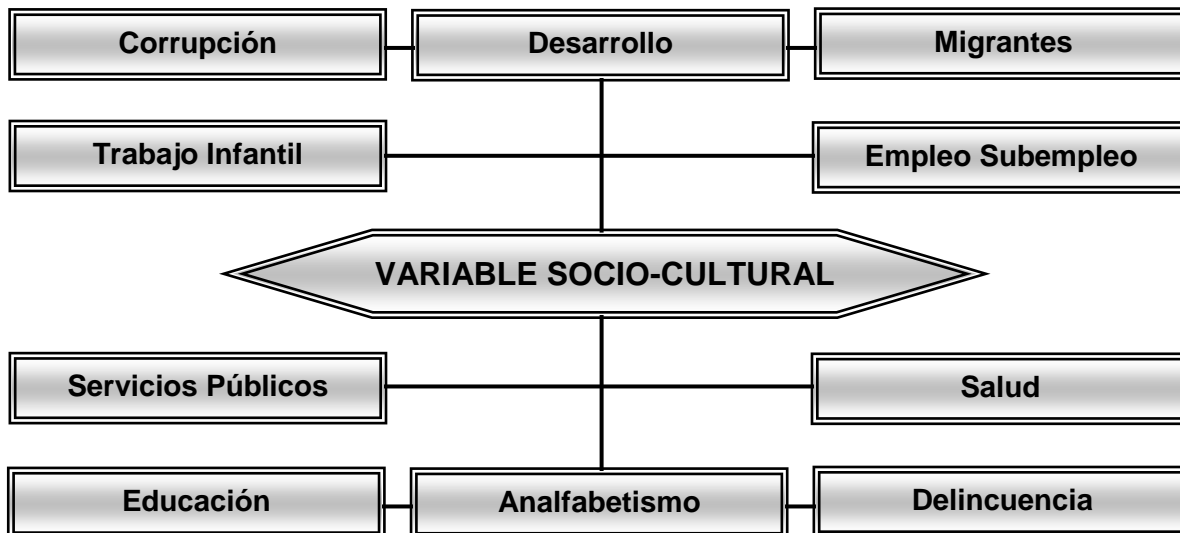
Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

D). ANÁLISIS VARIABLE SOCIO-CULTURAL.

Para el desarrollo del aspecto socio cultural hay que analizar distintos estratos de la sociedad, su nivel cultural y su desenvolvimiento en el entorno, como los mismos inciden de manera favorable o viceversa al desarrollo del país, para ello se presenta el siguiente gráfico que contiene los sectores sujetos a análisis.

Gráfico N°: 27 Factores de la Variable Socio-Cultural.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

a. Corrupción en Sectores Importantes del País.

Ecuador lamentablemente se encuentra en el puesto número 25 de los países más corruptos a nivel mundial, esto se debe a la inestabilidad y la deficiencia por parte de autoridades superiores y gubernamentales corruptas, ya que no existe credibilidad debido a los diversos problemas que se han suscitado desde hace muchos años atrás y que como consecuencia de los mismos ha generado incertidumbre en los ecuatorianos, crímenes impunes, golpes de estado, puestos comprados, financiamiento político de dudosa procedencia, enriquecimiento ilícito, prensa manipuladora, jueces inescrupulosos, policía inestable son algunas de las causas para calificar al país en donde predomina la corrupción en la

mayoría de sus sectores, sin embargo cabe destacar que existen personas quienes sacan la cara por el Ecuador demostrando que día a día se trata de ser mejor un ejemplo de ello son los migrantes.

b. Nivel de Desarrollo y Competitividad del País.

El desarrollo en todos los ámbitos y sectores del país ha generado gran competitividad no solo a nivel interno del país sino también a nivel internacional, esto se debe a que muchos ecuatorianos han emprendido sus propios negocios, micro y medianas empresas generando recursos y aportando a la economía del país, al igual que el gobierno se ha manifestado a través de diversos programas de ayuda para el emprendimiento de proyectos ya sean agropecuarios, marítimos, empresariales, turísticos fomentando así el desarrollo micro empresarial.

La evolución de todos los sectores, por otro lado, todo este desarrollo se ve opacado ya que no es suficiente para abastecer toda la demanda existente en el país, aún hay brechas que deben ser solucionadas como por ejemplo el desempleo uno de los mayores problemas que afecta no solamente al país sino a nivel mundial. Es importante recalcar que al competir no solo internamente se mejora la calidad ya sea en producto y/o servicio contribuyendo a mejorar continua y permanentemente.

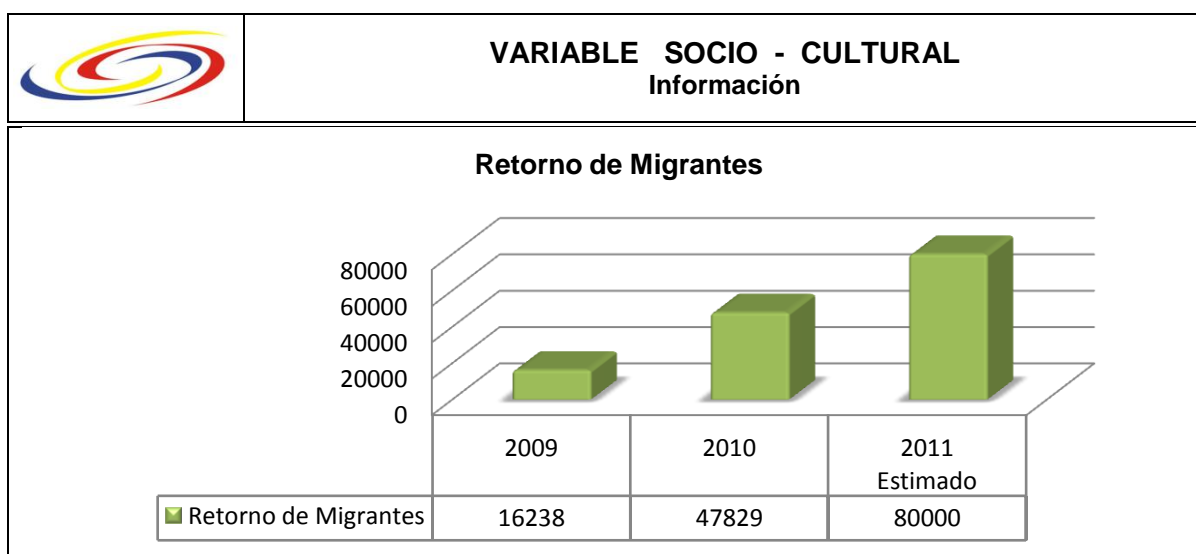
c. Retorno de Migrantes.

En el año 2.008 salieron del país 786.952 ecuatorianos que al comparar con los 304.869 que salieron en el año 2.009 y 2.010 se evidencia un decremento considerable debido a la crisis y a las diversas situaciones que viven actualmente los migrantes, la falta de empleo y la cacería exhaustiva por parte de gobiernos extranjeros ha dificultado aún más la migración. La

población se mueve siguiendo al capital, es decir a aquellas zonas más desarrolladas ya sea a nivel regional, nacional o internacional.

Si bien la migración es un fenómeno que abarca ya a todas las regiones del país, la gran mayoría son de las regiones del: Austro (abarca las provincias de Azuay, Cañar y Loja), donde seis de cada diez habitantes tienen familiares viviendo en el exterior, principalmente el destino de los mismos es España, Estados Unidos e Italia. El país enfrenta procesos migratorios muy fuertes tanto internos como externos.

Gráfico N°: 28 Variable Socio-Cultural Retorno de Migrantes.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

En los meses finales del 2010 y los meses iniciales del 2011 retornaron al país aproximadamente 67.987 migrantes las principales causas fue la falta de empleo, deportación y retorno voluntario. Sin duda en los últimos diez años ha mejorado el nivel económico de las familias de migrantes, no obstante se han presentado otros problemas principalmente en los niños, adolescentes y jóvenes que han quedado solos o a cargo de algún familiar

por la migración de sus padres afectándolos psicológicamente e estabilizándolos emocionalmente.

A pesar de que no existen estudios detallados sobre las causas que motivan la salida de la población de sus lugares habituales y considerando que la principal razón es el factor económico, debido a que los ecuatorianos buscan mejorar su calidad de vida; el migrante no solo termina siendo una fuente de ingreso para “intermediarios” o “coyoteros” de una cadena económica ilegal, sino que se convierten en los sostenedores de una economía en crisis y en el caso del Ecuador ayudan a sostener el proceso de dolarización.

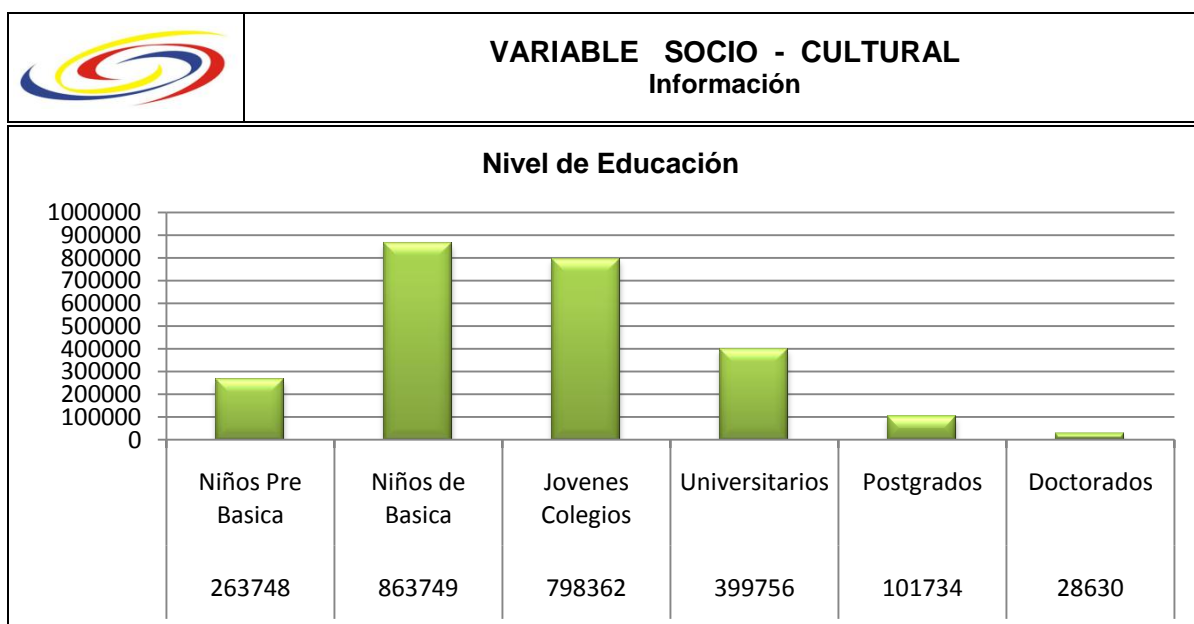
d. Nivel de Educación

Los niveles de educación regular cubren al 40% de niños en edad pre-escolar (primer año de la educación general básica), 95% de niños en edad escolar (la primaria tradicional), 65% de niños en edad de ciclo básico (tres últimos años de la educación general básica) y a 40% de los jóvenes en edad del bachillerato, con todas sus especializaciones (antes ciclo diversificado).

De todos los graduados bachilleres el 6% ingresa directamente a la universidad, de los cuales se gradúa aproximadamente el 1,8%; existe un importantísimo grupo de niños sin opción a recibir estimulación en los primeros años de su vida escolar, el 35% de niños no continúan sus estudios en los tres últimos años de la educación general básica y el 60% de jóvenes no cursan el bachillerato, sobre el cual tradicionalmente ha pesado la responsabilidad de preparar para la universidad, a la que no ingresan la mayoría de los bachilleres.

La tasa de escolaridad nacional es de 6 años. Es de suponerse entonces que no solamente el 35% de niños no continúa el ciclo básico sino que, tradicionalmente un margen significativo no logra concluir la escuela primaria, esto se debe a un sin número de causas entre ellas la pobreza, falta de recursos, padres a temprana edad, trabajo infantil, ingreso al mundo delictivo, problemas psicológicos lo que ha provocado una disertación en el ámbito de la educación.

Gráfico N°: 29 Variable Socio-Cultural Nivel de Educación.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

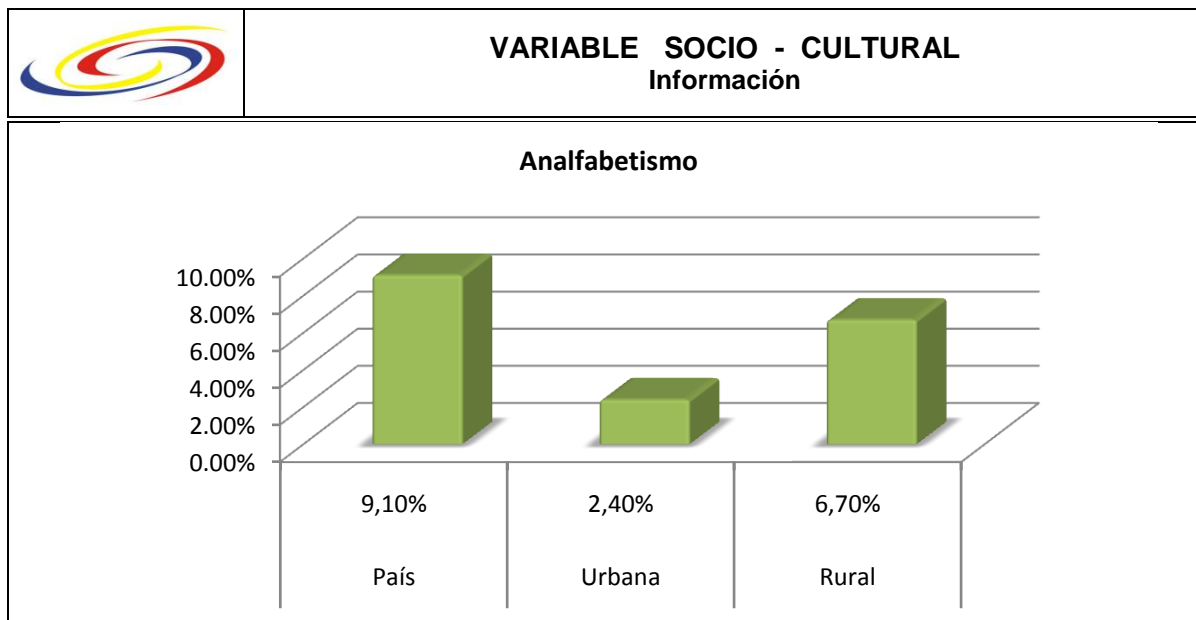
Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

e. Tasas de Analfabetismo.

La tasa de analfabetismo más alta se registra entre los mayores de 45 años de edad y la más baja en la población menor de 20 años. El promedio nacional de analfabetismo está en el 9.1%. Las provincias con tasas de población analfabeta más alta corresponden a aquellas con mayor concentración de población indígena, es decir Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Azuay, Cañar.

Gráfico N°: 30 Variable Socio-Cultural Tasas de Analfabetismo.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

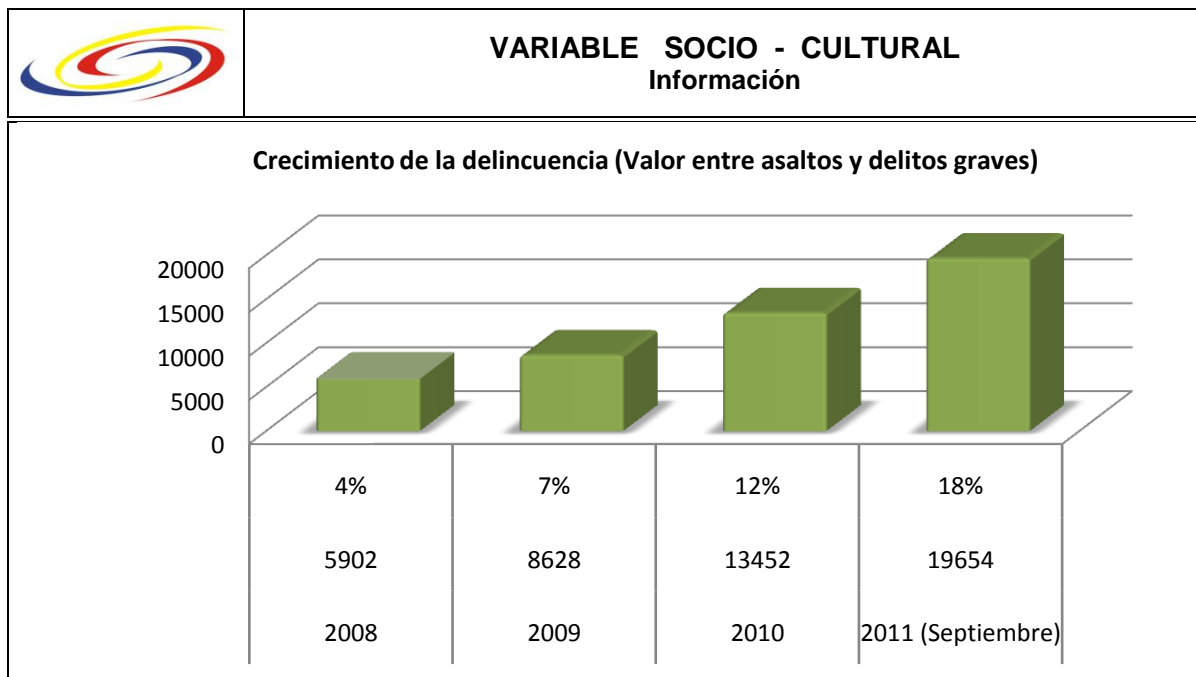
Investigación del Autor: Javier Revelo

f. Crecimiento de la Delincuencia.

La delincuencia es un factor negativo dentro del sector turístico, en lugares potencialmente caracterizados como sitios turísticos se ven rezagados debido a la inseguridad dando así una pésima imagen a los turistas. Uno de los factores más determinantes en el país es el desempleo y el arribo de ciudadanos extranjeros que llegan a delinquir formando bandas o grupos delictivos y atentando contra la seguridad de los ecuatorianos así como de los turistas.

Para contrarrestar esta problemática social el gobierno ha impulsado campañas de seguridad trabajando conjuntamente con la policía y las fuerzas armadas mediante operativos estratégicos e investigaciones exhaustivas con el fin de erradicar el problema.

Gráfico N°: 31 Variable Socio-Cultural Crecimiento de la Delincuencia.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

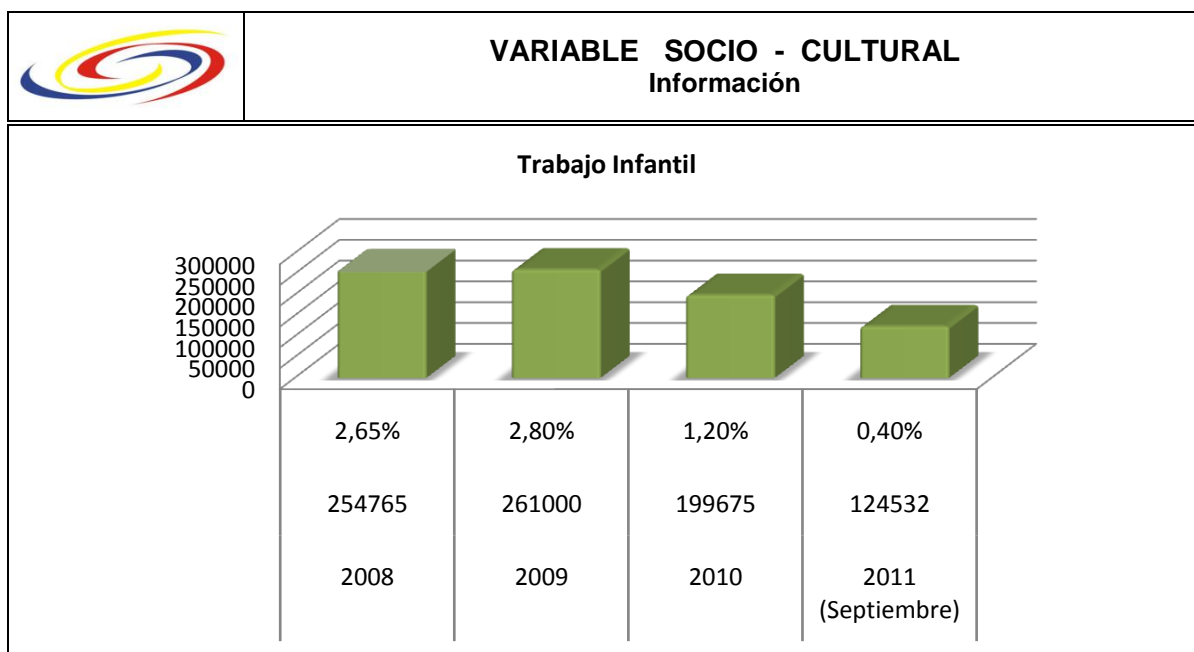
g. Explotación y Trabajo Infantil.

En cuanto al trabajo y explotación infantil de la población ecuatoriana se ha visto un decremento en las cifras porcentuales que registraron para el 2.010 un 1,2% de la población menor a 18 años comparado para el año 2.011 en 0,4%, esto es el resultado del trabajo en conjunto por parte del estado a través del INFA, Ministerio de la Niñez y Adolescencia y la DINAPEN quienes han ido erradicando esta problemática poco a poco haciendo que los niños vayan a estudiar y no a trabajar.

En algunos casos se ha capacitado y ayudado psicológicamente a los niños y a sus padres haciéndoles entender el peligro y los riesgos que corren al exponerse de esa manera, esto ha sido un cambio positivo que beneficia al país, por otro lado existen los malos elementos, gente inescrupulosa que

desea enriquecerse a través de los niños explotándolos y maltratándolos, para estos casos en particular la policía realiza investigaciones para dar con estas mafias organizadas y desintegrarlas totalmente.

Gráfico N°:32 Variable Socio-Cultural Explotación y Trabajo Infantil.



Fuente: www.inec.gov.ec

www.ecuadorencifras.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo

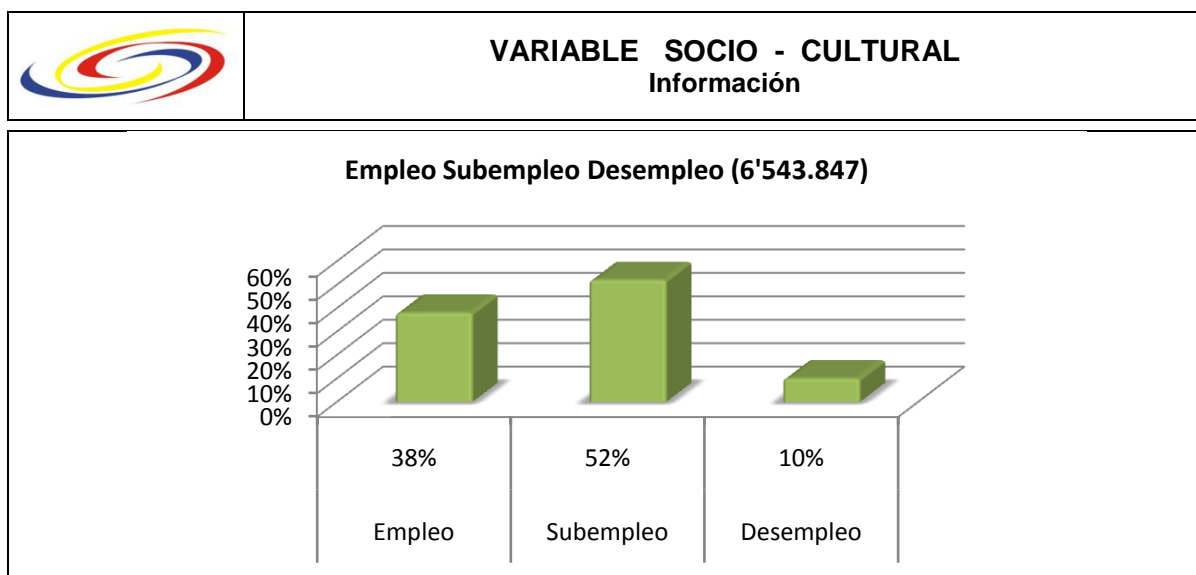
Investigación del Autor: Javier Revelo

h. Empleo, Subempleo y Desempleo.

En cuanto al subempleo y desempleo se determinó que no hay suficiente inversión en la zona industrial para que se pueda generar fuentes de empleo, es decir, que actualmente existe más demanda que oferta y para las personas que habitan en diversos lugares del país, esto se debe a la inestabilidad del gobierno mediante sus mandatos que de una forma u otra perjudican a los empresarios específicamente inversionistas extranjeros quienes se ven en la obligación de despedir personal para poder mantener su empresa en funcionamiento o a su vez cerrar la empresa e instalarse en cualquier otro país de Latinoamérica.

Uno de los sectores más golpeados por la crisis y las medidas de ajuste aplicadas por el modelo socialista del presidente Rafael Correa, es el empleo, mientras que la tasa de desempleo es del 10% y la del subempleo bordea un 52% a nivel nacional la tasa de ocupación es de 38%% esto para el año 2.010, mientras tanto la situación para el 2.011 es incierto, por un lado el gobierno habla de estabilidad y de haber alcanzado índices en el mejoramiento de la economía, financiera, laboral, justicia y los más altos índices en la historia, pero la realidad es totalmente otra porque existe mayor desempleo.

Gráfico N°: 33 Variable Socio-Cultural Empleo, Desempleo Subempleo.



Fuente:www.elcomercio.com.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Ha aumentado considerablemente la delincuencia en Quito y Guayaquil principalmente, prestigiosas empresas han sucumbido ante la crisis y las malas políticas adoptadas en este gobierno, recientemente por la consulta popular de este año en donde los casinos dejaron de operar en el país esto sumaran más subempleo y desempleo.

i. Servicios Públicos.

Con respecto a los servicios públicos se puede decir que por la carencia de los mismos se presentan particularmente en áreas rurales, no poseen agua potable, alcantarillado, alumbrado público, teléfono convencional y demás servicios necesarios para la subsistencia, cabe añadir el pésimo estado de las vías a los centros poblados como parroquias, caseríos, comunidades. De igual manera en los alrededores de las grandes ciudades del país se presenta la carencia de servicios públicos sin que las municipalidades presten atención a estas zonas más que en épocas de elecciones.

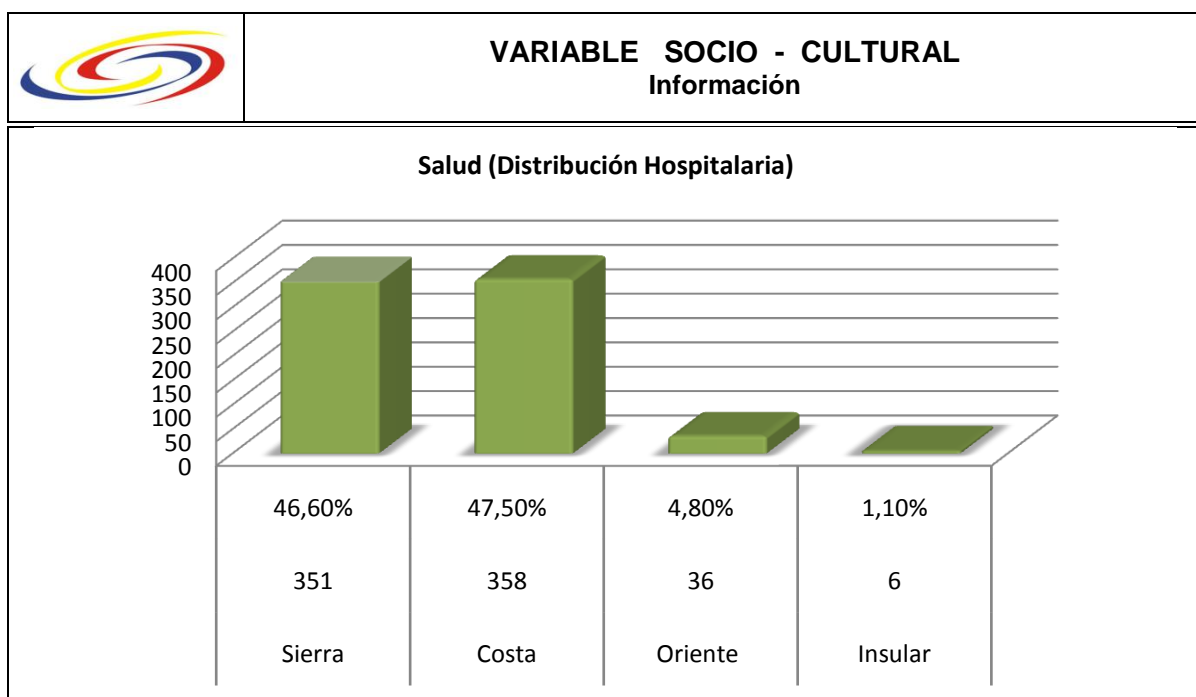
En cuanto al estado de las vías y carreteras del país se puede apreciar que en ciertos tramos del Ecuador se están ampliando, reparando y remodelando, sin embargo existen tramos que son afectados año tras año, tal es el caso de las vías, Calacalí – la Independencia y la vía Alóag – Santo Domingo que por los accidentes geográficos y las intensas lluvias producto de los cambios climáticos han afectado severamente a esta zona, se han ocurrido deslaves y la interrupción del transporte paralizándolo por días e incluso semanas, perjudicando al comercio y la conexión hacia otras ciudades del país.

j. Salud.

Durante el año 2.010 se registraron 753 establecimientos hospitalarios de los cuales se ubican en la región sierra 351 (46.6%); en la costa 358 (47.5%); en la región amazónica 36 (4,8%); y un mínimo número se ubican en la región insular y en zonas no delimitadas con el 1,1%. De los 753 establecimientos hospitalarios que enviaron la información en el año 2.010, se determina que el 73,7% corresponden a clínicas particulares; el 12.5% son hospitales cantonales; el 9,8% son hospitales generales; y, el 4,0% son hospitales especializados.

Sin embargo es importante recalcar que en zonas rurales no cuentan con todos los servicios para la atención a personas enfermas principalmente en la región costa y oriente, las respectivas municipalidades y el gobierno no han ayudado a estos centros médicos y han quedado en el olvido, es necesario contar con los recursos necesarios para la atención a los pobladores rurales. De acuerdo a la clase de establecimiento la mayor parte son clínicas privadas de especialidad, pues del total de establecimientos 454 corresponde a esta clase.

Gráfico N°:34 Variable Socio-Cultural Salud.



Fuente: www.elcomercio.com.ec

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

E). ANÁLISIS VARIABLE POLÍTICA - LEGAL.

En la actualidad se han creado varias leyes para poder dar la suficiente protección a los recursos, que es un bien para los destinos turísticos entre varias de éstas están la ley de prevención y control de la contaminación ambiental y la ley de gestión ambiental, sin embargo se han aprobado una serie de disposiciones relacionadas con la preservación y en contra de la contaminación por hidrocarburos ya estos sean sobre mar o tierra.

El gobierno ha creado nuevas reformas, ha establecido nuevas leyes, las cuales favorecen en su plenitud al sector turístico, pero hay que recalcar que aunque éstas hayan sido creadas y existan para un buen fin algo muy diferente ocurre, que las mismas no se están haciendo cumplir, leyes como ambiental, turísticas, tributarias, ordenanzas, entre otros. Varias de estas leyes crean un gran beneficio como la ley orgánica del ambiente, en cuyo artículo recalca el aprovechamiento racional de los suelos, aguas, flora, fauna, fuentes energéticas y demás recursos naturales, continentales y marinos, en función de los valores del ambiente.

Gráfico N°: 35 Factores de la Variable Político-Legal.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

a. Nueva Constitución y Reformas.

La nueva constitución redactada en el año 2.008 hasta la actualidad se ha visto envuelta en controversias y en tema de debates, esto ha sido

beneficioso para algunos sectores y perjudicial para otros, es así que mediante la consulta popular realizada en el presente año ha modificado en cuanto a la reclusión de prisión preventiva extendiendo más el periodo de retención, también se prohíben los juegos de azar, además del sacrificio de animales para espectáculos públicos, todo trabajador debe por ley ser afiliado al IESS, todas estas nuevas leyes y reformas aportan a la seguridad integra de la persona.

b. Mandatos de la Asamblea Nacional.

La creación, protección, conservación de parques nacionales, reservas forestales, monumentos naturales, zonas protectoras, reservas de faunas silvestres. Dichas leyes favorecen al sector turístico para aprovechar estos recursos hasta el punto en que éstos puedan regenerarse, se trata de aprovechar y no explotar, como en la ley de turismo que fomenta la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional, también de que la industria hotelera fomente la conservación, es por esto que un aspecto positivo para la creación de la hostería agroturística.

La nueva ley de minería que se está redactando en la asamblea se espera que beneficie tanto al estado como a las empresas mineras y, por ende se definan finalmente reglas claras para comenzar la explotación en este sector, las empresas mineras tienen que esperar a que la ley de minería esté elaborada y completa; por ahora existe un sabor agrí dulce debido a la aprobación del mandato minero, ante el cual las mineras están abiertas al diálogo y a la negociación para beneficio del país en la explotación minera, un total de \$2.100 millones es el monto aproximado de inversión que está paralizado por culpa del mandato minero.

c. Inestabilidad Política por parte de diversos sectores.

A finales del año anterior se protagonizó un evento trágico que se evidenció a nivel internacional, este evento pasó a la historia política del país denominado como el 30'S en donde se trató de derrocar al Presidente de la Republica Rafael Correa mediante un fallido golpe de estado, en donde se lastimó a mucha gente inocente además de causar la muerte de personas ajenas al conflicto, participantes y defensoras de la democracia, es así que el 30 de septiembre la cúpula policial y todos sus integrantes se sublevaron en contra del gobierno.

El motivo principal fueron los intereses políticos y monetarios, aquel día el país estuvo a merced de la delincuencia y el vandalismo, la policía se volcó a las calles a protestar de manera agresiva, definitivamente estos actos constituyen un hecho vergonzoso que hasta el día de hoy arrastra secuelas, es importante encontrar responsables y castigar severamente para que estos hechos no se realicen jamás. La última semana de junio se señaló responsables, encubridores y cómplices del 30'S se los condeno por tratar de atentar contra la democracia del país.

d. Relaciones Internacionales.

En el año 2.010 Estados Unidos se vio en el ojo del huracán debido al espionaje que realizaba a más de 160 países del globo terráqueo, esta información fue denominada Wikileaks, particularmente la relación que mantenían Estados Unidos y Ecuador se vio plasmada de polémica, prácticamente se expulsó a los representantes de ambos países.

En la actualidad se conoce que la información recopilada abarca movimientos cuestionables del gobierno relacionados con organizaciones terroristas; por otro lado la relación entre los países latinoamericanos y

Europeos se ha hecho más sólida y se han logrado acuerdos para exportaciones y convenios para capacitación y preparación técnica educativa, contribuyendo al desarrollo del país en todos los ámbitos.

e. PLANDETUR-2020.

El PLANDETUR 2020 es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo de turismo sostenible en el Ecuador, para mejorar los recursos y beneficiar a los pueblos. Las metas del turismo sostenible como políticas de estado del Ecuador son: diversificar la economía, asegurar igualdad de oportunidades para la mujer y el hombre, conservar el ambiente, mejorar la calidad de vida y empoderar y conservar la diversidad de culturas del Ecuador, en este contexto y bajo el lema de: "Un plan de todos y para todos".

El PLANDETUR-2020 se fue construyendo y consolidando paso a paso, hasta definir el norte que el turismo necesita, para convertirse a mediano plazo en la herramienta más idónea para superar la pobreza en el Ecuador. Más de 1000 personas de las 24 provincias del país, que representaron a cerca de 50 organizaciones y al estado, trabajaron intensamente en más de 40 talleres de discusión, para establecer los lineamientos, en los proyectos a implantar para el desarrollo del turismo.

Bajo estos parámetros, el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la agenda del país porque plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos, para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural, por su calidad de país pluricultural y multiétnico, y su mega biodiversidad, la mayor del mundo por Km² de territorio.

El PLANDETUR 2020 contiene 22 programas y 78 proyectos, es una estrategia viva que puede seguir sumando acciones en base a nuevos pensamientos o cambios que se generen en el país o en el mundo. Este plan podrá ser evaluado y mejorado cada cierto tiempo, para lo cual cuenta con indicadores que medirán su efectividad y ejecución. Es importante señalar que el plan es parte de la planificación nacional del Ecuador, que busca marcar un cambio de época con:

- a) la reforma política legal,
- b) la transformación económica productiva,
- c) la transformación social,
- d) el desarrollo humano,
- e) la integración latinoamericana.

f. Base Legal Empresarial (Hostería)

En cuanto al aspecto legal en la constitución de empresas para hostería se expresa de la siguiente forma: el reglamento hotelero del Ecuador en referencia a hosterías esta dictaminado así:

Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

En todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que mediante un precio preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general y con una capacidad no menor de 6 habitaciones se considerarán hosterías, por otro lado todos los establecimientos de alojamiento deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa, figurarán en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada. Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos que pueda afectar a su clasificación deberá ser notificada previamente para su aprobación a la Dirección Nacional de Turismo o Direcciones Regionales.

Para la autorización de los proyectos de establecimientos de alojamiento hotelero o no-hotelero a construirse con posterioridad a la vigencia del presente reglamento deberá presentarse la siguiente documentación: antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores, el proyecto de inversión y financiamiento y el ante-proyecto arquitectónico. Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes la Dirección Nacional de Turismo o la Dirección Regional correspondiente, procederá a revisarlos y a dar su visto bueno.

De no cumplirse con este requisito, los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades.

F). ANÁLISIS VARIABLE AMBIENTAL.

En el Ecuador existen una fuerte presión, por parte de organizaciones ecologistas no gubernamentales, para que se tome en cuenta el efecto que un proyecto puede tener en el ambiente y se incorporen en su estructura las medidas necesarias para mitigar sus efectos negativos. Por lo tanto, en todos los casos se requerirán estudios ambientales cuya profundidad dependerá de la magnitud del proyecto y de sus impactos ambientales.

La situación ambiental del Ecuador, no difiere en mayor parte de la situación de toda la humanidad particularmente en los siguientes aspectos: falta de promoción de los atractivos turísticos, la elevada tasa de deforestación y erosión de los suelos, la pérdida de biodiversidad y recursos genéticos, la forma desordenada e irracional en la pérdida de los recursos naturales, la creciente contaminación aire agua y suelo, el deficiente manejo de desechos y el deterioro de las fuentes hidrográficas.

Gráfico N°: 36 Factores de la Variable Ambiental.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

a. Ubicación y Distribución de Recursos.

Ecuador es un país lleno de maravillas al estar atravesado por la línea ecuatorial y estar ubicado en el centro del mundo goza de un ecosistema privilegiado, una fauna y flora única en el mundo y unos paisajes

encantadores; una hora al sur de Quito, la capital del Ecuador, se halla un verde valle fértil con un clima fresco y húmedo que se extiende hacia las montañas, se lo conoce como el valle de Machachi que se encuentra rodeada por dos importantes reservas naturales: la primera el bosque protector Pasochoa el cual es la principal guía de muchos estudios que buscan descifrar la composición de los ecosistemas originales que cubrieron los andes, hoy es una reserva natural y vital para las especies de árboles tales como el polylepis, laurel, pumamaqui o garra de puma, entre otros, que se conocen por su utilidad directa para el hombre.

Por otra parte, en relación con las especies animales, el Pasochoa podría ser considerado como un santuario para especies de aves como los colibríes, el tangaras, el cóndor y el cuchucho, así también otros animales como el oso de anteojos, el lobo de páramo entre otros, que prácticamente están desapareciendo; la segunda área natural importante es el Bosque Protector Toachi-Pilatón, posee especies de árboles tales como la sangre de drago, canelo y flores incluyendo orquídeas, además, el valle es un importante punto de entrada en apreciados destinos turísticos como el Parque Nacional Cotopaxi, la reserva ecológica los Illinizas, el Rumiñahui y otros lugares. Machachi es conocido como el valle fértil o valle ecológico y es considerado por Xavier Bustamante, director de la Fundación Natura, como uno de los últimos valles agrícolas en el país.

b. Cambios Climáticos.

El cambio climático está presente en todo el mundo, afectando de manera directa a la población, de igual manera se ha visto perjudicada el sector agrícola, pesquero, ganadero por decir los más principales; en el Ecuador ha afectado principalmente a la agricultura, produciendo grandes pérdidas económicas y desabasteciendo a un numeroso sector de la población, las

formas de contrarrestar y mitigar estos cambios bruscos en el clima es mediante el uso racional de los recursos naturales, otra medida es reciclando para no emplear más de lo necesario al consumir.

De igual manera otra forma es la reforestación y el cultivo programado de algunas especies de fauna y flora que contribuyen a la estabilidad medio ambiental. Hay que recordar los recursos que hoy nos provee la naturaleza no son renovables y que hay un ciclo el cual no debe ser alterado de ninguna manera, toda la humanidad está enfrentando un proceso de desequilibrio el cual se presenta a través de desastres naturales.

c. Calentamiento Global.

El calentamiento global va estrechamente relacionado con el cambio climático, la diferencia es que es difícil de controlar, quienes contaminan son las grandes empresas de los países industrializados en mayor proporción y en menor los países en vías de desarrollo, la emisión de CO₂ a la atmosfera hace que el mundo se caliente creando un efecto invernadero subiendo la temperatura poco a poco, afectando al ecosistema y alterando el clima drásticamente.

d. Contaminación.

En lo que se refiere al cantón Mejía existe todo tipo de contaminación, pero principalmente las grandes empresas son los actores primarios en este caso, la presencia de ADELCA (Acerías del Ecuador C.A.), que se ha instalado en la zona desde 1963, parece suponer una amenaza latente para el valle en una forma preocupante, hoy en día, el impacto de la posible creación de una fundición de chatarra para la producción de barras de hierro angustia diversos sectores de los residentes que viven a través de la

ganadería, la agricultura y el turismo; con la autorización del municipio de Mejía, la empresa ha instalado una enorme montaña de chatarra en un área que cubre 6 hectáreas de (14,83 hectáreas), la colina de chatarra alcanza la altura de 5 a 6 metros aproximadamente, es fácilmente visible desde Alóag, tramo de la carretera panamericana .

Otro problema ambiental en la zona es el tratado de las aguas, principalmente en algunas zonas rurales del cantón, específicamente en las ganaderas, floricultoras y fábricas de lácteos en donde se desecha gran cantidad de agua, la misma que es arrojada a los arroyos y conducen a los ríos del cantón produciendo una contaminación al momento de tener contacto con agua cargada de químicos por los abonos utilizados en las floricultoras y desechos orgánicos tales como heces fecales aún no se implantado un control por parte de las autoridades respectivas.

Sin embargo ya se han presentado problemas de enfermedades en niños principalmente debido a que utilizan el agua de los ríos para consumo humano o a su vez para bañarse. Al poseer estos problemas el cantón se lo figura como un lugar para no visitar, es indispensable resaltar que estos problemas son en lugares específicos del cantón pero que afectan a la imagen de la misma, es importante resaltar que la belleza paisajística del lugar es increíble, se respira un aire puro, se vive la tranquilidad del campo mezclado con la armonía de la naturaleza.

e. Sello Verde.

El sello verde no es más que una calificación otorgada a toda empresa que sea amigable con el medio ambiente, que cumpla con todos los requerimientos para su funcionamiento, esta calificación sin duda será motivo de obtención para garantizar a los clientes que se está preservando

y cuidando la naturaleza. Ante la escasez de espacios que promuevan la educación ambiental masiva, el método educativo de “Sello Verde” es un programa audiovisual que avala procesos sostenibles, mientras pretende sensibilizar a los espectadores para que asuman posturas cotidianas responsables frente a la vida en el planeta. El sello verde es un espacio virtual que utiliza principalmente el internet como canal de comunicación.

f. Sustentabilidad y Responsabilidad Social.

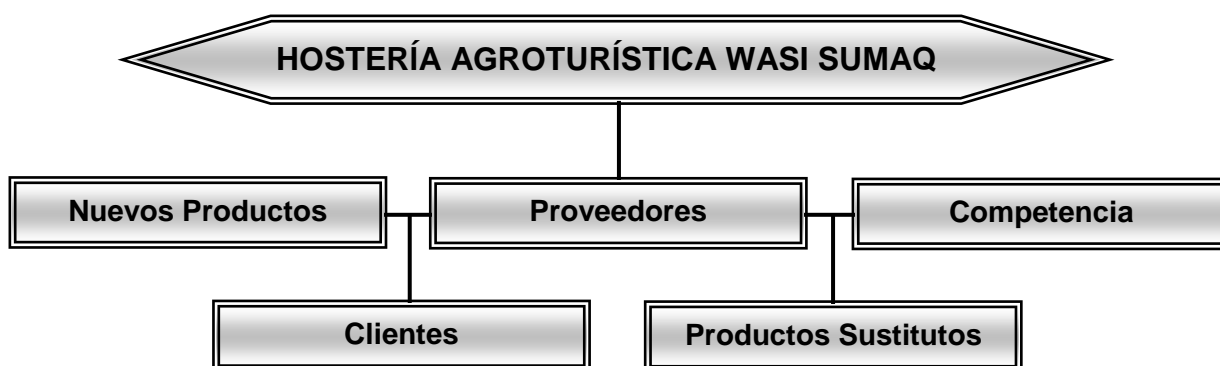
La responsabilidad social está relacionada a la reputación de una empresa, por otro lado la sustentabilidad es un concepto multidimensional y complejo ya que conlleva acciones estratégicas guiadas por consideraciones del negocio; una vez comprendido el contenido de estos términos, se puede concluir que en Ecuador son muy pocas las empresas y organizaciones que aportan al desarrollo social, sin embargo y a través de estos últimos años se ha visto una inclusión en cuanto a diferentes sectores sociales que antes eran marginados.

En la actualidad todas las empresas se enfocan más a ser sustentables, ya que les permite operar por muchos años, haciendo eficiente sus operaciones y de igual forma optimizando recursos, a pesar de que este modo de trabajo ha sido empleado por muchos años, todavía existen empresas que solo se preocupan de incrementar su rentabilidad olvidándose de sus recursos humanos y a su vez de la sociedad, por ende las empresas modernas hoy en día fusionan y establecen su compromiso por la sociedad haciéndolos más participativos en su entorno, sustentándose en una base social como eje principal en sus operaciones.

2.2.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO (PORTER).

El micro-ambiente o micro-entorno está constituido por las influencias más próximas o cercanas a la empresa. Las cinco fuerzas de Porter, es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1.979. Michael Porter desarrolló este método de análisis con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas. Las cinco fuerzas de Porter son las siguientes:

Gráfico N°: 37 Análisis de las Variables del Microentorno.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

A). Nuevos Productos y/o Servicios.

En este punto es importante señalar que la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” tiene ventaja en cuanto a servicios y productos que ofrecerá a sus clientes, se constituye como nuevo producto y mejora la calidad en servicio dentro del cantón Mejía, al no existir ningún lugar que en su infraestructura disponga de los servicios de hospedaje, restauración (alimentación), garaje, recreación (áreas verdes, canchas deportivas, piscina cubierta, juegos infantiles) además de un espacio destinado para relajarse, mezclado con actividades agrícolas propias de la serranía ecuatoriana mostrando la forma de cultivo de los antepasados a través de las terrazas incásicas.

B). Proveedores.

Para que todo establecimiento ya sea este hotelero o restaurante tenga éxito se debe de disponer de materia prima, productos y equipos de calidad los mismos que garanticen desde un inicio la satisfacción del cliente. En lo que respecta a los proveedores, la hostería agroturística tiene la facilidad de contar con muchos de ellos y a su vez se encuentran dentro del cantón Mejía, sumado a esto se cultivará diversos productos en los terrenos destinados para el agroturismo.

Por otro lado quienes serán los encargados de abastecer a la misma con sus productos, serán proveedores cercanos a esta ciudad lo que disminuiría costos por la distancia geográfica, factor que incidirá para establecer los precios del hospedaje y alimentación en la hostería. Hay que tener en cuenta que la elección de proveedores se realizará luego de una selección donde se encuentren los que presenten mejor calidad en los productos ofertados y precios.

Los proveedores de la hostería agroturística serán Termalines y Codehotel para la obtención de vajillas, utensilios para cocina, comedores, dormitorios, baños, entre otros. También Almacenes Créditos Económicos en la obtención de electrodomésticos como equipamiento de las instalaciones de la hostería agroturística, además el mercado mayorista de Machachi en la adquisición de productos alimenticios frescos que no sean provistos en la actividad agraria de la hostería (Frutas, verduras, legumbres) es decir, productos provenientes de la costa, También se contará con Pronaca para la adquisición de carnes rojas y blancas, cumpliendo siempre y a cabalidad con todas las normas de higiene y salud para el consumo humano.

C). La Competencia.

Después de realizar un estudio detallado se pudo constatar que no existe una competencia directa puesto que en el cantón no existen hosterías que se dediquen a ofrecer actividades agroturísticas en terrazas incásicas y otros servicios complementarios, pero se ha considerado de alguna manera como competencia indirecta a los hoteles y hostales los mismos que ofrecen servicios similares pero de menor calidad a comparación de la hostería agroturística, debido a que dichas empresas ya se encuentran posicionadas en el mercado, se debe tener presente que la calidad de los servicios y productos será siempre la mejor estrategia para distinguirse del resto de competidores.

Se determinó que la hacienda Ecoturística San Cayetano, el hotel la Estancia Real y la hostel la Llovizna son la mayor competencia de la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, todas ofrecen alojamiento, restauración y brindan sus servicios y/o productos en un precio de \$28,00, \$20,00 y \$18,00 respectivamente, a la vez su target en el mercado es para turistas nacionales como extranjeros que fluctúa entre los 20 a 60 años indistintamente de su nivel o posición social.

D). Los Clientes y/o Huéspedes.

El ingreso de turistas nacionales como extranjeros al cantón Mejía es abismal, existe mayor demanda para sectores de alojamiento y restauración de lo que se puede ofrecer, esta falencia ha hecho que los mismos se dirijan hacia otros cantones, provincias o que sea solo un lugar de paso y nada más; una vez que exista una oferta y demanda equilibrada se podrá desarrollar estrategias y alianzas para beneficiar al turismo, al cantón y en especial a los clientes.

Los servicios que ofrecerá la hostería agroturística “Wasi Sumaq” estarán orientados a turistas nacionales y extranjeros indistintamente, que tengan el deseo de conocer y disfrutar de un entorno natural y atendidos de la mejor forma, a todos quienes quieran tener un contacto directo con la naturaleza y las tradiciones culturales del Ecuador y de los antepasados, rescatando y valorando nuestra propia identidad.

E). Productos y/o Servicios Sustitutos.

Dentro de éste grupo como servicio sustituto podemos mencionar la existencia de hostales, pensiones, hoteles que se encuentran distribuidos en el cantón Mejía, estos establecimientos ofrecen servicios similares de hospedaje, alimentación y recreación, también podemos anotar los complejos turísticos tales como Tesalia la misma está dotada en sus instalaciones de piscina, canchas deportivas; otros productos sustitutos, es el área de recreación el boliche en el parque nacional Cotopaxi, todos los establecimientos mencionados anteriormente poseen sus limitaciones, es decir, algunos ofrecen solo alojamiento, otros solo alimentación, y otros únicamente distracción, son muy pocos los establecimientos que conjugan todos los servicios y productos en uno solo, aun así no constituyen un riesgo ni una potencial competencia al compararse con la creación de este proyecto.


Gráfico N°: 38 Análisis de Michael Porter.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

2.3. F.O.D.A. del cantón Mejía.

Cuadro N°: 16 F.O.D.A. del cantón Mejía.

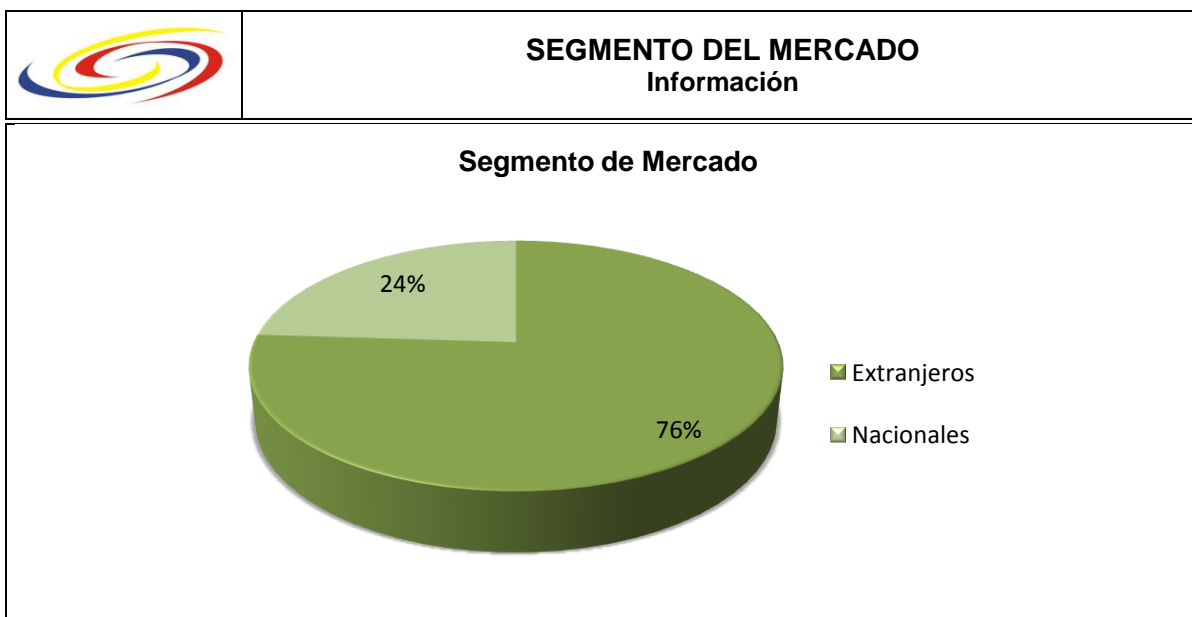
		Análisis de Michael Porter Análisis F.O.D.A.	
Cód.	FORTALEZAS	Cód.	DEBILIDADES
F1	El cantón Mejía cuenta con atractivos culturales, naturales y patrimoniales reconocidos por los diversos organismos gubernamentales (SNAP – INPC – UNESCO).	D1	Los diferentes atractivos del cantón Mejía no han sido promocionados a nivel nacional, sino, únicamente a nivel local, demostrando así su desconocimiento.
F2	La amabilidad y el sentido de hospitalidad de los pobladores del cantón Mejía se han organizado y preparado durante algunos años para contribuir con el cuidado ambiental.	D2	Existen aún sectores en donde no se ha enfatizado en el cuidado ambiental, además de empresas que no han implantado un plan de manejo ambiental.
F3	Basa su actividad económica principalmente en diferentes factores como son la agricultura, floricultura, ganadería, comercio y el turismo.	D3	La mayoría de las actividades que producen ingresos económicos no cuentan con las debidas precauciones para su comercialización.
F4	Existe una amplia promoción de la zona a través de diferentes medios de comunicación, difundiendo la cultura y riqueza de sus tradiciones y manifestaciones propias.	D4	Hay deficiencia en cuanto a la señalización de lugares y sitios de interés turístico, dificultando el acceso a los mismos y el desconocimiento de la zona.
F5	En cuanto a la carretera que comunica al cantón Mejía con el resto del país se encuentra en perfectas condiciones ya que es una autopista de primer orden lo que facilita su acceso.	D5	Las vías hacia algunas zonas turísticas alejadas un poco del núcleo poblacional no se encuentran en buen estado o simplemente son carreteras de tercer orden.
F6	El cantón Mejía cuenta con todos los servicios básicos, perfectamente estructurados y organizados, fomentándose en el cuidado ambiental y la buena presentación.	D6	A pesar de contar con los servicios básicos, estos no cubren el cien por ciento de la capacidad del cantón, haciendo que en zonas determinadas sean descuidadas.
Cód.	OPORTUNIDADES	Cód.	AMENAZAS
O1	Incremento importante en cuanto a la captación y afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros.	A1	Crecimiento de la competencia con mejores precios o con paquetes que incluyan productos periféricos.
O2	El turismo receptor ha ido aumentando cada año en un porcentaje del 6%.	A2	La gran afluencia puede producir contaminación y alterar zonas ambientales.
O3	Diseño de paquetes enmarcados con el plan de tur2020 con la finalidad de ofertar nuevos atractivos turísticos.	A3	El incremento de los precios de productos básicos dificulta la accesibilidad a los mismos.
O4	Explotar a través de los medios indicados los diversos atractivos que posee la zona para darlos a conocer.	A4	Desconocimiento de los planes de la competencia en su incursión a la zona
	Leyes a favor de la protección y conservación del ambiente.	A5	Cambios en la política nacional y regional ambiental

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

2.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

La segmentación del mercado es el proceso de dividir el “mercado” en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes; la segmentación a la que está dirigida la hostería agroturística “Wasi Sumaq” es hacia turistas nacionales como extranjeros, comprendidos en edades de 20 a 75 años, de nivel económico medio alto.

Gráfico N°: 39 Segmentación del Mercado.



Fuente: www.ecuadorencifras.com
 Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía
 Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

2.5. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

Para conocer los gustos, preferencias y necesidades de los posibles clientes que tendrá la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, se procedió a realizar encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que llegan al cantón Mejía.

2.5.1. Formato de la Encuesta.

La encuesta es una herramienta muy importante para la recopilación de información lo que permitirá conocer a cabalidad datos específicos de los

clientes, determinando así, sus necesidades y planteando soluciones que permitan satisfacer las mismas. También véase el **Anexo N° 10:**

Gráfico N°: 40 Formato de la Encuesta.

		INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Formato Encuesta	
		UNIVERSIDAD ISRAEL ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN: Edad: Sexo: F () M () Nacionalidad: Ocupación: Profesional () Estudiante () Otros ()		DATOS DE DIFUSIÓN:	
DATOS DE PROFUNDIZACIÓN:		8. ¿Qué servicios le gustaría adicionar a su estadía en la Hostería Agroturística Wasi Sumaq? Actividades Agrícolas () Recorridos Guiados () Acampar () Actividades Ganaderas () Cabalgatas por senderos () Tv Cable () Actividades Florícolas () Caminatas por senderos () Internet () Pesca Deportiva () Deportes Extremos () Actividad Recreativa ()	
1. ¿Cada qué tiempo visita usted el cantón Mejía? ¿Por qué?		9. ¿Cómo le gustaría que fuese promocionada la Hostería Agroturística Wasi Sumaq? Página Web () Vallas Publicitarias () Prensa Escrita () Blog Spot () Televisión () Trípticos () Pancartas () Radio () Hojas Volantes () ¿Otros, detalle cuáles?	
2. ¿Conoce usted la existencia de hosterías y de sitios recreacionales en el cantón Mejía? Si () No () ¿Indique cuáles?		10. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por el hospedaje diario en la Hostería Agroturística Wasi Sumaq con todos los productos y servicios que ofrece durante su estadía? Elija una opción en base a sus respuestas de las preguntas realizadas. De \$20,00 a \$30,00 () De \$30,00 a \$40,00 () De \$40,00 a \$50,00 () Más de \$50,00; ¿Por qué?	
3. ¿Le gustaría que el cantón Mejía tenga una "Hostería Agroturística"? ¿Por qué? Si () No ()		11. ¿Alguna sugerencia que desee realizar para la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?	
4. ¿Conoce usted los diversos atractivos y recursos naturales, culturales e históricos que posee el cantón Mejía? ¿Indique cuáles? Si () No ()		GRACIAS POR SU COLABORACION	
5. ¿Cómo quisiera usted que estuviera equipada las instalaciones de una "Hostería Agroturística" en la zona mencionada anteriormente? Piscina Templada () Canchas deportivas () Sauna () Transporte () Espacios Verdes () Salón de Convenciones () Turco () Restaurante () Áreas para Camping () Salón de Eventos () Hidromasaje () Disco/Bar () Jardines Iluminados () Amplio Parquadero () Baños de Cajón () Capilla Rust. () ¿Otros, detalle cuáles?			
6. ¿Cuándo usted viaja, lo hace en compañía de?: Familiares () Compañeros de Trabajo () Amigos () Independientemente () ¿Otros, detalle cuáles?			
7. ¿Cuándo usted viaja, lo hace por motivo de?: Visita a familiares () Aventura () Acont. Religioso () Trabajo () Visita a amigos () Descanso () Turismo () Deporte () Compromiso Social () Salud () Negocios () Invest. Científica ()			

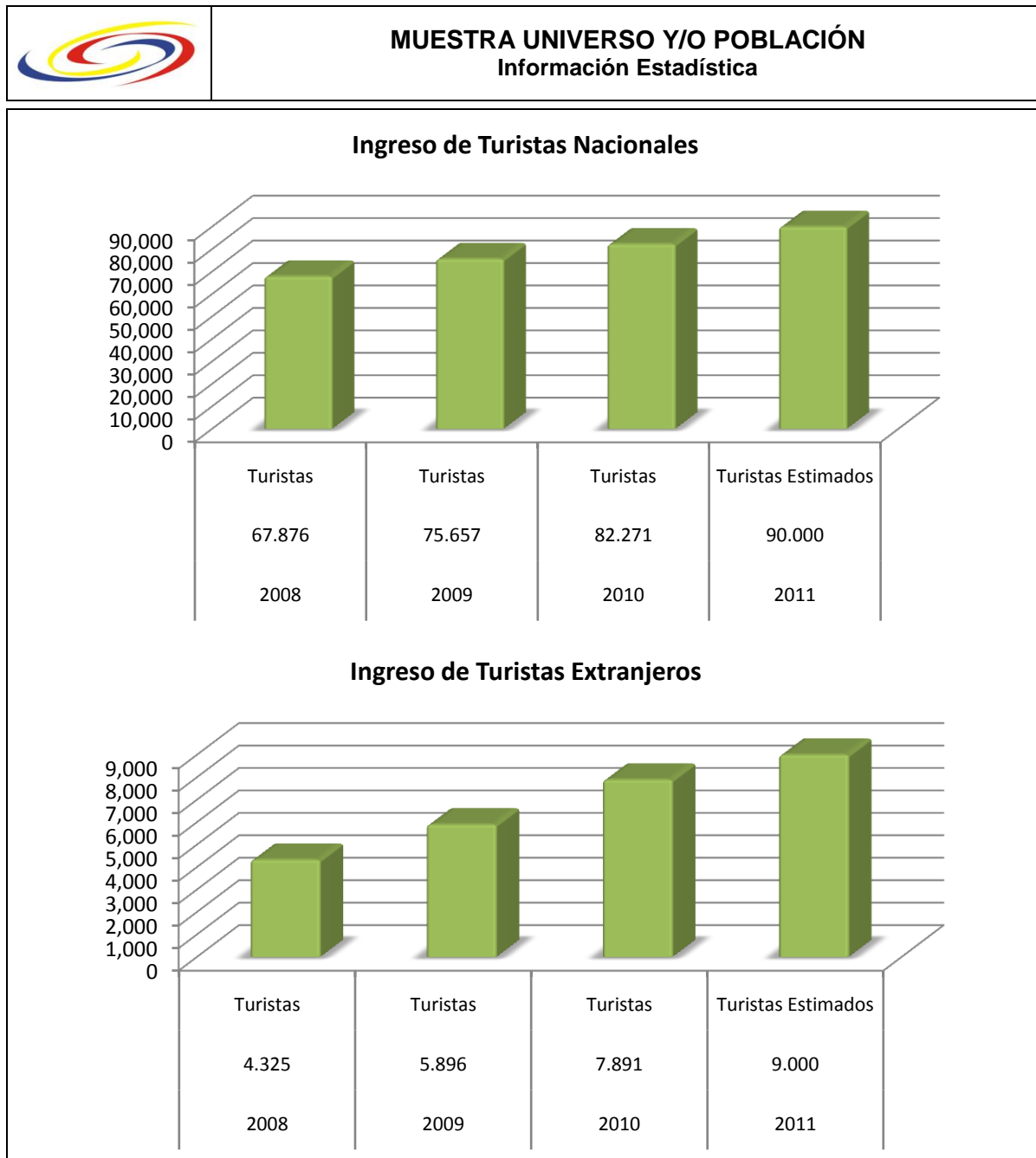
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

2.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA.

El universo de estudio para la obtención del tamaño de la muestra, fue la recepción de turistas nacionales y extranjeros que han visitado el cantón Mejía en el año 2.010, de acuerdo a las estadísticas que se obtuvieron por parte del departamento de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Mejía, el número

devisitantes que ingresaron a la zona en busca de sus diferentes atractivos se presentan a continuación:

Gráfico N°: 41 Ingreso de Turistas Nacionales y Extranjeros al Cantón Mejía.



Fuente: Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

2.6.1. Cálculo de la Fórmula de la Muestra.

Con estos datos se escogió una muestra del universo que es de 90.162 turistas que ingresaron al cantón Mejía en el año 2.010 y se la realizó por medio de la siguiente fórmula:

n: Incógnita numérica

Z: Nivel de confianza (95%) (1.96)

N: Universo o población.

²: Potencia

p: Probabilidad a favor (0.5).

q: Probabilidad en contra (0.5)

e: Error de estimación (0.05)
(Precisión en los resultados)

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

Sustituyendo con la fórmula tenemos:

$$n = \frac{1.96 (0.5*0.5) 90.162}{(90.162-1) (0.05) + 1.96 (0.5*0.5)}$$

$$n = \frac{3.84 (0.25) 90.162}{(90.161) (0.0025) + 3.84 (0.25)}$$

$$n = \frac{86.555}{225.40 + 0.96}$$

$$n = \frac{86.555}{226.36}$$

$$n = 382,37$$

Por lo tanto se realizaron 382 encuestas, con el fin de recopilar información valiosa acerca de la zona de estudio.

2.6.2. Tabulación de la encuesta.

A continuación se presenta la información recopilada a través de las encuestas aplicadas a diferentes personas que visitaron el cantón Mejía con el propósito de conocer sus gustos y necesidades, posteriormente se realizó los respectivos análisis a todas y cada una de las preguntas planteadas en las encuestas.

Datos de identificación:

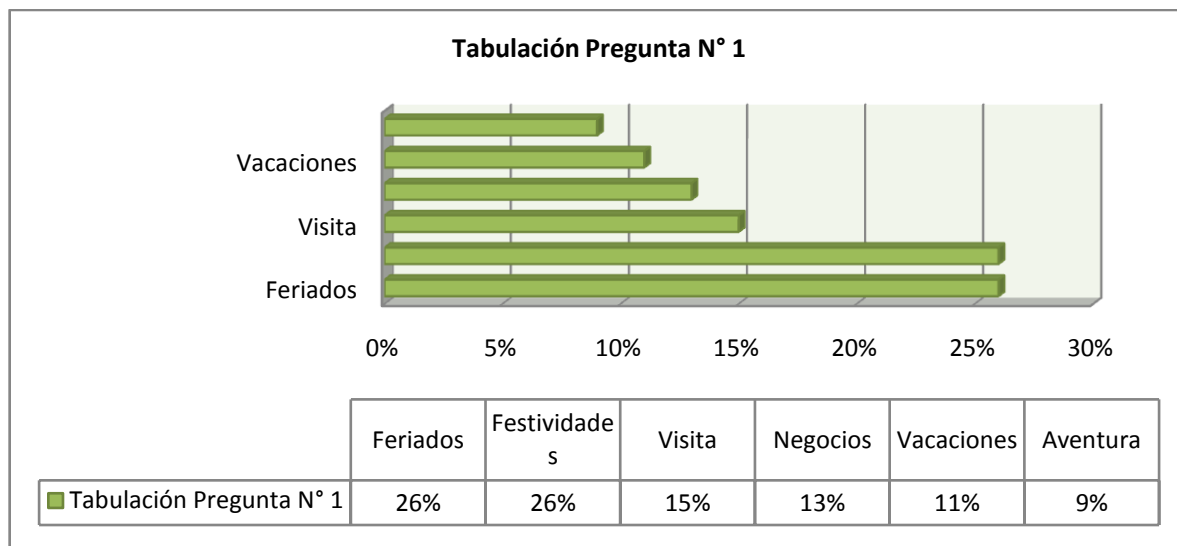
1. ¿En qué mes y por qué motivos usted visita el cantón Mejía?

Cuadro N°: 17 Flujo de Turistas que visitan al cantón Mejía.

Mes	Temporada	% Mensual
Enero	Baja	70%
Febrero	Alta: Carnaval	80%
Marzo	Baja	70%
Abril	Baja	70%
Mayo	Baja	70%
Junio	Alta; Inicio de festividades	80%
Julio	Alta: Fiestas del Cantón Mejía	100%
Agosto	Alta: Eventos por Festividades	90%
Septiembre	Alta	80%
Octubre	Baja	70%
Noviembre	Baja Día de los difuntos	70%
Diciembre	Alta: Festividades de fin de año	80%

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 42 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 01).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 17 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 01).

Tabulación Pregunta N° 1						
99	99	57	51	42	34	382
26%	26%	15%	13%	11%	9%	100%
Ferizados	Festividades	Visita	Negocios	Vacaciones	Aventura	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

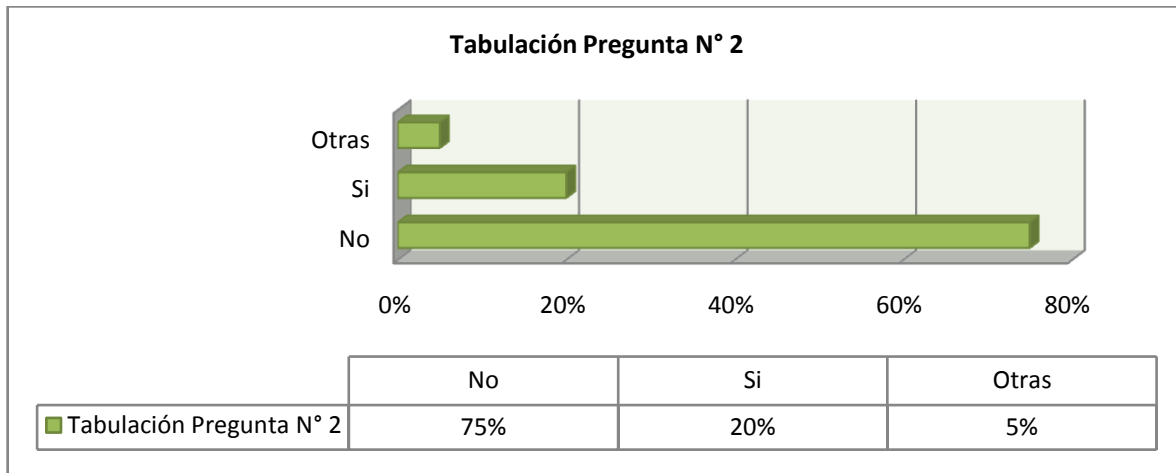
Conclusión:

Según la encuesta realizada, se tuvo conocimiento que en un 26% de los encuestados ingresan al cantón Mejía por temporada de feriado, 26% por festividades, 15% para visitar a familiares, 13% por negocios, 11% por vacaciones, mientras que el 9% lo hace por conocer y vivir aventuras. En general el resultado de esta pregunta nos ayuda a conocer los motivos por los cuales visitan Mejía, dando como muestra un alto porcentaje que en los meses de febrero, junio, julio, agosto, septiembre, octubre y diciembre se genera sin lugar a dudas más llegada de turistas y movimiento interno en la ciudad.

Lo que da una clara pauta de un aparente crecimiento y reactivación de la actividad turística en estas épocas del año, por lo que la hostería agroturística se basaría en la determinación de un calendario de feriados y festividades desde el primer día del año, lo cual ayudaría mucho a la planificación del turismo interno a su vez de dar a conocer a los clientes los diferentes acontecimientos programados que se efectuarán en el transcurso de los meses, permitiéndole organizarse, prepararse y reservar con anticipación sus requerimientos.

2. ¿Conoce usted de la existencia de hosterías o sitios de recreación en el Cantón Mejía?

Gráfico N°: 43 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 02).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 18 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 02).

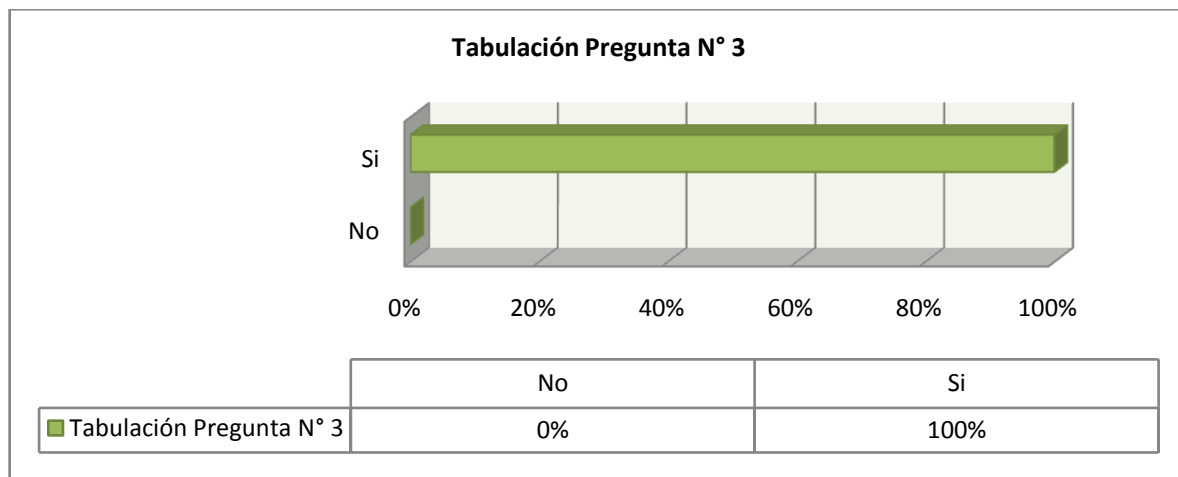
Tabulación Pregunta N° 2			
287	76	19	382
75%	20%	5%	100%
No	Si	Otras	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Se tiene que el 20% de los encuestados dijeron que “SI” conocen sitios de recreación y los mencionaron tal y como se presenta en el cuadro anterior, mientras que un 75% dijeron que “NO” conocen la existencia de hosterías en el cantón Mejía, gracias a la presente pregunta se pudo verificar que efectivamente no existe una hostería en este cantón que sea sumamente conocida y así mismo sirvió para ver el grado de aceptación de éstas personas, relacionado a la creación de la hostería y posterior difusión a través de los medios de comunicación social y a determinar el nicho al cual nos dirigiremos, de igual forma un 5% respondió que conoce de otras alternativas de alojamiento y recreación en la zona siendo la más conocida la hostería Papagayo.

3. ¿Le gustaría que Mejía tenga una Hostería Agroturística?

Gráfico N°: 44 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 03).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 19 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 03).

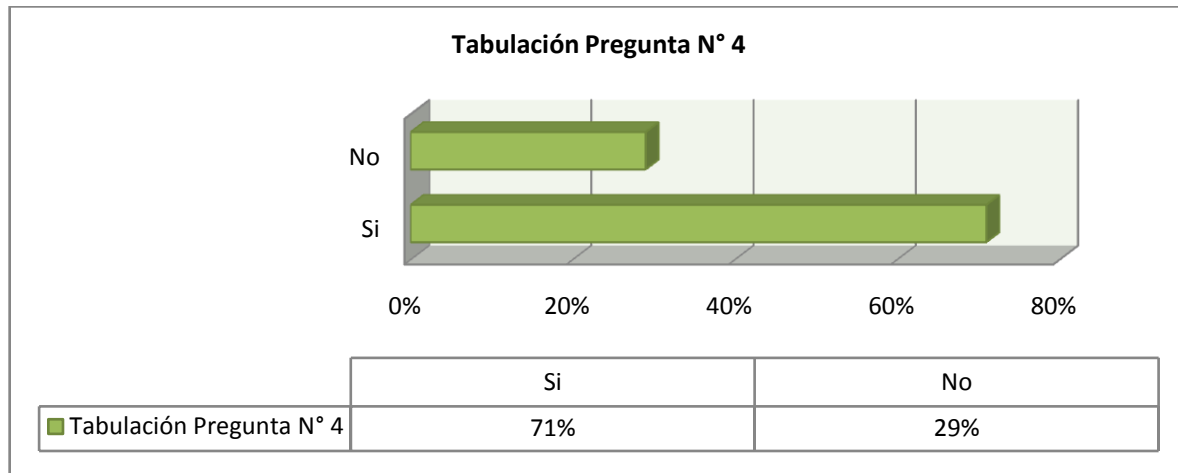
Tabulación Pregunta N° 3		
0	382	382
0%	100%	100%
No	Si	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: El 100% de las personas dijeron que si les gustaría que Mejía tuviese una hostería agroturística. Esta pregunta nos orienta para la factibilidad de la realización de la creación de la hostería, ya que demuestra un alto grado de aceptación por parte de los encuestados, lo que resultará de gran beneficio para el cantón ya que se brindará la oportunidad de tener un lugar donde encuentren diversidad de servicios e instalaciones para su recreación.

4. ¿Conoce los diversos atractivos naturales, culturales e históricos que posee el cantón Mejía?

Gráfico N°: 45 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 04).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 20 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 04).

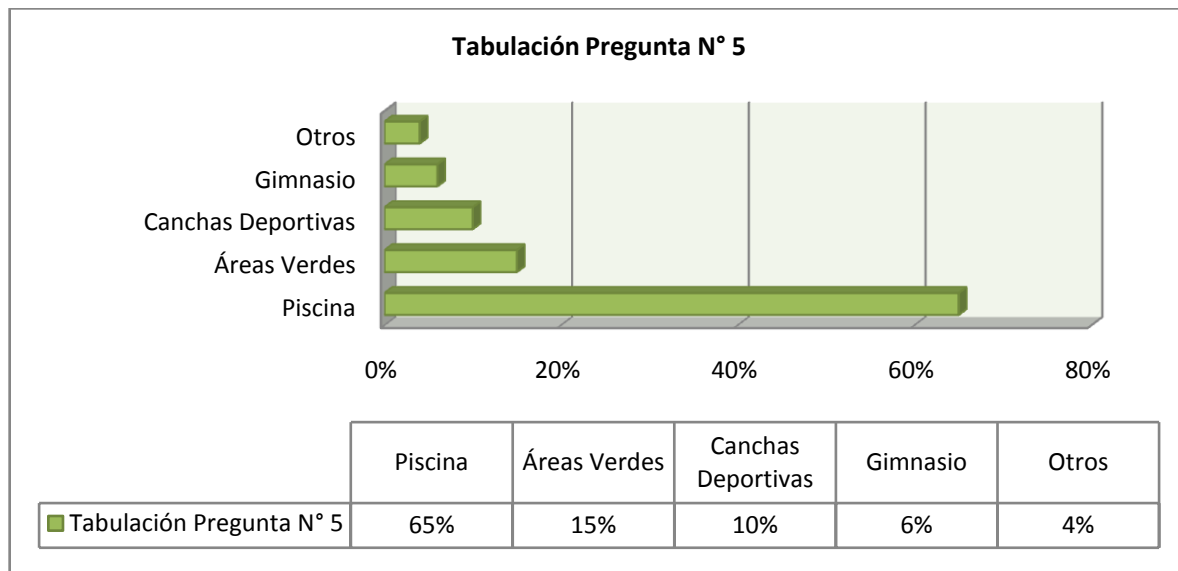
Tabulación Pregunta N° 4		
271	111	382
71%	29%	100%
Si	No	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Un 71% de las personas dijeron que si conocen los atractivos del cantón pero no detalladamente, sino porque han escuchado hablar de los mismos o han visto por diferentes canales de televisión, sin embargo no tienen conocimiento con datos relevantes de los diversos atractivos y no a la vez desconocen de una gran parte de maravillas que posee Mejía, por otro lado un 29% dijo que no conoce que atractivos posee el cantón. Esta pregunta nos ayuda a tomar en cuenta las diferentes opiniones, que sirven para promocionar los diferentes atractivos de tal manera que llegue a las personas y se interesen en conocer y visitar el cantón.

5 ¿Cómo quisiera usted que estuviera equipada las instalaciones de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°:46 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 05).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 21 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 05).

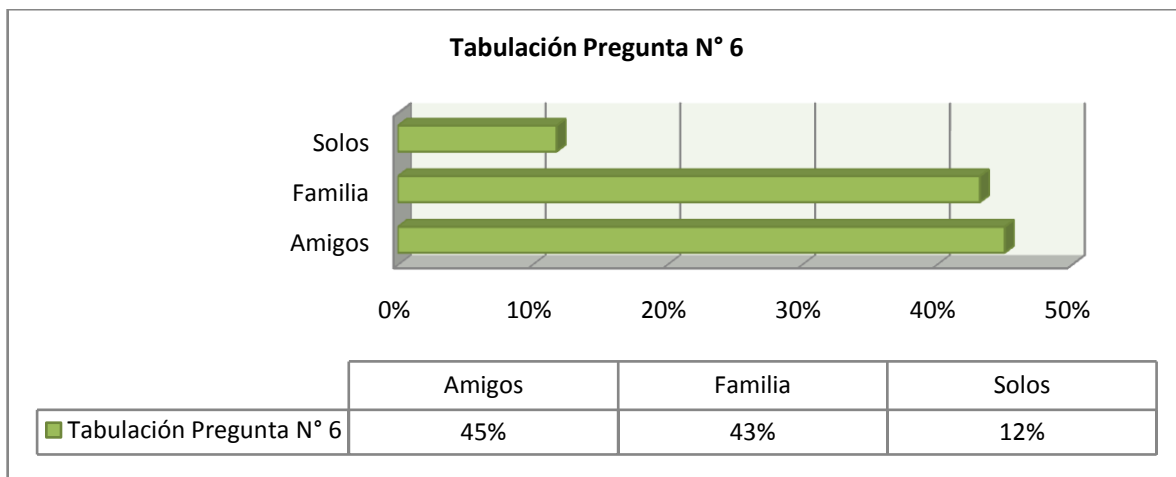
Tabulación Pregunta N° 5					
248	57	38	23	16	382
65%	15%	10%	6%	4%	100%
Piscina	Áreas Verdes	Canchas Deportivas	Gimnasio	Otros	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Del total de las personas encuestadas escogieron más de una opción, lo que dio como resultado que el 65% expresaron que las instalaciones de la hostería estuviera dotada de piscina temperada, un 15% dijo de áreas verdes, un 10% de canchas deportivas y de otros equipamientos el 6% dijo que debía poseer un gimnasio mientras que un 4% manifestó otras actividades como un spa. Con esta pregunta se logró conocer qué instalación tiene mayor importancia para las personas al momento de visitar un centro de recreación, lo cual ayuda para la implementación de instalaciones recreativas, que servirán para satisfacer los usuarios.

6. ¿Cuándo usted viaja lo hace con?:

Gráfico N°:47 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 06).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

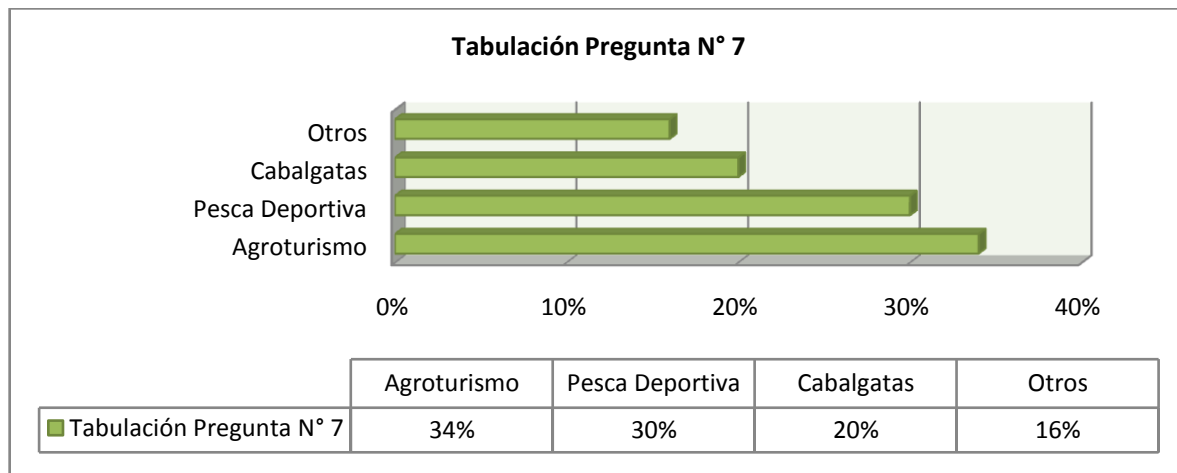
Cuadro N°: 22 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 06).

Tabulación Pregunta N° 6			
172	164	46	382
45%	43%	12%	100%
Amigos	Familia	Solos	Total

Conclusión: Se pudo conocer que en un 45% los encuestados viajan en grupos de amigos, en un 43% en familia y en un 12% solos. Esta pregunta nos ayuda a conocer la cantidad de personas que podrán ser los potenciales clientes de la hostería agroturística y así estar preparados para brindar un servicio de alta calidad, logrando cumplir sus necesidades y expectativas.

7. ¿Qué servicios le gustaría adicionar a su estadía en la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°:48 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 07).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 23 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 07).

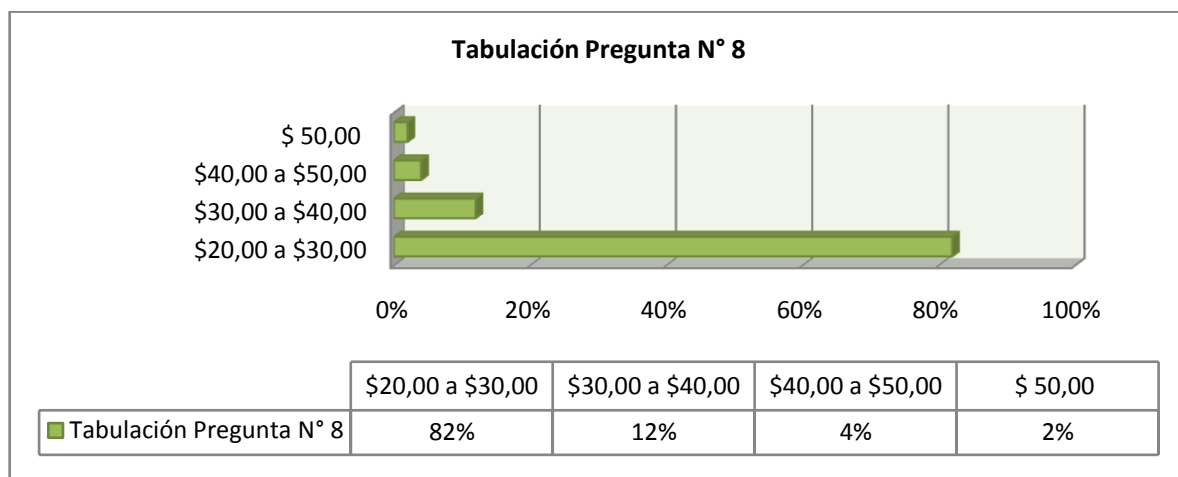
Tabulación Pregunta N° 7				
130	115	76	61	382
34%	30%	20%	16%	100%
Agroturismo	Pesca Deportiva	Cabalgatas	Otros	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Del total de los encuestados marcaron diversas alternativas, lo que se refleja que entre los servicios que les gustaría que se adicione en su estadía son con un 34% que sea actividades agroturísticas mientras que con un 30% desean realizar pesca deportiva, seguido a esto está con un 20% realizar cabalgatas guiadas en los sitios de interés que posee el cantón y finalmente con un 16% están otras actividades entre ellas se mencionaron tarabitas, camping, tracking, deportes extremos y demás. Esta pregunta da una clara visión sobre la diversificación de productos y servicios que esperan los visitantes, los cuales serán adoptados por la hostería de manera paulatina y con la demanda de los clientes.

8. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por hospedaje diario (incluido cóctel de bienvenida, desayuno, internet) y una de las actividades anteriormente mencionadas?

Gráfico N°:49 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 08).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 24 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 08).

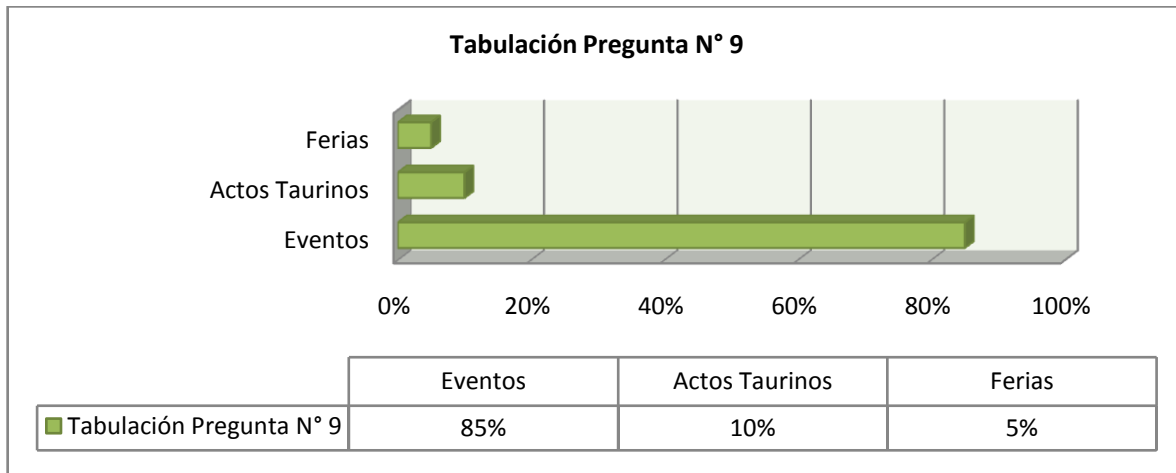
Tabulación Pregunta N° 8				
313	46	15	8	382
82%	12%	4%	2%	100%
\$20,00 a \$30,00	\$30,00 a \$40,00	\$40,00 a \$50,00	\$ 50,00	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Las personas están dispuestas a asignar de su presupuesto de \$20,00 a \$30,00 dólares por hospedaje diario incluido cóctel de bienvenida, desayuno e internet esto equivale al 82% de encuestados, por otro lado el 12% asignaría de \$30,00 a \$40,00 dólares, a su vez el 4% de \$40,00 a \$50,00 y un 2% asignaría más de \$50,00. Con esta pregunta podemos conocer y por ende nos ayudará a la segmentación de la demanda, la hostería implementará planes de presupuesto según sus ingresos o niveles económicos, logrando así que nuestros clientes ganen calidad de servicio y excelente relación precio-calidad, por el disfrute de alojamiento, alimentación y otros servicios complementarios.

9. ¿Alguna sugerencia que desee realizar para la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°:50 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 09).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 25 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 09).

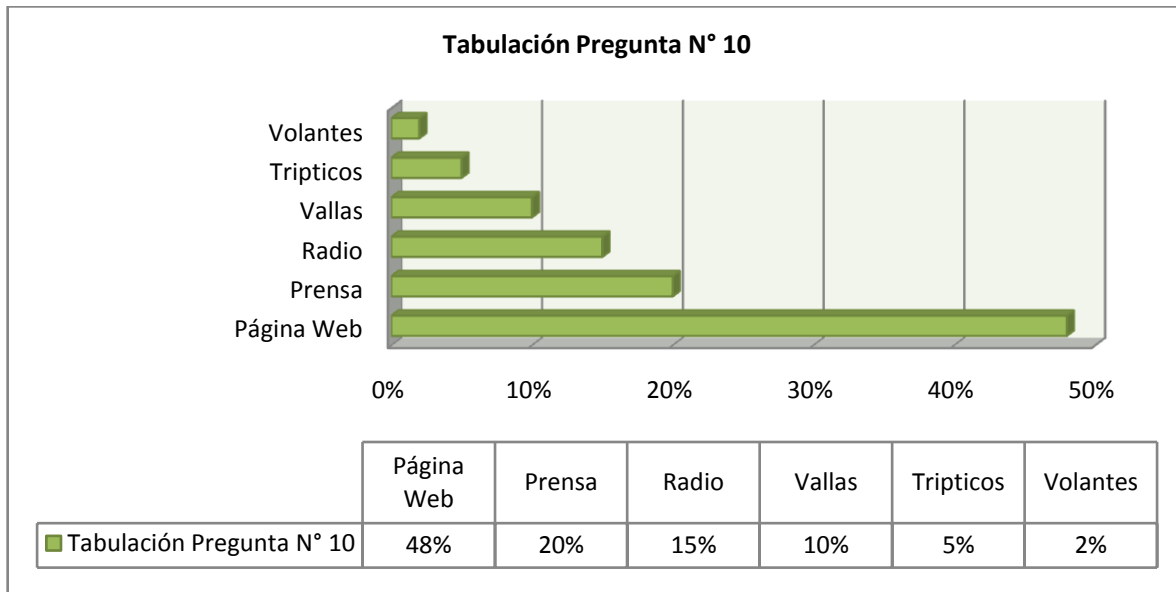
Tabulación Pregunta N° 9			
325	38	19	382
85%	10%	5%	100%
Eventos	Actos Taurinos	Ferias	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Entre las sugerencias que se recibió por parte de los encuestados está casi en su totalidad el contar con espacio destinado para eventos de distinta índole ya que los actuales establecimientos no satisface sus expectativas y en el cantón carece de este servicio brindado con calidad, entre otras respuestas están también la creación de actos taurinos y eventos feriales para el comercio, gastronomía y turismo.

10. Como le gustaría que fuese promocionada la Hostería Agroturística Wasi Sumaq?

Gráfico N°: 51 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 10).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 26 Tabulación de la Encuesta (Pregunta 10).

Tabulación Pregunta N° 10						
183	76	57	38	19	9	382
48%	20%	15%	10%	5%	2%	100%
Página Web	Prensa	Radio	Vallas	Tripticos	Volantes	Total

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Conclusión: Entre las respuestas recibidas definitivamente una gran mayoría con el 48% prefiere que la hostería agroturística se promocione por página web que con imágenes y mediante una buena publicidad impacta mucho más a los televidentes, esta información receptada sirve de mucho ya que permite buscar y seleccionar el medio de comunicación con el cual la gente tiene mayor aceptación.


2.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

En el análisis después de las encuestas realizadas a diferentes visitantes de las provincias y turistas extranjeros que visitan el cantón Mejía por diferentes motivos y circunstancias, se pudo constatar que si existe un importante número de afluencia turística que ingresan a la zona, lo que da como resultado que la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” si tenga aceptación.

2.8. OFERTA.

El cantón Mejía presenta condiciones naturales y culturales que le permiten ofrecer a turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de disfrutar y conocer de sus riquezas, así como también de observar la arquitectura de sus iglesias y otros atractivos naturales. El cantón Mejía oferta establecimientos hoteleros, los mismos que tienen la capacidad en cuanto a espacio físico, para recibir a turistas nacionales y extranjeros que ingresen a esta zona por diferentes motivos, lo que a continuación se detalla en la siguiente tabla.

Cuadro N°: 27 Oferta de la Competencia (Cantón Mejía).

		INVESTIGACIÓN DEL MERCADO						Oferta de la Competencia	
		Tipos de Habitaciones						Total Personas	
HOTEL	S	D	T	C	M	Suite	Suite	Cap. * Día	Cap. * Año
Estancia Real	10	4	2	1	2	1	1	34	12.410
San Cayetano	5	3	2	2	1	X	X	27	9.855
Piedra Linda	8	2	2	2	X	X	X	26	9.490
La Llovizna	8	3	X	X	X	X	X	14	5.110
Nina Rummy	7	3	X	X	X	X	X	13	4.745
Pucará	9	4	X	X	X	X	X	17	6.205
Los Andes	5	3	X	X	X	X	X	11	4.015
Total:								142	51.830

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Entonces la oferta actual de la que disponen las diversos tipos de alojamiento está en **51.830** aproximadamente.

2.9. DEMANDA.

La demanda es una expresión de voluntad y una capacidad de compra, es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad, para analizar ésta se requiere de factores que puedan ser medidos con facilidad, considerando fenómenos objetivos como la población, los ingresos, precios y otros aspectos un poco más cualitativos, como las actividades y expectativas de los consumidores.

Con el análisis de la demanda se logran determinar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un producto o servicio en función del tiempo. Para el análisis de la demanda fue necesario realizar un cuadro en el que se ve claramente los meses en los cuales hay mayor flujo de turistas nacionales y extranjeros en el Cantón Mejía indicando respectivamente la temporada.

Cuadro N°: 28 Flujo de Turistas que visitan al cantón Mejía.

 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Temporadas Turísticas		
Mes	Temporada	% Mensual
Enero	Baja	70%
Febrero	Alta: Carnaval	80%
Marzo	Baja	70%
Abril	Baja	70%
Mayo	Baja	70%
Junio	Alta; Inicio de festividades	80%
Julio	Alta: Fiestas del Cantón Mejía	100%
Agosto	Alta: Eventos por Festividades	90%
Septiembre	Alta	80%
Octubre	Baja	70%
Noviembre	Baja Día de los difuntos	70%
Diciembre	Alta: Festividades de fin de año	80%

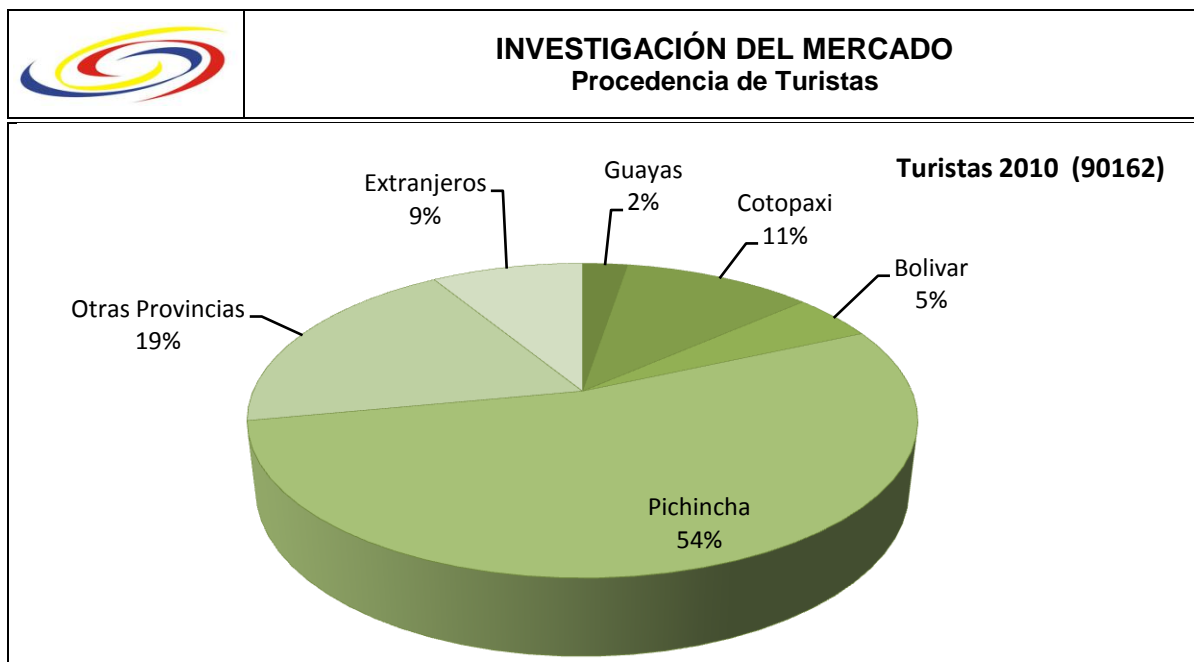
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Estos meses son aprovechados por los diferentes establecimientos del cantón Mejía, teniendo gran acogida por parte de los turistas, es así que la competencia ofrece los diferentes productos y/o servicios que poseen.

2.9.1. Demanda Actual.

El sector turístico es una actividad económica que continúa manifestando una tendencia de crecimiento a nivel nacional, en términos cuantitativos y económicos (llegadas, pernoctaciones, crecimiento de la oferta, ingresos). Es el caso de los turistas provienen de distintas partes tanto nacionales como extranjeros.

Gráfico N°: 52 Procedencia de turistas que visitaron el cantón Mejía.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Para el año 2.010 la demanda alcanzo una cifra de **90.162** turistas entre nacionales y extranjeros, para el año 2.011 se pretende alcanzar un porcentaje más alto que el anterior llegando a bordear el número de visitantes de **99.000**, para ello basándose en estadísticas pasadas se determinó lo siguiente en cuanto a porcentajes de crecimiento de turistas hacia el cantón:

Cuadro N°: 29 Crecimiento y Proyección de Turistas.


		INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Flujo de Turistas				
Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tasa %	-	4%	4%	4%	4%	4%
Crecimiento %	-	3768	3917	4075	4238	4408
Total:	72.000	81.000	91.000	99.000	103.000	106.000

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

2.9.2. Demanda Insatisfecha.

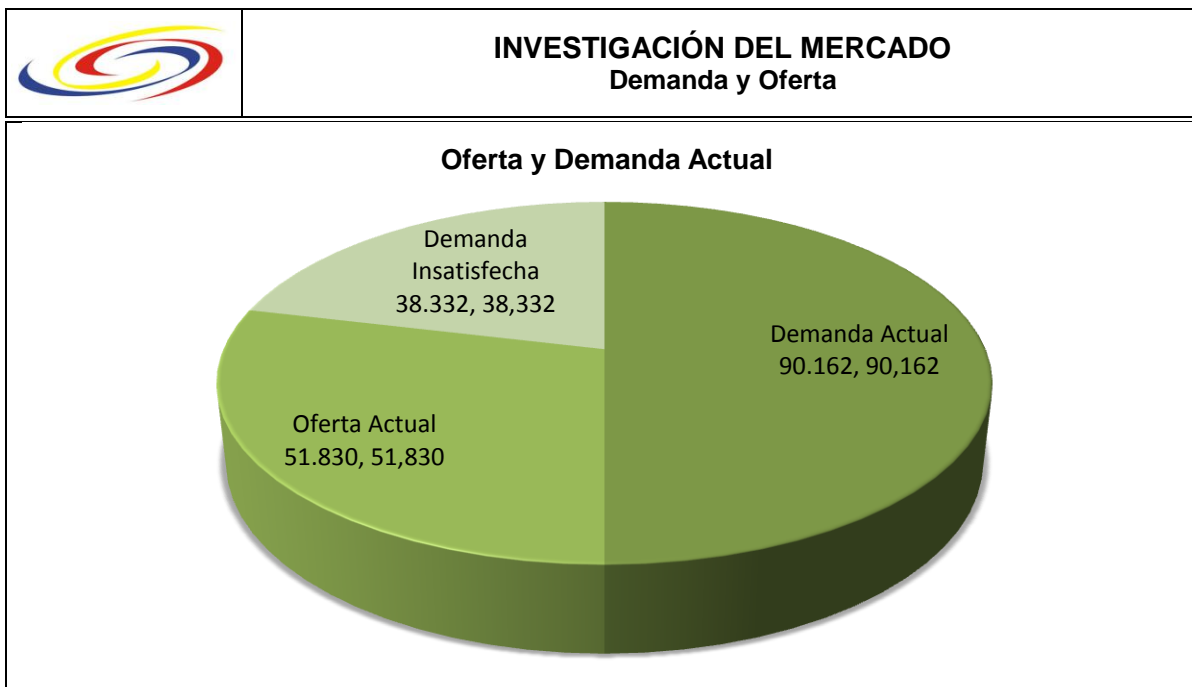
El cantón Mejía presenta una demanda actual de **90.162** mientras que existe una oferta actual para **51.830** personas en sus establecimientos hoteleros, con respecto a la hostería agroturística Wasi Sumaq estima la capacidad de alojamiento una oferta para **22.995** personas aproximadamente en ocupación total anual del 100%. Con el presente estudio, se establece como demanda insatisfecha un total de **38.332** personas, lo que es beneficioso para la hostería, ya que ésta podría aprovechar este número de turistas con el fin de atraerlos.

Cuadro N°: 30 Demanda y Oferta Actual.

		INVESTIGACIÓN DEL MERCADO Demanda y Oferta	
Demanda Actual			90.162
Oferta Actual			51.830
Demanda Insatisfecha			<u>38.332</u>

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Con la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” se pretende alcanzar aproximadamente un **50%** de la demanda insatisfecha, esto en cifras equivale a: **19.166** huéspedes al año, superando al hotel la Estancia Real el mismo que tienen gran capacidad instalada por año.

Gráfico N°: 53 Demanda y Oferta Actual.

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

CAPÍTULO III.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.

El direccionamiento estratégico es un proceso de decisiones previas y oportunas, los cuales organizan los planes de la empresa, es decir, que esto contribuye a la buena toma de decisiones las mismas que están relacionadas con la organización, la finalidad de prevenir problemas su oportuna y rápida solución, en beneficio de la misma.

Una vez definida la situación actual de la hostería agroturística en el mercado, así como también la relación con su entorno en donde se va a desarrollar es necesario determinar el planteamiento de un rumbo, es decir definir un horizonte **¿Hacia dónde se quiere llegar?**; para ello es indispensable determinar lineamientos tomando como punto de partida **¿Dónde y cómo estamos?**; estos cuestionamientos permitirán establecer la dirección correcta la cual la empresa debe seguir para alcanzar el éxito.

3.1. Administración Estratégica.

La administración y direccionamiento estratégico consiste en la tarea de crear, implementar, prevenir, mejorar y ejecutar un proyecto; para este caso la creación de la hostería agroturística Wasi Sumaq implica desarrollar estrategias precisas las mismas que promuevan un adecuado proceso administrativo, tomando como referencia a Thompson & Strickland quienes hacen referencia al concepto de “administración estratégica al definir de manera clara y concisa lo siguiente:

1. Primero, desarrollando una visión estratégica hacia donde se encamine una organización, con el fin de proporcionar una dirección a largo plazo, definiendo en que clase y tipo de empresa se está tratando de convertir e infundir en el mismo, el sentido de una acción con un determinado propósito a ser cumplido en un futuro próximo.
2. Consecutivamente, determinar los objetivos, es decir, convertir la visión estratégica en resultados del desempeño, que con el tiempo propuesto por la empresa se los pretende alcanzar y cumplir a cabalidad.
3. Seguidamente, crear una estrategia acorde a los objetivos propuestos, con el único fin de lograr los resultados deseados, además de prevenir y anticipar posibles problemas que puedan suscitarse a futuro.
4. Añadido a lo anteriormente mencionado, es necesario poner en práctica y ejecutar la estrategia elegida de una manera eficiente y efectiva, es importante mantener un control previo, concurrente y posterior.

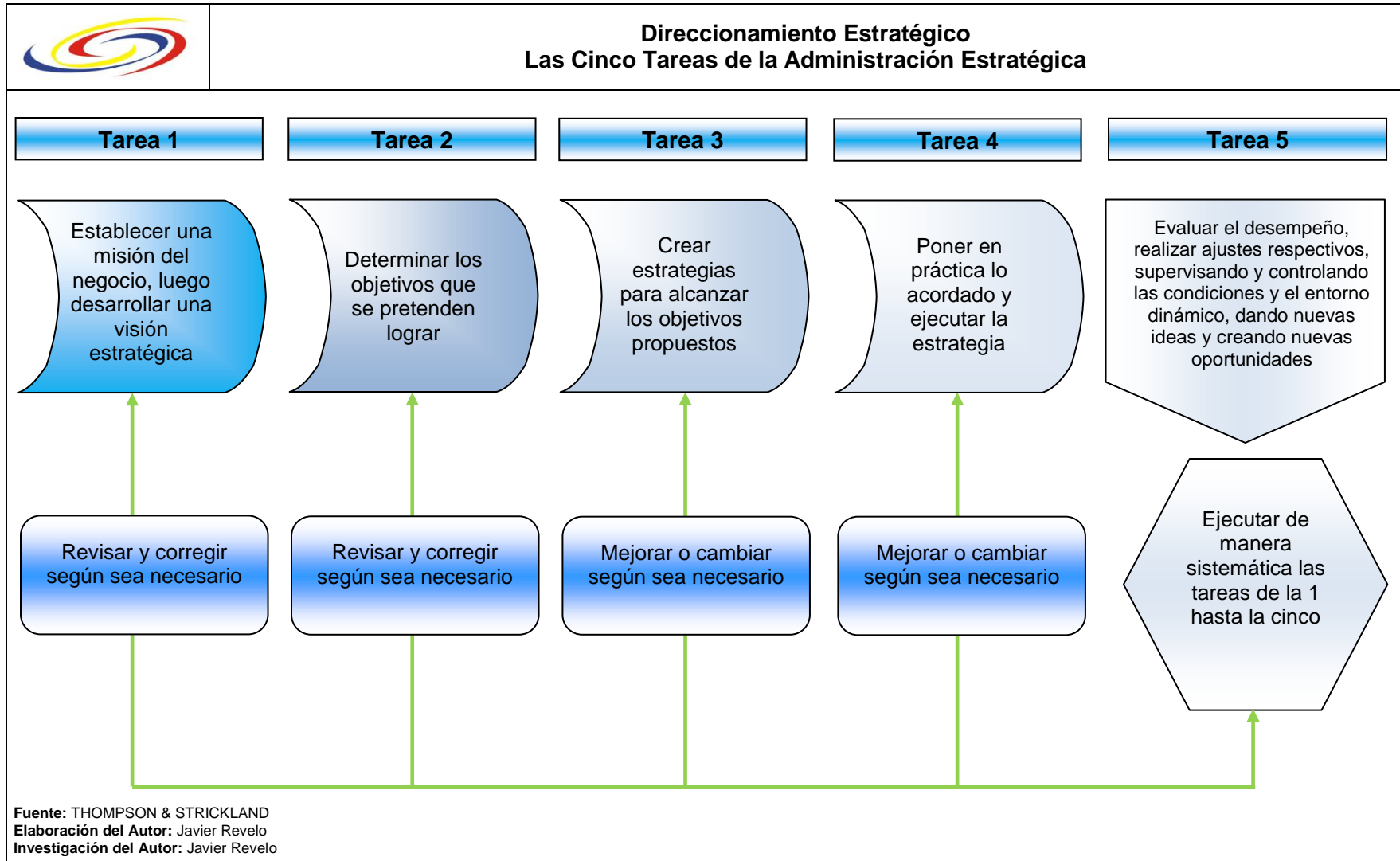
5. Finalmente, hay que evaluar el desempeño e iniciar los respectivos ajustes en caso de que fuesen necesarios realizarlos con respecto a la visión, la dirección a largo plazo, los objetivos, la estrategia puesta en práctica, todo esto, en vista de las condiciones cambiantes y un entorno dinámico, dando nuevas ideas y creando nuevas oportunidades.³¹

Según lo expuesto por los autores anteriormente mencionados, toda empresa debe iniciar siempre teniendo como base una dirección estratégica que determine donde está ahora y a donde quiere estar a largo plazo; por lo tanto, se puede decir que cada empresa es única, por cuanto sus principios, misión, visión y valores responden a la filosofía de sus accionistas, mentores y grupos que interactúan o se relacionan en el mercado.

La hostería agroturística “Wasi Sumaq”, respondiendo a las necesidades del mercado de alojamiento, restauración y ocio, con una filosofía fundamentada en valores corporativos que generen credibilidad, seguridad y confianza en sus clientes, brindando un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades y expectativas, ha establecido que para la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” se llevará a cabo el siguiente direccionamiento estratégico:

³¹ THOMPSON & STRICKLAND. Administración Estratégica. 13ª Edición, Mc Graw Hill-Interamericas. Editores S.A. México D.F. 2003, pag. 6-7. ISBN 970-10-4055-4.

Gráfico N°: 54 Las Cinco Tareas de la Administración Estratégica.



3.2. MISIÓN.

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, el alcance de la declaración de la misión varía en extensión, contenido, formato y especificidad, por cuanto es la parte más visible y pública del proceso de la dirección estratégica, para ello es de suma importancia responder a las siguientes interrogantes:

3.2.1. Planteamiento de la Misión:

Para establecer una base sólida en cuanto a la misión empresarial es necesario seguir una serie de parámetros y cuestionamientos que ayudarán a entender y plantear el ejercicio de la organización.


Cuadro N°: 31 Parámetros para establecer la “Misión”.

Interrogantes a responder
<p>¿Quiénes somos? Somos una identidad empresarial que se encarga de prestar y brindar productos y servicios de alojamiento, restauración y ocio.</p>
<p>¿A qué nos dedicamos? A brindar descanso, relajación, confort, distracción combinado con una amplia gama de actividades realizadas en el campo con las cuales se busca satisfacer las expectativas de los clientes y huéspedes.</p>
<p>¿En qué nos diferenciamos? En las maravillas paisajísticas y naturales que se encuentran alrededor de la hostería agroturística en el cantón Mejía, añadido a esto la calidad en productos y servicios que se ofertan, el diseño de sus instalaciones, conjuntamente con actividades propias del campo, la implementación del agroturismo y ecoturismo.</p>
<p>¿Por qué y para qué hacemos lo que hacemos? Lo hacemos porque hay que impulsar el desarrollo del turismo en el país, dando una buena imagen de la zona al ser un eje importante en la economía interna con el fin de obtener rentabilidad mediante la oferta de productos y servicios.</p>
<p>¿Para quién lo hacemos? Para todos quienes visiten el cantón Mejía y sus alrededores y a la vez busquen un lugar que brinde las comodidades necesarias para su estadía, obteniendo un producto y servicio de calidad acorde a su nivel económico.</p>
<p>¿Cómo lo hacemos? Mediante la implementación de actividades nuevas, variadas y llamativas para los turistas, promocionándolas a través de los diversos atractivos de la zona y lo que ahí se puede realizar.</p>
<p>¿Qué valores respetamos? Al estar estrechamente relacionada con la naturaleza y su entorno pues se respetará y preservará el medio ambiente, ya que al ser nuestra materia prima principal es necesario mantenerlo en buenas condiciones promocionándola adecuada y racionalmente</p>

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

3.2.2. Misión de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

Cuadro N°: 32 “Misión”.

	<p style="text-align: center;">Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”</p>
<p><i>“Somos una empresa agroturística que ofrece al huésped el mejor servicio con un trato amable, cordial, afectuoso y respetuoso haciéndolos sentir como en su propia casa, en un ambiente de tranquilidad, comodidad y confort, rodeados de un entorno natural con la única finalidad de complacer a nuestros visitantes superando así sus expectativas promoviendo la conservación y preservación del medio ambiente”.</i></p>	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

La declaración de la misión de una empresa, es concebida como una oportunidad para hacer negocio, pues responde a los propósitos que distinguen a una empresa de otra de las mismas características; los conceptos actuales sobre las declaraciones de la misión se inician en la década de los setenta por **Peter Ducker**, quien es conocido como **el padre de la dirección moderna**, debido a sus estudios realizados en General Motors Corporación y a los aportes de sus obras, este administrador afirma que para declarar la misión se debe plantear la pregunta **¿Cuál es nuestro negocio?**, la misma que es sinónimo de **¿Cuál es nuestra misión?**; de esta parte es que una misión bien definida es esencial para poder establecer objetivos y formular estrategias con eficacia, siendo así el primer paso de la alta gerencia cuya responsabilidad es plantearla adecuadamente. Partiendo de la premisa establecida por **Peter Ducker**, toda empresa debe plantear su propósito que le permite distinguirla de otra, por tanto es fundamental establecer prioridades, estrategias, planes y tareas.

3.3. VISIÓN.

La visión es el marco de referencia de lo que una empresa quiere alcanzar a largo plazo, es considerada como un futuro relativamente remoto donde la empresa se desarrolla en las mejores condiciones posibles de acuerdo a los sueños y esperanzas del propietario o director ejecutivo. Dichas ideas señalan el rumbo, la dirección, la cadena o el eslabón entre el presente y el futuro. La declaración de la visión corporativa centra, dirige, motiva, unifica e incluso estimula a una empresa para alcanzar los objetivos organizacionales por lo tanto una visión debe responder a la siguiente interrogante **¿Qué queremos llegar a ser?**, para ello es de suma importancia responder a las siguientes interrogantes:

3.3.1. Planteamiento de la Visión:

Para conocer hacia donde está encaminada la empresa y como se desea establecer dentro de diez años es indispensable contar con una misión sólida y posteriormente seguir una serie de parámetros y cuestionamientos que ayudarán a entender y plantear el ejercicio de la organización.


Cuadro N°: 33 Parámetros para establecer la “Visión”.

Interrogantes a responder
<p>¿Qué y cómo queremos ser dentro de cinco años? Ser una empresa consolidada, tener un posicionamiento fijo en el mercado y la capacidad de expandirnos a diferentes puntos estratégicos del país.</p>
<p>¿En qué nos queremos convertir? En una de las empresas reconocidas y líderes en la oferta de productos y servicios en el área de alojamiento, restauración y ocio.</p>
<p>¿Para quién trabajaremos? Para entidades públicas, privadas, familias, turistas nacionales y extranjeros con un nivel económico que esté al alcance para acceder y obtener nuestros productos y servicios con la finalidad de complacerlo.</p>
<p>¿En qué nos diferenciaremos? Nos diferenciamos en la calidad del producto y servicio, además en el lugar estratégico como lo es en el cantón Mejía particularmente la ciudad de Machachi al estar rodeada de las maravillas paisajísticas y naturales en donde se puede realizar un sin número de actividades.</p>
<p>¿Qué valores respetaremos? El respeto, protección y conservación de la naturaleza, fomentando la cultura de la reforestación y la preservación de nuestro entorno natural, para ello trabajando conjuntamente con la comunidad y entes del gobierno en beneficio de la comunidad.</p>

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

3.3.2. Visión de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

Cuadro N°: 34 “Visión”.

	<p style="text-align: center;">Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”</p>
<p><i>“Llegar a ser una empresa agroturística consolidada y competitiva que ofrezca el mejor servicio de hospedaje, restauración y ocio satisfaciendo las exigencias y buscando satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros huéspedes cumpliendo con los estándares internacionales de calidad a través de la capacitación continua y permanente de personal y manteniendo un ambiente familiar y estrechamente relacionado con la naturaleza”</i></p>	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

3.4. VALORES CORPORATIVOS.

Los valores son cualidades consideradas válidas, son los puntales que brindarán a la organización, su fortaleza basándose en lo fundamental que es la **“satisfacción total del cliente a través del servicio”** al que reconocemos como el factor de éxito más importante, para lo cual se fomentará en la empresa valores tales como la cordialidad, la amabilidad, la buena atención, el orden, la seguridad, el respeto a las ideas y opiniones de los demás, la confianza y la buena comunicación. Para la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, los valores corporativos se los representa mediante el siguiente anagrama:

Cuadro N°: 35 Valores Corporativos.

		Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”
La diferencia ante la “ COMPETENCIA ” está en él: “ SERVICIO ”		
S	SERVICIO:	Marcando la diferencia ante la competencia, satisfaciendo así las necesidades y expectativas de los clientes. Esto producirá la acogida y aceptación de las personas.
E	EMPATÍA:	Conociendo más a cabalidad a nuestros tipos de clientes, poniéndonos en el lugar de ellos, determinando así la forma de servicio y atención que ellos esperan de nuestra parte.
R	RESPECTO:	Trabajando y cumpliendo las diferentes exigencias y requerimientos que se dan en el entorno, adaptándonos a la dinámica de nuestros clientes y del medio.
V	VERACIDAD:	Mediante la oferta de nuestros productos y/o servicios, los cuales se debe de cumplir a cabalidad, ejecutando así lo ofertado en nuestras propuestas, demostrando la seriedad de la empresa.
I	INNOVACIÓN:	Dando a conocer nuevas, variadas y mejores propuestas, otorgando a nuestros clientes una razón más para visitar la hostería y consumir nuestros productos y/o servicios.
C	CAPACITACIÓN:	De manera constante y permanente, siempre pensando en nuestros clientes y en nuestro personal, siguiendo una línea de interacción entre las dos partes.
I	INSENSITIVOS:	Con el fin de atraer a nuevos clientes, abriendo y ampliando nuestros productos y/o servicios, premiando a nuestros mejores clientes a través de promociones y ofertas.
O	ORGANIZACIÓN:	Distribuyendo de manera equitativa las tareas y obligaciones de nuestros empleados, coordinando y mejorando continuamente en todas nuestras operaciones.

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo


3.5. PRINCIPIOS CORPORATIVOS.

La hostería agroturística basará su gestión operativa basándose en los siguientes principios corporativos:

- 3.5.1. Calidad y Satisfacción.
- 3.5.2. Confianza y Seguridad.
- 3.5.3. Cordialidad y Atención.
- 3.5.4. Dinamismo y Acoplamiento.
- 3.5.5. Responsabilidad Social.
- 3.5.6. Responsabilidad Ambiental.
- 3.5.7. Saneamiento.
- 3.5.8. Sentido de Pertenencia.

3.6. BALANCED SCORECARD.

Cuadro N°: 36 Planteamiento Estratégico de la Empresa.

	<p align="center">Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”</p>
<p align="center">Misión</p> <p align="center">“Somos una empresa agroturística que ofrece al huésped el mejor servicio con un trato amable, cordial, afectuoso y respetuoso haciéndolos sentir como en su propia casa, en un ambiente de tranquilidad, comodidad y confort, rodeados de un entorno natural con la única finalidad de complacer a nuestros visitantes superando así sus expectativas promoviendo la conservación y preservación del medio ambiente”.</p> <p align="center">Visión</p> <p align="center">“Llegar a ser una empresa agroturística consolidada y competitiva que ofrezca el mejor servicio de hospedaje, restauración y ocio satisfaciendo las exigencias y buscando satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros huéspedes cumpliendo con los estándares internacionales de calidad a través de la capacitación continua y permanente de personal y manteniendo un ambiente familiar y estrechamente relacionado con la naturaleza”</p>	
<p align="center">Ejes Estratégicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Variable Independiente: Ser una empresa líder en el mercado local (Machachi - Mejía) ➤ Variables Dependientes: Brindar un buen servicio y atención al cliente. Alcanzar estándares de calidad en el servicio. Proveer personal capacitado y especializado. Promocionar otras alternativas turísticas. Cuidar y preservar el medio ambiente. 	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 55 BalancedScorecard (Estructura).

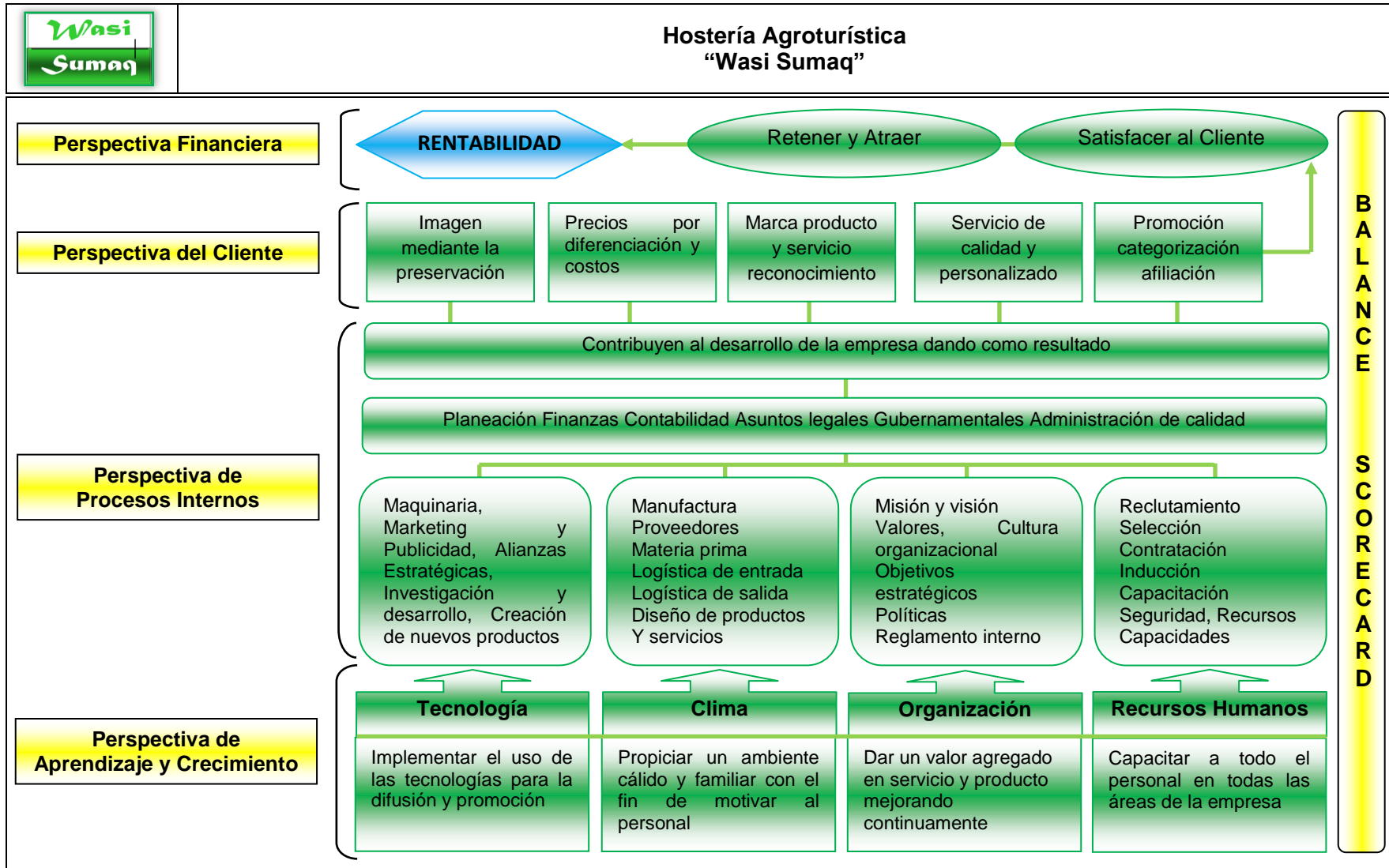
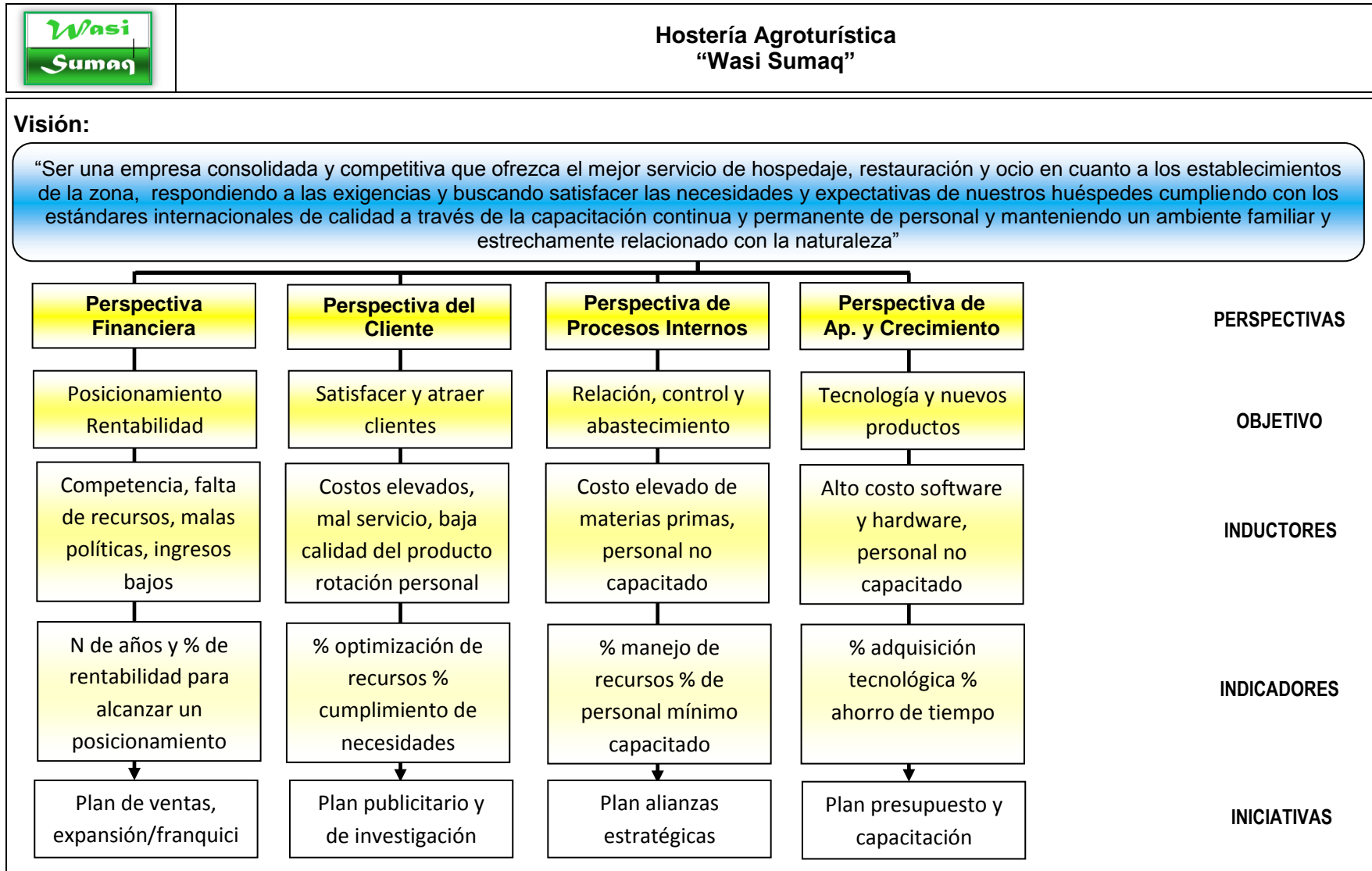


Gráfico N°: 56 BalancedScorecard (Perspectivas).



3.7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

Para el establecimiento de los objetivos estratégicos partiremos desde las perspectivas hacia los objetivos de las mismas, a continuación se detalla:

3.7.1. Perspectiva Financiera.

Incrementar el valor monetario y posicional de la empresa.

Determinar los procesos para que la rentabilidad sea continua.

3.7.2. Perspectiva Cliente.

Alcanzar y mantener alianzas efectivas.

Potencializar la zona del destino turístico.

3.7.3. Perspectiva de Procesos Internos.

Optimizar el desarrollo de los diferentes procesos.

Consolidar firmemente la imagen de la empresa.

3.7.4. Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento.

Optimizar la infraestructura de la empresa.

Brindar una actitud de mejoramiento continuo.

3.7.5. Perspectiva de Gestión Medio Ambiental.

Revalorizar los recursos naturales del entorno.

Implementar medidas de mitigación ambiental.

Una vez determinados los objetivos estratégicos es necesario implementar los diferentes planes de acción correspondientes a lo anteriormente dicho, corroborando la estructura organizacional en sus diversos procesos.

A) Diseñar un plan de ventas que permita su fácil difusión y acceso a los productos y servicios de la hostería.

B) Diseñar un plan publicitario investigativo con el fin de conocer las necesidades y expectativas tanto de los clientes como de los trabajadores.

C) Diseñar un plan de alianzas estratégicas el cual permita la interrelación con otras entidades a fin de abaratar costos y optimizar recursos.

D) Diseñar un plan de presupuestos para la adquisición de tecnologías nuevas además de la respectiva capacitación al personal para el manejo de las mismas.

3.8. ESTRATEGIAS.

3.8.1. Estrategias Financieras.

Diseñar un plan estratégico que permita captar y atraer nuevos y potenciales clientes, innovando permanentemente en cuanto a los productos y servicios con el propósito de aumentar las ventas para efecto de una mayor rentabilidad.

Implementar un plan estratégico que permita mejorar de forma continua los procesos de calidad y sus estándares con el fin de alcanzar la optimización en la ejecución de las operaciones y el perfeccionamiento en la productividad.

3.8.2. Estrategias Clientes.

Diseñar un plan estratégico para difundir mediante las diferentes herramientas publicitarias aquellos eventos de carácter organizacional, gubernamental, industrial entre otros, a fin de impulsar el desarrollo turístico a través de ferias y encuentros empresariales.

Establecer los diferentes métodos a emplearse en el ámbito publicitario, a través de un programa el cual contenga la información necesaria para una adecuada difusión y relación para con los clientes.

3.8.3. Estrategias de Procesos Internos.

Desarrollar un plan estratégico el cual permita implementar un sistema idóneo en cuanto a la gestión de calidad, el mismo que contenga los

parámetros necesarios para gestionar de mejor manera los procesos operativos en producto y en servicio.

3.8.4. Estrategias de Aprendizaje y Crecimiento.


Diseñar un programa de gestión de procesos por competencias, para ello, identificando las falencias, las necesidades de adaptación y capacitación en cuanto al uso e implemento de nuevas tecnologías e infraestructura.

3.8.5. Estrategias de Gestión Medio Ambiental.


Minimizar los riesgos que se pueda suscitar en el entorno y que afecte a la empresa y la sociedad a través de medidas de mitigación y control medio ambiental mediante las prácticas fomentadas en un turismo sostenible.

3.9. PLANES DE ACCIÓN.


Cuadro N°: 37 Plan de Acción 01.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"			Plan de Acción N°: 01	
Objetivo Estratégico.				Responsable:		Gerente General
Aumentar el valor empresarial de la hostería				Unidad:		Gerencia General
Estrategia Básica.				Indicador:		Rentabilidad / Inversión
Plan de atracción de nuevos clientes				Meta:		Alcance del 20%
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta
		Inicio	Fin			
1	Acceso a promociones	Enero	Diciembre	Gerente General	Índice promocional	15%
2	Limitar apalancamiento	Enero	Diciembre	Gerente General	Índice de endeudamiento	15%
3	Optimizar costos de capital	Enero	Diciembre	Gerente General	Costo capital promedio	15%


Cuadro N°: 38 Plan de Acción 02.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"			Plan de Acción N°: 02	
Objetivo Estratégico.				Responsable:		Gerente de Ventas
Crecimiento de la rentabilidad de la hostería				Unidad:		Gerencia de Marketing
Estrategia Básica.				Indicador:		% de participación en el mercado
Plan de ventas y posterior expansión				Meta:		Alcance del 20%
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta
		Inicio	Fin			
1	Atraer a nuevos clientes	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	% nuevos clientes /ingresos totales	10%
2	Innovación de productos	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	% ingresos de nuevos productos /ingresos totales	10%
3	Innovación de servicios	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	% ingresos de nuevos servicios /ingresos totales	10%


Cuadro N°: 39 Plan de Acción 03.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"				Plan de Acción N°: 03	
Objetivo Estratégico.				Responsable:		Gerente General	
Alcanzar una elevada contribución				Unidad:		Gerencia General	
Estrategia Básica.				Indicador:		Margen de Contribución	
Plan de mejora de la productividad				Meta:		Alcance del 30%	
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta	
		Inicio	Fin				
1	Motivación al personal	Enero	Diciembre	Gerente General	% de ingresos/total empleados	15%	
2	Prestación de servicios	Enero	Diciembre	Gerente General	% de ingresos/ ingresos totales	05%	
3	Optimizar costos	Enero	Diciembre	Gerente General	Costo capital promedio asignado	20%	


Cuadro N°: 40 Plan de Acción 04.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"				Plan de Acción N°: 04	
Objetivo Estratégico.				Responsable:		Gerente de Ventas	
Fidelidad del destino turístico				Unidad:		Gerencia de Marketing	
Estrategia Básica.				Indicador:		% Retención del cliente	
Plan de comunicación y publicidad				Meta:		Alcance del 70%	
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta	
		Inicio	Fin				
1	Campañas Publicitarias	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	Reconocimiento de la imagen de la hostería	90%	
2	Relaciones Públicas	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	Alianzas estratégicas/Negociaciones empresariales	70%	
3	Promociones y descuentos	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	Canal de distribución/Costo canal	80%	

Cuadro N°: 41 Plan de Acción 05.

		Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”				Plan de Acción N°: 05	
Objetivo Estratégico.				Responsable:		Gerente de Ventas	
Alianzas Estratégicas Efectivas				Unidad:		Gerencia de Marketing	
Estrategia Básica.				Indicador:		No. de eventos	
Plan de participación en diversos eventos				Meta:		Alcance del 80% posicionamiento	
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta	
		Inicio	Fin				
1	Participación en eventos y ferias	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	No. de eventos/No. de acuerdos	80%	
2	Promoción internacional	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	No. de eventos/No. de acuerdos	90%	
3	Participación eventos sociales	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	No. de eventos/No. de acuerdos	90%	


Cuadro N°: 42 Plan de Acción 06.

		Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”				Plan de Acción N°: 06	
Objetivo Estratégico.				Responsable:		Gerente General	
Procesos enfocados al cliente				Unidad:		Gerencia General	
Estrategia Básica.				Indicador:		Efectividad del servicio	
Plan de Sistema de Gestión de Calidad				Meta:		Alcance del 95%	
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta	
		Inicio	Fin				
1	Mejorar la calidad en servicio	Enero	Diciembre	Gerente General	No. de quejas x tiempo de espera	60%	
2	Mejorar la calidad en procesos	Enero	Diciembre	Gerente General	Tiempo en el cumplimiento de la operación	70%	
3	Mejorar la calidad en productos	Enero	Diciembre	Gerente General	Materia prima x capacitación en forma de preparación	70%	


Cuadro N°: 43 Plan de Acción 07.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"			Plan de Acción N°: 07	
Objetivo Estratégico.			Responsable:		Gerente de Ventas	
Consolidar la imagen de la empresa			Unidad:		Gerencia de Marketing	
Estrategia Básica.			Indicador:		Reconocimiento de la imagen empresarial	
Plan de campaña publicitaria de la imagen empresarial			Meta:		La mejor en cinco años	
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta
		Inicio	Fin			
1	Posicionar el logotipo	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	No. visitas en web	99%
2	Posicionar la imagen empresarial	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	Sugerencias de clientes	90%
3	Posicionar sus productos	Enero	Diciembre	Gerente de Marketing	Satisfacción total de clientes	90%


Cuadro N°: 44 Plan de Acción 08.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"			Plan de Acción N°: 08	
Objetivo Estratégico.			Responsable:		Gerente General	
Actitud en el servicio			Unidad:		Gerencia General	
Estrategia Básica.			Indicador:		Satisfacción del cliente	
Plan de Sistema de desarrollo por competencias			Meta:		Alcance del 99%	
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta
		Inicio	Fin			
1	Necesidades de capacitación	Enero	Diciembre	Gerente General	Pruebas de aptitud, conocimiento	100%
2	Programas de capacitación	Enero	Diciembre	Gerente General	Cursos teóricos y prácticos	20%& 80%
3	Medición de los resultados	Enero	Diciembre	Gerente General	Reducción de quejas y satisfacción del cliente	02%& 99%

Cuadro N°: 45 Plan de Acción 09.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"				Plan de Acción N°: 09	
Objetivo Estratégico.			Responsable:		Gerente General		
Aprovechamiento y manejo de los recursos naturales			Unidad:		Gerencia General		
Estrategia Básica.			Indicador:		Desarrollo de turismo sostenible		
Plan de medidas de mitigación de impacto ambiental			Meta:		Alcance del 100% posicionamiento		
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta	
		Inicio	Fin				
1	Capacitar y concientizar al personal	Enero	Diciembre	Gerente General	Operaciones hechas por el personal/ Optimización de recursos	90%	
2	Concientizar a los clientes	Enero	Diciembre	Gerente General	Actividades realizadas por clientes/ Importancia de reciclar	90%	
3	Incentivar el respeto y cuidado ambiental	Enero	Diciembre	Gerente General	Preservación del medio ambiente/ Mantenimiento continuo del entorno	90%	

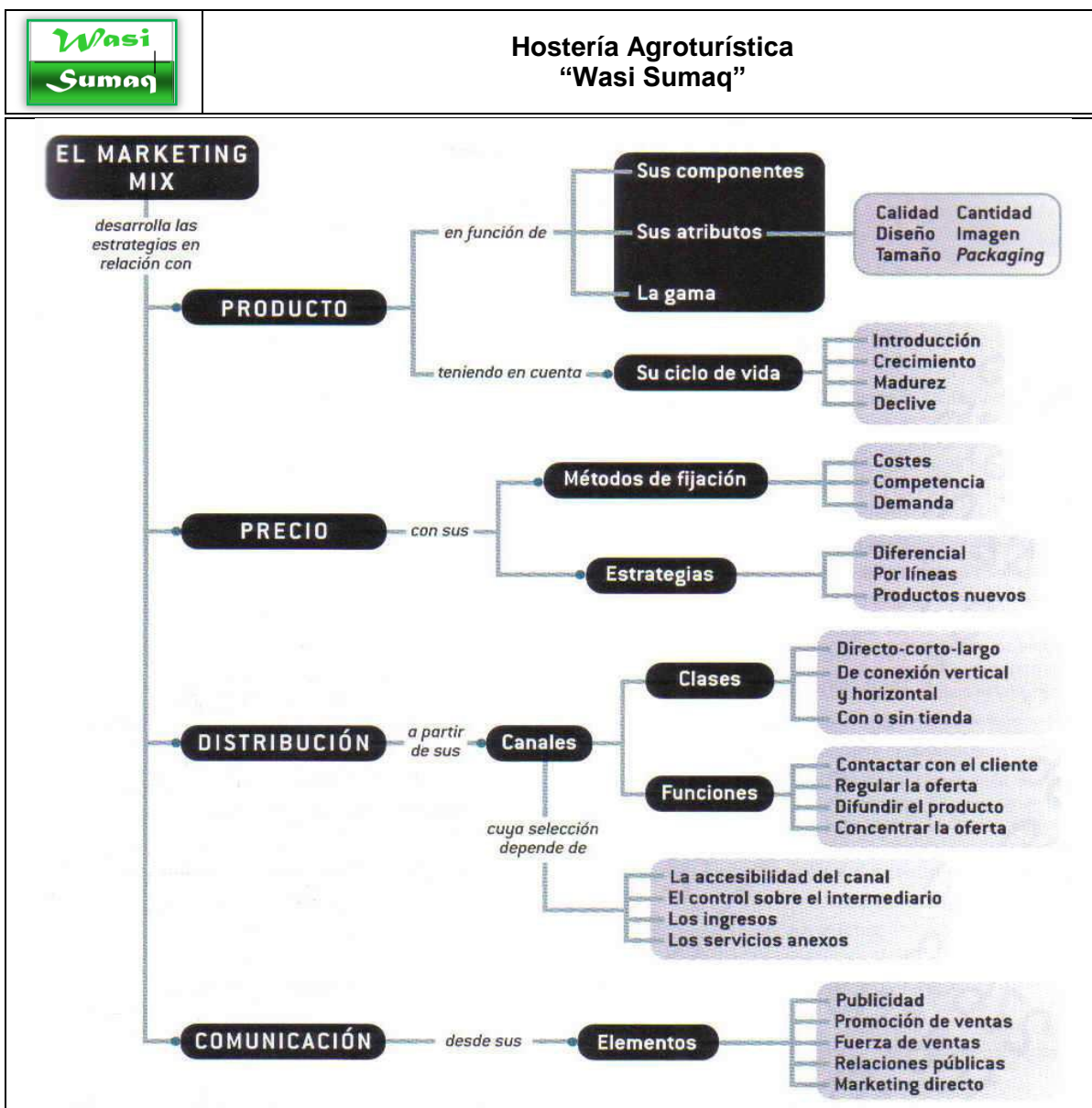
Cuadro N°: 46 Plan de Acción 10.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"				Plan de Acción N°: 10	
Objetivo Estratégico.			Responsable:		Gerente General		
Reducción de costos innecesarios			Unidad:		Gerencia General		
Estrategia Básica.			Indicador:		Efectividad del servicio		
Plan de buenas prácticas medioambientales			Meta:		Alcance del 95%		
N°.	Actividades	Tiempo		Responsable	Indicador	Meta	
		Inicio	Fin				
1	Implementación de tecnología ecológica	Enero	Diciembre	Gerente General	Reducción de la contaminación	80%	
2	Reciclaje de residuos	Enero	Diciembre	Gerente General	Reducción de costos	70%	
3	Monitoreo de la zona	Enero	Diciembre	Gerente General	Regeneración de los recursos	99%	

3.10. MARKETING MIX.

Es el uso selectivo de las diferentes variables, para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa. El marketing es una herramienta indispensable para la economía del mercado, la cual debe ser aplicada por la organización, para poder desarrollar la mezcla del marketing o las llamadas 4 "P"; por ende se presenta a continuación las variables a tener en cuenta.

Gráfico N°: 57 Componentes del Marketing Mix.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

3.10.1. Producto y/o Servicio.

En el campo de la mercadotecnia, un producto es considerado como todo aquello tangible, es decir que se lo puede tocar o palpar, el mismo que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que a la vez está destinado a satisfacer una necesidad o un deseo, por otro lado se encuentra el servicio, que si bien es cierto se lo puede palpar de manera indirecta, por ejemplo al arreglar una habitación para el huésped, el servicio se lo palpa al poseer una habitación en óptimas condiciones.

En resumen, puede llamarse producto a todos aquellos objetos materiales, bienes, servicios, lugares, organizaciones e ideas; las decisiones respecto a este aspecto incluyen la formulación y presentación del producto, desde su planificación, proceso, transformación, presentación y promoción; el desarrollo específico de la marca y las características del mismo, etiquetas, publicidad y demás conllevan un valor agregado en cuanto a los diversos componentes que posee un producto.

En lo que respecta a la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, cada instalación habitacional estará conformada por el equipamiento necesario para las mismas, además contará con una decoración tipo rustica y empleando artesanías de la zona como una forma más de promocionar las maravillas del cantón, es importante recalcar que las instalaciones de la hostería tendrán una denominación netamente quichua para ello tomando como referencia a los animales propios de la zona como parte de nuestra cultura y en memoria de nuestros antepasados. Es así como estarán conformadas y distribuidas las instalaciones habitacionales y de distintos usos en la hostería agroturística:

















A). Componentes principales del producto y/o servicio.

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| ✚ Área de Alojamiento. | Áreas de Recreación. |
| ✚ Área de Restauración. | Paquetes Turísticos. |

B). Área de Alojamiento.

En todo establecimiento que brinde alojamiento su producto y servicio principal serán las habitaciones, es así que la hostería brinda una variedad en cuanto al tipo y capacidad de habitaciones según sean los requerimientos del cliente.

Cuadro N°: 47 Capacidad de Alojamiento.






		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"			
Distribución y Capacidad Habitacional					
Tipo (Habitaciones)	N°	Capacidad (Personas)	Nombre (Quichua)	Significado (Castellano)	Letreros (Habitaciones)
Matrimonial	2	4	Munay Callpa	Amar Vigor	 
Doble	2	4	Inti Quilla	Sol Luna	 
Triple	3	9	Anaqmanta Qollur Allpa	Cielo Estrella Tierra	  
Cuádruple	4	16	Cocha Mayu Puyu Llipipiy	Laguna Río Nube Relámpago	   
Grupal	5	30	Chasca Cancha Quillu Paray	Flor del Aire Luz Fuego Lluvia	   
Total:	16	63	Como se puede observar en el presente cuadro, la hostería posee una oferta de 16 habitaciones con capacidad de albergar a 63 huéspedes.		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

C). Área de Restauración.

De igual forma y como es tradicional en la mayoría de establecimientos que ofrecen alojamiento no están completos si no disponen de un restaurante el cual brinde el servicio de comestibles y bebidas, para ello la hostería ha provisto y distribuido sus instalaciones a continuación.

Cuadro N°: 48 Capacidad del Restaurante y otras áreas.

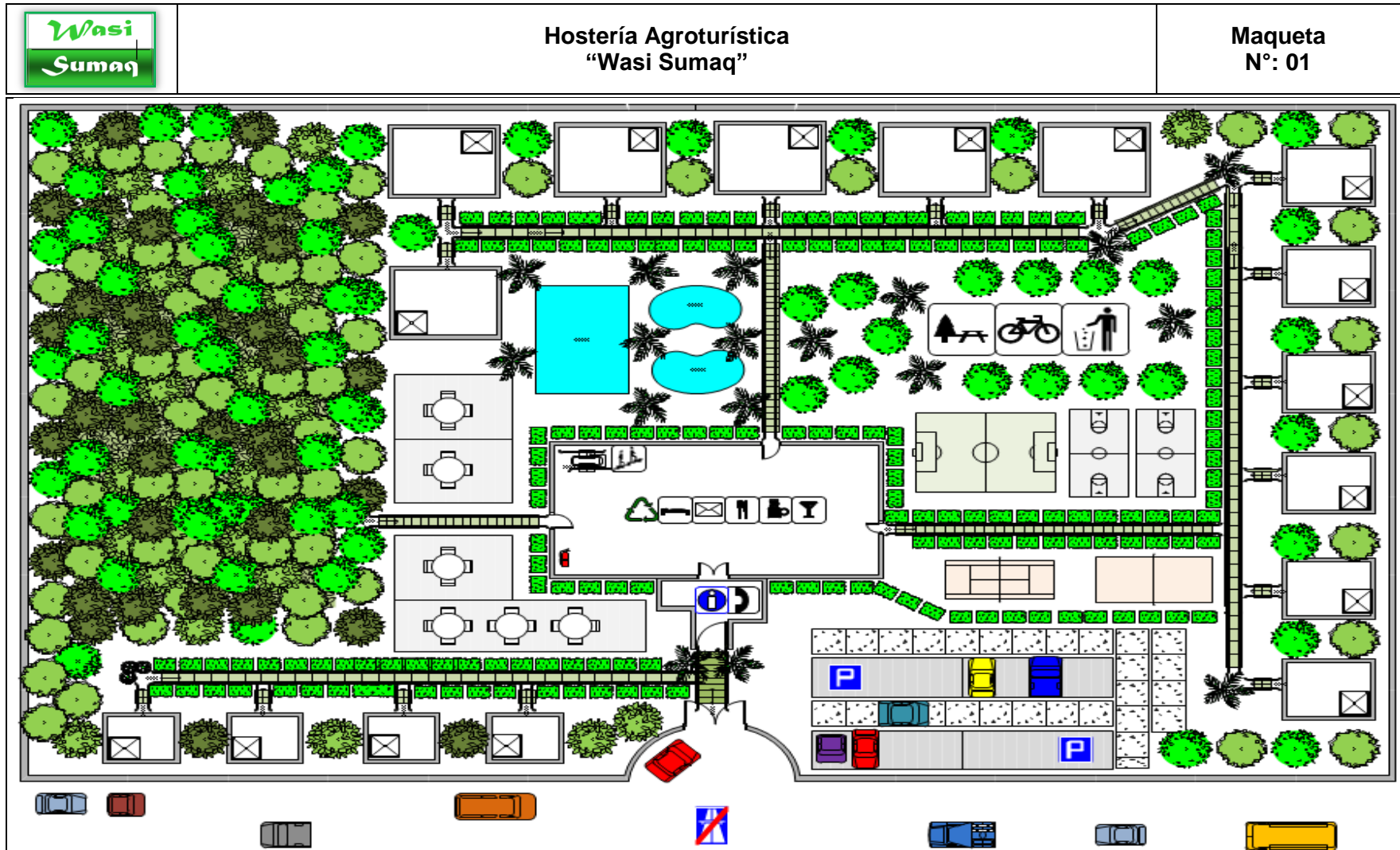
		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"				
Capacidad del restaurante y otras áreas						
Tipo (Instalaciones)	N°	Capacidad (Mesas)	Capacidad (Personas)	Nombre (Quichua)	Significado (Castellano)	Letreros (Restaurante)
Restaurante	4	26	90	Tambo	Habitación	
Terrazas	2	8	30	Chacra	Patio	
Salón de Eventos	3	-	120	Chunchi	Fiesta	
Áreas de Recreación	7	-	200	Huasca	Deporte	
Total:	16	34	440	La hostería ha dispuesto en sus instalaciones una capacidad mínima de 440 personas en las áreas indicadas.		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

D). Distribución gráfica de las áreas de la hostería.

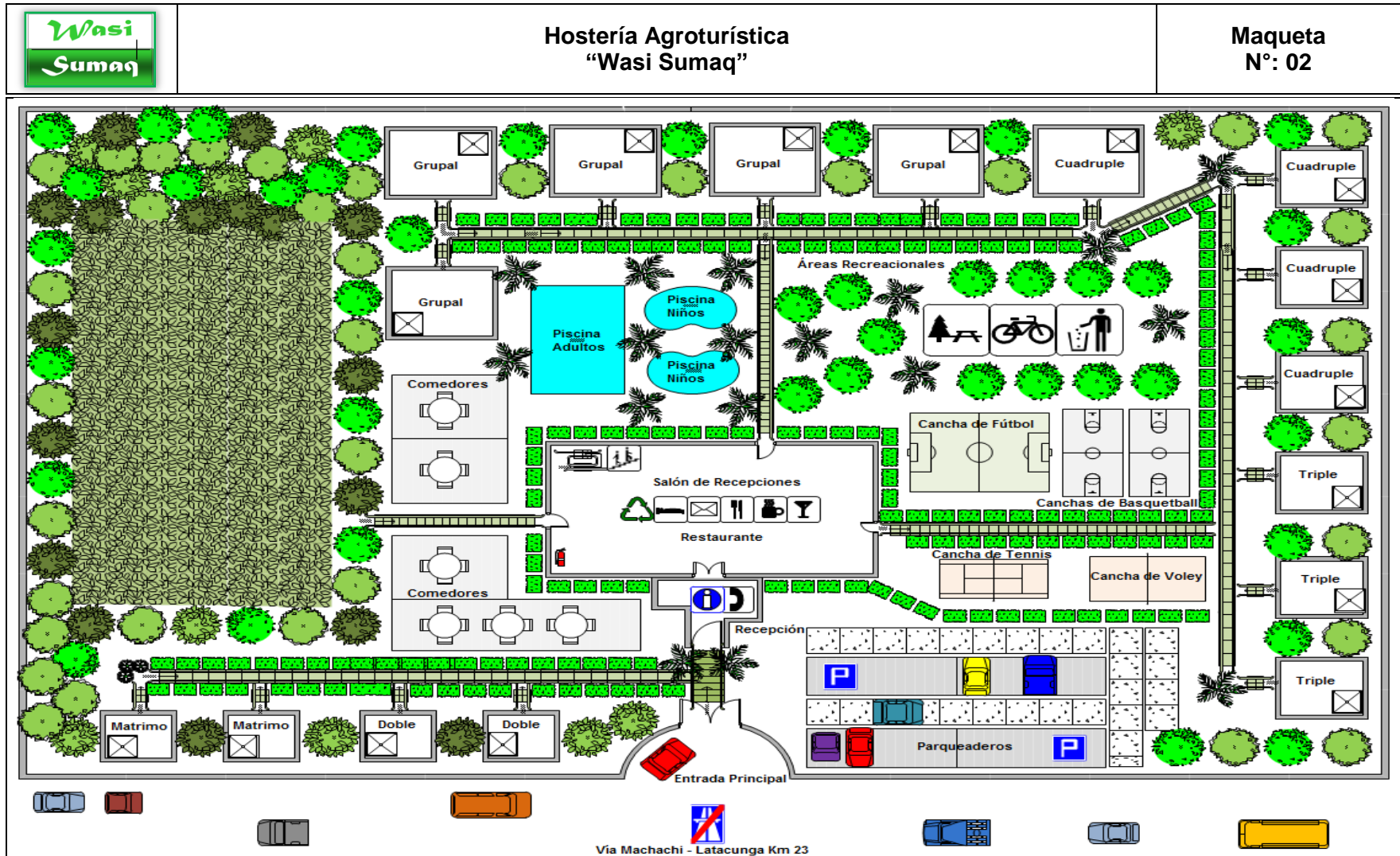
En todo establecimiento indistintamente de la actividad a la que se dedique es de suma importancia contar con planos arquitectónicos que indiquen como están distribuidas y conformadas las diferentes instalaciones, es así que a continuación se presentan maquetas de la infraestructura de la hostería agroturística Wasi Sumaq.

Gráfico N°: 58 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Estructura e Instalaciones).



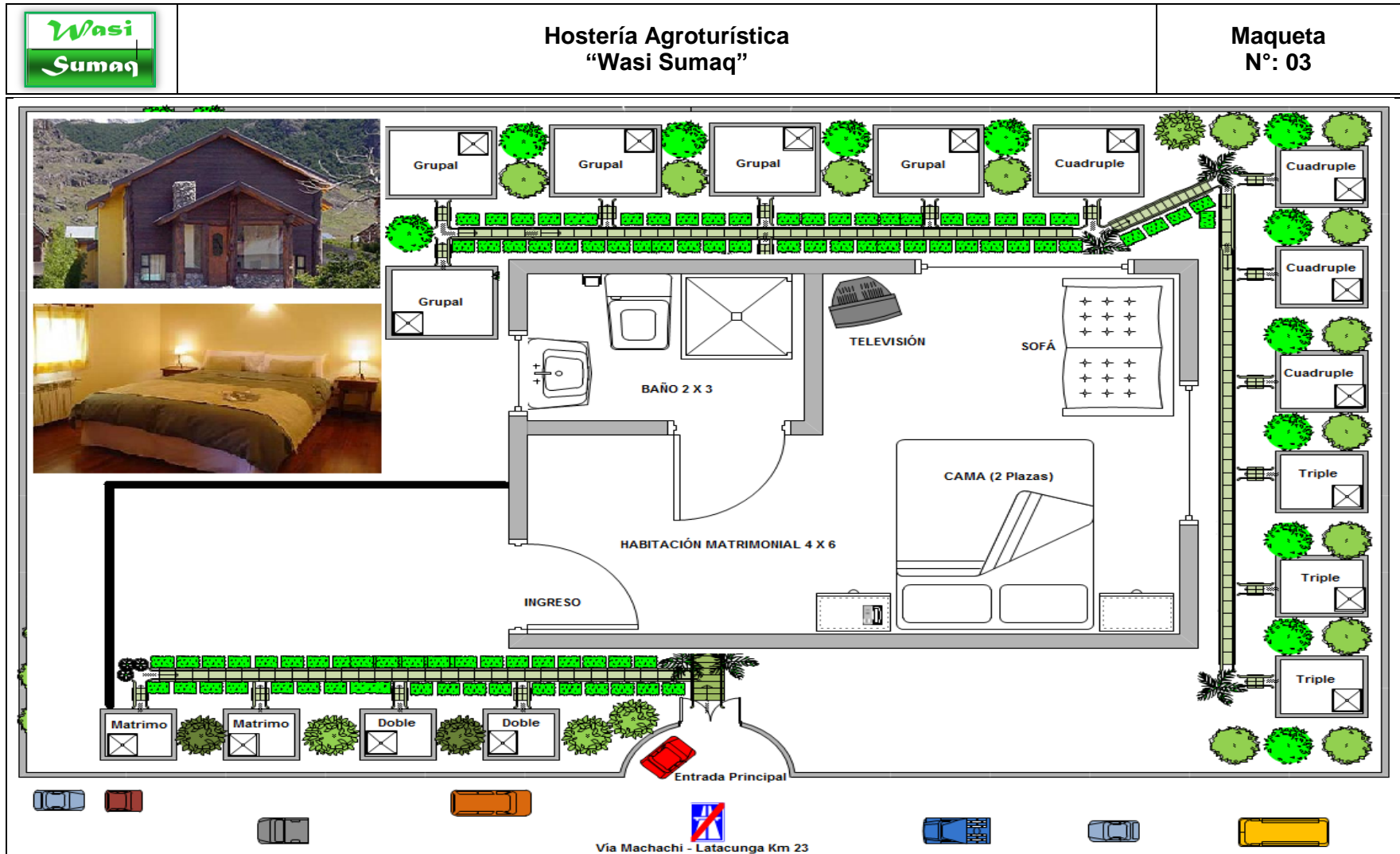
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 59 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Distribución y Secciones).



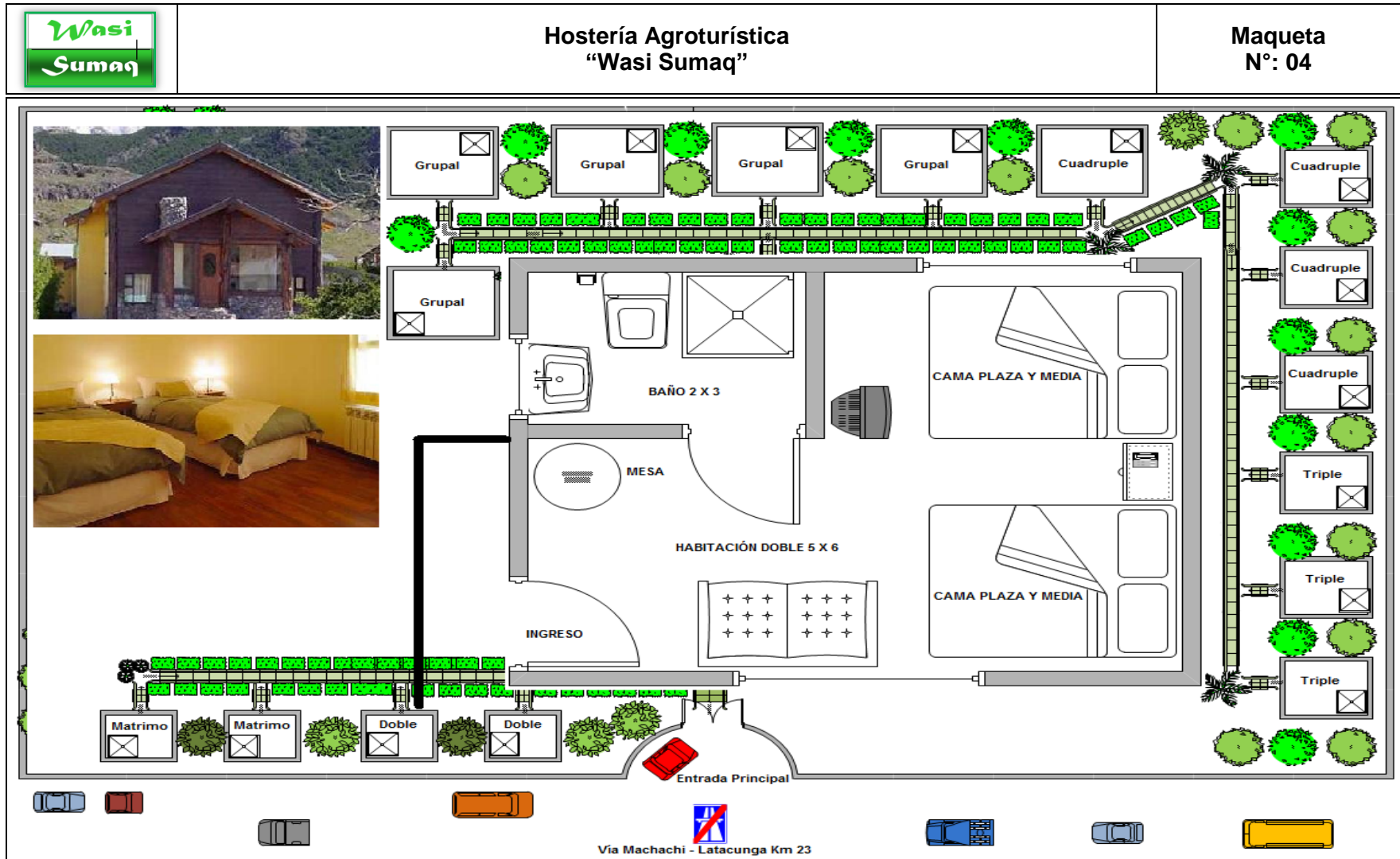
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 60 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Distribución y Secciones).



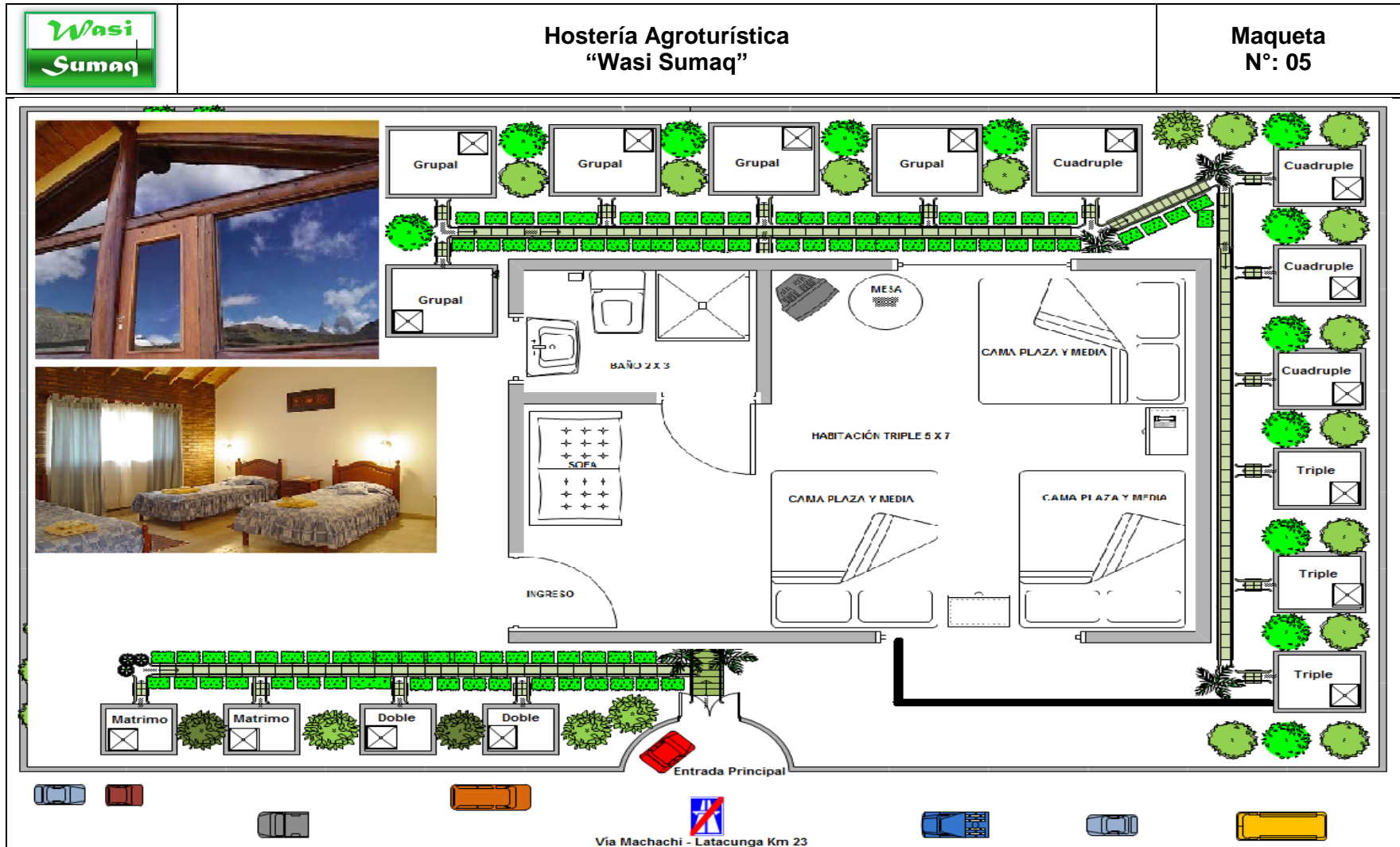
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 61 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Distribución y Secciones).



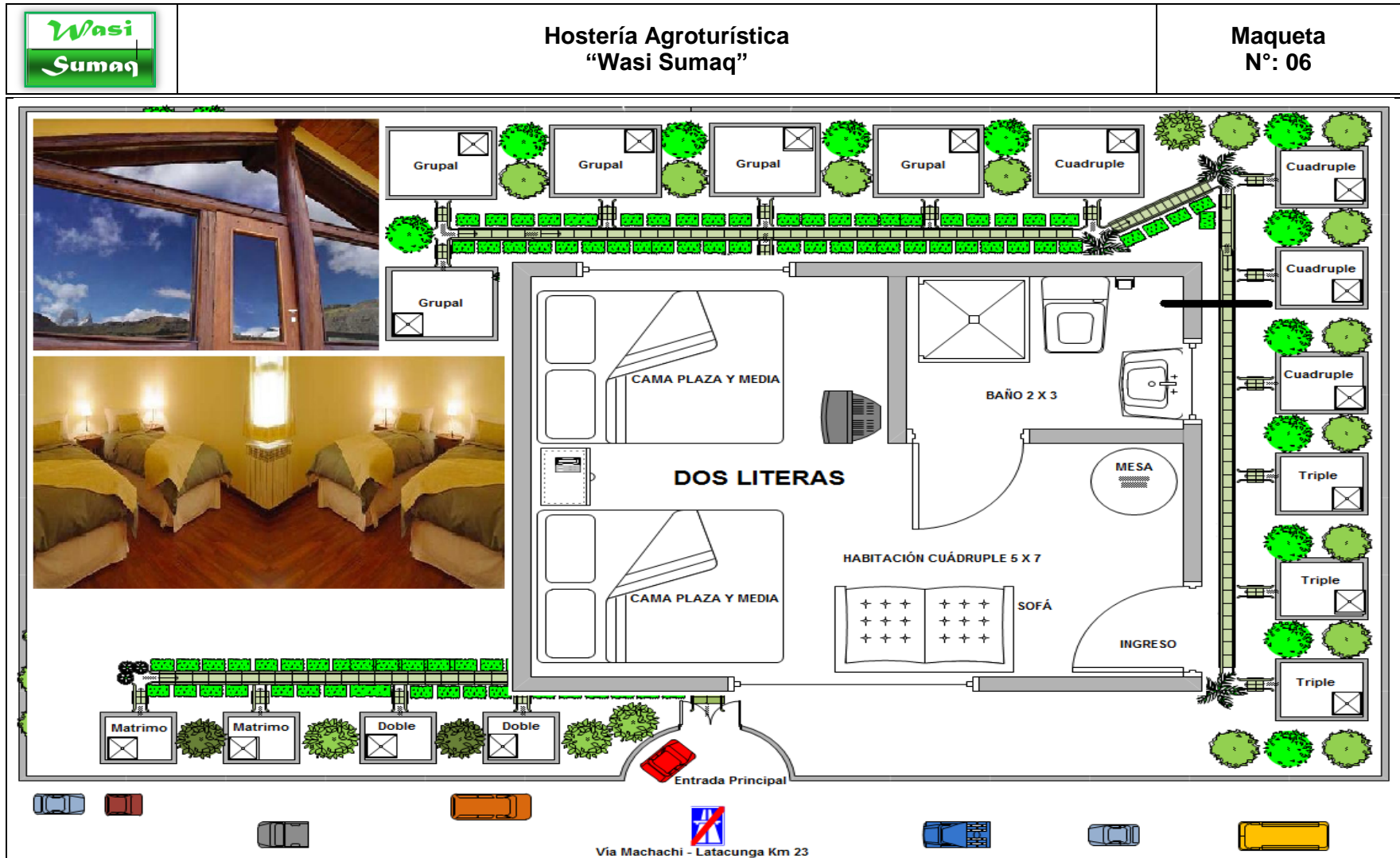
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 62 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Distribución y Secciones).



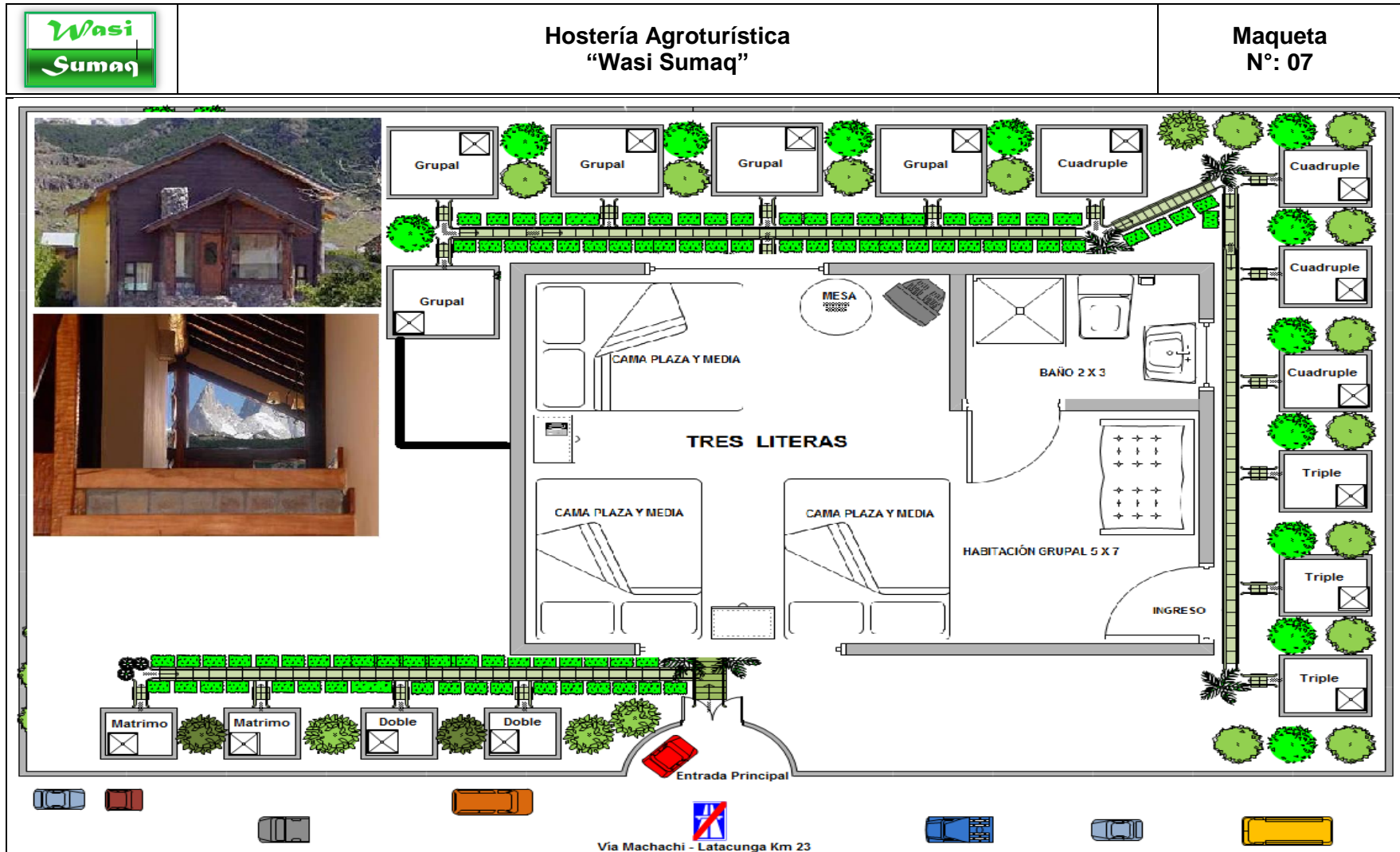
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 63 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Distribución y Secciones).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 64 Maqueta de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq (Distribución y Secciones).

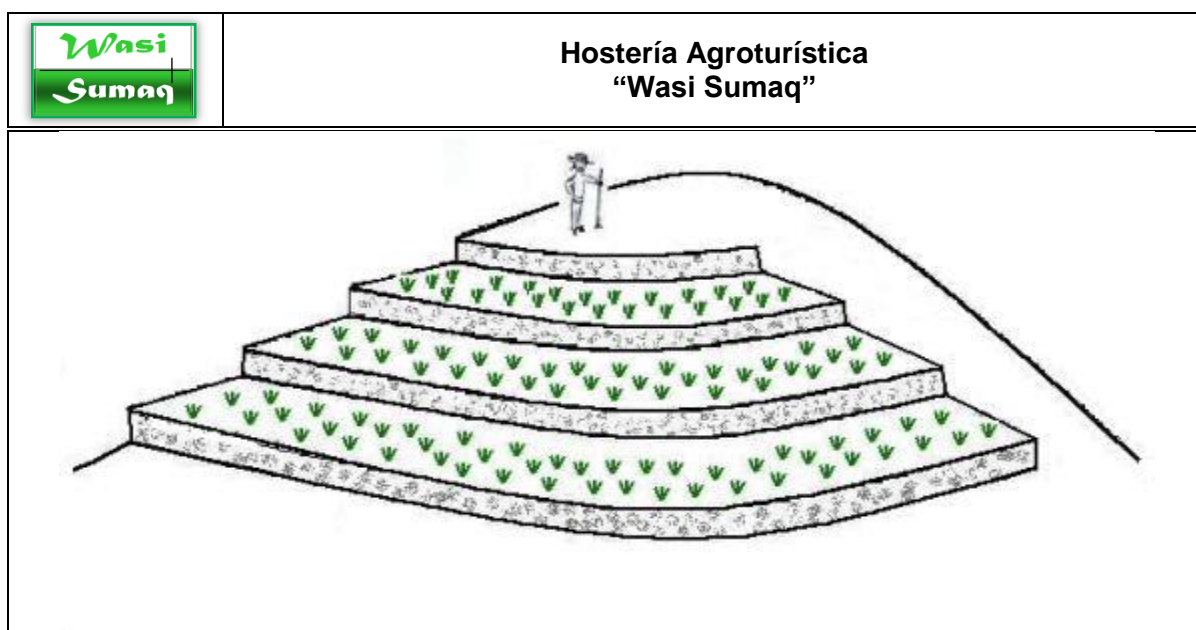


Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

E). Terrazas Agrícolas.

Son escalones muy anchos, contruidos por el hombre usando lamisma tierra del lugar. Toda la pendiente del cerro, quedatransformada en escalones horizontales, con un pequeño borde.Así el agua no escurre, sino que penetra en el suelo.Las terrazas son hechas con el objeto de que suelos inclinadospuedan usarse con cultivos agrícolas o plantaciones forestales,sin que la tierra sea arrastrada por el agua.

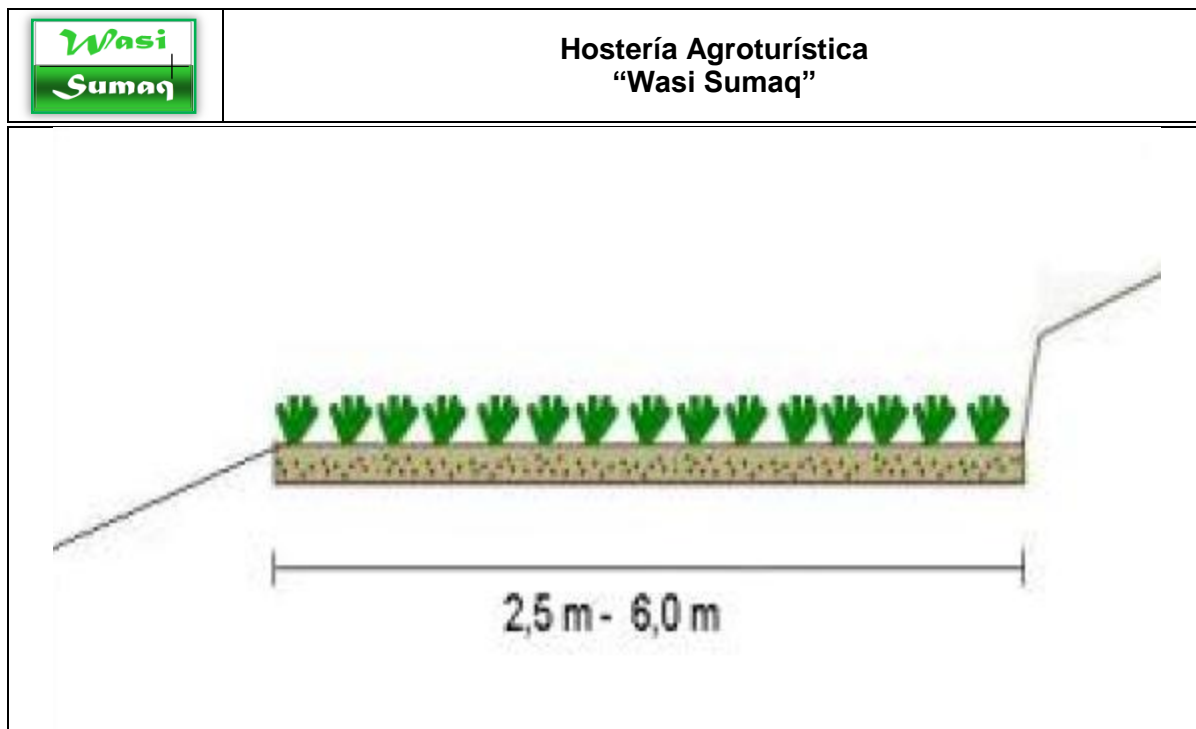
Gráfico N°: 65 Terrazas Agrícolas.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Las terrazas tienen diferentes tamaños dependiendo del uso que se le quiera dar. Si se destina a plantaciones forestales, el ancho será entre 0,5 y 1 m. En cambio si es para cultivo, podrá medir entre 2,5 y 6 m o más ancha. En el caso de terrazas agrícolas, el ancho varía según el tipo de suelo; así, para un suelo delgado, el ancho de la terraza será de 2,5 a 6 m, en cambio si el suelo es más profundo y fácil de trabajar, el ancho podrá ser mayor, hasta los 12 m.

Gráfico N°: 66 Terrazas Agrícolas Esquema.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

F). Creación de Paquetes Turísticos.

Luego de haber realizado el estudio de mercado, se ha podido determinar todas aquellas características que puede tener un paquete turístico el mismo que sea del agrado para los clientes así como también sea atractivo para captar nuevos clientes, todo esto en la zona donde está localizada la hostería agroturística; este resultado se lo ha conseguido por medio del inventario de atractivos turísticos realizados en el cantón Mejía, es así que para la creación de los paquetes turísticos se ha basado en la información obtenida acerca de los lugares turísticos, un estudio técnico del viaje y el tiempo que toma el realizarlo, los accesos disponibles y el material y equipo a emplearse en la ejecución de las diferentes actividades.

G). Planificación del Itinerario.

Una vez analizado la creación de los paquetes turísticos se puede proceder con el análisis y determinación de los itinerarios que la hostería agroturística ofrecerá a todos sus clientes, los mismos que deben ser llamativos e interesantes para quienes deseen obtener los paquetes turísticos; el itinerario está destinado a todo tipo de personas ya que ofrece diversas opciones de las cuales puede escoger la más adecuada a los requerimientos del cliente.

Los paquetes turísticos constan de diferentes actividades, unos están dirigidos a personas que desean disfrutar del entorno natural, otros en cambio están relacionados a personas que gustan de la aventura, por otro lado existen paquetes que implican un mayor riesgo en cuanto a las actividades a desempeñar ya que está diseñado para las personas que gustan de los deportes extremos y la adrenalina; sin embargo, es importante recalcar que estos paquetes turísticos pueden ser modificados al gusto de los clientes, haciendo sentir a los mismos como parte de la organización en estos tipos de eventos. A continuación se presentan los paquetes turísticos que se ofertan:

Paquete Turístico 01: “Valle de los Volcanes”.



Este paquete es ideal para todas aquellas personas que gustan del andinismo y escalar montañas, ya que el cantón Mejía posee volcanes, nevados y elevaciones de gran importancia para la práctica de esta actividad, además de disfrutar de los bellos paisajes y rincones naturales que se experimentan a lo largo del recorrido.

Itinerario:

Salida desde la hostería agroturística Wasi Sumaq, muy temprano en la mañana y luego de un merecido desayuno, el recorrido se lo realizará en vehículo propio otorgado por la hostería, una vez llegado a la zona de parqueo de los vehículos, se procede a la caminata y ascenso que tiene un tiempo aproximado de entre 3 a 4 horas, según el ritmo físico de los clientes; esto aplica a todos los nevados y montañas como el volcán Cotopaxi, los nevados Illinizas, el corazón, Pasochoa, Quilotoa, Ilalo y Rumiñahui; cabe recalcar que solo se ascenderá a una montaña o volcán por día y dependiendo de las condiciones climáticas y el estado físico de los clientes.

Tour Incluye:

Transporte, equipo de ascenso, bebidas energizantes, box lunch, guía, costo de ingreso al parque o reserva.

Tour No Incluye:

Comidas, bebidas no especificadas, otros suvenires.

¿Que Traer?:

Zapatos adecuados para la práctica de ascenso y andinismo, ropa indicada para soportar el intenso frío, gafas anti-rayos solares, sombreros o gorras, bloqueador solar, pequeño botiquín personal de primeros auxilios, dulces, cámara de fotos y/o videos.

Paquete Turístico 02:“Fuente de Tesalia”.



El paquete turístico que se presenta a continuación está realizado para personas que desean gozar de tranquilidad y buscan la salud y relajarse, es así que se implementó este itinerario cuyo fin es el de brindar relax total; dentro de este itinerario se visitará las fuentes de Tesalia cuya agua de manantial posee propiedades benéficas para la salud del ser humano.

Itinerario:

Muy temprano en el día se inicia con el desayuno, posteriormente se empieza a preparar para salir con destino hacia los manantiales de Tesalia, el recorrido se lo realizará en el vehículo de la hostería, una vez que finalizado el viaje se procede al ingreso a las instalaciones de Tesalia, aquí se realizarán diferentes actividades tales como, futbol, natación, vóley, caminatas por senderos, recorrido por las instalaciones de procesamiento de Güitig entre otras cosas más, el viaje dura aproximadamente 30 minutos desde la hostería hacia Tesalia, en el trayecto se puede admirar hermosos paisajes.

Tour Incluye:

Transporte, bebidas energizantes, box lunch, guía, costo de ingreso.

Tour No Incluye:

Comidas, bebidas no especificadas, otros suvenires.

¿Que Traer?:

Zapatos adecuados para la caminata, ropa abrigada y traje de baño, gafas, sombreros o gorras, bloqueador solar, cámara de fotos y/o videos.

Paquete Turístico 03: “Cuello de Luna”.



Denominado así por el volcán Cotopaxi cuya traducción del idioma quichua al español es cuello o garganta de luna, este paquete trata sobre la belleza de la naturaleza recorrida y vista desde un tren, se trata de una travesía que empieza en la estación del tren en la población de Tambillo y se extiende hasta el parque nacional Cotopaxi, durante este viaje se realizará diferentes actividades relacionadas con el cuidado y preservación del medio ambiente así como también de enriquecer la mente mediante la cultura y el conocimiento expresado en museos y sitios de interés; este paquete turístico está diseñado para aquellas personas que buscan enriquecerse de conocimientos históricos y conocer un poco más la historia republicana y su desarrollo con el pasar de los años además de disfrutar del entorno natural que se experimentará en el viaje.

Itinerario:

Muy temprano en el día se inicia con el desayuno, posteriormente se empieza a preparar para salir con destino hacia el poblado de Tambillo en donde esperaremos al tren que nos llevará hacia la estación del Boliche en el parque nacional Cotopaxi; una vez en el tren se procederá por la explicación respectiva de la zona, y posteriormente al inicio de actividades recreativas mediante juegos de conocimiento y cultura general, una vez arribado al lugar de destino, se visitará el museo del sitio y se realizará recorridos por los diferentes senderos.

Tour Incluye:

Transporte, bebidas energizantes, box lunch, guía.

Tour No Incluye:

Comidas, bebidas no especificadas, otros suvenires y boletos de tren

¿Que Traer?:

Zapatos adecuados para la caminata, ropa abrigada, gafas, sombreros o gorras, bloqueador solar, cámara de fotos y/o videos.

3.10.2. Imagen de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

A). Imagen Corporativa.

La imagen corporativa que se ha elaborado con respecto a la hostería agroturística Wasi Sumaq, tiene como fin, mostrar la filosofía de la empresa y los valores que la diferencian de las demás principalmente en el cantón Mejía, ya que en la marca se establece las directrices necesarias para conseguir una imagen la cual sea conocida y familiarizada. El principal objetivo de la imagen corporativa es que todos los sectores y especialmente los turistas asocien a la marca con la hostería agroturística Wasi Sumaq, sus productos y servicios.

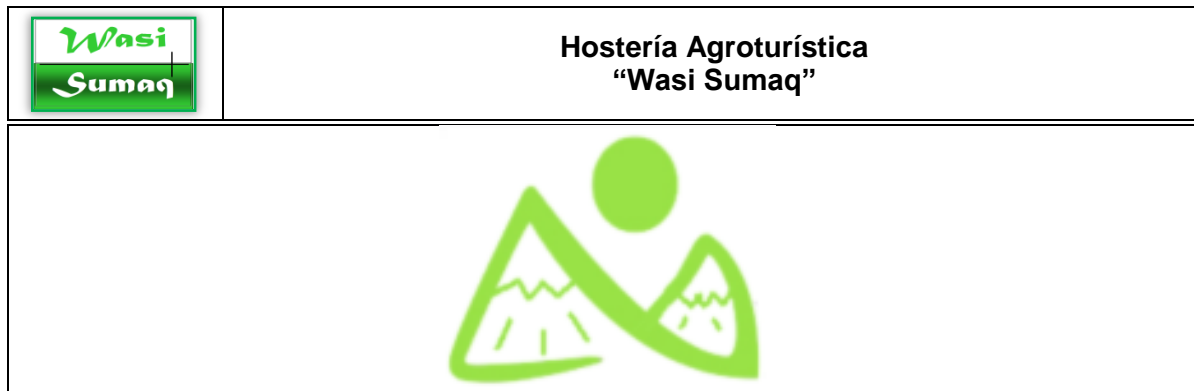
B). Definición de la Marca.

La marca es la forma más simple y directa de presentar e identificar a un establecimiento, la marca debe destacar por encima de todo el medio social y la cual se crea a partir de los valores corporativos de la empresa.

C). Logotipo.

El logotipo es un grupo de letras fusionadas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica, es un diseño de imagen que distingue a una marca, al nombre de una empresa y a un producto y/o servicio. A continuación se presenta el diseño y significado del logotipo el mismo que es la imagen que representará a la hostería.

Gráfico N°: 67 Componentes del Logotipo (Parte 1).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

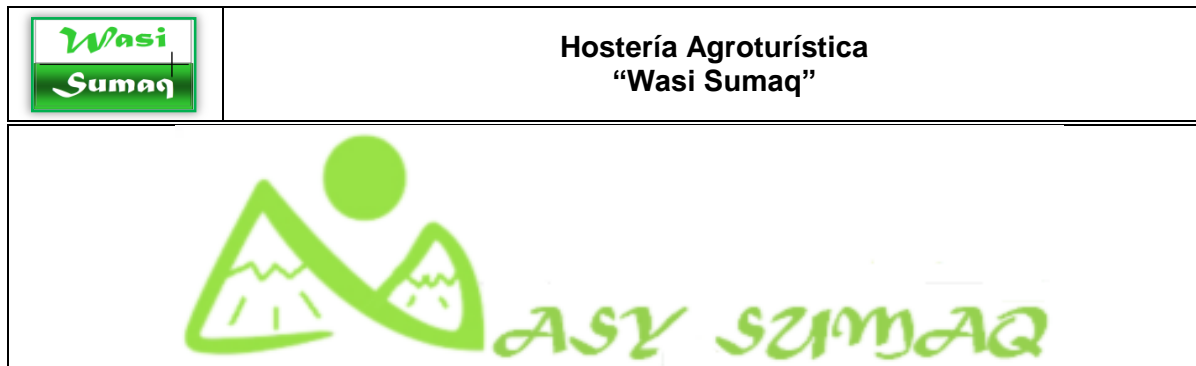
El gráfico que se presenta es la silueta de los nevados más representativos del cantón Mejía (Los Illinizas), estos nevados comparten dos provincias que son Pichincha y Cotopaxi, para la cultura panzaleo asentada en esta zona, los nevados eran sinónimo de fertilidad ya que les proveían de agua, el líquido vital para preservar la vida sobre la tierra, también eran considerados como dioses por su gran tamaño y que en sus creencias le rendían homenaje y culto en diferentes épocas del año.

Los Illinizas llevan su nombre proveniente del quichua que quiere decir "Gemelos" o "Hermanos", cada uno tiene su nombre particular, el primero con una altitud de metros se lo conoce como "Dioniza" y está localizado en la parte sur de la provincia de Pichincha, seguidamente está el segundo, con una altitud de metros y llamado "Illiniza", el mismo que está localizado en la parte norte de la provincia de Cotopaxi, este último es de mayor altitud y complejidad en su ascenso a la cima.

En el gráfico se fusiona la silueta de los nevados Illinizas con la palabra en quichua "**ASI SUMAQ**", la misma que interpretada de otra manera será "**WASI SUMAQ**", la silueta de los nevados representa la consonante "**W**",

que es la letra inicial del nombre de la hostería, cuyo significado en el idioma castellano es **“POSADA LINDA.”**

Gráfico N°: 68 Componentes del Logotipo (Parte 2).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 69 Componentes del Logotipo (Parte 3).



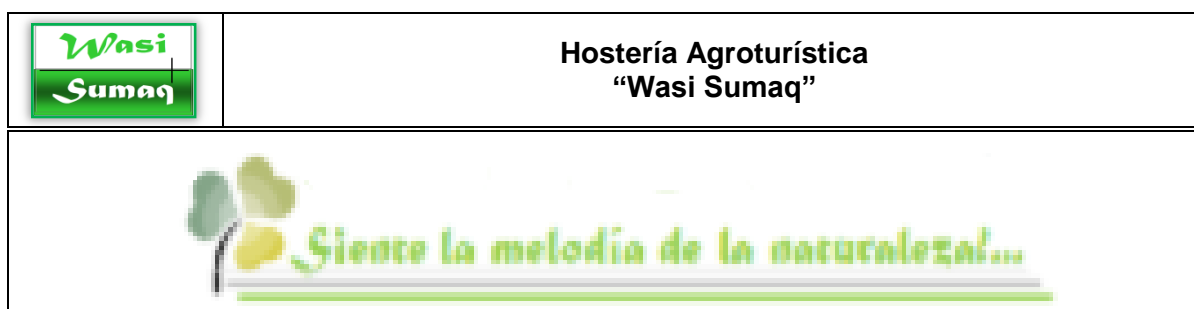
Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Ahora, en el gráfico que se presenta anteriormente se detalla el tipo de hostería que es la empresa, es decir, **“Hostería Agroturística”**, también se puede observar claramente las figuras de aves, las mismas que representan a especies de la región sierra tales como el cóndor y las gaviotas de páramo, además es importante recalcar que en el gráfico se encuentra la figura de una paloma con una rama de olivo en su pico, ésta ave se la colocó como parte de la imagen de la hostería agroturística en representación de la paz y armonía que debe existir entre los seres humanos y su estrecha relación con la naturaleza.

D). Eslogan.

El eslogan es la fórmula publicitaria para anunciar un producto y/o servicio de una empresa, es conocido también como lema o consigna, la determinación del eslogan que se utilizará para dar soporte al logotipo se ha establecido como parte fundamental la interacción que existe entre el ser humano y la naturaleza, con el fin de acercarlos más. Es así que es eslogan se lo determino de la siguiente manera:

Gráfico N°: 70 Componentes del Logotipo y Eslogan (Parte 4).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, el lema de la hostería agroturística es: **“Siente la melodía de la naturaleza!...”**, se lo determinó de esta manera ya que expresa la unión del ser humano con la naturaleza, es decir, tomar un respiro, un descanso y escuchar el sonido de las aves, el susurro del viento sobre los árboles, el cantar de los grillos que son representados en forma de melodía natural mostrando así el cambio drástico de la vida en la ciudad para con el campo, como elemento esencial está el trébol, el mismo que representa la flora de la zona y que para las creencias antiguas es símbolo de suerte y prosperidad.

Gráfico N°: 71 Componentes del Logotipo y Eslogan (Parte 5).



















Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Finalmente, se presenta el logotipo y el eslogan que representará a la hostería agroturística y que cumple con la interacción del ser humano y la naturaleza. El gráfico presentado consigue una legibilidad clara, destacando aspectos importantes anteriormente diseñados, los mismos que componen su diseño final.

E). Graduación de los colores.

Para el logotipo se presenta como base el color verde mientras que para la escritura y líneas del logotipo se emplea el color verde opaco y para el resto de gráficas se emplean los colores gris, verde esmeralda, beige, amarillo opaco, blanco y negro degradados.

Gráfico N°: 72 Colores utilizados en el logotipo y eslogan.

	Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"																																								
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>M:</td> <td>59</td> <td>M:</td> <td>58</td> <td>M:</td> <td>86</td> <td>M:</td> <td>37</td> <td>M:</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>S:</td> <td>175</td> <td>S:</td> <td>141</td> <td>S:</td> <td>38</td> <td>S:</td> <td>154</td> <td>S:</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>L:</td> <td>139</td> <td>L:</td> <td>136</td> <td>L:</td> <td>141</td> <td>L:</td> <td>159</td> <td>L:</td> <td>161</td> </tr> </table>												M:	59	M:	58	M:	86	M:	37	M:	43	S:	175	S:	141	S:	38	S:	154	S:	83	L:	139	L:	136	L:	141	L:	159	L:	161
																																									
M:	59	M:	58	M:	86	M:	37	M:	43																																
S:	175	S:	141	S:	38	S:	154	S:	83																																
L:	139	L:	136	L:	141	L:	159	L:	161																																

	M: 160	M: 160	M: 22	M: 103	M: 158	
	S: 0	S: 0	S: 45	S: 8	S: 2	
	L: 198	L: 193	L: 32	L: 104	L: 194	
Simbología						
M:	Matiz					
S:	Saturación					
L:	Luminosidad					

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

F). Significado de los colores.

Como ya se ha definido los para el logotipo y eslogan, ahora es importante dar a conocer el ¿Por qué? de los colores mediante su significado. Si bien es cierto que el color es un componente que ayuda a identificar y diferenciar cosas y seres, este es utilizado en las agencias de marketing, publicidad, asesores de imagen de empresas, diseñadores industriales y de moda con el fin de asociarlos coherentemente al tipo de producto que quieren dar a conocer.



Verde.

Este color representa a la naturaleza por excelencia, significa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y prosperidad, el verde posee un gran poder de curación ya que es relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista. En lo que respecta a heráldica este color representa crecimiento y esperanza, mientras que para publicidad representa la esencia natural y dinero. Por su asociación a la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos.

Otras tonalidades.

El verde agua se asocia con la protección y la curación emocional y el verde oliva es el color de la paz.

Amarillo.

El amarillo simboliza la luz del sol, representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía, este color tiene el efecto de entrar en calor estimulando la actividad y el movimiento de todo. En cuanto a heráldica el amarillo representa honor y lealtad, mientras que para publicidad representa solidez y confianza.

Otras tonalidades.

El amarillo opaco representa originalidad y expectativa, y el amarillo degradado representa el atardecer de un día soleado.

Azul.

El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la profundidad y la tranquilidad, representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la verdad y el cielo eterno, se lo considera beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente ya que retarda el metabolismo y produce un efecto relajante y calmado. En heráldica este color simboliza sinceridad y piedad, mientras que para publicidad significa inmensidad.

Otra tonalidad.

El azul oscuro o degradado representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder, ya que al ser un color otorgado al elemento agua el mismo que está presente en todo el mundo.

Gris.

El gris significa estabilidad y su uso aporta a la creatividad y al éxito. Sus tonalidades representan lo mismo con excepción de degradarlo a tal punto de parecer blanco.

Negro.

El color negro representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio, es el color más enigmático y se lo asocia al desconocimiento además representa la autoridad, fortaleza, prestigio y seriedad. Para heráldica este color representa dolor y pena.

Blanco.

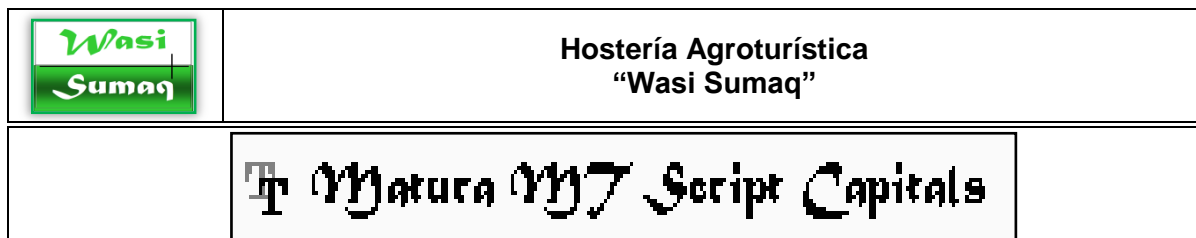
Se empleó el color blanco como fondo del logotipo y eslogan además de la imagen simbólica como lo es el ave que se encuentra en el mismo (Paloma) ya que se los asocia a la luz, bondad, inocencia, pureza, limpieza, seguridad y paz, este color se lo considera como sinónimo de perfección y posee una connotación positiva. En heráldica, el blanco representa fe, salud, pureza mientras que para publicidad significa frescura.

G. Tipografía.

La tipografía es el arte de reproducir textos mediante la impresión con caracteres o tipos móviles en relieve. En referencia al logotipo y eslogan de la hostería se empleó lo siguiente:

Matura MT Script Capitals.

Esta es una tipografía legible, la cual se utilizó para formar el nombre y el eslogan de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

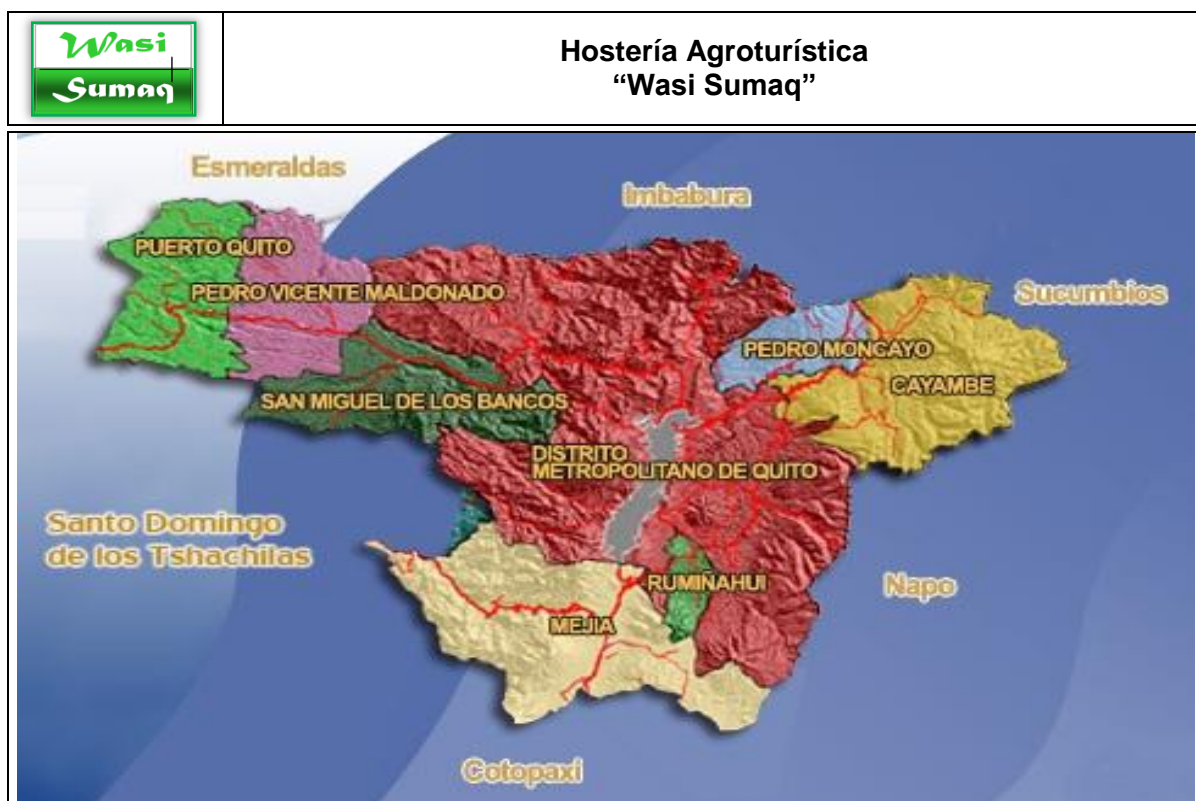
Gráfico N°: 73 Tipografía empleada en el diseño.

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

3.10.3. Plaza o Distribución.

La plaza de comercialización de la hostería agroturística Wasi Sumaq es de cobertura local, pues el cantón Mejía al contar con ocho parroquias y debido a la ubicación geográfica y estratégica permite que se realice una proyección de ventas y desarrollo de funciones particularmente en la ciudad de Machachi, específicamente en el barrio denominado “la Avanzada”, cuya localización es en el kilómetro 13 de la entrada a la ciudad y en la vía Quito – Alóag – Machachi – Latacunga, en donde se concentra la mayor parte de flujo de turistas nacionales como extranjeros.

Gráfico N°: 74 Mapa de Distribución Cantonal de Pichincha.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede apreciar en el gráfico anterior la conectividad vial entre los cantones de Pichincha y a su vez de las diferentes provincias pueden acceder sin ningún problema, recalando el buen estado de las vías, facilitando el arribo a los diferentes atractivos turísticos del cantón. Por otra

parte la distribución del producto y/o servicio se la realizará empleando un canal directo y estrechamente relacionado, este canal se lo denomina así:



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se muestra en el anterior gráfico, la cadena relacional tiene a dos protagonistas (Empresa y Cliente), para este proyecto sería (Hostería y Huésped), en donde las partes llegan a una negociación acerca del producto y/o servicio, consecuentemente establecen un acuerdo mutuo y al final se produce la transacción, no se descarta que después se ofrezca y se publicite a través de intermediarios como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y la empresa privada.

3.10.4. Precio.

Considerando que el precio es la cantidad de dinero que se paga por la adquisición de un bien o un servicio y tomando como referencia a la definición dada de MackHanan (2009) la misma que dice: *“Precio es el valor expresado en términos de unidades monetarias y sus fracciones respectivas”*. Para establecer el precio del producto y/o servicio que ofertará la hostería agroturística se ha considerado los datos obtenidos en el estudio de mercado, el mismo que determinó su valor en dólares americanos por cuanto esto afecta a la demanda de productos y/o servicios, adicionalmente se puede decir que en el resultado de una de las preguntas de la encuesta aplicada en el sector revela que un porcentaje del mercado objetivo pueden pagar el rubro antes mencionado, el mismo que se encuentra dentro del margen de precios de productos y/o servicios que maneja la competencia.

A). Determinación del precio.

La determinación del precio es un proceso complejo ya que influyen muchos factores que pueden resultar beneficiosos o perjudiciales para su establecimiento definitivo, para ello, el principal objetivo es obtener resultados que hagan del negocio y sus productos rentables perdurando en un periodo de tiempo y otorgando beneficios en recuperación del capital invertido, para conseguir tal objetivo es necesario plantear estrategias de precios adecuadas que contribuyan a su definición.

A pesar de existir gran contenido sobre la fijación de precios en libros especializados y de distintas índoles que tratan el tema, la empresa ha tomado como base fundamental el estudio de mercado, en donde se recopiló información acertada sobre cuáles podrían ser los precios indicados y accesibles para el perfil de nuestros clientes; es así que la hostería agroturística Wasi Sumaq establecerá sus precios basándose en el valor percibido por los clientes.

Este tipo de estrategia consiste en que el precio no es un factor determinante ya que existen personas que por sus condiciones económicas están dispuestas a pagar un valor por encima de lo establecido siempre y cuando el producto y/o servicio les es atractivo y de su interés; por otro lado está la competencia que no amerita preocupaciones ya que sus precios son elevados a comparación de lo que ofertan, cabe recalcar que solo será importante si con el tiempo la competencia presenta propuestas similares.

B). Políticas de precios.

El establecimiento de los precios se los ha determinado basándose en las siguientes políticas:

- Diferenciación de precios por temporadas (Altas y bajas).
- Por el tipo de habitación que elija el huésped.

- Los niños menores de 6 años no pagan ningún valor.
- Los niños de 7 a 14 años pagarán solo el 50% del valor.
- Las personas mayores de 65 años tendrán un descuento del 20%.
- A todos los valores que se han expuesto grabarán el 12% de IVA.
- El restaurante atenderá a todo tipo de clientes.
- El desayuno posee tres alternativas: Continental, Campestre y Americano.
- Los almuerzos y cenas se ofertan a través del menú.
- Lo expuesto anteriormente grabará el 12% de IVA y 10% de servicio.
- Uso de instalaciones exclusivas llevarán un valor dependiendo su uso.

3.10.5. Promoción.

Las promociones constituyen todas aquellas actividades que promueven el consumo de bienes y/o servicios y que a su vez genere fidelidad del cliente externo, para ello la hostería agroturística ha establecido varias de ellas que se presentan a continuación:

- Descuentos por referidos.
- Descuentos por pagos anticipados.
- Descuentos por cantidad.
- Descuentos por temporada.
- Descuentos por eventos.

3.10.6. Publicidad.

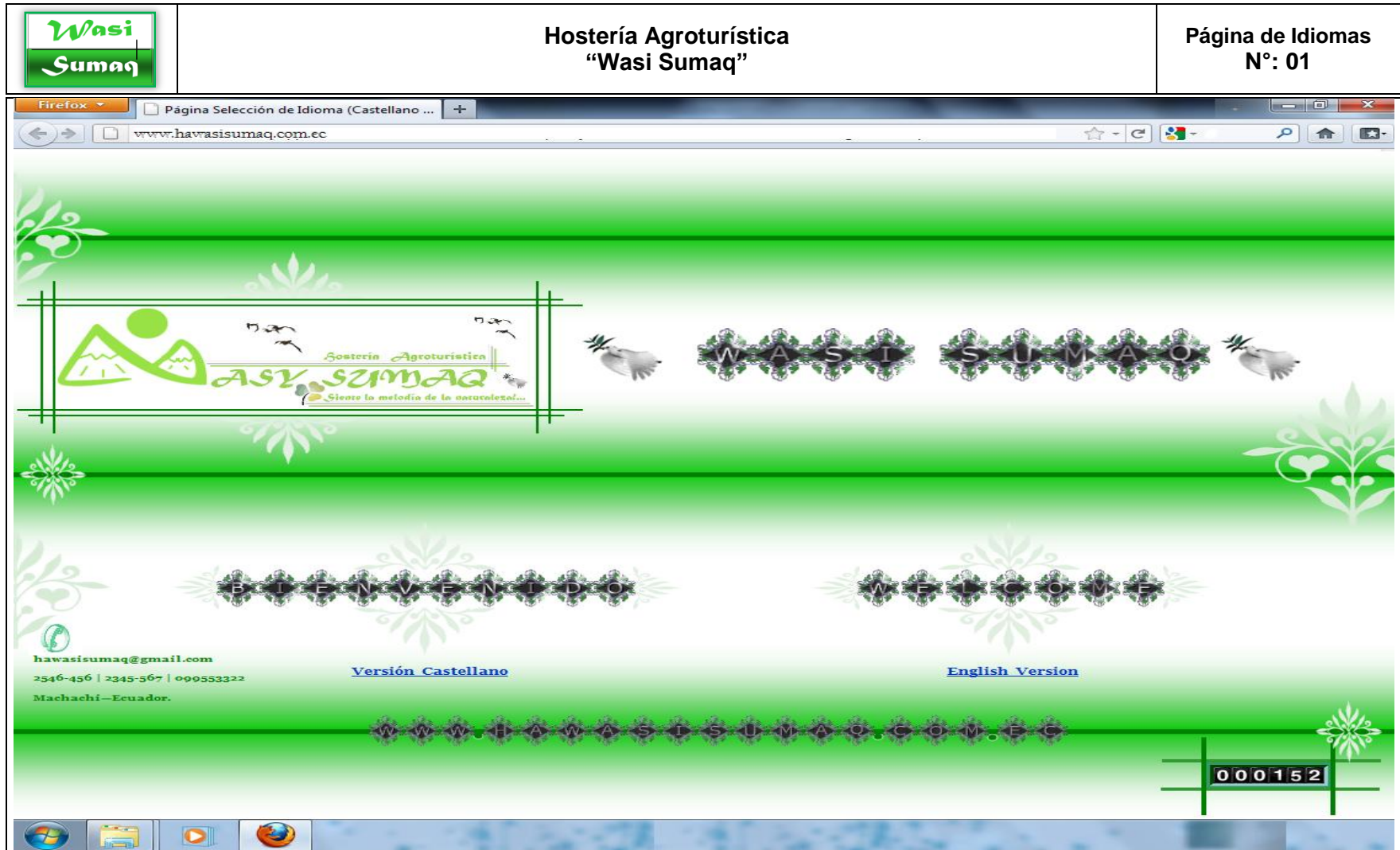
El generar una campaña publicitaria adecuada permitirá crear conciencia sobre la importancia del servicio y/o producto de calidad, particularmente en la zona, en donde se destaque la relación del ser humano y la naturaleza, la vida y actividades cotidianas del campo, al igual que la tranquilidad y paz

que este ofrece. Para ello es necesario presentar imágenes que muestren las maravillas naturales y culturales que se aprecian en la zona, lo cual es mucho mejor que mostrar con palabras. Para el diseño de la publicidad se presenta lo siguiente:

A). Diseño de Página Web & (E-mail).

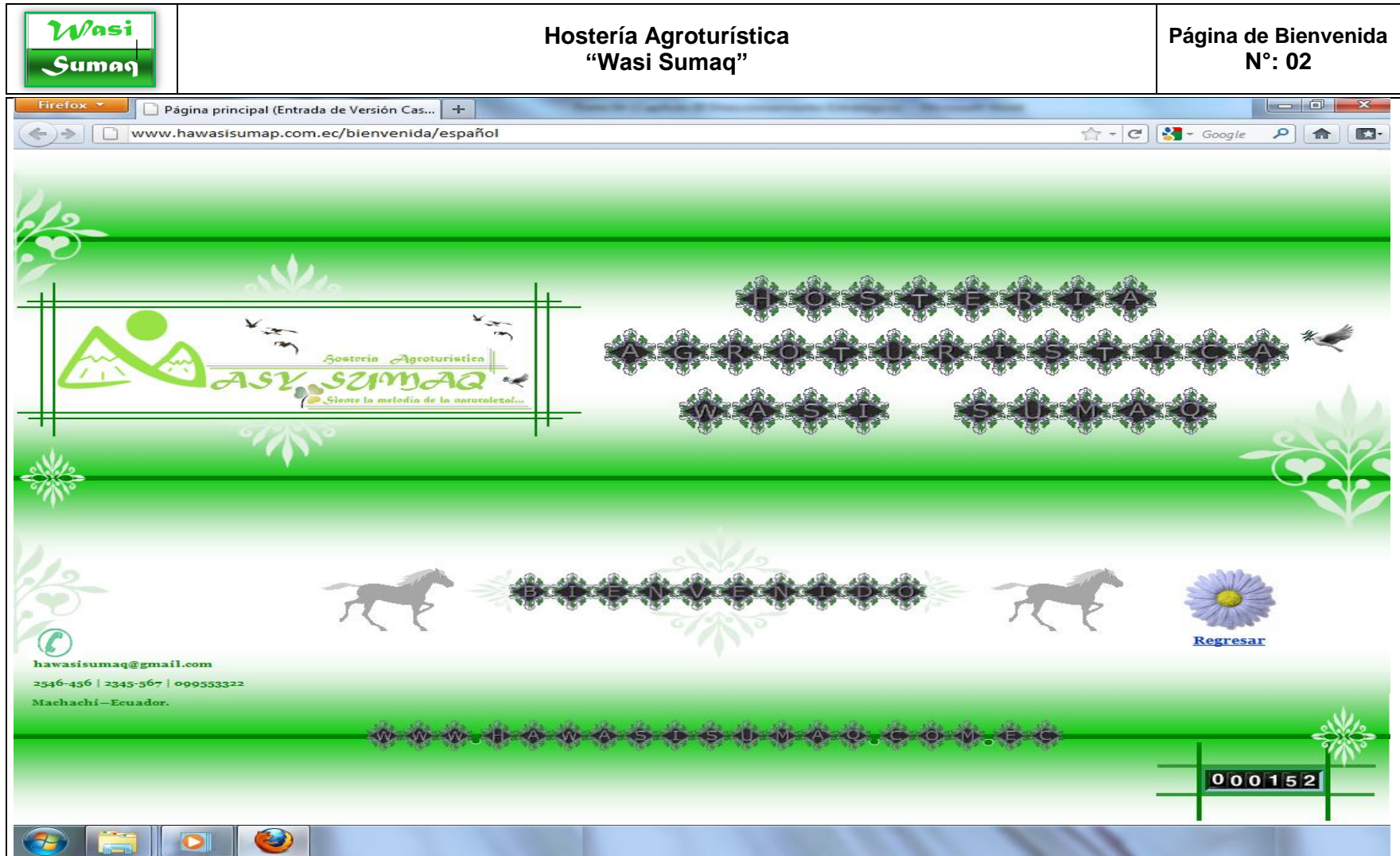
El sitio o página web es un escaparate personal, de empresa, de comunidad, etc. En donde se presentan una amplia gama de productos, servicios, lugares y además de otras funciones que sin duda alguna han facilitado nuestra forma de vida y que cuya finalidad objetiva es comunicar mediante el uso de palabras, imágenes y en primera instancia diseños y colores llamativos. Todo este conjunto de características hacen que un sitio web sea atractivo y de esa forma llegar a las personas.

Gráfico N°: 75Página Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 76Página Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 77Página Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

	Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"	Página de Entrada N°: 03
		
		
<ul style="list-style-type: none"> Página principal Acerca de nosotros Info. de contacto Lista de productos Lista de servicios Calendario Lista de proyectos Lista de empleados Vínculos 	<div style="text-align: center;">  <p><i>Siente la melodía de la naturaleza!...</i></p> <h3>Cantón Mejía</h3> <p>En las faldas del volcán Rumiñahui, a 3.100 m.s.n.m., Machachi, cabecera cantonal de Mejía, está ubicada al sur-orienté de la provincia de Pichincha, aproximadamente a 45 minutos de la ciudad capital Quito. El cantón Mejía cuenta con siete parroquias: Alóag, Aloasi, Manuel Cornejo Astorga "Tandapi", Cutulagua, el Chaupi, Tambillo y Uyumbicho, todas zonas agropecuarias, siendo así su principal producción y desarrollo económico, además de acaparar otros sectores del mercado.</p> <p>Los turistas son atraídos por las fuentes de Tesalia, a sólo 3 kilómetros de la ciudad de Machachi; este balneario básicamente con agua mineral de origen volcánico es aprovechado por los visitantes debido a sus poderes curativos. La celebración más importante de este pueblo es el "Paseo del Chagra", realizado en el mes de julio de cada año, en donde se recuerda el traslado ceremonial del Señor de la Santa Escuela a las faldas del Cotopaxi, cuando éste erupcionó en el año de 1.886</p> <p>Aspectos Relevantes</p> <p>Las caminatas y paseos por estos sitios, son las principales actividades turísticas para admirar la diversidad vegetal y animal de la zona; su cercanía a las estribaciones del Cotopaxi, Rumiñahui, Sincholagua, Pasochoa, Ilinizas, Corazón y Atacazo invitan a disfrutar del turismo de montaña a través de sus diversas actividades.</p> <p>Para los amantes de las excursiones y la aventura, la reserva ecológica y bosque protector del Pasochoa, el parque nacional Cotopaxi y el área de recreación nacional el Boliche constituyen alternativas para el deleite de paisajes y vida silvestre, en sus acantilados habita el cóndor, ave insignie de los Andes y en particular de nuestro país.</p> <p>Los delineados campos verdes de la serranía son el escenario del vaquero de los andes, el Chagra, figura mestiza que se dedica a labores agrícolas y ganaderas de sus tierras; luce siempre majestuoso e imponente con su sombrero, poncho, bufanda, espuelas y zamarró; experto en el manejo de toros, caballos, tierras y haciendas andinas.</p>    </div>	<div style="text-align: center;"> <h3>Paquetes Agroturisticos</h3> <p>SERVICIOS Y PRECIOS</p>  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>Información de contacto:</p> <p>Comuna de Jambelí (Parroquia el Chaupi) Km 27 de la vía Machachi - Latacunga Cantón Mejía - Provincia de Pichincha</p> <p>Teléfono: 2-555-5555 Fax: 2-555-5555 Correo: hawasisumaq@gmail.com</p>  </div>
		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 78 Página Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

	Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"	Página Empresarial N°: 04
---	--	--

Firefox | Acerca de nosotros | www.hawasisumaq.com.ec | Google





Hostería Agroturística Wasi Sumaq

Nuestra Misión

"Somos una empresa que ofrece al huésped el mejor servicio con un trato amable, cordial, afectuoso y respetuoso haciéndolos sentir como en su propia casa, en un ambiente de tranquilidad, comodidad y confort, rodeados de un entorno natural con la única finalidad de complacer a nuestros visitantes superando así sus expectativas promoviendo la conservación y preservación del medio ambiente".

Nuestra Visión

"Llegar a ser una empresa consolidada y competitiva que ofrezca el mejor servicio de hospedaje, restauración y ocio satisfaciendo las exigencias y buscando satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros huéspedes cumpliendo con los estándares internacionales de calidad a través de la capacitación continua y permanente de personal y manteniendo un ambiente familiar y estrechamente relacionado con la naturaleza"

Valores Corporativos

Los valores son cualidades consideradas válidas, son los puntales que brindarán a la organización, su fortaleza basándose en lo fundamental que es la "satisfacción total del cliente a través del servicio" al que reconocemos como el factor de éxito más importante, para lo cual se fomentará en la empresa valores tales como la cordialidad, la amabilidad, la buena atención, el orden, la seguridad, el respeto a las ideas y opiniones de los demás, la confianza y la buena comunicación. Para la hostería agroturística "Wasi Sumaq", los valores corporativos se los representa mediante el siguiente anagrama:

La diferencia ante la "COMPETENCIA" está en él: "SERVICIO"

S	ERVICIO:	Marcando la diferencia ante la competencia, satisfaciendo así las necesidades y expectativas de los clientes. Esto producirá la acogida y aceptación de las personas.
E	MPATÍA:	Conociendo más a cabalidad a nuestros tipos de clientes, poniéndonos en el lugar de ellos, determinando así la forma de servicio y atención que ellos esperan de nuestra parte.
R	ESPETO:	Trabajando y cumpliendo las diferentes exigencias y requerimientos que se dan en el entorno, adaptándonos a la dinámica de nuestros clientes y del medio.
V	ERACIDAD:	Mediante la oferta de nuestros productos y/o servicios, los cuales se debe de cumplir a cabalidad, ejecutando así lo ofertado en nuestras propuestas, demostrando la seriedad de la empresa.
I	NNOVACIÓN:	Dando a conocer nuevas, variadas y mejores propuestas, otorgando a nuestros clientes una razón más para visitar la hostería y consumir nuestros productos y/o servicios.
C	APACITACIÓN:	De manera constante y permanente, siempre pensando en nuestros clientes y en nuestro personal, siguiendo una línea de interacción entre las dos partes.
I	NSENTIVOS:	Con el fin de atraer a nuevos clientes, abriendo y ampliando nuestros productos y/o servicios, premiando a nuestros mejores clientes a través de promociones y ofertas.
O	RGANIZACIÓN:	Distribuyendo de manera equitativa las tareas y obligaciones de nuestros empleados, coordinando y mejorando continuamente en todas nuestras operaciones.

**Paquetes
Agroturisticos**

SERVICIOS
Y PRECIOS



Información de contacto:

Comuna de Jambeli (Parroquia el Chaupi)
Km 27 de la vía Machachi - Latacunga
Canton Mejía - Provincia de Azuay
Teléfono: 355-5555
FAX: 355-5555
Correo: hawasisumaq@gmail.com



Gráfico N°: 79 Página Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

	<h2>Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"</h2>	<p>Página Ubicación N°: 05</p>
---	--	---



HOSTERIA AGROTURISTICA WASI SUMAQ

- [Página principal](#)
- [Acerca de nosotros](#)
- [Info. de contacto](#)
- [Lista de productos](#)
- [Lista de servicios](#)
- [Calendario](#)
- [Lista de proyectos](#)
- [Lista de empleados](#)
- [Vínculos](#)

Información de contacto

Localización

La hostería agroturística "Wasi Sumaq" está ubicada en la panamericana sur Km 23 de la entrada a la ciudad de Machachi (cantón Mejía—provincia de Pichincha), barrio denominado Jambelí, es la única entrada principal hacia la reserva ecológica los Illinizas, además de estar rodeada de un entorno en donde se observa con facilidad las montañas, nevados y volcanes que yacen en el lugar, de igual manera se encuentra muy cerca de varios puntos turísticos de interés tanto culturales, naturales, étnicos y demás, recalcando que en el sector se desarrolla gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, convirtiendo a este sitio en un punto estratégico.

Paquetes Agroturísticos

SERVICIOS
Y PRECIOS

Localización Geográfica





¿Cómo llegar?

Para llegar a las instalaciones de la hostería agroturística Wasi Sumaq desde el norte hacia el sur se debe tomar como referencia a la ciudad de Quito, por la avenida Maldonado, siguiendo directamente y pasando por las poblaciones de Cutuglagua, Tambillo, Alóag, Machachi y Aloasi, una vez pasado el peaje de la Avanzada a seis kilómetros del mismo, margen derecho se puede divisar las instalaciones de la empresa.

Por otro lado, el acceso desde el sentido sur a norte, se toma como eje principal la ciudad de Latacunga, siguiendo por la panamericana y una vez pasado el peaje y revisión policial de Latacunga, exactamente a 11once kilómetros se encuentran las instalaciones de la empresa, a margen izquierdo.

¡Contáctenos!
 Teléfono: 2-555-5555
 Fax: 2-555-5555
 Correo: hawasisumaq@gmail.com

Información de contacto:

Comuna de Jambelí (Parroquia el Chaupi)
 Km 27 de la vía Machachi - Latacunga
 Cantón Mejía - Provincia de Pichincha
 Teléfono: 2-555-5555
 Fax: 2-555-5555
 Correo: hawasisumaq@gmail.com

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°:80 Página Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.



Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"

**Página
Instalaciones
N°: 06**

Firefox

Lista de productos

www.hawasisumaq.com.ec



Instalaciones de la Hostería

Las instalaciones de la hostería agroturística Wasi Sumaq están distribuidas de la siguiente manera:

- [Página principal](#)
- [Acerca de nosotros](#)
- [Info. de contacto](#)
- [Lista de productos](#)
- [Lista de servicios](#)
- [Calendario](#)
- [Lista de proyectos](#)
- [Lista de empleados](#)
- [Vínculos](#)

Habitaciones Matrimoniales Munay & Calpa



Precio: 00,00 €

Habitaciones Dobles Inti & Killa



Precio: 00,00 €

Habitaciones Triples Anagmanta-Qollur & Allpa



Precio: 00,00 €

Habitaciones Cuádruples Cocha-Mayu-Quilla & Llipipiy



Precio: 00,00 €

Habitaciones Grupales Chasca-Cancha-Quillu & Paray



Precio: 00,00 €

Restaurante Tambo



Precio: 00,00 €

**Paquetes
Agroturísticos**

SERVICIOS
Y PRECIOS



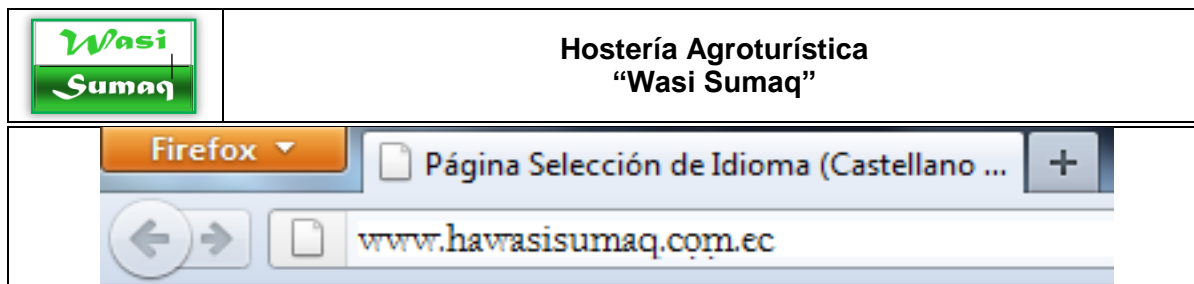
Distribución y Capacidad Habitacional					
Tipo (Habitaciones)	N°	Capacidad (Personas)	Nombre (Guichua)	Significado (Castellano)	Letreros (Habitaciones)
Matrimonial	2	4	Munay Calpa	Amar Vigor	 
Doble	2	4	Inti Quilla	Sol Luna	 
Triple	3	9	Anagmanta Qollur Allpa	Cielo Estrella Tierra	 
Cuádruple	4	16	Cocha Mayu Puyu Llipipiy	Laguna Río Nube Relámpago	 
Grupal	5	30	Chasca Cancha Quillu Paray	Flor del Aire Luz Fuego Lluvia	 
Total:	16	63	Como se puede observar en el presente cuadro, la hostería posee una oferta de 16 habitaciones con capacidad de albergar a 63 huéspedes.		

Información de contacto:

Comuna de Jambeli (Parroquia el Chaupi)
Km 2º de la vía Machachi - Latacunga
Canton Mejía - Provincia de Azuay
Teléfono: 2553-3555
Fax: 2555-5555
Correo: hawasisumaq@gmail.com



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

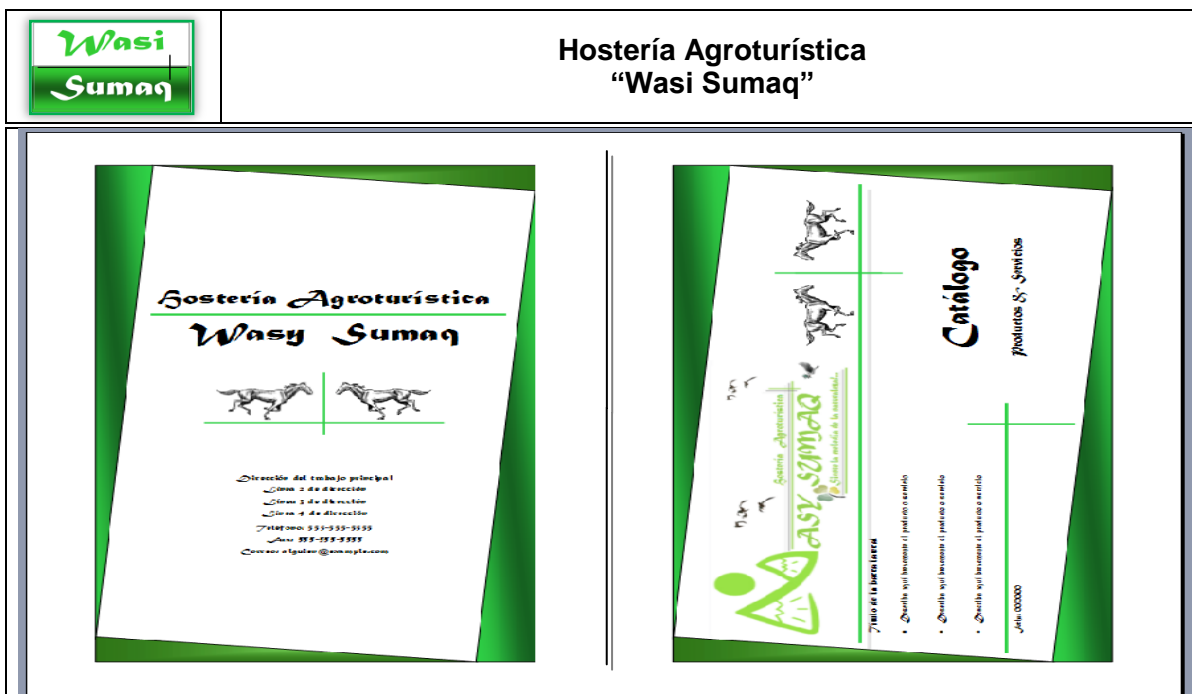
Gráfico N°: 81 Dirección de la Web de la Hostería Agroturística Wasi Sumaq.

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

En cuanto al diseño de la página web se la realizó en una publicación de Microsoft Flash Dream Web (Versión 2010), en donde sus principales características son las imágenes de los diferentes atractivos que posee el cantón Mejía conjuntamente con información precisa y valiosa para facilitar a los visitantes conocer la amplia gama de servicios y productos que se encuentran a su disposición. A continuación se presentan las características para la conformación y diseño de la página web.

B). Catálogo de productos y/o servicios.

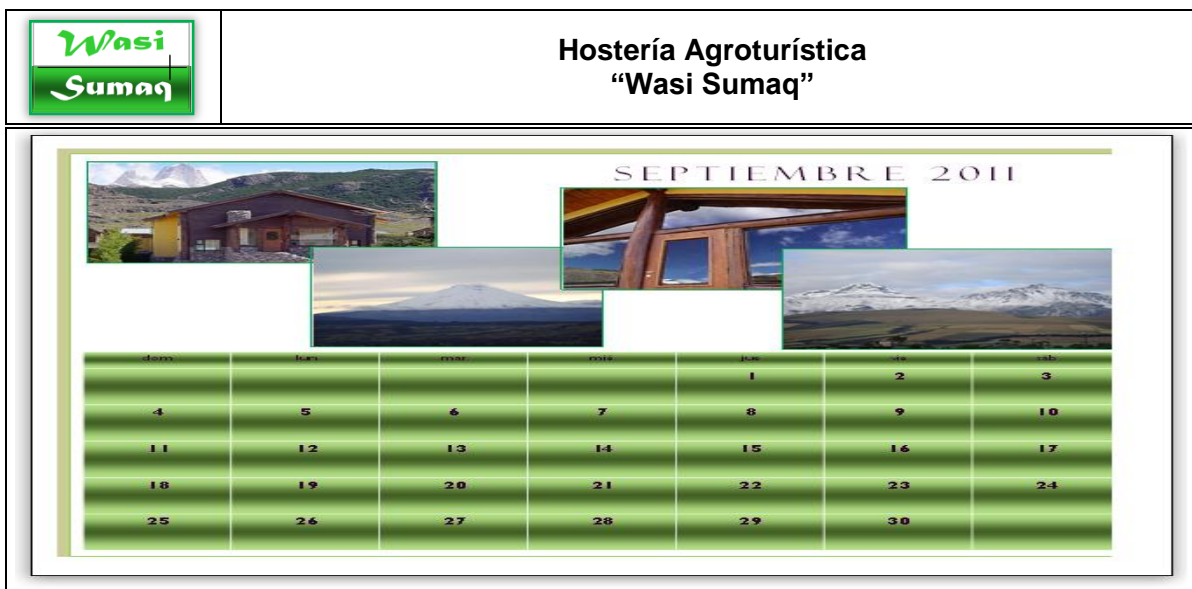
Gráfico N°: 82 Catálogo de productos y/o servicios.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

C). Calendarios del cantón Mejía.

Gráfico N°: 83 Calendarios del cantón Mejía.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

D). Pancartas.

Gráfico N°: 84 Pancartas.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

E). Letreros.

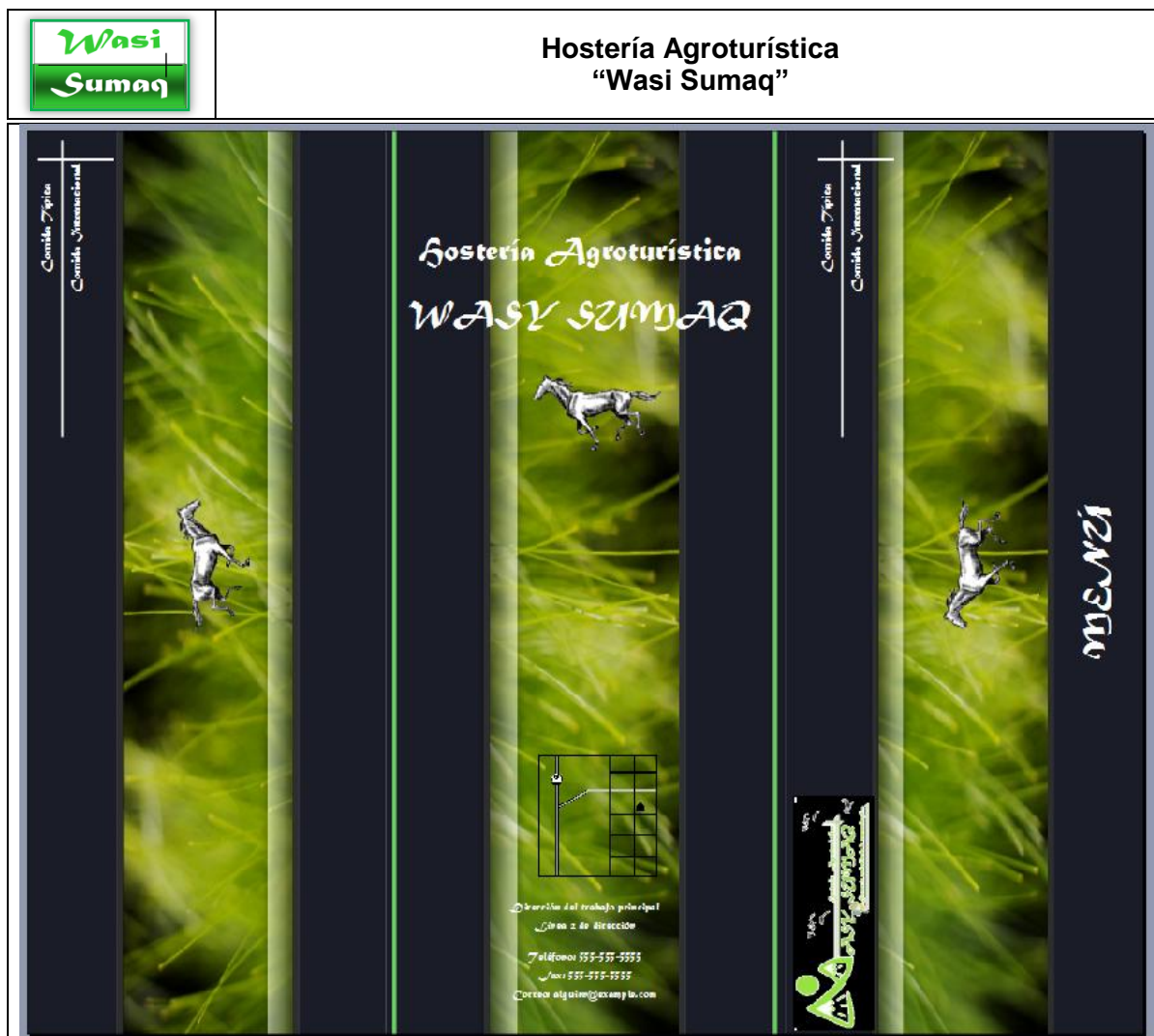
Gráfico N°: 85 Letreros.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

F). Menú Gastronómico.

Gráfico N°: 86 Diseño del Menú Gastronómico (Parte 01).



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

CARTA

DESAYUNO

Continental	\$3,00
Americano	\$3,00
Campestre	\$3,50

ENTRADAS

Empanadas de Viento	\$1,00
---------------------	--------

Bolones de Verde y Queso	\$1,50
Ceviche de Camarón	\$4,50
Ensalada César	\$2,00
Ceviche de Chochos	\$1,50

SOPAS Y CREMAS

Sancocho de Carne	\$2,00
Sancocho de Pescado	\$2,00
Crema de Papa y Tocino	\$2,50
Consomé Natural	\$1,30
Crema de Champiñones	\$2,50
Aguado de Pollo	\$3,00

PLATOS FUERTES

Plato Ambateño	\$4,00
Seco de Pollo	\$3,80
Corvina al Orly	\$5,00
FiletMignon	\$6,80
Pollo al vino en salsa de champiñones	\$4,20
Lasagna	\$5,00
Fritada	\$4,00
Mote con Chicharrón	\$3,00

POSTRES

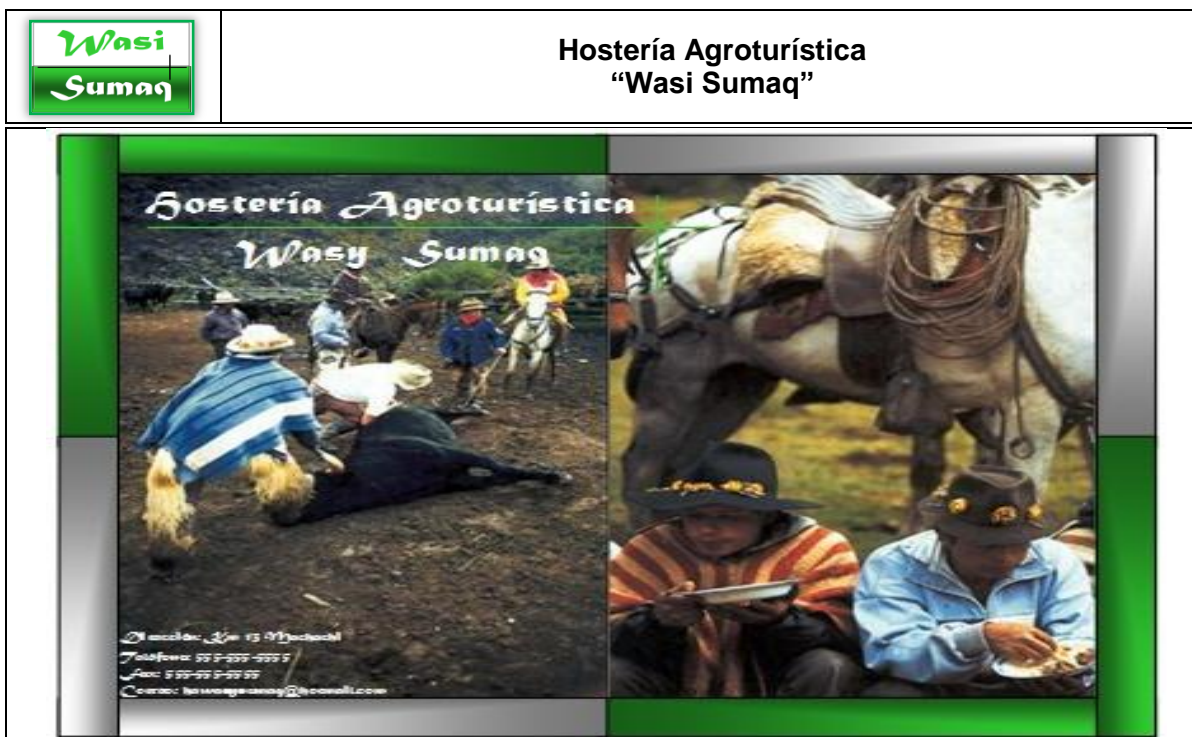
Duraznos al almíbar	\$1,20
Copa Romanoff	\$1,50
Banana Split	\$2,50
Brownie	\$2,80

BEBIDAS

Agua con Gas	\$0,70
Agua sin Gas	\$0,50
Gaseosas	\$0,80
Jugos de Fruta	\$1,00

G). Afiches.

Gráfico N°: 87 Afiches.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

H). Hojas volantes.

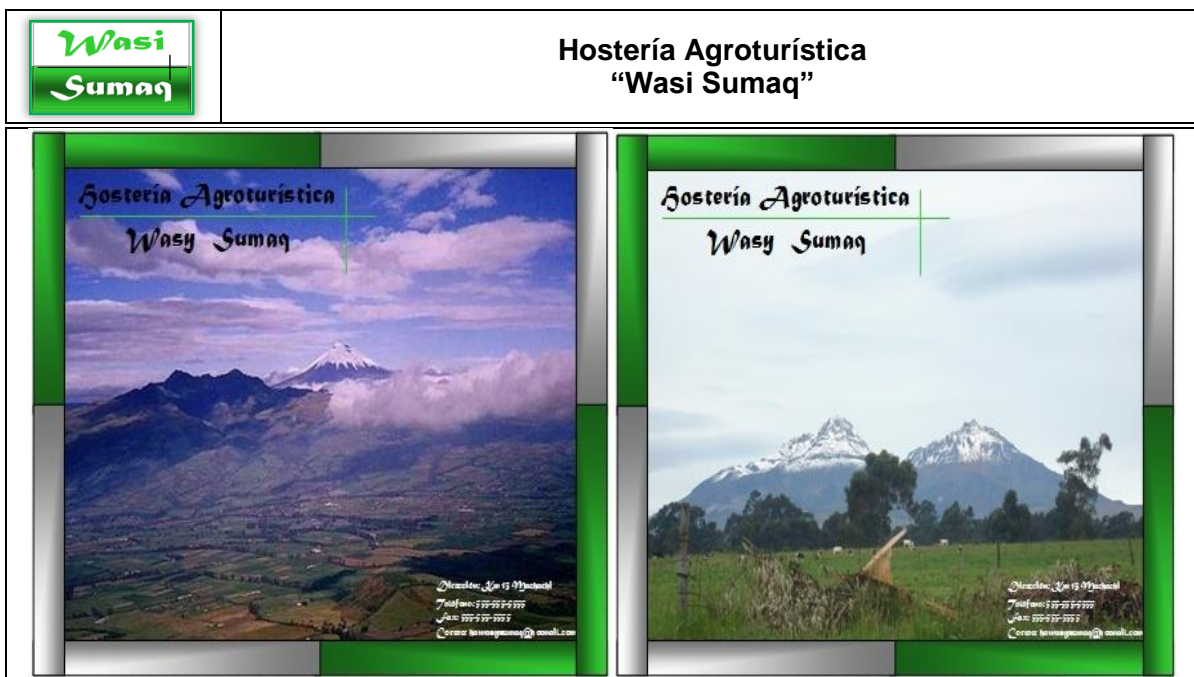
Gráfico N°: 88Hojas volantes.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

I). Postales.

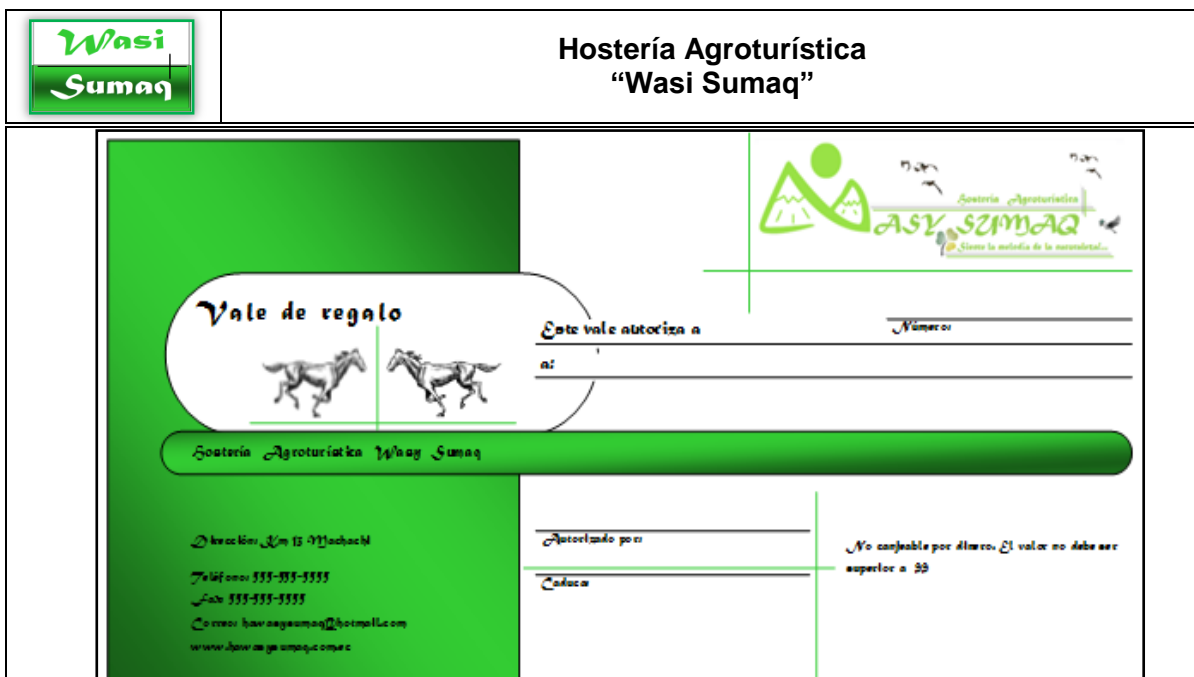
Gráfico N°: 89 Postales.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

J). Vales de regalo.

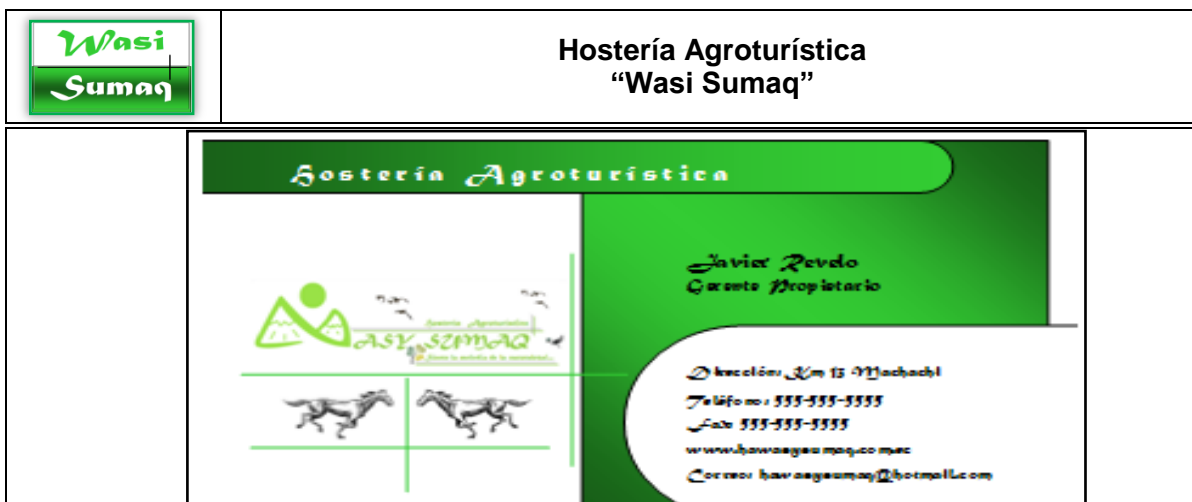
Gráfico N°: 90 Vales de regalo.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

K). Tarjetas de Presentación.

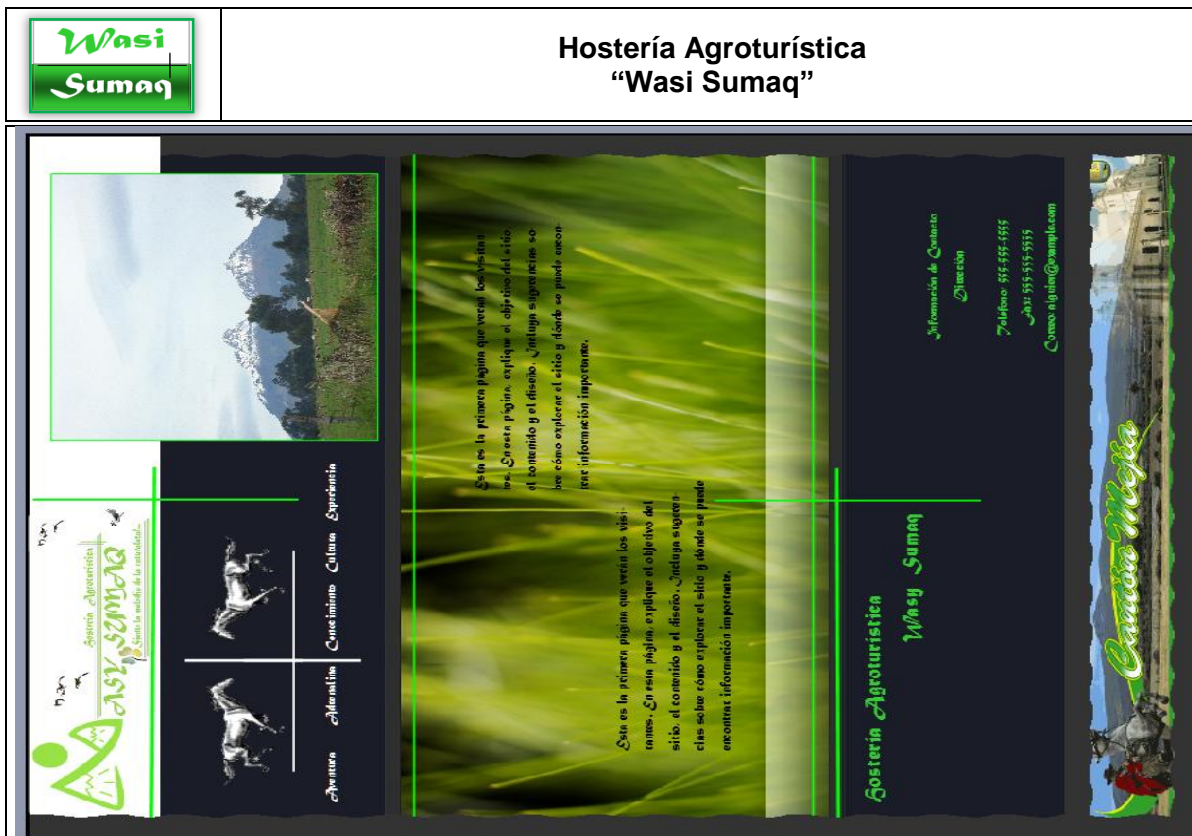
Gráfico N°: 91 Tarjetas de Presentación.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

L). Tríptico.

Gráfico N°: 92 Tríptico.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

M). Documental del cantón Mejía.

Gráfico N°: 93 Imágenes del documental del cantón Mejía.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

N). Video promocional de la hostería.

Gráfico N°: 94 Imágenes del video promocional de la hostería.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

CAPÍTULO IV.

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico abarca aspectos tales como la ubicación estratégica de la hostería como base esencial para su inicio y desarrollo de sus respectivas operaciones, diferenciando la zona en cuestión del resto posibles áreas a ejecutarse, esto se lo conoce como “Macro-localización”, y el objetivo principal no es el de elegir cualquier lugar al azar sino el de sustentar y justificar con causa de conocimiento las siguientes características como: vialidad, seguridad, transporte, comercio, mano de obra, proveedores, medios de comunicación, autoridades respectivas, materiales, materia prima, cercanía con distintos sitios de interés entre otros.

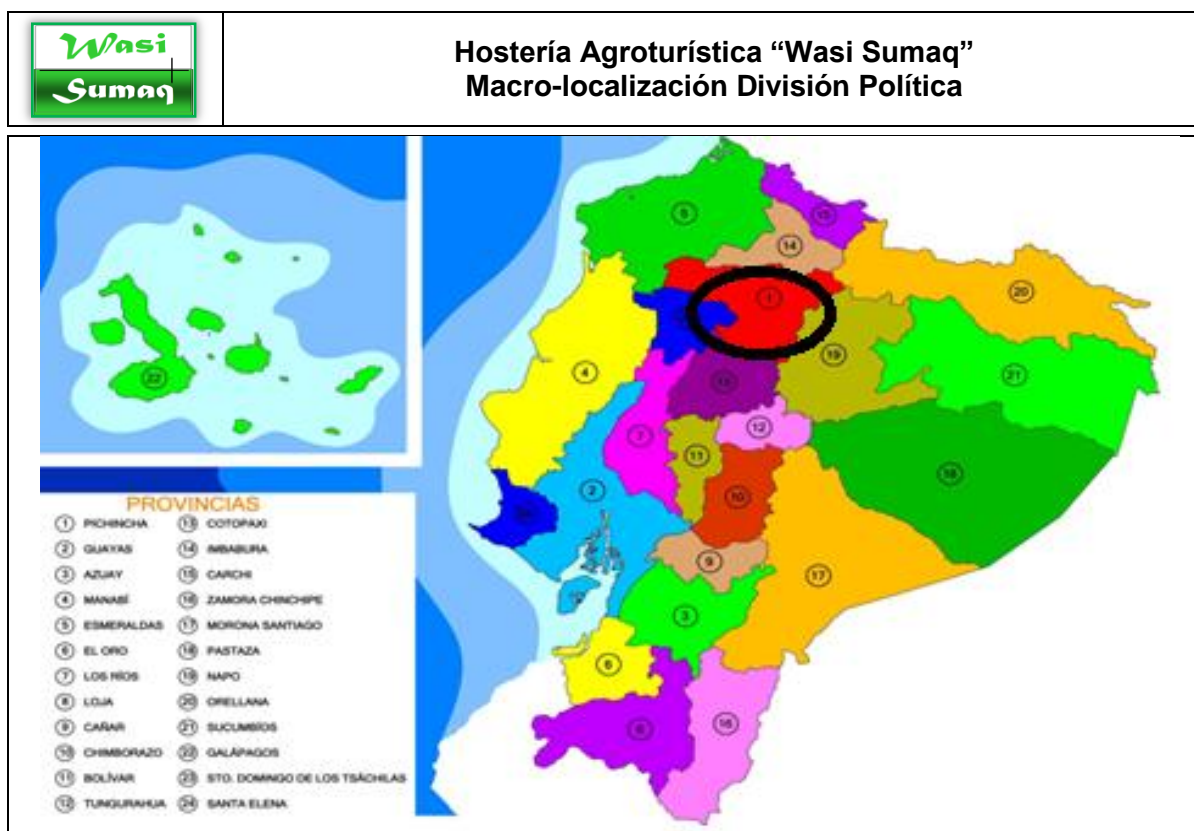
4.1. Macro-localización.

La hostería agroturística “Wasi Sumaq” se ubicará en Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Mejía, específicamente en el sector sur oriente de la misma. Por todas las características que conlleva el análisis mediante el estudio técnico a través de la macro-localización, se determinó que es un lugar adecuado para su ejecución y desarrollo además de que en la zona sujeta a estudio no hay otra infraestructura como la que se está desarrollando por medio del presente proyecto. A continuación los aspectos más relevantes en la decisión del sitio:

- Ambiente social y político
- Desarrollo cultural y turístico
- Manifestaciones artísticas
- Población pluricultural
- Naturaleza y medio ambiente
- Seguridad y autoridades delegadas
- Transporte y comunicaciones

- Empresa pública y privada
- Mano de obra y materia prima
- Proveedores, competencia y clientes
- Comercio, negocios y productos

Gráfico N°: 95 Ubicación geográfica de la hostería.



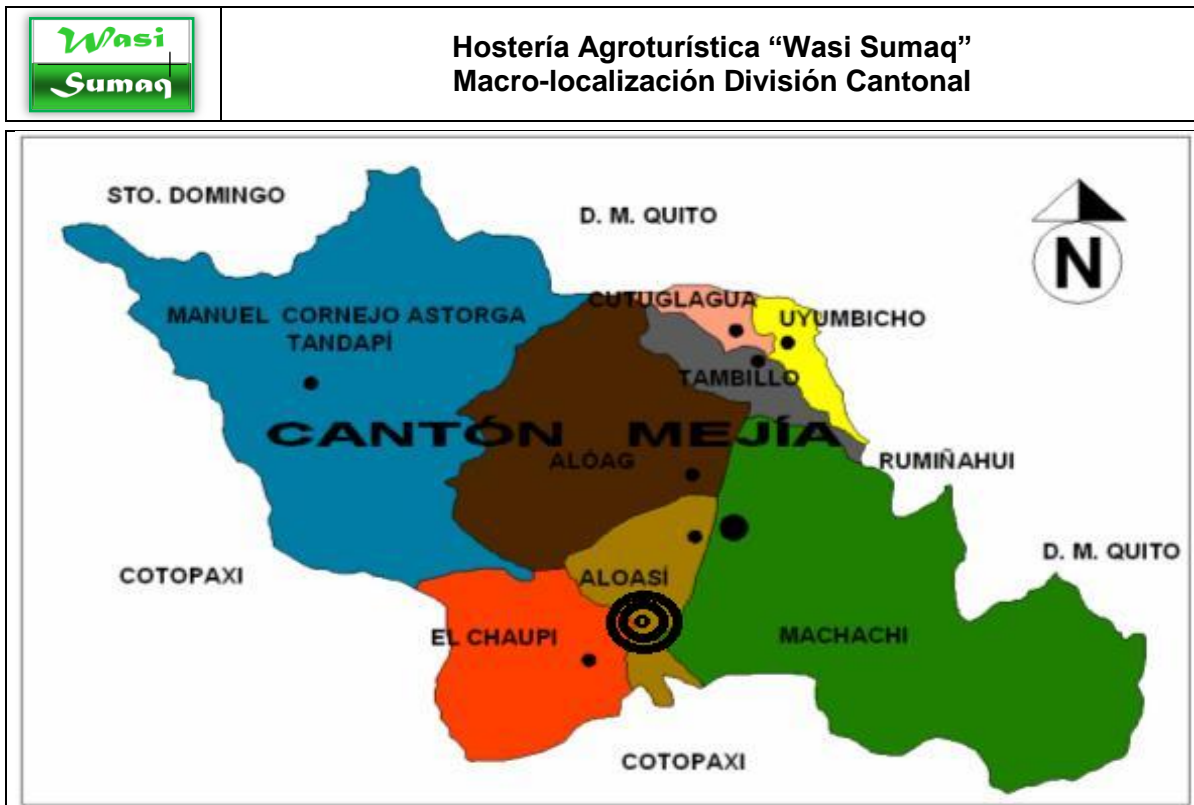
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

4.2. Micro-localización.

La hostería agroturística “Wasi Sumaq” se ubicará en la panamericana sur Km 23 de la entrada a la ciudad de Machachi (cantón Mejía), barrio denominado Jambelí, es la única entrada principal hacia la reserva ecológica los Illinizas, además de estar rodeada de un entorno en donde se observa con facilidad las montañas, nevados y volcanes que yacen en el lugar, de igual manera se encuentra muy cerca de varios puntos turísticos de interés tanto culturales, naturales, étnicos y

demás, recalcando que en el sector se desarrolla gran afluencia de turistas nacionales como extranjeros, convirtiendo a este sitio en un punto estratégico.

Gráfico N°: 96 Ubicación geográfica específica de la hostería.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

4.3. Recursos.

Los recursos que se emplearán para la construcción y desarrollo de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” se los clasificó y se detallan a continuación:

4.3.1. Recursos Humanos.

El recurso humano es una herramienta primordial para la ejecución y desarrollo de las diversas actividades y operaciones que conllevan todos y cada uno de los puestos dentro de la empresa, para ello seleccionando al personal idóneo quienes cumplan con los requerimientos intelectuales,

habilidades y destrezas que se necesita para ejercer un cargo en una organización independientemente a la actividad que se dedique. Es así que en la hostería agroturística se establecieron los cargos de la siguiente manera:

Grafico N°: 97 Organigrama General.

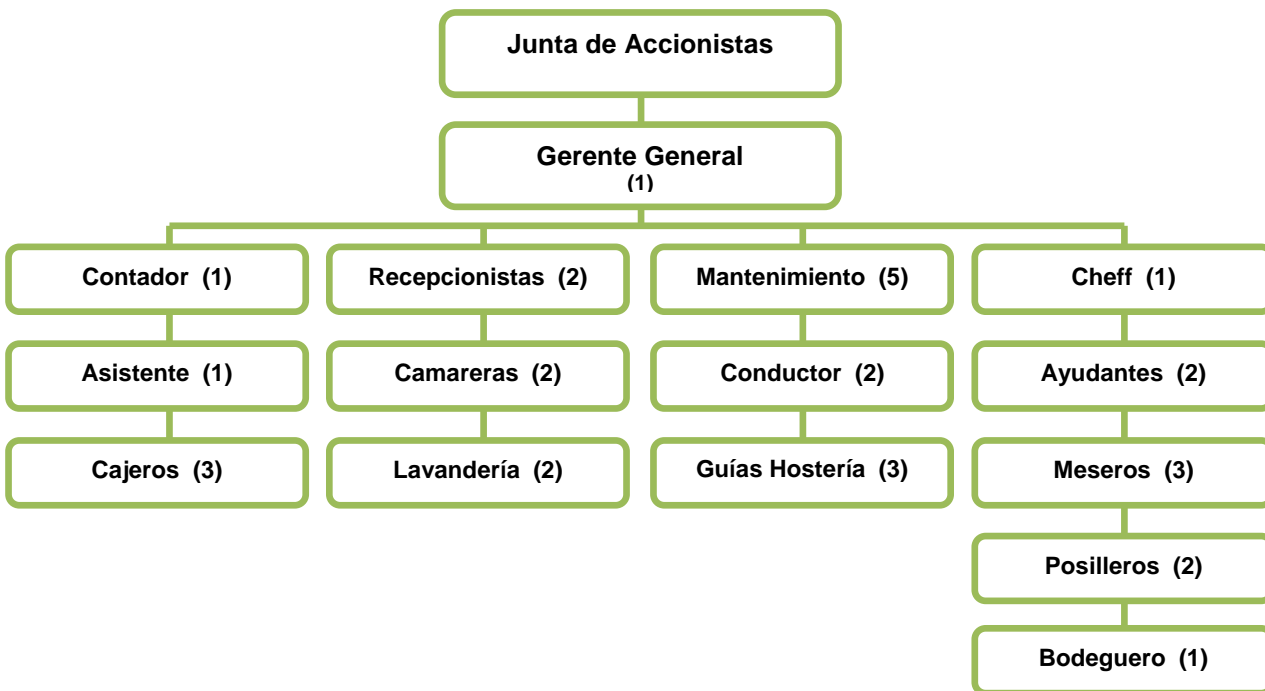
Organigrama de la Empresa



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Grafico N°: 98 Organigrama de Puestos.

Organigrama de Puestos de la Empresa.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

En el presente organigrama se visualiza cada uno de los cargos existentes y vacantes de cada departamento y área así como los cargos que están siendo propuestos de acuerdo a las necesidades actuales de la hostería, haciendo que esta propuesta no sea un gasto sino una inversión y basándose en una equitativa distribución jerárquica y funcional del mismo. El establecimiento y definición de los cargos se lo realizó mediante el intercambio de información, facilitando establecer y definir el departamento y/o área al que pertenece cada puesto, logrando así estructurar de manera jerárquica los diversos cargos e indicando las diferentes funciones que cada uno debe de realizar, adaptándolos e incorporándolos a las necesidades de la empresa acorde a su situación económica.

Para la recolección de datos se presenta a continuación el respectivo formulario de descripción de puestos, el mismo que ayudará a identificar al personal que trabajará en la hostería agroturística, esto es de suma importancia ya que permite establecer y fijar de manera temporal un perfil idóneo para el desempeño de cada uno de los cargos existentes y requirentes en el establecimiento.

La descripción del cargo o puesto es un proceso que consiste en enumerar las diversas actividades, tareas y funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa; además resalta que es la enumeración detallada de las funciones o tareas del cargo (Es decir: ¿Qué hace el ocupante?), el periodo de la ejecución (Es decir: ¿Cuándo lo hace?), los diferentes métodos aplicados para la ejecución de las funciones o tareas (Es decir: ¿Cómo lo hace?) y los objetivos del cargo (Es decir: ¿Por qué lo hace?). En resumen, se trata de realizar un inventario de los aspectos significativos del cargo y de las actividades, tareas, funciones, deberes y responsabilidades que comprende todos y cada uno de los cargos existentes dentro de una empresa.

Cuadro N°: 49 Establecimiento de los Puestos de la Empresa.

Gerente General

		FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		CÓDIGO:	1.1
				FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL					
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO				NRO.
No Aplica	Gerente General				No Aplica
UBICACIÓN			GRUPO OCUPACIONAL:	Gerencial	
MACROPROCESO	PROCESO			SUBPROCESO	
X					
REPORTA A:	Junta de Accionistas	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL:	1
MISIÓN DEL PUESTO					
Planificar, dirigir, controlar, promover, incentivar, crear y manejar las diferentes actividades y tareas que a su cargo tiene que ejecutar, así como también los diferentes movimientos del HosteríaAgroturística como una organización tendiente a crecer y generar rentabilidad sin olvidar el interés en satisfacer las necesidades del cliente o huésped.					
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES					
PUESTO	¿QUÉ HACE?			¿PARA QUÉ LO HACE?	
J. de Contabilidad	Se encarga de los movimientos financieros, económicos, políticos y legales que en toda empresa legalmente constituida debe poseer para su correcto y normal funcionamiento en todas sus actividades que realice el HosteríaAgroturística			Para determinar la rentabilidad que genera el Hostería mediante la venta de sus Productos y Servicios, además de cumplir con las leyes tributarias y político legales que constan en la constitución del país	
J. de RR.HH.	Se encarga de la planificación, reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, sueldos, seguridad, sanciones y cumplimiento de las actividades, tareas, procesos, normas y políticas que se ejecutan dentro del HosteríaAgroturística			Para mejorar el rendimiento de las actividades y tareas que se realizan dentro del HosteríaAgroturística, para ello aplicando los procesos indicados para la incorporación de personal apto y calificado para ejecutar un cargo	
J. de Habitaciones	Se encarga de la organización, ordenamiento, distribución, delegación de tareas, funciones, procesos a desarrollarse de manera manual u operativa en las diferentes instalaciones del HosteríaAgroturística			Para brindar una buena imagen además de un servicio y producto de calidad que garantice la satisfacción de la necesidad de los clientes o huéspedes	
J. de C. & B.	Se encarga de la planificación, organización, distribución, ejecución y			Para ofrecer una gama de productos en cuanto a las	

	control de los suministros gastronómicos que el HosteríaAgroturística ofrece a sus clientes o huéspedes	diferentes opciones gastronómicas que el hostería posee, tratando de cumplir con las exigencias.
--	---	--

RELACIONES INTERNAS

NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Jefe del Dpto. de Contabilidad	Verificar estados financieros y los movimientos económicos que posee el hostería
2	Jefe del Dpto. de Recursos Humanos	Conocer los procesos del manejo del personal y el cumplimiento de las normas y políticas
3	Jefe del Dpto. de Habitaciones	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes
4	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes

RELACIONES EXTERNAS

NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Empresas Privadas	Facilitar las instalaciones del hostería para que se realicen congresos, eventos, seminarios, charlas motivacionales, cenas, reuniones de negocios o sociales
2	Colchones Chaide&Chaide	Proveer de colchones para las camas de todas las habitaciones del hostería
3	Decoraciones Carolina	Proveer de utilería en cuanto a decoraciones para las habitaciones del hostería (Cortinas, sábanas, almohadas)
4	Almacenes la Ganga	Proveer de material electrónico y tecnología y ofrecerlos como servicio al huésped que se aloje en el hostería (Televisión, minicomponentes, computadoras, refrigeradoras, DVD)
5	Electromecánica (Acerías)	Proveer de estructuras metálicas tales como lavaplatos, cocinas industriales, refrigeradoras industriales, congeladoras.
6	Mueblería Palito	Proveer de muebles y decoraciones hechas y talladas en madera que servirán para la readecuación y renovación de las instalaciones del hostería
7	Mercado Santa María	Abastecer con diferentes productos alimenticios que posteriormente serán procesados y se ofertarán al huésped
8	Supermaxi	Proveer de insumos, materiales e instrumentos que se necesiten en cualquiera de los departamentos del hostería
9	Pronaca	Proveer de productos cárnicos para la elaboración de los diferentes platos que se realizan en la cocina
10	Frutería Margarita	Abastecer de frutas, verduras y legumbres que de igual manera serán utilizados para la elaboración de los platos
11	Palmolive	Proveer de utensilios de aseo que serán distribuidos en las habitaciones del hostería para uso de los huéspedes
12	Kiwi	Proveer de diferentes materiales para mantenimiento

MAPA FUNCIONAL

NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Planificar, dirigir, controlar, promover, incentivar, administrar	Para mantener, desarrollar y expandir la empresa, brindando servicios y	No Aplica

	las diferentes actividades y tareas que se realizan tanto de manera interna como externa	productos de calidad, satisfaciendo al cliente, creando fuentes de trabajo, aportando al desarrollo económico					
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO	
			PEM	PER	OCA		
1	Planea la elaboración y revisión del presupuesto de ingresos y egresos.	No Especifica	X			C/A	
2	En coordinación con los Jefes de Departamentos, elabora el Plan Anual de Inversión.	No Especifica		X		C/A	
3	Organiza juntas con los Jefes de Departamentos.	No Especifica		X		C/M	
4	Implanta programas para aumentar la producción en las áreas del hostería.	No Especifica	X			C/M	
5	Supervisa el trabajo de todos los jefes de departamento a su cargo.	No Especifica		X		-	
6	Supervisa y autoriza la nómina.	No Especifica	X			C/M	
7	Atiende a los huéspedes catalogados como atención especial o vips.	No Especifica			X	-	
8	Promueve planes de incentivo para los empleados del Hostería.	No Especifica			X	-	
COMPETENCIAS REQUERIDAS							
COMPETENCIAS BÁSICAS							
NIVEL			ESPECIALIZACIÓN / CARRERA				
PRIMARIO			Completa				
SECUNDARIO			Completa				
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)			Completa				
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)			Completa				
POSTGRADO			Administración de Empresas				
OTROS			Seminario de la Cámara de Turismo de Quito Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Seminario de Tributación Seminario de Economía Seminario de Finanzas Cursos de Computación e Internet				
COMPETENCIAS GENÉRICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Incentiva y Motiva al Personal del Hostería		Buena Comunicación e Interacción			X		
Organiza y coordina con los jefes de otros Depto.		Trabajo en Equipo			X		
Desarrolla programas para mejorar operaciones		Creatividad e Innovación			X		
Madurez y control de sus impulsos emocionales, con adecuados niveles de tolerancia ante la		Estabilidad Emocional			X		

frustración; seguridad en sí mismo.					
Atiende a los Huéspedes frecuentes	Orientación al Servicio		X		
COMPETENCIAS TÉCNICAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Elabora y revisa presupuestos e informes económicos del hostería	Información y Documentación	X			
Elabora diversos planes con los jefes de otros departamentos	Comunicación Interna, clima y cultura organizacional	X			
Supervisa la nómina y aprueba documentos	Toma de decisiones	X			
Mantiene negociaciones con otras empresas	Marketing y Explotación de Negocios	X			
Capacidad para determinar de forma eficaz fases, etapas, metas y prioridades para la consecución de objetivos, por medio del desarrollo de planes de acción, incluyendo los recursos necesarios y los sistemas de control	Planificación y Control	X			
OTRAS COMPETENCIAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Mantiene relaciones estrechamente presenciales	Buena Imagen	X			
RESPONSABILIDADES		B	M	A	
EQUIPOS: Computadora, calculadoras, fax, teléfono			X		
PERSONAS: Administración del personal de jefatura y operativo				X	
ECONÓMICOS: Control y verificación de estados financieros e informes económicos				X	
TOMA DE DECISIONES: A nivel gerencial, empresarial, organizacional y personal				X	
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos financieros, contratos y convenios				X	
ATRIBUCIONES					
Puede aprobar y desaprobar cualquier documento e informe que llegase a manejar y que por ende tenga a su disponibilidad aceptar o cancelar cualquier actividad, tarea, proceso y función, además puede tomar decisiones independientemente, se encarga de contratar y firmar contratos, convenios y documentos político, legales, económicos que se requieren para el funcionamiento de la hostería.					
RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS	MATERIALES	OTROS		
Informática	Computadora	Papelería	-		
Software	Calculadora	-	-		
Internet	Fax teléfono	-	-		
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:	Mínimo cinco años en cargos similares				
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	100%	ESCRITO (%)	100%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	

30 Años	Soltero / Casado	Masculino / Femenino	09H00 – 17H00
---------	------------------	----------------------	---------------

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Jefe del Departamento de Contabilidad

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	CÓDIGO:	1.1.1
		FECHA:	24/05/2011

IDENTIFICACIÓN GENERAL					
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO				NRO.
No Aplica	Jefe del Departamento de Contabilidad				No Aplica
UBICACIÓN			GRUPO OCUPACIONAL:		Jefatura
MACROPROCESO		PROCESO		SUBPROCESO	
		X			
REPORTA A:	Gerente General	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL:	2
MISIÓN DEL PUESTO					
<p>Verificar y controlar los movimientos financieros, económicos, políticos y legales que en toda empresa legalmente constituida debe poseer para su correcto y normal funcionamiento en todas sus actividades que realice el HosteríaAgroturística determinando la rentabilidad que genera el Hostería mediante la venta de sus productos y servicios, además de cumplir con las leyes tributarias y político legales que constan en la constitución del país. Dirige el proceso contable de la empresa, de tal forma que se cuente con información veraz y confiable. Elabora y hace análisis de los estados financieros básicos y ajustes correspondientes. Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de producción.</p>					

RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES		
PUESTO	¿QUÉ HACE?	¿PARA QUÉ LO HACE?
Asistente de Contabilidad	Ayuda con todos aquellos documentos pendientes que por falta de tiempo el jefe no puede completarlos	Para llevar un orden y cumplimiento de las tareas que se realizan en el departamento

RELACIONES INTERNAS		
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Gerente General	Informar sobre los estados financieros y sobre la situación económica del hostería, si hay ganancias o pérdidas y la justificación de las mismas llegando a la toma de decisiones rápida y efectiva
2	Jefe del Dpto. de Recursos Humanos	Dar a conocer la nómina del personal, las sanciones, multas, descuentos, bonificaciones que deban ser aplicadas al personal, haciendo cumplir el reglamento interno
3	Jefe del Dpto. de Habitaciones	Dar a conocer sobre alguna necesidad que pase y deba ser solucionada económicamente, y que a la disposición del jefe de contabilidad tenga bien solucionarlo
4	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas	Dar a conocer sobre el presupuesto con el que se cuenta para el manejo de los suministros

		que se emplearán para la elaboración de los platos.
--	--	---

RELACIONES EXTERNAS

NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Empresas Privadas	Facilitar las instalaciones del hostería para que se realicen congresos, eventos, seminarios, charlas motivacionales, cenas, reuniones de negocios o sociales
2	Colchones Chaide&Chaide	Proveer de colchones para las camas de todas las habitaciones del hostería
3	Decoraciones Carolina	Proveer de utilería en cuanto a decoraciones para las habitaciones del hostería (Cortinas, sábanas, almohadas)
4	Almacenes la Ganga	Proveer de material electrónico y tecnología y ofrecerlos como servicio al huésped que se aloje en el hostería (Televisión, minicomponentes, computadoras, refrigeradoras, DVD)
5	Electromecánica (Acerías)	Proveer de estructuras metálicas tales como lavaplatos, cocinas industriales, refrigeradoras industriales, congeladoras.
6	Mueblería Palito	Proveer de muebles y decoraciones hechas y talladas en madera que servirán para la readecuación y renovación de las instalaciones del hostería
7	Mercado Santa María	Abastecer con diferentes productos alimenticios que posteriormente serán procesados y se ofertarán al huésped
8	Supermaxi	Proveer de insumos, materiales e instrumentos que se necesiten en cualquiera de los departamentos del hostería
9	Pronaca	Proveer de productos cárnicos para la elaboración de los diferentes platos que se realizan en la cocina
10	Frutería Margarita	Abastecer de frutas, verduras y legumbres que de igual manera serán utilizados para la elaboración de los platos
11	Palmolive	Proveer de utensilios de aseo que serán distribuidos en las habitaciones del hostería para uso de los huéspedes
12	Kiwi	Proveer de diferentes materiales para mantenimiento
13	Bancos (Pichincha y Guayaquil)	Efectuar cheques y depósitos a los empleados que laboran en el Hostería
14	Servipagos	Pagar y cancelar distintos valores por los servicios públicos, además de servicios tales como tv cable e internet
15	Servicio de Rentas Internas	Cancelar los Impuestos y presentar los formularios de los movimientos económicos del hostería

MAPA FUNCIONAL

NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Elabora y presenta los Estados Financieros y prepara también los presupuestos y estadísticas necesarias, además de planificar, dirigir, controlar, promover, incentivar, administrar las diferentes actividades y tareas que	Para controlar todos los gastos, ingresos y egresos de dinero, presentando las debidas justificaciones, solucionando las deficiencias en cualquier actividad o tarea que se presenten y que a la vez requieran de un valor monetario, esto	No Aplica

	se realizan tanto de manera interna como externa en el HosteríaAgroturística para ello manejando los diferentes métodos en tecnología	contribuye de manera importante para la toma oportuna de decisiones y la ejecución inmediata de las mismas				
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Elabora los Estados Financieros	No Especifica		X		C/A
2	Verifica los ejercicios y movimientos económicos del hostería	No Especifica	X			C/A
3	Elabora los pagos a proveedores y empleados	No Especifica	X			C/M
4	Cancela los valores por motivo de impuestos	No Especifica	X			C/M
5	Elabora informes sobre todos los movimientos contables de la empresa	No Especifica		X		-
6	Realiza los respectivos análisis financieros para la toma de decisiones	No Especifica	X			C/M
7	Soluciona cualquier inconveniente que se presente y que se requiriera de dinero	No Especifica		X		-
COMPETENCIAS REQUERIDAS						
COMPETENCIAS BÁSICAS						
NIVEL			ESPECIALIZACIÓN / CARRERA			
PRIMARIO			Completa			
SECUNDARIO			Completa			
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)			Completa			
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)			Completa			
POSTGRADO			Administración de Empresas			
OTROS			Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Seminario de Tributación Seminario de Economía Seminario de Finanzas Cursos de Computación Manejo de Internet			
COMPETENCIAS GENÉRICAS						
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL				
		A	M	B		
Madurez y control de sus impulsos emocionales, con adecuados niveles de tolerancia ante la frustración; seguridad en sí mismo.	Estabilidad Emocional	X				
Capacidad de enfrentarse a situaciones nuevas	Adaptación al Cambio	X				
Comunicación, coordinación e interacción con el personal de la empresa	Trabajo en Equipo	X				

Sigue las normas y políticas establecidas por la empresa		Ética	X		
COMPETENCIAS TÉCNICAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Conocimiento y destreza para manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, PowerPoint; así como para el manejo de Internet- Intranet, entre otros	Habilidad Tecnológica	X			
Elaboración y presenta informes, documentos internos y/o externos y todo aquello que se necesite para su gestión.	Informes para Toma de decisiones	X			
Habilidad y destrezas para el cálculo de costos de producción, su análisis y presentación.	Cálculo y Análisis de Costos	X			
Conocimiento teórico práctico en legislación	Tributaria	X			
Capacidad para determinar de forma eficaz fases, etapas, metas y prioridades para la consecución de objetivos, por medio del desarrollo de planes de acción.	Planificación y Control	X			
OTRAS COMPETENCIAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Negociación con personas ajenas a la empresa	Buena Presencia	X			
RESPONSABILIDADES			B	M	A
EQUIPOS: Computadora, calculadoras, fax, teléfono					X
PERSONAS: Administración y coordinación del personal de jefatura y operativo					X
ECONÓMICOS: Elaboración, control, verificación y presentación de estados financieros e informes económicos que tiene el hostería					X
TOMA DE DECISIONES: A nivel gerencial, empresarial, organizacional y personal					X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos financieros, facturas, cheques					X
ATRIBUCIONES					
Se encarga de firmar, autorizar, informar y archivar los movimientos de dinero de la empresa					
RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS	MATERIALES	OTROS		
Informática	Documentos Contables	Computadora	-		
Software	Formularios de Impuestos	Calculadora	-		
Internet	Facturas, recibos, pagares	-	-		
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:		Tres años trabajando en cargos similares			
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	60%	ESCRITO (%)	60%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	

27 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino	09H00 – 17H00
---------	------------------	----------------------	---------------

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Jefe del Departamento de Recursos Humanos

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		CÓDIGO:	1.1.2
			FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL				
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO			NRO.
No Aplica	Jefe del Departamento de Recursos Humanos			No Aplica
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:	Jefatura	
MACROPROCESO	PROCESO		SUBPROCESO	
	X			
REPORTA A:	Gerente General	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL: 2
MISIÓN DEL PUESTO				
Se encarga de la planificación, reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, sueldos, seguridad, sanciones y cumplimiento de las actividades, tareas, procesos, normas y políticas que se ejecutan dentro del Hostería para mejorar el rendimiento de las actividades y tareas que se realizan, para ello aplicando los procesos indicados para la incorporación de personal apto y calificado para ejecutar un cargo				
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES				
PUESTO	¿QUÉ HACE?		¿PARA QUÉ LO HACE?	
Asistente de Recursos Humanos	Ayuda con todos aquellos documentos pendientes que por falta de tiempo el jefe no puede completarlos o elaborarlos		Para llevar un orden y cumplimiento de las tareas que se realizan en el departamento	
RELACIONES INTERNAS				
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Gerente General		Informar sobre cualquier proceso que se incorpora en el hostería, además de presentar informes sobre los empleados y los candidatos a un cargo mediante la contratación	
2	Jefe del Dpto. de Contabilidad		Conocer los procesos del manejo del personal y el cumplimiento de las normas y políticas, para la aplicación de sanciones, multas, descuentos, bonificaciones o adelantos en los pagos o en cualquier caso emergente	
3	Jefe del Dpto. de Habitaciones		Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes en cuanto a la deficiencia o problemas que puedan presentarse en el servicio y producto otorgado	
4	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas		Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes para posteriormente corregir o solucionar las deficiencias existentes	
RELACIONES EXTERNAS				

NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Empresas Privadas	Facilitar las instalaciones de la hostería para que se realicen congresos, eventos, seminarios, charlas motivacionales, cenas, reuniones de negocios o sociales
2	Colchones Chaide & Chaide	Proveer de colchones para las camas de todas las habitaciones del hostería
3	Decoraciones Carolina	Proveer de utilería en cuanto a decoraciones para las habitaciones del hostería (Cortinas, sábanas, almohadas)
4	Almacenes la Ganga	Proveer de material electrónico y tecnología y ofrecerlos como servicio al huésped que se aloje en el hostería (Televisión, minicomponentes, computadoras, refrigeradoras, DVD)
5	Electromecánica (Acerías)	Proveer de estructuras metálicas tales como lavaplatos, cocinas industriales, refrigeradoras industriales, congeladoras.
6	Mueblería Palito	Proveer de muebles y decoraciones hechas y talladas en madera que servirán para la readecuación y renovación de las instalaciones del hostería
7	Mercado Santa María	Abastecer con diferentes productos alimenticios que posteriormente serán procesados y se ofertarán al huésped
8	Supermaxi	Proveer de insumos, materiales e instrumentos que se necesitan en cualquiera de los departamentos del hostería
9	Pronaca	Proveer de productos cárnicos para la elaboración de los diferentes platos que se realizan en la cocina
10	Frutería Margarita	Abastecer de frutas, verduras y legumbres que de igual manera serán utilizados para la elaboración de los platos
11	Palmolive	Proveer de utensilios de aseo que serán distribuidos en las habitaciones del hostería para uso de los huéspedes
12	Kiwi	Proveer de diferentes materiales para mantenimiento
13	SECAP	Capacitar al personal tanto directivo como de jefatura en la ejecución de tareas intelectuales que a su cargo tienen
14	Empresas de Capacitación	Capacitar y mejorar al personal operativo sobre las funciones a realizar en las diferentes áreas del hostería

MAPA FUNCIONAL

NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Se encarga de la planificación, reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, sueldos, seguridad, sanciones y cumplimiento de las actividades, tareas, procesos, normas y políticas que se ejecutan dentro del Hostería Agroturística	Para mejorar el rendimiento de las actividades y tareas que se realizan dentro del Hostería Agroturística, para ello aplicando los procesos indicados para la incorporación de personal apto y calificado para ejecutar un cargo y el desenvolvimiento del mismo aplicado en el funcionamiento laboral		X		-
1	Da la información necesaria al nuevo trabajador y realiza las actividades	No Especifica		X		-

	relativas a la contratación.					
2	Está pendiente de las fechas de terminación de los contratos de trabajo.	No Especifica		X		-
3	Supervisa los salarios de acuerdo con lo establecido por la ley.	No Especifica	X			-
4	Evalúa el actuar de cada trabajador según sus responsabilidades.	No Especifica	X			-
5	Promueve incentivos adicionales al sueldo.	No Especifica		X		-
6	Controla asistencias, faltas, permisos, suspensiones y vacaciones de cada empleado.	No Especifica	X			-
7	Promueve las buenas relaciones internas entre los empleados.	No Especifica	X			-
8	Integra y actualiza los expedientes	No Especifica		X		-

COMPETENCIAS REQUERIDAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

NIVEL	ESPECIALIZACIÓN / CARRERA
PRIMARIO	Completa
SECUNDARIO	Completa
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)	Completa
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)	Completa
POSTGRADO	Gestión del Talento Humano (Psicología)
OTROS	Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios

COMPETENCIAS GENÉRICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Brinda información al empleado	Información y Documentación		X	
Promueve incentivos a los empleados	Motivación		X	
Promueve las buenas relaciones dentro de la hostería	Buena Comunicación		X	

COMPETENCIAS TÉCNICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Está pendiente de la finalización de contratos	Planificación y Organización		X	
Supervisión de Salarios y/o sueldos	Tesorería y Finanzas		X	
Evalúa conductas de los empleados	Control del Personal		X	
Controla reglamento interno de la empresa	Ética y responsabilidad		X	
Actualiza e integra documentos e información	Planificación de información		X	

OTRAS COMPETENCIAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL
---------------------	--------------	-------

Negociación con personas que laboran internamente y personas ajenas a la empresa		Buena Presencia	A	M	B
RESPONSABILIDADES			B	M	A
EQUIPOS: Computadora, calculadoras, fax, teléfono					X
PERSONAS: Administración del personal de jefatura y operativo					X
ECONÓMICOS: Presentación de sanciones, multas, descuentos, bonificaciones, adelantos, liquidaciones.					X
TOMA DE DECISIONES: A nivel gerencial, empresarial, organizacional y personal					X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Currículos, contactos de proveedores, base de datos					X
ATRIBUCIONES					
Se encarga de elaborar exámenes, entrevistas, además de aplicar procesos para el reclutamiento, selección, contratación, e inducción del personal nuevo que se integra, también se encarga de hacer cumplir el reglamento interno de la empresa y dependiendo de este, está facultado para premiar o sancionar a quienes no cumplan con sus obligaciones					
RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS		MATERIALES		OTROS
Informática	Carpetas (Currículos)		Computadora		-
Software	-		Archivadores		-
Internet	-		-		-
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:		Cinco Años en cargos similares al puesto			
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	60%	ESCRITO (%)	60%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	
27 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Jefe del Departamento de Habitaciones

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	CÓDIGO:	1.1.3
		FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL			
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO	NRO.	
No Aplica	Jefe del Departamento de Habitaciones	No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:	Jefatura
MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	
	X		
REPORTA A:	Gerente General	REMUNERACIÓN:	Acordar
		NIVEL:	2
MISIÓN			
Se encarga de la organización, ordenamiento, distribución, delegación de tareas, funciones, procesos a desarrollarse de manera manual u operativa en las diferentes instalaciones del HosteríaAgroturística, para brindar una buena imagen además de un servicio y producto de calidad que garantice la satisfacción de la necesidad de los clientes o huéspedes			
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES			
PUESTO	¿QUÉ HACE?	¿PARA QUÉ LO HACE?	
Recepcionista	Recibe, atiende, reserva y ayuda con información necesaria a los clientes y huéspedes	Para que los huéspedes conozcan más sobre los servicios, productos y precios del hostería y que a la vez si ellos desean puedan acceder a los mismos	
Ama de Llaves	Organiza, ordena, limpia, verifica y controla que todas las habitaciones del hostería estén en perfectas condiciones	Para brindar una mejor imagen del hostería con respecto a los huéspedes	
Botones	Ordena, limpia, ayuda con el equipaje y se encarga del mantenimiento de las diferentes áreas del hostería	Para que no exista ninguna deficiencia en cada área y el servicio y producto este siempre presente	
RELACIONES INTERNAS			
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Gerente General	Dar a conocer sobre las actividades que se realizan en la parte operativa del hostería (Habitaciones)	
2	Jefe del Dpto. de Contabilidad	Aprobar diversos pedidos en cuanto a material e insumos para las habitaciones que fuesen necesario implantar o innovar	
3	Jefe del Dpto. de Recursos Humanos	Informar sobre el cumplimiento o no en las diferentes obligaciones del personal y conforme al reglamento premiar o sancionar	
4	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas	Coordinar sobre diferentes eventos que puedan suscitarse en las instalaciones y que a	

	la vez requieran de la preparación de comestibles a ofrecer a los huéspedes
--	---

RELACIONES EXTERNAS		
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Empresas Privadas	Facilitar las instalaciones del hostería para que se realicen congresos, eventos, seminarios, charlas motivacionales, cenas, reuniones de negocios o sociales
2	Colchones Chaide&Chaide	Proveer de colchones para las camas de todas las habitaciones del hostería
3	Decoraciones Carolina	Proveer de utilería en cuanto a decoraciones para las habitaciones del hostería (Cortinas, sábanas, almohadas)
4	Almacenes la Ganga	Proveer de material electrónico y tecnología y ofrecerlos como servicio al huésped que se aloje en el hostería (Televisión, minicomponentes, computadoras, refrigeradoras, DVD)
5	Electromecánica (Acerías)	Proveer de estructuras metálicas tales como lavaplatos, cocinas industriales, refrigeradoras industriales, congeladoras.
6	Mueblería Palito	Proveer de muebles y decoraciones hechas y talladas en madera que servirán para la readecuación y renovación de las instalaciones del hostería
7	Mercado Santa María	Abastecer con diferentes productos alimenticios que posteriormente serán procesados y se ofertarán al huésped
8	Supermaxi	Proveer de insumos, materiales e instrumentos que se necesiten en cualquiera de los departamentos del hostería
9	Palmolive	Proveer de utensilios de aseo que serán distribuidos en las habitaciones del hostería para uso de los huéspedes
10	Kiwi	Proveer de diferentes materiales para mantenimiento

MAPA FUNCIONAL			
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Organiza, ordena, distribuye las tareas, funciones y procesos a desarrollarse de manera manual u operativa en las diferentes instalaciones (Habitaciones y Áreas) del HosteríaAgroturística	Para brindar una buena imagen, al tener habitaciones e instalaciones que brindan confort y descanso además de un buen servicio y producto de calidad que garantice la satisfacción de la necesidad de los clientes o huéspedes	No Aplica


NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Supervisa que el servicio al cliente de los empleados a su cargo sea el correcto.	No Especifica	X			-
2	Supervisa la contratación y el entrenamiento del personal.	No Especifica		X		-
3	Coordina, junto con los recepcionistas y los botones, la entrada de grupos.	No Especifica		X		-
4	Analiza los estados mensuales de	No Especifica		X		-

	ingresos como de egresos.						
5	Autoriza las órdenes de compra de suministros y artículos generales.	No Especifica		X		-	
6	Realiza revisiones periódicas de todas las áreas de la hostería.	No Especifica		X		-	
7	Coordina los programas de capacitación y adiestramiento de su personal.	No Especifica		X		-	
8	Atiende las quejas de los huéspedes hasta su solución.	No Especifica		X		-	
COMPETENCIAS REQUERIDAS							
COMPETENCIAS BÁSICAS							
NIVEL			ESPECIALIZACIÓN / CARRERA				
PRIMARIO			Completa				
SECUNDARIO			Completa				
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)			Completa				
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)			Completa				
POSTGRADO			Administración Hostería				
OTROS			Seminario de la Cámara de Turismo de Quito Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Cursos de Computación e Internet				
COMPETENCIAS GENÉRICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Supervisa el servicio al Cliente		Orientación al Servicio al Cliente				X	
Coordina con las demás áreas de la hostería		Buena Comunicación				X	
Coordina programas de capacitación		Motivación y Comunicación				X	
Atiende y soluciona las quejas de los clientes		Orientación al Servicio al Cliente				X	
COMPETENCIAS TÉCNICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Supervisa la contratación y capacitación		Comunicación interna, clima y cultura organizacional				X	
Analiza los Estados de Ingresos y Egresos		Tesorería y Finanzas				X	
Autoriza cualquier operación estrechamente asociada a su área		Planificación y Organización				X	
Supervisa las instalaciones de la hostería		Control				X	
OTRAS COMPETENCIAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B

Soluciona problemas y negocia con personas tanto internas como externas		Buena Imagen			X	
RESPONSABILIDADES				B	M	A
EQUIPOS: Computadora, fax, teléfono					X	
PERSONAS: Administración del personal operativo						X
ECONÓMICOS: Aprobación de materiales e insumos necesarios					X	
TOMA DE DECISIONES: A nivel gerencial, empresarial, organizacional y personal						X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Ninguno en especial				X		
ATRIBUCIONES						
Se encarga de velar por el orden, limpieza y organización de las diversas instalaciones del Hostería, para ello supervisando la contratación, capacitación e inducción del nuevo personal, además tiene a su disposición controlar, incentivar y sancionar al personal en caso de que este no cumpla con lo establecido en el reglamento interno de la empresa, notificando siempre al jefe del departamento de recursos humanos lo acontecido con el personal						
RECURSOS UTILIZADOS						
TECNOLOGÍA		HERRAMIENTAS		MATERIALES		OTROS
Informática		Registros e Inventarios		Computadora		-
Software		-		-		-
Internet		-		-		-
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO						
EXPERIENCIA:		Cinco años en cargos similares al puesto				
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	80%	ESCRITO (%)	80%	
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS		
27 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Recepcionista

		FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		CÓDIGO:	1.1.3.1
				FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL					
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO			NRO.	
No Aplica	Recepcionista			No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:		Operativo	
MACROPROCESO		PROCESO		SUBPROCESO	
				X	
REPORTA A:	J. de Habitaciones	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL:	3
MISIÓN DEL PUESTO					
<p>Recibe, atiende e informa sobre los diferentes servicios, productos y precios que el HosteríaAgroturística ofrece a sus clientes, además realizar las reservas que los huéspedes soliciten para su posterior estancia verificando las confirmaciones de las mismas reservas y coordinando con el Jefe de Habitaciones y los jefes de los demás departamentos sobre las diferentes operaciones, actividades y tareas a realizar siempre y cuando el huésped lo solicite</p>					
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES					
PUESTO	¿QUÉ HACE?		¿PARA QUÉ LO HACE?		
Ama de Llaves	Organiza, ordena, limpia, verifica y controla que todas las habitaciones del hostería estén en perfectas condiciones, coordina con la recepcionista sobre cualquier evento u servicio que el huésped necesitare		Para verificar la disponibilidad en las habitaciones y preparando todos los insumos y cualquier servicio o producto adicional que el huésped haya solicitado tras su previa reservación		
Botones	Ordena, limpia, ayuda con el equipaje y se encarga del mantenimiento de las diferentes áreas del hostería a su vez coordina con la recepcionista y ama de llaves las diferentes tareas a cumplir		Para que no exista ninguna deficiencia en cada área y el servicio y producto este siempre presente y listo a ser utilizado por los huéspedes		
RELACIONES INTERNAS					
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)		
1	Jefe del Dpto. de Habitaciones		Informar sobre cualquier eventualidad, coordinando las diferentes actividades y tareas a realizar en el hostería		
2	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas		Coordinar aspectos en cuanto a la alimentación, es decir, en caso de que los huéspedes soliciten los diferentes tipos de desayunos, almuerzos y/o cenas que sean de preferencia de los mismos		
RELACIONES EXTERNAS					
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)		

1	Clientes y/o Huéspedes	Para brindar información que el cliente y/o huésped necesite, además para ayudar con reservaciones y otros servicios que el hostería ofrece
---	------------------------	---

MAPA FUNCIONAL

NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Reservar, recibir, atender e informar sobre los servicios, productos y precios que en el HosteríaAgroturística se ofrecen	Para responder las diferentes inquietudes de los clientes, además de coordinar con los huéspedes sobre algún servicio o producto que necesitasen	No Aplica

NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Conoce todo el Hostería, incluyendo la localización de cuartos y sus precios.	No Especifica	X			-
2	Conoce todos los servicios que el Hostería ofrece.	No Especifica	X			-
3	Conoce los lugares turísticos de la ciudad.	No Especifica	X			-
4	Conoce todos los suministros que tiene un cuarto.	No Especifica	X			-
5	Asigna cuartos según reservaciones.	No Especifica	X			-
6	Verifica reportes de Ama de Llaves.	No Especifica		X		-
7	Registra y maneja la entrada de grupos al hostería.	No Especifica	X			-
8	Recibe solicitudes de cambios o cancelaciones de reservaciones.	No Especifica	X			-

COMPETENCIAS REQUERIDAS

COMPETENCIAS BÁSICAS	
NIVEL	ESPECIALIZACIÓN / CARRERA
PRIMARIO	Completa
SECUNDARIO	Completa
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)	Completa
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)	Completa
POSTGRADO	
OTROS	Seminario de Primeros Auxilios Cursos de Computación e Internet

COMPETENCIAS GENÉRICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Brinda información al cliente y/o huésped sobre los diversos servicios que el hostería ofrece	Buena Comunicación		X	
Atiende con respeto, cordialidad, amabilidad	Valores		X	

COMPETENCIAS TÉCNICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL
---------------------	--------------	-------

		A	M	B		
Conoce todo lo referente a servicios, precios, suministros de habitaciones del hostería y lugares de la ciudad	Memorización		X			
Asigna y reserva habitaciones mediante los diversos medios de comunicación	Capacidad Auditiva		X			
Revisa y verifica reportes de alojamiento y asistencia	Documentos e Información		X			
Confirma y/o cancela reservaciones	Toma de decisiones		X			
OTRAS COMPETENCIAS						
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL				
		A	M	B		
Presentación física y personal ante los clientes y/o huéspedes	Buena Imagen	X				
RESPONSABILIDADES				B	M	A
EQUIPOS: Computadora, calculadoras, fax, teléfono					X	
PERSONAS: Coordina con Jefe de Habitaciones y el Jefe de Comestibles y bebidas					X	
ECONÓMICOS: Elabora las facturas, documentos de registro del huésped e informes						X
TOMA DE DECISIONES: A nivel organizacional						X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos contables						X
ATRIBUCIONES						
Recibe y atiende a los clientes y/o huéspedes, ayuda y brinda información necesaria						
RECURSOS UTILIZADOS						
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS		MATERIALES	OTROS		
Informática	Facturas		Computadora	-		
Software	Registros de Asistencia		Calculadora	-		
Internet	Llaves de Habitaciones		Racks de Reserva	-		
-	Control Remoto de Tv.		-	-		
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO						
EXPERIENCIA:		Mínimo dos años en cargos similares al puesto				
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	80%	ESCRITO (%)	80%	
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS		
25 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00 Turnos Rotativos		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Ama de Llaves


		FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		CÓDIGO:	1.1.3.2
				FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL					
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO			NRO.	
No Aplica	Ama de Llaves			No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:		Operativo	
MACROPROCESO		PROCESO		SUBPROCESO	
				X	
REPORTA A:	J. de Habitaciones	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL:	3
MISIÓN DEL PUESTO					
Mantener la limpieza total y verificar la disponibilidad de las habitaciones para que puedan ser utilizadas por los huéspedes que arribasen alahostería.					
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES					
PUESTO	¿QUÉ HACE?		¿PARA QUÉ LO HACE?		
Botones	Limpia y mantiene el correcto funcionamiento de las diferentes áreas del Hostería coordinando con ama de llaves sobre cualquier eventualidad que se presente y que requiera de su ayuda.		Para brindar una mejor imagen en cuanto a las instalaciones y áreas del hostería, haciendo que la estancia de los clientes o huéspedes sea tranquila		
RELACIONES INTERNAS					
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)		
1	Jefe del Dpto. de Habitaciones		Coordinar sobre cualquier suministro o insumo que se necesite para mantener la limpieza y el orden dentro de las instalaciones del hostería		
2	Recepcionista		Solucionar cualquier eventualidad que se pudiese presentar en las diversa áreas del hostería		
3	Botones		Colaborar realizando las actividades y tareas que en caso de ser necesario se emplease a ejecutarlas de manera inmediata		
RELACIONES EXTERNAS					
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)		
1	Clientes y/o Huéspedes		Para contribuir con cualquier servicio adicional que el huésped requiera en la habitación, además atender y solucionar problemas que pueden ocurrir en las habitaciones, abasteciendo de suministros necesarios para su correcto funcionamiento		

MAPA FUNCIONAL							
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR				
1	Limpiar y mantener las diferentes áreas del Hostería verificando y coordinando la disponibilidad de las habitaciones	Para ser usadas por los huéspedes que arribasen al hostería	No Aplica				
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO	
			PEM	PER	OCA		
1	Solicita al personal de mantenimiento la ejecución de obras en áreas de su responsabilidad.	No Especifica		X		-	
2	Supervisa los periodos de vida de los suministros usados.	No Especifica	X			-	
3	Tocar la puerta antes de entrar.	No Especifica	X			-	
4	Dejar la puerta abierta.	No Especifica	X			-	
5	Apagar los artefactos eléctricos que estén encendidos sin necesidad.	No Especifica	X			-	
6	Sacar la basura del cuarto y del baño, y regresar con los suministros de limpieza y amenities necesarios.	No Especifica	X			-	
7	Verificar que la puerta de la habitación quede debidamente cerrada.	No Especifica	X			-	
8	Anotar en su reporte el estado del cuarto (vacío y limpio, ocupado, etc.).	No Especifica	X			-	
COMPETENCIAS REQUERIDAS							
COMPETENCIAS BÁSICAS							
NIVEL			ESPECIALIZACIÓN / CARRERA				
PRIMARIO			Completa				
SECUNDARIO			Completa				
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)			Completa				
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)			Completa				
POSTGRADO			-				
OTROS			Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Cursos de Computación e Internet				
COMPETENCIAS GENÉRICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Solicita mantenimiento ante cualquier eventualidad		Coordinación y Comunicación				X	
Informa sobre el desabastecimiento y abastecimiento de suministros y utilería		Gestión de Conflictos mediante la Comunicación				X	
COMPETENCIAS TÉCNICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		

		A	M	B	
Supervisa los suministros en las habitaciones	Control		X		
Elabora inventario de los suministros y amenities	Planificación y Organización		X		
Sigue todo el proceso de ama de llaves (Desde que ingresa a la habitación, procesa, ordena hasta cuando sale de la habitación)	Responsabilidad en sus tareas		X		
Realiza un reporte sobre el estado de la habitación	Documentos e Información		X		
OTRAS COMPETENCIAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Atiende y soluciona problemas con el cliente y/o huésped	Buena Imagen		X		
RESPONSABILIDADES		B	M	A	
EQUIPOS: Materiales e insumos de aseo				X	
PERSONAS: Ninguna en especial		X			
ECONÓMICOS: Nada en especial		X			
TOMA DE DECISIONES: A nivel personal		X			
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos (Lista de insumos e inventarios)				X	
ATRIBUCIONES					
Se encarga de ordenar, organizar, limpiar y arreglar las habitaciones del hostería, abasteciéndolas de suministros, amenities y utilería necesaria para el uso de los clientes y/o huéspedes					
RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS	MATERIALES	OTROS		
-	Registros de Alojamiento y Disponibilidad	Insumos y Materiales de Aseo	-		
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:	Mínimo dos años trabajando en cargos similares al puesto				
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	80%	ESCRITO (%)	80%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	
25 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00 Turnos Rotativos	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Botones y Limpieza y Mantenimiento

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	CÓDIGO:	1.1.3.3
		FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL			
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO	NRO.	
No Aplica	Botones	No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:	Operativo
MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	
		X	
REPORTA A:	J. de Habitaciones	REMUNERACIÓN:	Acorde
		NIVEL:	3
MISIÓN DEL PUESTO			
Limpiar y mantener el correcto funcionamiento de las diferentes instalaciones y áreas de la Hostería.			
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES			
PUESTO	¿QUÉ HACE?	¿PARA QUÉ LO HACE?	
-	-	-	
RELACIONES INTERNAS			
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Jefe del Dpto. de Habitaciones	Establecer los lineamientos para la recepción y atención de los clientes.	
2	Recepcionista	En coordinación, brindar la mejor recepción e información que los clientes requieran.	
3	Ama de Llaves	Coordinar sobre cualquier problema que se suscite y que se requiera de ayuda	
RELACIONES EXTERNAS			
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Clientes y/o Huéspedes	Ayudar en todo lo que requiera el huésped, tales como colaborar con el equipaje, brindar información oportuna, solucionar problemas que se presenten dentro de las habitaciones en caso de alguna falla material o física	
MAPA FUNCIONAL			
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Limpiar y mantener el correcto funcionamiento de las diferentes instalaciones y áreas del Hostería.	Para brindar una mejor imagen en cuanto a las instalaciones y áreas del hostería, haciendo que la estancia de los clientes o huéspedes sea tranquila	No Aplica
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA
			TIEMPO

			PEM	PER	OCA	
1	Es el responsable de dar la bienvenida y despedida al cliente.	No Especifica	X			-
2	Cuando el huésped entra, lo ayuda con su equipaje hasta la habitación, acomodando debidamente el equipaje.	No Especifica	X			-
3	Conoce y promueve los servicios del Hostería.	No Especifica		X		-
4	Ayuda con la seguridad, reportando la entrada de personas no gratas o cualquier anomalía.	No Especifica	X			-
5	Informa los comentarios de los clientes (positivos o negativos) respecto del servicio, al recepcionista.	No Especifica		X		-
6	Ayuda a los clientes que llegan con paquetes o algún material pesado.	No Especifica	X			-
7	Consigue taxis a los huéspedes en caso de que se lo soliciten.	No Especifica	X			-
8	Mantiene la limpieza de las habitaciones y las diferentes áreas de la hostería	No Especifica			X	-

COMPETENCIAS REQUERIDAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

NIVEL	ESPECIALIZACIÓN / CARRERA
PRIMARIO	Completa
SECUNDARIO	Completa
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)	Completa
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)	Completa
OTROS	Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Cursos de Computación e Internet

COMPETENCIAS GENÉRICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Recibe y despide al cliente y/o huésped	Valores		X	
Atiende al cliente y/o huésped con cordialidad, respeto, amabilidad	Valores		X	
Colabora trasladando cosas de gran peso	Seguridad y Buen Estado Físico		X	

COMPETENCIAS TÉCNICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Ayuda con el equipaje y lo guía hasta la habitación	Responsabilidad en sus tareas		X	
Conoce y promueve los servicios del hostería	Memorización y Comunicación		X	

Ayuda con la seguridad del hostería	Gestión de Problemas		X		
Informa sobre quejas por parte de los huéspedes y/o clientes	Comunicación		X		
OTRAS COMPETENCIAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Contacto directo con el Cliente y/o Huésped	Buena Imagen	X			
RESPONSABILIDADES		B	M	A	
EQUIPOS: Materiales para el mantenimiento de las diversas instalaciones del hostería			X		
PERSONAS: Ninguna en especial		X			
ECONÓMICOS: Ninguna en especial		X			
TOMA DE DECISIONES: Ninguna en especial		X			
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos e Inventarios de las herramientas				X	
ATRIBUCIONES					
Se encarga de ayudar, colaborar y solucionar cualquier inconveniente que puede suscitarse en las instalaciones del hostería					
RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS	MATERIALES	OTROS		
	Material de Reparaciones	Insumos de Aseo			
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:	Dos años trabajando en cargos similares al puesto				
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	40%	ESCRITO (%)	40%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	
25 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Jefe del Departamento de Comestibles y Bebidas

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	CÓDIGO:	1.1.4
		FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL			
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO	NRO.	
No Aplica	Jefe del Departamento de Comestibles y Bebidas	No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:	Jefatura
MACROPROCESO	PROCESO	SUBPROCESO	
	X		
REPORTA A:	Gerente General	REMUNERACIÓN:	Acordar
		NIVEL:	2
MISIÓN DEL PUESTO			
Es responsable de la planeación y coordinación del servicio y la venta de alimentos y bebidas del restaurante mediante la aplicación de políticas, procedimientos y estándares de calidad, así como supervisar la operación y productividad del mismo.			
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES			
PUESTO	¿QUÉ HACE?	¿PARA QUÉ LO HACE?	
Cajero	Se encarga de receptor el dinero a cambio del producto y/o servicio entregado a los clientes	Para obtener utilidad por el servicio y/o producto entregado al cliente, genera la rentabilidad	
Chef	Se encarga de coordinar, organizar, planificar, elaborar, decorar y presentar los platos para los comensales	Para satisfacer las necesidades gastronómicas de los comensales ofreciendo una amplia gama de platos típicos e internacionales	
Ayudante de Chef	Colabora en cualquier actividad y/o tarea que le sea encomendada en las diversas labores de la cocina	Para mejorar la productividad del área de cocina, haciendo más rápido la elaboración, transformación y presentación de los platos	
Posillero	Brinda un servicio cordial y respetuoso a los clientes, se encarga de servir los platos que han sido solicitados y a su vez de retirarlos de la mesa	Para mantener el orden en el salón, verifica que todo este correctamente limpio y a disposición para otro cliente	
RELACIONES INTERNAS			
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Jefe del Dpto. de Contabilidad	Verificar estados financieros y los movimientos económicos que posee el hostería	
2	Jefe del Dpto. de Recursos Humanos	Conocer los procesos del manejo del personal y el cumplimiento de las normas y políticas	
3	Jefe del Dpto. de Habitaciones	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes	
4	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes	

RELACIONES EXTERNAS		
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)
1	Empresas Privadas	Facilitar las instalaciones del hostería para que se realicen congresos, eventos, seminarios, charlas motivacionales, cenas, reuniones de negocios o sociales
2	Decoraciones Carolina	Proveer de utilería en cuanto a decoraciones para las habitaciones del hostería (Cortinas, sábanas, almohadas)
3	Almacenes la Ganga	Proveer de material electrónico y tecnología y ofrecerlos como servicio al huésped que se aloje en el hostería (Televisión, minicomponentes, computadoras, refrigeradoras, DVD)
4	Electromecánica (Acerías)	Proveer de estructuras metálicas tales como lavaplatos, cocinas industriales, refrigeradoras industriales, congeladoras.
5	Mueblería Palito	Proveer de muebles y decoraciones hechas y talladas en madera que servirán para la readecuación y renovación de las instalaciones del hostería
6	Mercado Santa María	Abastecer con diferentes productos alimenticios que posteriormente serán procesados y se ofertarán al huésped
7	Supermaxi	Proveer de insumos, materiales e instrumentos que se necesiten en cualquiera de los departamentos del hostería
8	Pronaca	Proveer de productos cárnicos para la elaboración de los diferentes platos que se realizan en la cocina
9	Frutería Margarita	Abastecer de frutas, verduras y legumbres que de igual manera serán utilizados para la elaboración de los platos
10	Palmolive	Proveer de utensilios de aseo que serán distribuidos en las habitaciones del hostería para uso de los huéspedes
11	Kiwi	Proveer de diferentes materiales para mantenimiento

MAPA FUNCIONAL			
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Es responsable de la planeación y coordinación del servicio y la venta de alimentos y bebidas del restaurante mediante la aplicación de políticas, procedimientos y estándares de calidad, así como supervisar la operación y productividad del mismo.	Para ofrecer una amplia gama de productos (Platos Típicos e Internacionales) en cuanto a las diferentes opciones gastronómicas que el hostería posee, tratando de cumplir con las exigencias de los clientes y/o huéspedes.	No Aplica

NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Estudia su presupuesto de negocios buscando superarlo	No Especifica		X		-
2	Controla los inventarios tanto de todo el equipo de operación (Área de Cocina)	No Especifica	X			-
3	Supervisa el correcto control de cheques de consumo y comandas de bebidas	No Especifica		X		-

4	Solicita a limpieza y mantenimiento los reportes sobre las condiciones en que se encuentra el equipo de operación y elabora los ordenes de trabajo necesarias	No Especifica		X		-
5	Actualiza la carta y contribuye junto con el chef en el cambio de la carta de alimentos	No Especifica		X		-
6	Verifica que la cocina esté lista a tiempo	No Especifica		X		-
7	Delega funciones al chef y lo supervisa	No Especifica		X		-
8	Hace juntas con todo el staff	No Especifica			X	-
9	Realiza cursos de capacitación	No Especifica			X	-
10	Soluciona problemas y quejas de clientes	No Especifica		X		-

COMPETENCIAS REQUERIDAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

NIVEL	ESPECIALIZACIÓN / CARRERA
PRIMARIO	Completa
SECUNDARIO	Completa
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)	Completa
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)	Completa
POSTGRADO	-
OTROS	Seminario de Restauración Seminario de Primeros Auxilios Seminario de Tributación Cursos de Computación Curso del Tratamiento y Manipulación de Alimentos


COMPETENCIAS GENÉRICAS

FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Coordina con todo el Staff de Cocina	Buena Comunicación		X	
Incentiva al Personal	Motivación		X	
Controla informes económicos, inventarios.	Documentación e Información		X	
Solicita mantenimiento en caso de detectar algún problema en el área de cocina	Gestión de Problemas		X	
Realiza y Coordina cursos de capacitación	Desarrollo de Conocimientos		X	
Atiende y soluciona cualquier problema con el cliente	Orientación al Servicio al Cliente		X	
Recibe, atiende y conversa con el personal y clientes	Valores		X	

COMPETENCIAS TÉCNICAS						
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL				
		A	M	B		
Verifica que las instalaciones se encuentren en perfecto estado para su funcionamiento	Supervisión y Control		X			
Planifica con el Chef sobre la Carta (Menús)	Organización y Coordinación		X			
Elabora promociones	Marketing y Explotación de Negocios		X			
Elabora planes para incrementar el rendimiento	Tesorería y Finanzas		X			
Elabora diversos planes de mejoramiento	Desarrollo de Proyectos		X			
OTRAS COMPETENCIAS						
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL				
		A	M	B		
Mantiene contacto con los clientes en caso de suscitarse algún problema	Buena Imagen	X				
RESPONSABILIDADES				B	M	A
EQUIPOS: Computadora, calculadoras, fax, teléfono					X	
PERSONAS: Administración del personal operativo (Área de Cocina)						X
ECONÓMICOS: Control y verificación de estados financieros e informes económicos						X
TOMA DE DECISIONES: A nivel gerencial, empresarial, organizacional y personal						X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos e informes económicos, contratos y convenios, además de documentos políticos legales						X
ATRIBUCIONES						
Se encarga de planificar, organizar, coordinar y organizar todas las actividades que se ejecutan en el área de cocina, tomando siempre en cuenta los parámetros a seguir en cuanto a manipulación y procesamiento de productos alimenticios, delega responsabilidad al chef, responde y soluciona cualquier problema con los clientes y/o personal laboral, además autoriza el despacho de dinero para la compra de insumos y materia prima, incentiva o sanciona al personal que no cumpla las normas y políticas establecidas en el reglamento interno de la empresa notificando siempre al jefe del departamento de Recursos Humanos para que se ejecuten las acciones correspondientes						
RECURSOS UTILIZADOS						
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS	MATERIALES	OTROS			
Informática	Facturas	Computadora	-			
Software	Recibos	Calculadora	-			
Internet	Comandas	-	-			
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO						
EXPERIENCIA:		Cinco años en cargos similares para el puesto				
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	80%	ESCRITO (%)	80%	
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS		
27 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cajero

		FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		CÓDIGO:	1.1.4.1
				FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL					
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO			NRO.	
No Aplica	Cajero			No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:		Personal Operativo	
MACROPROCESO		PROCESO		SUBPROCESO	
				X	
REPORTA A:	J. de C. & B.	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL:	3
MISIÓN DEL PUESTO					
<p>Recepta los valores monetarios entregados por los clientes y/o huéspedes, elaborando para ello informes sobre todo el producto vendido en el día e informando al Jefe del Departamento de Comestibles y Bebidas sobre el movimiento económico del restaurante</p>					
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES					
PUESTO	¿QUÉ HACE?		¿PARA QUÉ LO HACE?		
J. de C. & B.	Se encarga de la planificación, organización, distribución, ejecución y control de los suministros gastronómicos que el HosteríaAgroturística ofrece a sus clientes o huéspedes		Para ofrecer una gama de productos en cuanto a las diferentes opciones gastronómicas que el hostería posee, tratando de cumplir con las exigencias de los clientes		
Chef	Se encarga de coordinar, organizar, planificar, elaborar, decorar y presentar los platos para los comensales informando al Cajero sobre el precio total del producto		Para satisfacer las necesidades gastronómicas de los comensales ofreciendo una amplia gama de platos típicos e internacionales		
Ayudante de Chef	Colabora en cualquier actividad y/o tarea que le sea encomendada en las diversas labores de la cocina y coordina con el siempre y cuando esté ausente el chef		Para mejorar la productividad del área de cocina, haciendo más rápido la elaboración, transformación y presentación de los platos		
Posillero	Brinda un servicio cordial y respetuoso a los clientes, se encarga de servir los platos que han sido solicitados y a su vez de retirarlos de la mesa, coordinando cuando el cliente abandona el restaurante y cuando otro llega al mismo		Para mantener el orden en el salón, verifica que todo este correctamente limpio y a disposición para otro cliente trabajando conjuntamente		
RELACIONES INTERNAS					
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)		
1	Jefe del Dpto. de Contabilidad		Verificar estados financieros y los movimientos económicos que posee el hostería		
2	Jefe del Dpto. de Recursos Humanos		Conocer los procesos del manejo del personal		

		y el cumplimiento de las normas y políticas				
3	Jefe del Dpto. de Habitaciones	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes				
4	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes				
RELACIONES EXTERNAS						
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)				
1	Clientes y/o Huéspedes	Brindar un servicio y producto de calidad, los cuales satisfagan las necesidades gastronómicas de los comensales				
MAPA FUNCIONAL						
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR			
1	Se encarga de receiptar el dinero a cambio del producto y/o servicio entregado a los clientes	Para obtener utilidad por el servicio y/o producto entregado al cliente, genera la rentabilidad	No Aplica			
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Recibe el dinero entregado por los clientes a cambio del producto y/o servicio entregado	No Especifica	X			-
2	Elabora informes de caja (Flujo de Caja)	No Especifica	X			-
3	Registra todo lo vendido en el día	No Especifica	X			-
4	Informa de cualquier problema el Jefe del Departamento	No Especifica		X		-
5	Coordina con el Chef sobre el menú, lo que contiene y su precio final	No Especifica		X		-
6	Autoriza valores monetarios pequeños para cubrir imprevistos	No Especifica			X	-
COMPETENCIAS REQUERIDAS						
COMPETENCIAS BÁSICAS						
NIVEL			ESPECIALIZACIÓN / CARRERA			
PRIMARIO			Completa			
SECUNDARIO			Completa			
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)			Completa			
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)			Completa			
POSTGRADO			-			
OTROS			Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Seminario de Tributación			
COMPETENCIAS GENÉRICAS						
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS		NIVEL		
				A	M	B
Coordina con todo el staff de cocina		Buena Comunicación			X	

Mantiene el respeto y la cordialidad en el área	Valores		X	
Incentiva al personal del área respectiva	Motivación		X	
Soluciona problemas e inconvenientes	Gestión de Problemas		X	
COMPETENCIAS TÉCNICAS				
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Recibe dinero a cambio del servicio y/o producto	Tesorería y Finanzas		X	
Realiza movimientos contables (Flujo de Caja)	Contabilidad		X	
Registra e informa el Jefe sobre los registros de ventas del día	Documentos e Información		X	
Autoriza la salida de dinero (Caja Chica)	Toma de decisiones		X	
OTRAS COMPETENCIAS				
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL		
		A	M	B
Mantiene contacto con los clientes	Buena Imagen	X		
RESPONSABILIDADES				
EQUIPOS: Computadora, calculadoras, fax, teléfono			X	
PERSONAS: Administración del personal operativo (Área de Cocina)				X
ECONÓMICOS: Control y verificación de estados financieros e informes económicos (Facturas, recibos, tarjetas de crédito, comandas)				X
TOMA DE DECISIONES: A nivel gerencial, empresarial, organizacional y personal				X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos financieros, contratos y convenios Además de documentos político legales (Facturas, Recibos, Formularios)				X
ATRIBUCIONES				
Receptar dinero entregado por los clientes y/o huéspedes a cambio del producto y/o servicio entregado, ordenar y presentar informes económicos sobre todo lo vendido en el día, además está facultado a autorizar o no salida de dinero de Caja Chica en caso de algún imprevisto.				
RECURSOS UTILIZADOS				
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS	MATERIALES	OTROS	
Informática	Facturas	Computadora	-	
Software	Recibos	Calculadora	-	
Internet	Cheques	Registros	-	
Caja Registradora	Tarjetas de Crédito	-	-	
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO				
EXPERIENCIA:		Cinco años trabajando en el HosteríaAgroturística		
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	80%	ESCRITO (%) 80%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS
25 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		09H00 – 17H00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Chef

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	CÓDIGO:	1.1.4.1
		FECHA:	24/05/2011
IDENTIFICACIÓN GENERAL			
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO	NRO.	
No Aplica	Chef	No Aplica	
UBICACIÓN		GRUPO OCUPACIONAL:	
		Personal Operativo	
MACROPROCESO		PROCESO	
		X	
REPORTA A:		REMUNERACIÓN:	NIVEL:
J. de C. & B.		Acordar	3
MISIÓN DEL PUESTO			
Se encarga de coordinar, organizar, planificar, elaborar, decorar y presentar los platos para los comensales para satisfacer las necesidades gastronómicas de los comensales ofreciendo una amplia gama de platos típicos e internacionales			
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES			
PUESTO	¿QUÉ HACE?	¿PARA QUÉ LO HACE?	
Ayudante de Chef	Colabora y ayuda en todas las actividades a realizar en el área de cocina y específicamente en la elaboración, procesamiento y presentación de los diversos platos	Para mejorar el rendimiento en las operaciones manuales que se ejecutan en la misma área permitiendo ahorrar tiempo y dinamizando la salida de productos (Platos)	
Posillero	Colabora manteniendo en estricto orden y limpieza el salón, además manteniendo los utensilios y materiales (Cubiertos, platos, vasos) en condiciones óptimas y al alcance de los clientes	Para mejorar el rendimiento en las operaciones del salón y la cocina teniendo todo a disposición de los comensales, garantizando de esta forma un buen servicio	
RELACIONES INTERNAS			
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Jefe del Dpto. de Comestibles y Bebidas	Detectar, organizar y solucionar exigencias o quejas de los clientes o huéspedes	
2	Jefe del Dpto. de Habitaciones	Coordinar sobre algún evento a realizar en donde se requiera de la preparación de banquetes, desayunos, almuerzos o cenas	
RELACIONES EXTERNAS			
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)	PROPÓSITO (PARA QUÉ)	
1	Clientes y/o Huéspedes	Para brindar un buen producto y/o servicio satisfaciendo sus necesidades gastronómicas mediante la amplia gama de platos típicos e internacionales con el fin de generar rentabilidad económica	

MAPA FUNCIONAL			
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL	RESULTADO (PARA QUÉ)	INDICADOR
1	Se encarga de coordinar, organizar, planificar, elaborar, decorar y presentar una gama de platos típicos como internacionales	Para satisfacer las necesidades gastronómicas de los comensales ofreciendo un buen producto y/o servicio a cambio de generar rentabilidad económica	No Aplica

NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS	RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
			PEM	PER	OCA	
1	Gestionar, organizar, coordinar y operar las actividades relacionadas con las áreas de Producción Culinaria nacional como internacional	No Especifica		X		-
2	Aplicar eficientemente técnicas de servicio en cocina	No Especifica		X		-
3	Aplicar procedimientos específicos que satisfagan las necesidades del cliente y de la organización	No Especifica		X		-
4	Demostrar habilidades de creatividad en la preparación de sus propias recetas y Menús	No Especifica		X		-
5	Aplicar las variedades existentes en la cocina nacional e internacional	No Especifica		X		-
6	Aplicar las normas, estándares y procedimientos de seguridad, conservación y sanitación alimentaria	No Especifica		X		-
7	Planificar menús y cartas de cocina ecuatoriana e internacional con creatividad, planificando los presupuestos correspondientes	No Especifica		X		-
8	Desempeñar de manera eficaz y profesional actividades referentes a la planificación y costos de alimentos y bebidas en base a la aplicación de sus conocimientos de la administración de las áreas de alimentación	No Especifica		X		-

COMPETENCIAS REQUERIDAS	
COMPETENCIAS BÁSICAS	
NIVEL	ESPECIALIZACIÓN / CARRERA
PRIMARIO	Completa
SECUNDARIO	Completa
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)	Completa
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)	Parcial
POSTGRADO	-
OTROS	Seminario de Restauración Seminario de Primeros Auxilios

		Cursos de Computación Internet Curso del Tratamiento y Manipulación de Alimentos			
COMPETENCIAS GENÉRICAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Gestionar, organizar, coordinar y operar las actividades relacionadas con las áreas de Producción Culinaria	Organización y Comunicación		X		
Aplicar eficientemente técnicas y procedimientos de servicio en cocina y que satisfagan al cliente	Control		X		
Demostrar habilidades al crear menús propios	Innovación		X		
Fomentar el respeto, la unión y el trabajo en equipo	Valores		X		
COMPETENCIAS TÉCNICAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Conocer las variedades de la cocina nacional e internacional	Técnicas Gastronómicas		X		
Conocer las normas, estándares y procedimientos de seguridad, conservación y sanitación alimentaria	Técnicas Gastronómicas		X		
Planificar menús y cartas de cocina nacional e internacional planificando los presupuestos correspondientes	Desarrollo de Sistemas Culinarios		X		
Desempeñar de manera eficaz y profesional actividades referentes a la planificación y costos de alimentos y bebidas en base a la aplicación de sus conocimientos de la administración de las áreas de alimentación	Contabilidad, Presupuestos, Costos en Gastronomía		X		
OTRAS COMPETENCIAS					
FUNCIÓN / ACTIVIDAD	COMPETENCIAS	NIVEL			
		A	M	B	
Buena Presentación	Aseo e Higiene		X		
Atención al cliente	Buena Imagen		X		
RESPONSABILIDADES			B	M	A
EQUIPOS: Cocinas, Refrigeradoras, Congeladoras Industriales, Utensilios de Cocina				X	
PERSONAS: Administración del personal operativo (Área de Cocina)					X
ECONÓMICOS: Control y verificación de la carta (Menús, recetas, precios, costos)					X
TOMA DE DECISIONES: A nivel organizacional y personal					X
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Documentos e Información referente al área					X
ATRIBUCIONES					
Planifica, organiza, controla, elabora, prepara, transforma, decora y presenta platos típicos nacionales e internacionales, además crea sus propias recetas y está en su derecho no revelar su					

preparación y elaboración, está autorizado a sancionar al personal que no siga el nivel jerárquico, e informar al jefe del área sobre cualquier acontecimiento para que se tome las medidas correspondientes al caso

RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS		MATERIALES		OTROS
-	Cocina		Utensilios de Cocina		Cárnicos
-	Refrigeradora		-		Vegetales
-	Congeladora		-		Frutas
-	Procesadora		-		Alimentos
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:		Tres años trabajando en cargos similares al puesto			
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	60%	ESCRITO (%)	60%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	
27 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		07H00 – 16H00 Turnos Rotativos	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Ayudante de Chef

	FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		CÓDIGO:	1.1.4.3			
			FECHA:	24/05/2011			
IDENTIFICACIÓN GENERAL							
CÓDIGO	NOMBRE DEL PUESTO				NRO.		
No Aplica	Ayudante de Chef				No Aplica		
UBICACIÓN			GRUPO OCUPACIONAL:		Personal Operativo		
MACROPROCESO		PROCESO		SUBPROCESO			
				X			
REPORTA A:	J. de C. & B.	REMUNERACIÓN:	Acordar	NIVEL:	3		
MISIÓN DEL PUESTO							
Colabora en cualquier actividad y/o tarea que le sea encomendada en las diversas labores de la cocina para mejorar la productividad del área de cocina, haciendo más rápido la elaboración, transformación y presentación de los platos							
RESPONSABILIDAD DE LOS COLABORADORES							
PUESTO		¿QUÉ HACE?		¿PARA QUÉ LO HACE?			
Posillero		Colabora manteniendo en estricto orden y limpieza el salón, además manteniendo los utensilios y materiales (Cubiertos, platos, vasos) en condiciones óptimas y al alcance de los clientes		Para mejorar el rendimiento en las operaciones del salón y la cocina teniendo todo a disposición de los comensales, garantizando de esta forma un buen servicio			
RELACIONES INTERNAS							
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)				
1	Posillero		Coordinar sobre los utensilios del salón, platos estén siempre a disposición para la elaboración de la comida				
RELACIONES EXTERNAS							
NRO.	CONTACTO (CON QUIÉN)		PROPÓSITO (PARA QUÉ)				
1	Clientes y/o Huéspedes		Para brindar un buen servicio y/o producto				
MAPA FUNCIONAL							
NRO.	FUNCIÓN PRINCIPAL		RESULTADO (PARA QUÉ)		INDICADOR		
1	Planificar, dirigir, controlar, promover, incentivar, administrar las diferentes actividades y tareas que se realizan tanto de manera interna como externa en el HosteríaAgroturística		Para mantener, desarrollar y expandir la empresa, brindando servicios y productos de calidad, satisfaciendo al cliente, creando fuentes de trabajo, aportando al desarrollo económico del país y generando utilidades rentables		No Aplica		
NRO.	FUNCIONES ESPECÍFICAS		RESULTADOS	FRECUENCIA			TIEMPO
				PEM	PER	OCA	
1	Colabora y Coordina con cualquier		No Especifica		X		-

	actividad que se realiza en la cocina						
2	Elabora los platos típicos e internacionales	No Especifica		X		-	
3	Reemplaza al Chef en caso de que este se ausente por un corto tiempo	No Especifica		X		-	
COMPETENCIAS REQUERIDAS							
COMPETENCIAS BÁSICAS							
NIVEL			ESPECIALIZACIÓN / CARRERA				
PRIMARIO			Completa				
SECUNDARIO			Completa				
TÉCNICO (MEDIO / SUPERIOR)			Completa				
UNIVERSITARIO (PARCIAL / COMPLETO)			-				
POSTGRADO			-				
OTROS			Seminario de Hostería y Restauración Seminario de Primeros Auxilios Cursos de Computación e Internet Curso de Manipulación de Alimentos				
COMPETENCIAS GENÉRICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Colaboración y Coordinación		Organización y Buena Comunicación				X	
COMPETENCIAS TÉCNICAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Elabora y prepara platos típicos e internacionales		Conocimientos en Gastronomía				X	
Reemplaza al Chef		Toma de Decisiones				X	
OTRAS COMPETENCIAS							
FUNCIÓN / ACTIVIDAD		COMPETENCIAS			NIVEL		
					A	M	B
Buena Presentación		Aseo e Higiene				X	
Atención al cliente		Buena Imagen				X	
RESPONSABILIDADES					B	M	A
EQUIPOS: Cocinas, Refrigeradoras, Congeladoras Industriales, Utensilios de Cocina						X	
PERSONAS: Coordinación con el personal operativo (Área de Cocina)							X
ECONÓMICOS: Ninguna en Especial					X		
TOMA DE DECISIONES: A nivel personal						X	
INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: Información referente al área							X
ATRIBUCIONES							
Son atribuciones del reemplazar y tomar decisiones en caso de que el Chef no se encuentre,							

verifica y coordina con el Chef sobre los diferentes menús para el día

RECURSOS UTILIZADOS					
TECNOLOGÍA	HERRAMIENTAS		MATERIALES	OTROS	
-	Cocina		Utensilios de Cocina	Cárnicos	
-	Refrigeradora		-	Vegetales	
-	Congeladora		-	Frutas	
-	Procesadora		-	Alimentos	
OTRAS ESPECIFICACIONES DEL PUESTO					
EXPERIENCIA:		Tres años trabajando en cargos similares al puesto			
IDIOMAS:	Inglés	HABLADO (%)	40%	ESCRITO (%)	40%
EDAD	ESTADO CIVIL	GÉNERO		HORARIOS	
25 Años	Casado / Soltero	Masculino / Femenino		07H00 – 16H00 Turnos Rotativos	

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

A) Departamento de Gerencia General y Contabilidad.

Debe contar con personal debidamente capacitado, el cual realiza un minucioso control y registro de todas las operaciones que involucren dinero dentro o en nombre de la empresa, para este caso en particular en la hostería agroturística “Wasi Sumaq”; de igual forma es fundamental que el personal tenga la capacidad para tomar decisiones y estrategias a seguir, mediante la planificación y sus métodos, además de la parte relacionada con lo fiscal y financiero, los registros contables se utilizan en la gerencia para la toma de decisiones, en el departamento de compras para la evaluación de los costos y finalmente en el departamento de ventas para las áreas propicias designadas a promocionar la hostería.

B) Departamento de Alimentos y Bebidas.

Esta área contribuye al ingreso de huéspedes y clientes a la hostería, ya que un buen servicio a través de un buen producto funciona como generador para captar ingresos económicos, también abarca clientes que vienen por el restaurante, quedan satisfechos y deciden alojarse. Es por ello que el personal debe estar debidamente capacitado y con una imagen impecable ya que es la carta de entrada que demuestra cómo es la hostería en sí; esta área brinda servicios a huéspedes, clientes pasantes, personal de la hostería y clientes de banquetes, convenciones y eventos. El personal debe tener formación específica en el área a cargo, igualmente debe tener prioridad la calidad de los alimentos, la preparación y presentación de los mismos, conjuntamente establecer precios razonables, el tiempo de elaboración y entrega además de la higiene y ambientación.

C) Departamento de Ventas.

El mercado actual sumamente competitivo, obliga a tener especial atención hacia este departamento, su objetivo principal es el de incrementar los niveles de ocupación de la hostería, para alcanzar este propósito el

personal debe tener un conocimiento total sobre las instalaciones de la hostería, los servicios que ofrece, las promociones, las políticas de ventas y operaciones; además su comunicación con otros departamentos es esencial, así tenemos entonces comunicación con recepción misma que se encarga de la atención a clientes y clientes VIP, igualmente con el departamento de alimentos y bebidas mediante los planes de servicios para banquetes, convenciones, eventos entre otros.

D) Departamento de Recursos Humanos.

Se encarga de todo lo concerniente al personal de la hostería, sus principales tareas son verificar que la información proporcionada por el personal sea confiable, controlar que la información de los expedientes del personal sea confidencial, analizar, evaluar y planificar procesos de reclutamiento, selección y contratación del personal así como también programas de capacitación inducción y evaluación.

E) Departamento de Mantenimiento.

Se encarga del mantenimiento y reparación del equipamiento de la hostería, para ello necesita de personal capacitado, las áreas de trabajo principales sonelectricidad (instalaciones, iluminación, entre otros.), plomería (desagüe, cañerías, sistema agua caliente), calefacción, refrigeración, aire acondicionado, mantenimiento general (pintura, carpintería)

F) Departamento de Compras.

Suministra el material necesario para que las distintas áreas realicen su tarea respectiva, los puntos de control son precios de los productos, condiciones de pago, calidad de los productos, vencimientos y pagos de facturas.

G) Departamento de Seguridad.

Se encarga de la vigilancia de todas las áreas de la hostería; de que el personal esté en su lugar de trabajo, además del cuidado del orden público, conjuntamente el prever que no sean extraídos objetos de la hostería, en caso de existir un problema; evitar la intervención de la policía, proteger al personal, no permitir el ingreso de personas no deseadas, evitar desórdenes o disturbios.

4.3.2. Recursos Tecnológicos.

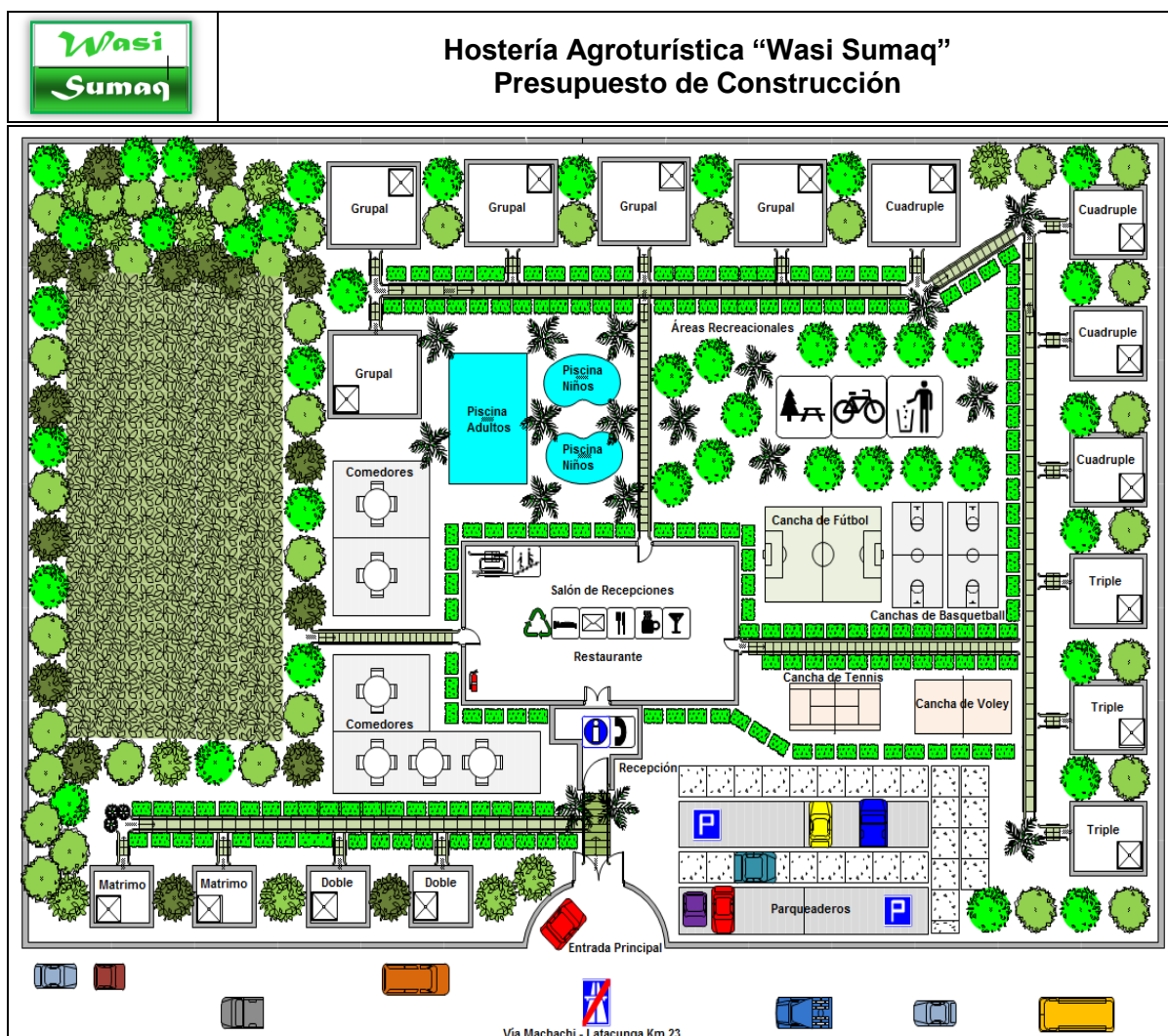
La tecnología que se utilizará en la hostería agroturística “Wasi Sumaq” será a través del hardware de última generación y software libre el mismo que esté diseñado para el manejo, control y administración de las diferentes operaciones que se ejecutan en las distintas áreas de la hostería (alojamiento y restauración), es así que se designa para el área de alojamiento el software libre con licencia certificada el programa informático llamado “Hostería Vid-Wave Manager” el mismo que facilitará el manejo y control de huéspedes junto a los requerimientos para todas y cada una de las habitaciones.

Por otro lado para el área de restauración se utilizará el software libre denominado CDA Restaurant Manager (Software Restaurantes), el mismo que facturará el consumo de los clientes manejando los datos e información de manera adecuada, también se empleará el paquete informático de Microsoft Office y sus respectivas herramientas, conjuntamente se contratarán los servicios profesionales como proveedor de internet a la empresa Punto Net, mediante la adquisición del paquete de internet empresarial, con el propósito de publicitar, hacer negocios con otras partes del país y porque no del mundo, contactarse con los clientes y delimitar las distancias entre las partes.



4.3.3. Recursos Materiales.

Para la adquisición de los materiales y la materia prima es necesario realizar un presupuesto mediante un inventario con el propósito de garantizar la estabilidad y seguridad de las instalaciones de la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, para cumplir con este propósito la empresa debe contar con la asesoría de un arquitecto profesional y experto en la materia a tratar, es así que a continuación se detallan los materiales e insumos que se utilizarán en la planificación, construcción, ejecución y desarrollo del proyecto en marcha. Véase los **Anexos N°: 17 – 18 - 19.**

Gráfico N°: 100 Maqueta del Proyecto:



Cuadro N°: 50 Presupuesto de construcción.

		Hostería Agroturística “Wasi Sumaq” Presupuesto de Construcción				
CONSTRUCTORA CARVAJAL & ASOCIADOS						
 PLANIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN				Proyecto: Hostería Agroturística Wasi Sumaq		20-sep-11
Arq. Geovanni Ibarra						
Presupuesto de Construcción						
Cód.	Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Global x Capital.
A	Instalación y permisos de obra					
A1	Aprobación de planos	gl	1	\$1.500,00	\$1.500,00	
A2	Permiso de construcción	gl	1	\$2.200,00	\$2.200,00	
A3	Oficina de obra	m2	10	\$30,00	\$300,00	
A4	Casetas de guardianía	m2	2	\$500,00	\$1.000,00	
A5	Garantía cumplimiento	meses	12	\$100,00	\$1.200,00	
A6	Certificado de habitabilidad	gl	1	\$1.200,00	\$1.200,00	
A7	Papelería de obra	gl	1	\$130,00	\$130,00	
A8	Desarmada y desalojo locales provisionales	m2	200	\$1,50	\$300,00	
A9	Seguro todo riesgo	meses	12	\$200,00	\$2.400,00	
B	Servicios Exteriores					
B1	Instalación de medidor provisional de luz	gl	1	\$200,00	\$200,00	
B2	Consumo de luz estimado	meses	10	\$60,00	\$600,00	
B3	Instalación de acometida de agua potable	gl	1	\$300,00	\$300,00	
B4	Consumo de agua estimado	meses	10	\$20,00	\$200,00	
B5	Instalación de acometida de alcantarillado	gl	1	\$450,00	\$450,00	
B6	Instalación de teléfono provisional	gl	1	\$70,00	\$70,00	
B7	Consumo de teléfono estimado	meses	10	\$40,00	\$400,00	
C	Cerramiento Definitivo					
C1	Cimientos	m3	165	\$55,00	\$9.075,00	
C2	Columnas y cadenas de hormigón	m3	30	\$110,00	\$3.300,00	
C3	Paredes de bloque de 20cm	m2	1554	\$2,50	\$3.885,00	
C4	Enlucidos	m2	3200	\$1,20	\$3.840,00	
C5	Cadena remate superior	m3	16	\$80,00	\$1.318,40	
D	Equipos fijos de construcción					
D1	Arriendo silo de cemento	meses	5	\$60,00	\$300,00	\$1.880,00

D2	Arriendo grúa	meses	4	\$200,00	\$800,00	
D3	Arriendo concretera, vibradora y compactadora	meses	5	\$120,00	\$600,00	
D4	Desarmada y transporte de equipos	gl	1	\$180,00	\$180,00	
E	Movimiento de tierras					
E1	Derrocamiento	m3	2500	\$3,80	\$9.500,00	
E2	Replanteo obra civil	m2	4000	\$0,22	\$880,00	
E3	Desbanque de plataformas	m3	1977	\$2,20	\$4.349,40	
E4	Excavación a mano de cimientos	m3	1269	\$2,40	\$3.045,60	
E5	Excavación a máquina de cimientos	m3	100	\$2,40	\$240,00	
E6	Relleno tierra compactado Exterior	m3	900	\$2,60	\$2.340,00	
E7	Relleno de lastre compactado Edificio	m3	1200	\$7,50	\$9.000,00	
E8	Desalojo de tierra	m3	800	\$1,15	\$920,00	
E9	Compactación de suelos de cimentación	m2	4000	\$0,80	\$3.200,00	\$33.475,00
F	Estructura de hormigón armado					
F1	Replanteo base aislante de hormigón	m3	64	\$60,00	\$3.840,00	
F2	Hormigón para cadenas de amarre	m3	132	\$110,00	\$14.520,00	
F3	Hormigón para vigas de cimentación	m3	404	\$105,00	\$42.367,50	
F4	Hormigón para columnas	m3	100	\$105,00	\$10.500,00	
F5	Hormigón para diafragmas	m3	290	\$105,00	\$30.450,00	
F6	Hormigón acústico en paredes portantes	m3	220	\$50,00	\$11.000,00	
F7	Hormigón armado para losas	m3	1150	\$105,00	\$120.750,00	
F8	Bloques de aliviamiento para losas	u	66200	\$0,18	\$11.916,00	
F9	Hormigón para vigas de losa	m3	210	\$105,00	\$22.050,00	
F10	Hormigón para gradas	m3	82	\$105,00	\$8.610,00	
F11	Hormigón para contrapisos PB	m3	420	\$105,00	\$44.100,00	
F12	Hierro malla para contrapisos		420	\$0,90	\$378,00	
F13	Malla refuerzo para cubierta	m2	4179	\$0,80	\$3.343,20	
F14	Cisterna diesel y gas	m2	40	\$70,00	\$2.800,00	
F15	Cisterna agua e incendios	m2	60	\$90,00	\$5.400,00	\$332.024,70
G	Albañilería básica					
G1	Paredes bloque de 10 cm	m2	2410	\$4,20	\$10.122,00	
G2	Paredes bloque de 15 cm	m2	10520	\$4,90	\$51.548,00	
G3	Paredes de bloque hueco patios	m2	28	\$4,95	\$138,60	
G4	Canalones recolectores agua	ml	684	\$5,50	\$3.762,00	
G5	Dinteles	m3	25	\$102,00	\$2.509,20	
G6	Antepechos	m3	19	\$102,00	\$1.924,74	
G7	Cadenas de humedad	m3	10	\$90,00	\$864,00	
G8	Bordillos de tinajas	m3	10	\$90,00	\$900,00	
G9	Canales para instalaciones	ml	3300	\$1,80	\$5.940,00	
G10	Colocación de cajetines eléctricos	u	660	\$1,80	\$1.188,00	
G11	Colocación de cajas distribución y teléfonos	u	128	\$7,00	\$896,00	
G12	Enlucidos verticales	m2	9000	\$2,20	\$19.800,00	\$189.803,64

G13	Enlucidos horizontales	m2	3290	\$2,30	\$7.567,00	
G14	Alisado de paredes y estucados	m2	12000	\$1,40	\$16.800,00	
G15	Filos canales, bordillos, botaguas	ml	5987	\$1,10	\$6.585,70	
G16	Contrapisos con piedra bola o cascote	m3	900	\$12,50	\$11.250,00	
G17	Picado y preparación para masillados losas	m3	3900	\$1,20	\$4.680,00	
G18	Masillado de pisos con endurecedor	m2	3043	\$3,50	\$10.648,96	
G19	Alisado pisos cocina y pasillos	m2	1300	\$2,60	\$3.380,00	
G20	Piso flotante de mdf.	m2	195	\$12,00	\$2.340,00	
G21	Masillados de escaleras	m2	747	\$2,40	\$1.792,80	
G22	Veredas y bordillos	ml	550	\$6,00	\$3.300,00	
G23	Colocación azulejos, porcelanato paredes	m2	1942	\$7,00	\$13.590,64	
G24	Colocación azulejos, porcelanato pisos	m2	490	\$8,00	\$3.920,00	
G25	Azulejos paredes cocinas y lavanderías	m2	242	\$8,00	\$1.936,00	
G26	Impermeabilización tinas	m2	158	\$6,00	\$948,00	
G27	Jardineras	m2	64	\$23,00	\$1.472,00	
H	Acabados generales					
H1	Pinturas					
H2	Pintura interior	m2	10700	\$0,90	\$9.630,00	
H3	Pintura exterior cerramiento	m2	1600	\$1,20	\$1.920,00	
H4	Textura exterior	m2	7180	\$1,20	\$8.616,00	
H5	Textura interior	m2	5000	\$1,00	\$5.000,00	
H6	Pintura de trafico pisos	m2	1300	\$1,90	\$2.470,00	
H7	Pintura de puertas	m2	620	\$2,10	\$1.302,00	
H8	Pintura de closets y muebles varios	m2	200	\$2,05	\$410,00	
H9	Impermeabilización cubierta	m2	4180	\$4,20	\$17.556,00	
H10	Teja cubierta con estructura	m2	2688	\$4,20	\$11.289,60	\$58.193,60
I	Carpintería de madera					
I1	Puerta ingreso a garajes	u	1	\$480,00	\$480,00	
I2	Puerta de dormitorios	u	36	\$76,00	\$2.736,00	
I3	Puertas de baño	u	36	\$65,00	\$2.340,00	
I4	Puertas de ingreso a terraza	u	2	\$80,00	\$160,00	
I5	Puerta de acceso bodegas	u	3	\$90,00	\$270,00	
I6	Puerta de seguridad ingreso personal	u	1	\$90,00	\$90,00	
I7	Espejos de baño	m2	40	\$16,00	\$640,00	
I8	Muebles de lavabo en baño con mármol	m2	45	\$115,00	\$5.175,00	
I9	Tapamarcos y barrederas	m2	900	\$2,60	\$2.340,00	
I10	Cenefas paredes interiores	m2	950	\$2,30	\$2.185,00	\$16.416,00
J	Carpintería de aluminio y pvc					
J1	Ventanas	m2	80	\$90,00	\$7.200,00	
J2	Puertas de ducha y sauna	u	40	\$90,00	\$3.600,00	
J3	Cubículo de cajera	m2	18	\$78,00	\$1.404,00	
J4	Pasamanos	ml	150	\$18,00	\$2.700,00	\$19.244,00

J5	Claraboyas	m2	70	\$62,00	\$4.340,00	
K	Cerraduras					
K1	Cerradura puerta ingreso principal	u	2	\$25,00	\$50,00	\$1.486,00
K2	Cerradura puerta ingreso personal	u	3	\$22,00	\$66,00	
K3	Cerradura puerta de dormitorios	u	40	\$18,00	\$720,00	
K4	Cerradura puertas de baño	u	40	\$14,00	\$560,00	
K5	Cerradura puertas de ingreso a terraza	u	2	\$12,00	\$24,00	
K6	Cerradura puerta de acceso a bodegas	u	3	\$12,00	\$36,00	
K7	Cerradura puerta sala de maquinas	u	2	\$15,00	\$30,00	
L	Baños y cocina					
L1	Lavabo baños personal	u	8	\$55,00	\$440,00	\$13.340,00
L2	Lavabo baños principales	u	40	\$65,00	\$2.600,00	
L3	Inodoro baño personal	u	8	\$70,00	\$560,00	
L4	Inodoro baños principales	u	40	\$80,00	\$3.200,00	
L5	Tinas con grifería	u	16	\$145,00	\$2.320,00	
L6	Hidromasajes	u	2	\$900,00	\$1.800,00	
L7	Saunas	u	1	\$1.200,00	\$1.200,00	
L8	Turcos	u	1	\$1.000,00	\$1.000,00	
L9	Ducha Suiza	u	2	\$110,00	\$220,00	
M	Griferías					
M1	Grifería lavabo baños personal	u	8	\$13,00	\$104,00	\$3.454,00
M2	Grifería lavabos baños principales	u	40	\$26,00	\$1.040,00	
M3	Llaves de abasto para piezas de baño	u	60	\$11,00	\$660,00	
M4	Grifería duchas	u	45	\$26,00	\$1.170,00	
M5	Llaves de paso agua Suits	u	60	\$6,00	\$360,00	
M6	Llave de paso principales	u	10	\$12,00	\$120,00	
N	Accesorios					
N1	Juego accesorios baño personal	u	8	\$16,00	\$128,00	\$1.488,00
N2	Juego accesorios baño principal	u	40	\$22,00	\$880,00	
N3	Rejillas de piso	u	60	\$8,00	\$480,00	
O	Instalación de agua potable					
O1	Acometida agua potable a la bomba	u	1	\$1.200,00	\$1.200,00	\$28.531,00
O2	Acometida principal 2 pulg. Galvan.	ml	677	\$14,00	\$9.478,00	
O3	Tubería cobre int. Depart. de 1/2 pulg. Fría	ml	511	\$5,00	\$2.555,00	
O4	Tubería cobre int. Depart. de 1/2 pulg. Cal.	ml	438	\$5,00	\$2.190,00	
O5	Llave principal de paso al edificio	u	1	\$36,00	\$36,00	
O6	Llaves de manguera	u	6	\$12,00	\$72,00	
O7	Puntos de agua fría	u	316	\$12,00	\$3.792,00	
O8	Puntos de agua caliente	u	169	\$12,00	\$2.028,00	
O9	Cajetines con extinguidores incendios	u	10	\$28,00	\$280,00	
O10	Sistema contra incendios bomba y mangueras	gl	1	\$2.500,00	\$2.500,00	

O11	Calefones	GL	2	\$450,00	\$900,00	
O12	Caldero de vapor	GL	1	\$3.500,00	\$3.500,00	
P	Instalación de desagües					
P1	Cajas de revisión	u	20	\$22,00	\$440,00	
P2	Canalización PVC 15 cm PB	ml	750	\$5,50	\$4.125,00	
P3	Bajantes PVC 10 cm	ml	250	\$3,00	\$750,00	
P4	Desagües de inodoros 10 cm	p	45	\$8,00	\$360,00	
P5	Desagües de lavabos 5cm	p	45	\$6,00	\$270,00	
P6	Desagües de duchas y tinas 5 cm	p	45	\$6,00	\$270,00	
P7	Desagüe de hidromasajes 10 cm	p	15	\$8,00	\$120,00	
P8	Desagüe de turcos 10 cm	p	12	\$8,00	\$96,00	
P9	Desagües de aguas lluvias terraza 10 cm	ml	300	\$8,00	\$2.400,00	\$8.831,00
Q	Instalaciones eléctricas					
Q1	Acometida eléctrica de la red publica	ml	50	\$90,00	\$4.500,00	
Q2	Tablero medidores y acometida En baja	u	1	\$600,00	\$600,00	
Q3	Acometida interna a la suits	ml	200	\$26,00	\$5.200,00	
Q4	Caja de breaquers por departamento	u	45	\$22,00	\$990,00	
Q5	Caja de breaquers comunal	u	3	\$300,00	\$900,00	
Q6	Puntos de iluminación	p	650	\$6,00	\$3.900,00	
Q7	Puntos de tomacorriente	p	330	\$8,00	\$2.640,00	
Q8	Puntos de interruptores	p	310	\$7,00	\$2.170,00	
Q9	Punto cuarto de maquinas	p	2	\$60,00	\$120,00	
Q10	Punto para cuarto de lavado	p	6	\$70,00	\$420,00	
Q11	Acometida para bomba de agua	ml	4	\$22,00	\$88,00	
Q12	Puntos iluminación exterior	u	60	\$65,00	\$3.900,00	
Q13	Luminaria comunal para exteriores	u	4	\$56,00	\$224,00	
Q14	Iluminación industrial pasillos y cocinas	u	60	\$50,00	\$3.000,00	\$28.652,00
R	Instalaciones telefónicas y tv cable					
R1	Acometida telefónica de la red publica	ml	50	\$7,00	\$350,00	
R2	Acometida de cable tv de la red publica	ml	350	\$6,00	\$2.100,00	
R3	Tablero telefónico y cable	u	1	\$32,00	\$32,00	
R4	Acometida telefónica a los departamentos	ml	350	\$5,00	\$1.750,00	
R5	Acometida de cable a los departamentos	ml	350	\$5,00	\$1.750,00	
R6	Puntos telefónicos	p	45	\$8,00	\$360,00	
R7	Puntos de cable tv	p	45	\$8,00	\$360,00	
R8	Intercomunicador comunal	p	45	\$23,00	\$1.035,00	
R9	Pulsadores de timbre	p	45	\$14,00	\$630,00	\$8.367,00
S	Equipamiento general					
S1	Jardinería	m2	80	\$11,00	\$880,00	
S2	Césped	m2	600	\$2,15	\$1.290,00	
S3	Taludes y muros	m3	50	\$98,00	\$4.900,00	\$24.800,00

4.3.4. Recursos Financieros.


El financiamiento para la realización del proyecto será mediante el aporte realizado por los socios quienes van a conformar el directorio de la empresa, son cuatro socios emprendedores, mientras que por otro lado el 100% será financiado mediante un préstamo a la entidad financiera como lo es la CFN Corporación Financiera Nacional la misma que financia a proyectos innovadores con un tope máximo de hasta cinco millones de dólares, en un plazo a pagar de cinco a diez años dependiendo de la magnitud del proyecto, de igual forma la tasa de interés anual es del 7,8% a 9,6%, eso sí con variaciones dependiendo como vaya evolucionando la economía del país, dicho esto el costo total de la inversión bordea la cifra aproximada de \$ 1'300,000,00USD.

Cuadro N°: 51 Forma de Financiamiento.

	Corporación Financiera Nacional Información de Créditos Empresariales																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Corporación Financiera Nacional (CFN)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Línea de Crédito Multisectorial.</td> </tr> <tr> <td>Para el financiamiento de establecimientos.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Alojamiento / Restauración / Recreación</td> </tr> <tr> <td>Activo Fijo:</td> </tr> <tr> <td>Financiamiento de terrenos, bienes inmuebles y muebles, construcción y edificación.</td> </tr> <tr> <td>Capital de Trabajo:</td> </tr> <tr> <td>No incluye gastos no operativos.</td> </tr> <tr> <td>Asistencia Técnica:</td> </tr> <tr> <td>Asesoramiento en todas las diversas áreas.</td> </tr> <tr> <td>Construcción de Proyectos Habitacionales:</td> </tr> <tr> <td>Conjuntos Privados, clubes, asociación mediante constructoras.</td> </tr> <tr> <td>Beneficiario:</td> </tr> <tr> <td>Persona Natural</td> </tr> <tr> <td>Persona Jurídica</td> </tr> <tr> <td>Organización mixta establecida legalmente en el país</td> </tr> <tr> <td>Monto:</td> </tr> <tr> <td>Máximo \$5'000.000,00 USD</td> </tr> <tr> <td>Plazo:</td> </tr> <tr> <td>Activo Fijo:</td> </tr> <tr> <td>Máximo de 10 años</td> </tr> <tr> <td>Capital de Trabajo:</td> </tr> <tr> <td>De 3 a 5 años</td> </tr> <tr> <td>Asistencia Técnica:</td> </tr> <tr> <td>1 año</td> </tr> <tr> <td>Construcción y Proyectos Habitacionales:</td> </tr> <tr> <td>De 5 a 8 años, dependiendo de la magnitud del mismo</td> </tr> <tr> <td>Tasa de Interés:</td> </tr> <tr> <td>Reajutable cada 90 días en base a la T.P.R.</td> </tr> </table>	Corporación Financiera Nacional (CFN)	Línea de Crédito Multisectorial.	Para el financiamiento de establecimientos.	Alojamiento / Restauración / Recreación	Activo Fijo:	Financiamiento de terrenos, bienes inmuebles y muebles, construcción y edificación.	Capital de Trabajo:	No incluye gastos no operativos.	Asistencia Técnica:	Asesoramiento en todas las diversas áreas.	Construcción de Proyectos Habitacionales:	Conjuntos Privados, clubes, asociación mediante constructoras.	Beneficiario:	Persona Natural	Persona Jurídica	Organización mixta establecida legalmente en el país	Monto:	Máximo \$5'000.000,00 USD	Plazo:	Activo Fijo:	Máximo de 10 años	Capital de Trabajo:	De 3 a 5 años	Asistencia Técnica:	1 año	Construcción y Proyectos Habitacionales:	De 5 a 8 años, dependiendo de la magnitud del mismo	Tasa de Interés:	Reajutable cada 90 días en base a la T.P.R.
Corporación Financiera Nacional (CFN)																													
Línea de Crédito Multisectorial.																													
Para el financiamiento de establecimientos.																													
Alojamiento / Restauración / Recreación																													
Activo Fijo:																													
Financiamiento de terrenos, bienes inmuebles y muebles, construcción y edificación.																													
Capital de Trabajo:																													
No incluye gastos no operativos.																													
Asistencia Técnica:																													
Asesoramiento en todas las diversas áreas.																													
Construcción de Proyectos Habitacionales:																													
Conjuntos Privados, clubes, asociación mediante constructoras.																													
Beneficiario:																													
Persona Natural																													
Persona Jurídica																													
Organización mixta establecida legalmente en el país																													
Monto:																													
Máximo \$5'000.000,00 USD																													
Plazo:																													
Activo Fijo:																													
Máximo de 10 años																													
Capital de Trabajo:																													
De 3 a 5 años																													
Asistencia Técnica:																													
1 año																													
Construcción y Proyectos Habitacionales:																													
De 5 a 8 años, dependiendo de la magnitud del mismo																													
Tasa de Interés:																													
Reajutable cada 90 días en base a la T.P.R.																													

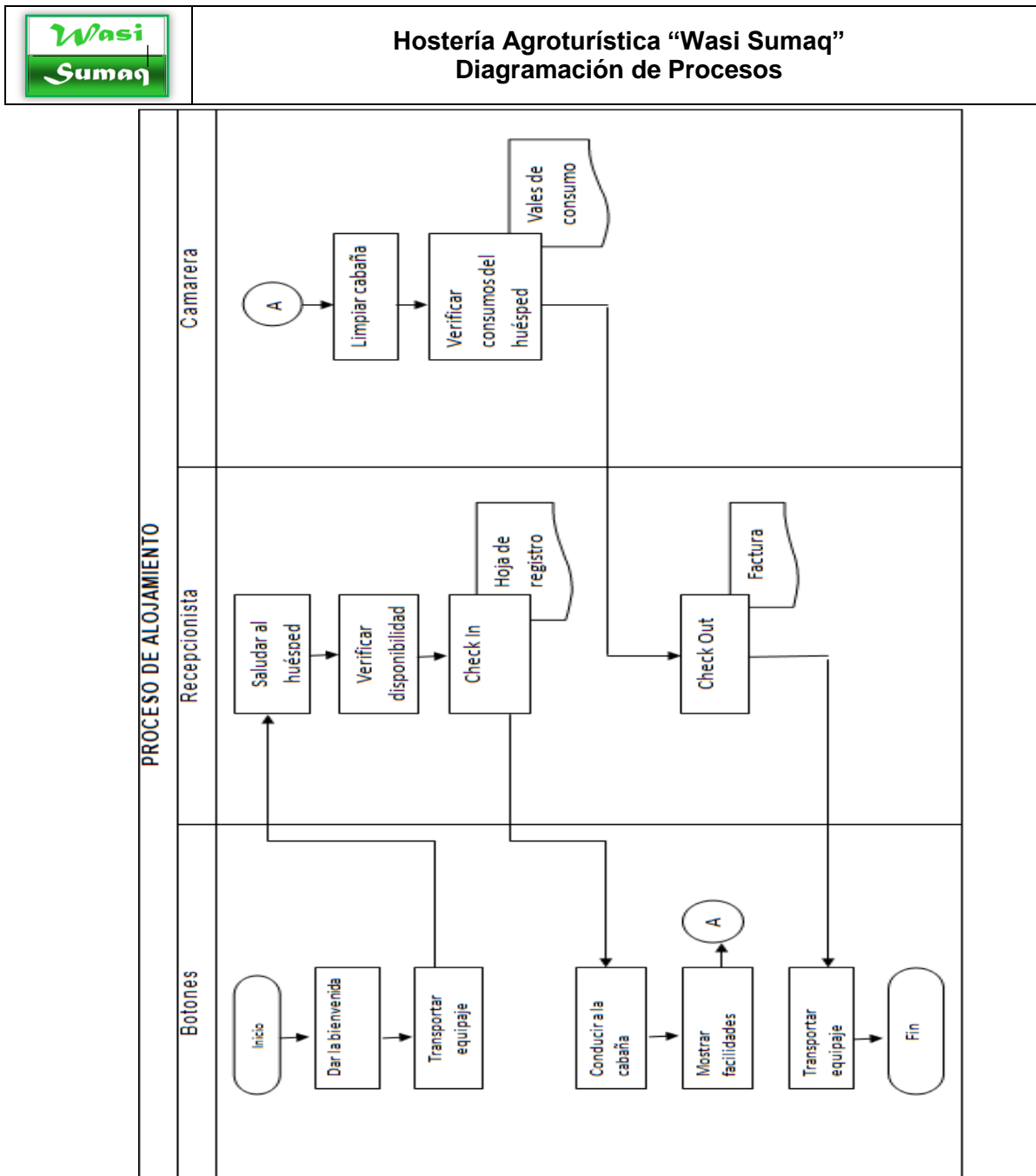
Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

4.4. Cadena de Valor.

	Hostería Agroturística “Wasi Sumaq” Valorización de la Empresa
Cadena de Valor	
Infraestructura de la Empresa	
Control contable de los recursos financieros de la empresa	
Reglamentación y legalización institucional	
Implementación y mantenimiento tecnológico y físico	
Dirección de Recursos Humanos	
Reclutamiento y selección de personal administrativo y operacional	
Contratación e inducción del talento humano	
Asesoría y capacitación del personal administrativo y operacional	
Motivación del cliente interno	
Desarrollo Tecnológico	
Adquisición de software para operaciones de alojamiento y restauración	
Aprovisionamiento de Internet y E-mail corporativo	
Procesos	Procesos Diseñados
Logística de Entrada	Aprovisionamiento y Control de Inventarios
	1. Adquisición de Insumos e Inventarios
	2. Control de Insumos e Inventarios
	3. Recepción y Reservación
Operaciones	Asignación de recursos, insumos y tareas
	1. Recepción de pedidos de las diferentes áreas
	2. Búsqueda en bodega del requerimiento y comandas
	3. Facturación (Sistemas Informáticos)
	4. Transformación de materias primas
	5. Presentación del producto y servicio
Logística de Salida	Distribución Externa de insumos, inventarios y tareas
	1. Satisfacción del Cliente
	2. Resolución de Quejas ante el producto y servicio
	3. Distribución del producto y servicio
Marketing y Ventas	Publicidad y Promoción
	1. Gestión Publicitaria mediante web, videos y eventos
	2. Gestión Promocional mediante afiches, hojas volantes y pancartas
Servicios	Diferencia del Resto (Competencia)
	1. Control de Postventa
	2. Participación en diversos eventos

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

4.5. Procesos de la Empresa (Flujogramas). Véase los Anexos N°:15.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

CAPÍTULO V.

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.

El estudio de impacto ambiental se lo realiza con el fin de reducir la contaminación y sus efectos en el medio entorno, además propone planes de mitigación las cuales permiten contrarrestar y evitar los efectos que se pudieran producir al llevar a cabo este proyecto empresarial, mediante las medidas adoptadas para la ejecución del presente estudio tenemos que elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que parezcan a simple vista, cada ser cumple una función en el ecosistema.

En la década de los setenta, se notó un incremento en la preocupación y protección ecológica, desde entonces la humanidad poco a poco ha empezado a entender que el origen de los problemas ambientales se encuentra en las grandes organizaciones generadoras de la economía y a la vez los principales problemas que afectan al medio ambiente tienen su origen en los procesos productivos incorrectamente diseñados e implementados, es por ello que en la actualidad hay que utilizar razonablemente los recursos limitados que posee el planeta.

En el Ecuador, el principal organismo encargado de las gestiones y controles ambientales es el Ministerio del Ambiente que funciona a nivel nacional; el estudio de impacto ambiental en la zona sujeta a análisis para su posterior construcción y ejecución del proyecto conlleva una interrelación muy definida en donde se debe manejar temas como las diversas problemáticas que afectan a la sociedad y a su entorno, ya que si se analiza más a profundidad se encontrará con que todos los aspectos intervienen.

La economía, geografía, la industrialización, globalización, los avances tecnológicos y muchos más, son de suma importancia para establecer pautas y

condiciones ambientales idóneas con el propósito de mitigar el impacto del proyecto en cuestión, la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, al igual que las empresas tanto públicas como privadas desarrollarán un trato justo con el entorno ambiental, mediante una correcta planificación y adecuadas estrategias se tratará en lo posible de proteger, preservar y cuidar la naturaleza como único recurso indispensable y no renovable.

5.1. METODOLOGÍA SUMA.

La mayor dificultad que debe enfrentar una empresa antes de empezar su funcionamiento al cien por ciento es predecir y anticiparse a posibles alteraciones en relación a “causa y efecto”, para ello debe plantearse e identificar todos aquellos factores ambientales sobre los que puede incidir el proyecto, manteniendo una línea coherente en donde se tenga el control absoluto para detectar problemas y solucionarlos a tiempo, preservando la naturaleza y la diversidad de vida que en ella existe.

Con el fin de reducir considerablemente el impacto en la zona destinada para la construcción de la hostería agroturística Wasi Sumaq, se empleará la metodología SUMA, con la finalidad de identificar aspectos relevantes que pueden perjudicar en menor o mayor proporción dependiendo de las actividades que en el sitio se realicen, además contribuye a desarrollar planes de mitigación los mismos que reducirán su impacto en el entorno brindando soluciones efectivas.

5.1.1. Identificación de Aspectos Importantes.

La alteración no siempre es negativa, en algunos casos se ha determinado que la inserción de una empresa en un área determinada puede ser favorable o no para el entorno, en el estudio de impactos ambientales hay que tener en cuenta los siguientes aspectos para posteriormente ser analizados cuidadosamente y tomar decisiones acertadas.

A). Signo.

Si es positivo y sirve para mejorar el medio ambiente o caso contrario, si es negativo puede degradar y perjudicar la zona.

B). Intensidad.

Según la destrucción del ambiente sea total, alta, media o baja.

C). Extensión.

Según afecte a una zona algo mayor es un impacto parcial o a una gran parte del medio es un impacto extremo o a un todo es un impacto total.

D). Ubicación Crítica.

Como puede ser esparcido una sustancia toxica en un río poco antes para el consumo humano.

E). Elementos.

El momento en que se manifiesta y así distinguimos impacto latente que se manifiesta al cabo del tiempo, como puede ser el caso de la contaminación de un suelo como consecuencia de que se vayan acumulando pesticidas u otros productos químicos, poco a poco, en ese lugar, otros impactos son inmediatos o a corto plazo y algunos son críticos como puede ser ruido por la noche, cerca de un hospital.

F). Suma de Efectos.

A veces la alteración final causada por un conjunto de impactos es mayor que la suma de todos los individuales y se habla de efecto sinérgico.

G). Periodicidad.

Distinguimos si el impacto es continuo como una cantera, por ejemplo; o discontinuo como una industria que de vez en cuando, desprende

sustancias contaminantes o periódico o irregular como los incendios forestales.

El término evaluación de impacto ambiental es reservado a aquellos estudios referidos a determinadas etapas de la vida de la empresa, como son instalaciones para destinadas a brindar alojamiento y otros servicios, es necesario obtener previamente las autorizaciones de funcionamiento de la empresa, por lo tanto la creación de la hostería agroturística “Wasi Sumaq” se desarrollará cuidadosamente y cumpliendo con todas las normas y requisitos, dando prioridad a la naturaleza y la conservación de su entorno.

5.1.2. Identificación de Potenciales Impactos.

La actividad propuesta mediante el proyecto en esta investigación puede perjudicar o beneficiar al medio ambiente y su entorno, además se da a conocer las medidas de mitigación y protección para cada impacto, teniendo en cuenta que con cada medida se desea en lo posible preservar, conservar, mitigar y controlar el recurso natural; para ello se analizará los elementos naturales que pueden ser afectados, estos son: aire, agua, suelo, energía, fauna, flora, clima, paisaje y aspectos socioculturales.

A). Elemento Aire.

El aire que se respira en el entorno de la hostería agroturística es puro y limpio, sin embargo existen factores que alteran un poco su estado natural como lo son los gases de CO₂ emitidos por los automotores que circulan por la autopista, tomando las medidas respectivas se puede contrarrestar la contaminación mediante la regulación y control por parte de las autoridades respectivas en el chequeo y revisión de los vehículos, sin duda es un proceso largo y conllevará mucho tiempo para su resolución.

B). Elemento Agua.

Se podría decir que el desarrollo del proyecto afectaría levemente al agua ya que no depende solo de la empresa el utilizar racionalmente el agua sino también de todas y cada una de las personas, hacer conciencia en que el agua es un recurso limitado y que actualmente se está agotando, por ende la hostería empleará métodos para el tratamiento de aguas.

C). Elemento Suelo.

La zona es fría húmeda, por estar rodeada de montañas y nevados, posee un exuberante páramo el cual es un reservorio para la retención del líquido vital, esto hace que la tierra sea fértil y productiva, tanto para la agricultura como para ganadería, por ende se producirá un efecto mínimo al suelo producido por el ingreso de vehículos a las instalaciones.

D). Elemento Energía.

Se verá levemente alterado ya que toda la comunidad utiliza el sistema de energía eléctrica el cual funciona las instalaciones eléctricas realizadas por la respectiva empresa; la hostería empleará parte de esa energía, pero en un futuro se implementará el uso de paneles solares que ayuden a minimizar el impacto y contaminación.

E). Elemento Flora y Fauna.

Prácticamente no se afectara a la flora y fauna ya que la mayor cantidad de la misma se encuentra dentro de las reservaciones o parques nacionales, sin embargo lo que esté cerca de la hostería se verá levemente afectado por presencia de ciertas comunidades aledañas para contrarrestar esto se tomarán medidas de prevención.

F). Elemento Clima.

En este aspecto en particular no solo la hostería estará afectando, sino toda la comunidad, todo el país, ya que los impactos producidos por parte de la empresa serán en lo posible mínimos, y no afectará a un elemento tan grande como lo es el clima, pero si se suman las comunidades, las empresas entre otros, si se afecta y altera el proceso climático.

G). Elemento Paisaje.

Será regularmente afectado porque ya se pueden encontrar construcciones a los alrededores mediante la implementación de ciudadelas y casas, esto resta territorio natural y se incrementa y expande la zona urbana debido al incremento poblacional, para ello se decidió el no tratar de cambiar el entorno sino más bien protegerlo y preservarlo.

H). Elemento Sociocultural.

El principal objetivo de la comunidad es la aculturación ya existente en gran parte de las comunidades del cantón Mejía que ha sido un beneficio para la calidad de vida de la misma, de igual forma la actividad turística bien orientada es un factor importante que traerá beneficios positivos para la comunidad desarrollando una microeconomía, brindando fuentes de empleo entre otros.

5.2. MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES.

Cuadro N°: 54. Matriz de Identificación de Impactos Ambientales.

		Actividades del proyecto	Planificación				Construcción			Operación			Total
		Componentes ambientales	Rec. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejec. Obra	Ingreso Visitantes	Uso Instalación	Mantenimiento	
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Desechos sólidos y líquidos	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
		Erosión	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Sedimentación y turbidez	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
		Eutrofización	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aire	Ruido	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7	
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Perdida cobertura vegetal	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Introducción especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	1
		Interrupción procesos reproductivos	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	X	0	0	0	X	X	X	X	X	X	7
		Cambio de patrones de conducta	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
	Ecosistemas	Migración de especies	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Alteración de hábitats	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
Socio Económico Cultural	Población Local	Alteración de paisajes	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
		Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Pérdida de prácticas tradicionales y estilos de vidas	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	6
Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	X	X	X	X	X	x	6		
Total			6	0	0	0	17	17	17	20	20	21	118
Total Posibles Interacciones: 230							Total Interacciones: 118						

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 55. Matriz de Identificación de Impactos Ambientales (Planificación y Construcción).

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
			1	3	5	0.5	1	1	2	0.5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
1. Planificación	1.1 Reconocimiento del Sitio	suelo	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4,5					
			Erosión		1	0,5	2	2	2	2	-1	3	-17								
		agua	Sedimentación y turbidez		1	0,5	2	0,5	1	-1	3	-4									
		aire	Ruido		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
Subtotal		-8,5																			
2. Construcción	2.1 Transporte	suelo	Compactación		1	0,5	2	2	2	2	-1	3	-17								
			Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5									
			Erosión		1	0,5	2	2	2	-1	3	-17									
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5									
			Sedimentación y turbidez		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
		aire	Ruido		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
		flora	Pérdida de la Biodiversidad		1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5									
			Pérdida de cobertura vegetal		1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5									
			Interrupción de procesos reproductivos		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
		fauna	Interrupción de procesos reproductivos		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
			Disminución tamaño de la población		1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5									
			Cambio de patrones de conducta		1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5									
			Migración de especies		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
		ecosistemas	Alteración de hábitats		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
			Alteración de paisajes		1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5									
		población local	Generación de nuevos ingresos alternativos		1	0,5	2	2	1	1	3	8,5									
Provisión de fuentes de empleo			1	0,5	2	2	1	1	3	8,5											

2.2 Desbroce	suelo	Compactación	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
		Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
		Erosión	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
	agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
		Sedimentación y turbidez	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
	aire	Ruido	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
	flora	Pérdida de la biodiversidad	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
	fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Cambio de patrones de conducta	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Disminución del tamaño de la población	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
		Migración de especies	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
	ecosistemas	Alteración de hábitats	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Alteración de paisajes	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
	población local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	2	2	1	1	3	8,5
		Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	2	1	1	3	7,5
	2.3 Ejecución de la Obra	suelo	Compactación	1	0,5	2	2	1	-1	3
Contaminación Desechos sólidos y líquidos			1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
Erosión			1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
agua		Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
		Sedimentación y turbidez	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
Aire		Ruido	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
Flora		Pérdida de la biodiversidad	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
Fauna		Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Cambio de patrones de conducta	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Disminución del tamaño de la población	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
		Migración de especies	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
Ecosistemas		Alteración de hábitats	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Alteración de paisajes	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
Población Local		Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	1	1	3	7,5
		Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	2	1	1	3	7,5
Subtotal										-9,5

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo


Cuadro N°: 56. Matriz de Identificación de Impactos Ambientales (Operación).

3. Operación	3.1 Ingreso de visitantes	Suelo	Compactación	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
			Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
			Erosión	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
		Agua	Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
			Sedimentación y turbidez	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Aire	Ruido	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
		flora	Pérdida de la biodiversidad	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
			Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
			Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
		Fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
			Cambio de patrones de conducta	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
			Disminución del tamaño de la población	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
			Migración de especies	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		ecosistemas	Alteración de hábitats	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
			Alteración de paisajes	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		población local	Degradación Social	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
			Impactos en los valores culturales y comunitarios	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
			Pérdida de prácticas tradicionales y estilos de vidas	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
			Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	1	1	3	7,5
	Provisión de fuentes de empleo		1	0,5	1	2	1	1	3	7,5	
	3.2 Uso de las instalaciones	suelo	Contaminación desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
			Desechos Sólidos y Líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
			Erosión	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
		agua	Contaminación desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
			Sedimentación y turbidez	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Aire	Ruido	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Flora	Introducción especies exóticas	1	0,5	2	1	1	1	3	5,5
			Interrupción procesos reproductivos	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Fauna	Cambio de patrones de conducta	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
Migración de especies			1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5	
Ecosistemas		Alteración de hábitats	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5	
3.3 Mantenimiento	Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	1	1	3	7,5	
		Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	2	1	1	3	7,5	
	suelo	Compactación	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17	

		Contaminación desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
		Erosión	1	0,5	2	2	2	-1	3	-17
	agua	Contaminación desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
		Sedimentación y turbidez	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
	Aire	Ruido	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
	Flora	Interrupción procesos reproductivos	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
	Fauna	Interrupción procesos reproductivos	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
		Cambio de patrones de conducta	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
		Migración de especies	1	0,5	2	2	1	-1	3	-8,5
	Ecosistemas	Alteración de hábitats	1	0,5	1	1	1	-1	3	-4,5
	Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
		Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
Subtotal										-17,0
TOTAL										-11,66666667

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 57. Resultados de la Matriz de Identificación de Impactos Ambientales (Planificación, Construcción y Operación).

		Hostería Agroturística “Wasi Sumaq”		Matriz de Impacto Ambiental
Resultados del Estudio de Impacto Ambiental (Matriz SUMA)				
Fases del Estudio de Impacto Ambiental		Calificación	Interpretación	Observaciones
Subtotal producto de la primera fase “Planificación”		-8,5	Valor Medio	Diseñar Plan de Mitigación
Subtotal producto de la segunda fase “Construcción”		-9,5	Valor Medio	Diseñar Plan de Mitigación
Subtotal producto de la tercera fase “Operación”		-17,0	Valor Alto	Diseñar Plan de Mitigación
TOTAL FACTIBILIDAD DE PROYECTO:		-11,66666667	MODERADO	Dentro de los parámetros

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

5.3. RESULTADOS DE LA MATRIZ SUMA.

5.3.1. Etapa de Pre-construcción.

Durante esta etapa inicial de construcción del proyecto las actividades a desarrollar consisten en la remoción de suelos, la adecuación y nivelación del terreno para las obras de construcción es decir lozas, columnas, techo, servicios higiénicos para los obreros, entre otros. Estas actividades ocasionan el levantamiento de polvo y la generación de ruido, debido al uso de maquinaria pesada tales como camiones, mezcladora, trituradora y demás, con el propósito de acondicionar el área para las instalaciones.

Esta fase está demarcada por la remoción de tierras, la instalación de maquinaria y materiales para la construcción, la limpieza y aplanamiento del lugar, entre otros, además de la intervención de los obreros y sus herramientas respectivas, por lo tanto, los impactos ambientales que se producen en el inicio de la construcción de la hostería agroturística Wasi Sumaq son los siguientes:

A). Generación de polvo y ruido.

Este problema se suscita en la generación de polvo y ruido para nivelación y rellenos del terreno, en las obras de aplanamiento y limpieza, de igual forma en las obras de concentración de los materiales de construcción y en el aumento de carga vehicular.

B). Aspecto Positivo.

Por otro lado, la materialización del proyecto, genera temporalmente empleos en cuanto a la zona específica se refiere, aumentando así, las expectativas y mejorando la calidad de vida en el sector, impulsando el desarrollo económico interno.

5.3.2. Etapa de Construcción.

En esta fase del proyecto, los impactos ambientales serán similares al de la etapa anterior, incrementándose aún más la necesidad de la mano de obra técnica certificada y calificada, por otro lado, las obras de construcción afectarán ligeramente a la estética del lugar, de esta manera se produce un impacto ambiental mínimo, tratando siempre y en lo posible de preservar y cuidar el entorno natural de la zona.

Estando el terreno ubicado en una zona adecuada, el desarrollo de la hostería agroturística Wasi Sumaq debe ser compatible con las actividades que se van a realizar, sin embargo al momento de su construcción se deberá tener muy en cuenta las edificaciones e instalaciones cercanas como por ejemplo otras empresas, casas y calles con el fin de tomar medidas de seguridad a través de señalizaciones.

A). Instalaciones e Infraestructura.

La instalación de las tuberías, la colocación de redes de agua y desagüe, la construcción de la plataforma y la cimentación de los mismos son actividades que generan escombros, polvo y ruido, en pequeña o gran escala, de igual manera la instalación de redes eléctricas entre otras.

B). Aspecto Positivo.

La posibilidad de requerir el aumento en mano de obra, si se diera el caso, esto significaría la oferta temporal de trabajo y como se detalló en la fase anterior la generación de trabajo aumenta las expectativas y mejora la calidad de vida en el sector, impulsando el desarrollo económico interno.

5.3.3. Etapa de Operación.

Es la etapa en donde la empresa emprende su funcionamiento, su desarrollo como tal no genera ni afecta de manera directa al suelo, aire, agua y demás elementos, ya que se toma los debidos cuidados y precauciones para estos elementos, cumpliendo firmemente con los valores y objetivos del proyecto en cuanto al cuidado y protección del medio ambiente; el desarrollo de las operaciones de la hostería agroturística Wasi Sumaq podría generar los siguientes impactos:

A). Impactos al Medio Físico.

Con respecto al elemento suelo, la hostería agroturística generará desechos orgánicos y sólidos como basura de origen orgánico, e inorgánico como plásticos, vidrio, metales entre otros; por otro lado al elemento aire la empresa producirá en menor proporción ruido en cuanto a realizaciones de eventos y solo se suscitará en ocasiones. Para el elemento agua se afectará medianamente ya que es el recurso de mayor uso, esto se producirá por el desperdicio del líquido vital efectuado por los clientes.



B). Impactos al Medio Biológico.

Siendo los terrenos de la zona considerados urbano rural, es decir ya intervenidos por la mano de obra y construcciones de diversa índole, el proyecto no afectará ni aumentará el efecto al ecosistema, por lo tanto no existirá pérdidas de la biodiversidad; en cuanto a los elementos de flora y fauna del área de igual manera no causará un impacto notable, prácticamente el proyecto no incide ni afecta mayormente a la naturaleza.

C). Impactos al Medio Socioeconómico.

Los impactos al medio socioeconómico que puede ocasionar la operación de la hostería agroturística Wasi Sumaq serán positivos, pues el proyecto contribuirá al desarrollo turístico y económico de la zona, además generará puestos de trabajo de manera directa e indirecta, fomentando e impulsando el emprendimiento empresarial.

Cuadro N°: 58. Factibilidad Clasificación de Impactos Ambientales.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"																		
Con relación a:	Impactos						Tiempo						Espacio				Factibilidad			Observaciones
	Benéfico	Perjudicial	Planeado	Accidental	Directo	Indirecto	Reversible	Irreversible	Corto Plazo	Largo Plazo	Temporáneo	Continuo	Local	Regional	Nacional	Internacional	Leve	Moderado	Fatal	
Agua	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	X	-	Es factible
Suelo	X	-	-	-	-	X	X	-	X	-	X	-	X	-	-	-	-	X	-	Es factible
Aire	-	-	-	-	-	X	X	-	X	-	-	X	X	-	-	-	-	X	-	Es factible
Ruido	-	X	-	-	X	-	X	-	X	-	-	X	X	-	-	-	-	X	-	Es factible
Flora	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-	X	X	X	-	-	-	-	X	-	Es factible
Fauna	-	-	-	-	-	X	X	-	X	-	-	X	X	-	-	-	-	X	-	Es factible
Socioeconómico	X	-	-	-	X	-	-	-	X	-	-	X	X	-	-	-	-	X	-	Es factible

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

5.4. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL.

La política de la hostería agroturística Wasi Sumaq será, tomar acciones que aseguren y minimicen los riesgos que se pudieran al ambiente durante las etapas de planificación pre-construcción, construcción y operación del proyecto. El plan de manejo ambiental considera la implementación o aplicación de políticas, estrategias y acciones diseñadas para eliminar o minimizar los impactos adversos que puedan presentarse durante las diversas etapas de ejecución de un proyecto, mejorando la calidad ambiental. Así el plan de manejo ambiental enfoca a:

5.4.1. Medidas de Mitigación.

Las medidas de mitigación se diseñaron para minimizar los impactos en el ambiente, para ello se han elaborado tomando como base los elementos y la aplicación de soluciones efectivas a los mismos; a continuación se presenta las medidas mitigantes tomadas por la empresa en cada una de sus diferentes etapas:

A). Etapa de Pre-construcción.

La prevención de impactos ambientales durante esta fase está basada principalmente en la planificación del proyecto, en donde el objetivo primordial es controlar en lo posible los efectos del impacto sobre los elementos, enfatizando en el control, conservación y mantenimiento de las mismas. En esta etapa las actividades serán de excavación, eliminación de desmonte, rellenos, limpieza y cuyo programa de mitigación comprenderá lo siguiente:

- Se recomienda establecer un área específica para la acumulación de materiales destinados para la construcción de la hostería agroturística de manera ordenada.
- Se recomienda establecer un área restringida para las actividades de construcción y mantenimiento que permitan la operatividad de los trabajos y la seguridad de los empleados.
- El polvo levantado se asentará con suficiente agua destinada en medida para su uso en esta actividad, lo cual atenuará los impactos producidos por los mismos siendo los mismos más leves y de manera temporal.
- El ruido producido por la maquinaria y las distintas herramientas de los obreros serán temporales y se tratará en

lo posible de minimizar los niveles acústicos producidos por los mismos a través de un horario establecido.

- El aumento de carga vehicular por la vía de acceso hacia la hostería agroturística se podrá equilibrar con el uso adecuado de señales de tránsito, avisos comprensibles y visibles a distancias adecuadas.

B). Etapa de Construcción.

Al igual que en la etapa anterior, se presentarán situaciones similares y a su vez pudieran presentarse en los siguientes casos:

- Al aumentar el personal en la zona de construcción se crean riesgos de trabajo, para lo cual se establece horarios fijos de trabajo, herramienta adecuada para el ejercicio de sus funciones y el equipo de protección.
- Supervisar los trabajos para garantizar que en esta etapa no se perturbe el ambiente, para ello no se dejarán materiales en el área como cemento y otros contaminantes una vez finalizado la obra.
- El sistema de desagüe y drenaje deberán considerarse dentro de las obras de ingeniería, es decir, se deberán instalar pozos sépticos y tubería para conexión hacia el alcantarillado del sector.

C). Etapa de Operación.

En esta etapa los programas de mitigación y compensación de los impactos ambientales se desarrollarán de la siguiente manera:

a). Medidas de Mitigación (Elemento Agua).

La degradación el elemento agua se genera principalmente por el uso irracional del mismo de parte de los clientes, para contrarrestar esto, se concientizará a las personas sobre la importancia del recurso.

El agua como efluente domestico de orden sanitario se destinará a la red de alcantarillado público, reuniendo las condiciones adecuadas para la planificación sanitaria.

b). Medidas de Mitigación (Elemento Aire).


Como en toda empresa que brinde alojamiento, restauración y recreación siempre estará presente el ruido, más aun si se trata de eventos de diversa índole, para reducir su impacto se adecuaran zonas específicas en donde se realizarán este tipo de actos sociales, de igual forma estableciendo un horario definido acorde a lo establecido por la ley.

c). Medidas de Mitigación (Elemento Suelo).

En las anteriores etapas se determinó el deterioro del suelo, producto de los escombros y la erosión causada durante el desarrollo del proyecto, para solucionar este problema se evacuará los desechos y residuos de los materiales de construcción a través delacontratación de una volqueta, mientras que para la erosión se ejecutará un plan de mitigación con especies de plantas de la zona.

5.5. ESQUEMA DEL PLAN DE MITIGACIÓN.

Cuadro N°: 59. Esquema de Mitigación.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"				Matriz de Manejo de Mitigación de Impactos
N o.	Cal if.	Etapa	Efecto	Acción	Mitigación	Seguimiento
01	-11	Planificación	Erosión	Ingreso de materiales para la construcción	Establecer un área específica para la acumulación de materiales destinados a la construcción	Diario
02	-8,5	Planificación	Ruido	Ingreso de maquinaria y equipo	Establecer horarios de trabajo definidos para el funcionamiento de la misma	Diario
03	-17	Construcción	Compactación	Ingreso de vehículos con material en la zona	Destinar un área específica que funcione como parqueadero de vehículos	Diario
04	-17	Construcción	Erosión	Materiales de construcción	Establecer un área específica para la acumulación de materiales destinados a la construcción	Diario
05	17	Construcción	Perdida de Cobertura Vegetal	La maquinaria para la transformación del Material de construcción	Reforestación	Semestral
06	17	Construcción	Erosión	Los desechos de materiales de construcción	Tratamiento de La tierra mediante abono orgánico	Semestral
07	17	Operación	Compactación	El paso vehículos, maquinaria, y el proceso Residuos de materiales de construcción	Tratamiento de La tierra	Semestral
08	17	Operación	Pérdida de Biodiversidad	Los desechos de materiales de construcción	Siembra de plantas nativas	Semestral
09	17	Operación	Perdida de Cobertura Vegetal	Los desechos de materiales de construcción	Reforestación	Semestral

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

CAPÍTULO VI.

ESTUDIO FINANCIERO

En la actualidad es de suma importancia realizar un estudio financiero que permita conocer el presupuesto, capital, inversiones entre otros factores más; los sistemas presupuestarios ayudan a determinar eficazmente las fortalezas y debilidades que posee en ese momento la empresa, este proceso se ha convertido en la clave

principal del éxito en cuanto al desarrollo y ejecución del proyecto; por lo tanto, los objetivos establecidos por la empresa a corto y mediano plazo, condicionarán los planes que permitirán la materialización de la hostería.


6.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

El presupuesto de inversión es la utilización de los fondos económicos tanto propios como de particulares en caso de sociedad, cuya única finalidad es la de obtener rentabilidad y beneficio rentable a futuro.

6.1.1. Inversiones Activos Fijos.

Para la construcción de la hostería agroturística “Wasi Sumaq”, se dispone de terreno propio, su extensión es de veinte y cinco hectáreas, que equivalen a 250.000m², de los cuales están destinados para la edificación y construcción 18.000m², teniendo un valor de construcción por cada metro cuadrado de \$55,35 dólares, valor estimado por la constructora “Carvajal y Asociados Cia. Ltda.”. El terreno está valorado en \$750.000,00 dólares, es decir, \$3,00 dólares por cada metro cuadrado, lo que representa un valor por hectárea de \$30.000,00 dólares. Además de poseer el terreno, también se dispone de los vehículos, los cuales servirán de transporte de personal y de recorridos para los diferentes tours; los vehículos son dos, de marca Hiunday Van, con capacidad para 15 personas, adquiridas en el año 2.009 a un valor de \$32.000,00 dólares.

Cuadro N°:60. Inversiones Fijas.

		Hostería Agroturística "Wasi Sumaq"					Inversión Capital	
Inversión								
Capital Social						Inversión Requerida		
Ítem	Extensión	Equivalencia	Valor Unitario m ²	Valor Total	Valor Hectárea	Detalle	Entidad	
Terreno	250000 m ²	25 Hectáreas	\$ 3,00	\$ 750.000,00	\$ 30.000,00	Propio	C.F.N.	
Ítem	Marca	Capacidad	Valor Unitario	Valor Total	Año	Detalle	9%	
Vehículos	Hyundai Van	15 Personas	\$ 32.000,00	\$ 64.000,00	2.009	Propio	10 Años	
INVERSIÓN DEL PROYECTO						INVERSIÓN USD		
I. ACTIVO FIJO								
Construcción y Edificación de la Hostería						\$ 996.369,51		
Muebles y Enseres de la Hostería						\$ 37.123,10		
Equipamiento de la Hostería						\$ 122.536,41		
Equipo de Computación						\$ 5.452,00		
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS						\$ 1.161.481,02		
II. GASTOS DE CONTITUCIÓN								
						\$ 4.220,00		
TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN						\$ 4.220,00		
III. CAPITAL DE TRABAJO								
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO						\$ 64.225,91		
SUMAN (I+II+III)						\$ 1.229.926,93		
IV. IMPREVISTOS (2%)						\$ 24.598,54		
TOTAL DE INVERSIÓN						\$ 1.254.525,47		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se aprecia anteriormente, la inversión requerida para la materialización del proyecto es de **\$1.254.525,47USD**.

6.1.2. Activos Diferidos.

A esta cuenta lo integran los gastos constitución, legalización y pre-operacionales que son aquellos valores requeridos para poner en marcha el proyecto, en el siguiente cuadro se ve detalladamente los rubros que conforman los diferentes gastos y que a su vez suman un total de **\$ 4.220,00USD**.

Cuadro N°: 61. Activos Diferidos.

Gastos Pre-Operacionales	Valor
Gastos Publicidad Diversificada	\$ 900,00
Gastos Desarrollo web	\$ 100,00
Estudio de Factibilidad	\$ 300,00
Estudio de Manejo Ambiental	\$ 300,00
Subtotal 1:	\$ 1.600,00
Gastos Legalización	Valor
Escritura Pública	\$ 1.100,00
Afiliación a las Cámaras	\$ 500,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 250,00
Registro Mercantil	\$ 130,00
Patentes	\$ 300,00
Gasto Notario Publico	\$ 240,00
Publicación de Extracto	\$ 100,00
Subtotal 2:	\$ 2.620,00
Total Gastos Constitución	Valor
Gastos Pre-operativos	\$ 1.600,00
Gastos Legalización	\$ 2.620,00
Total 1 + 2:	\$ 4.220,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.2. CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo es un monto con el cual la empresa desea cubrir sus operaciones en un periodo no mayor de seis meses y lo constituyen los siguientes rubros:

6.2.1. Sueldo Empleados.

Los empleados son uno de los cimientos principales de toda organización, por ende es importante determinar su sueldo.

Cuadro N°: 62. Sueldo Empleados.

Año 2011	Número Empleados	Salario Básico Unificado	Total Salario Básico Unificado	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal IESS (12,15)	Reserva	Costo Mes Empleados	Costo Anual Empleados
Gerente	1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 22,00	\$ 37,50	\$ 109,35	-	\$ 1.143,85	\$ 13.726,20
Contador	1	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 31,67	\$ 22,00	\$ 15,83	\$ 46,17	-	\$ 495,67	\$ 5.948,04
Asistente Cont.	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 22,00	\$ 14,58	\$ 42,53		\$ 458,28	\$ 5.499,30
Bodeguero	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 12,50	\$ 36,45		\$ 395,95	\$ 4.751,40
Guías Hosterías	3	\$ 350,00	\$ 1.050,00	\$ 87,50	\$ 66,00	\$ 43,75	\$ 127,58		\$ 674,83	\$ 8.097,90
Recepcionista	2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 44,00	\$ 25,00	\$ 72,90	-	\$ 491,90	\$ 5.902,80
Camarera	2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 44,00	\$ 25,00	\$ 72,90	-	\$ 491,90	\$ 5.902,80
Cheff	1	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 22,00	\$ 27,08	\$ 78,98	-	\$ 832,23	\$ 9.986,70
Ayudante de Cheff	2	\$ 280,00	\$ 560,00	\$ 46,67	\$ 44,00	\$ 23,33	\$ 68,04	-	\$ 462,04	\$ 5.544,48
Cajeros	3	\$ 300,00	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 66,00	\$ 37,50	\$ 109,35		\$ 587,85	\$ 7.054,20
Mesero	3	\$ 280,00	\$ 840,00	\$ 70,00	\$ 66,00	\$ 35,00	\$ 102,06	-	\$ 553,06	\$ 6.636,72
Posillero	2	\$ 264,00	\$ 528,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 22,00	\$ 64,15		\$ 438,15	\$ 5.257,82
Conductor	2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 44,00	\$ 25,00	\$ 72,90		\$ 491,90	\$ 5.902,80
Lavandería	2	\$ 280,00	\$ 560,00	\$ 46,67	\$ 44,00	\$ 23,33	\$ 68,04		\$ 462,04	\$ 5.544,48
Mantenimiento	5	\$ 280,00	\$ 1.400,00	\$ 116,67	\$ 110,00	\$ 58,33	\$ 170,10	-	\$ 735,10	\$ 8.821,20
Total:	31	\$ 5.514,00		\$ 459,50	\$ 682,00	\$ 229,75	\$ 1.241,49	-	\$ 8.714,74	\$ 104.576,84

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

A través del rol de pagos se puede determinar los diferentes cargos y sueldos que los empleados percibirán por su trabajo desempeñado, así consta que dentro de la empresa hay 31 personas, dependiendo de su experiencia y profesión serán remunerados, estimando un presupuesto anual de **\$104.576,84USD.**

6.2.2. Servicios Básicos.

Se determinan como servicios básicos a la electricidad, agua potable, teléfono, internet y demás, dando como resultado un total de consumo aproximado de **\$46.200,00USD** al año.

Cuadro N°: 63 Servicios Básicos.

Detalle	Valor	
	Mensual	Anual
Servicio Luz	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Servicio Agua Potable	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Servicio Telefónico	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Servicio Televisión paga	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicio Internet	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Servicio Gas	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Total:	\$ 3.850,00	\$ 46.200,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.2.3. Artículos de Limpieza.

Se determinan como artículos de limpieza a diversos materiales tales como escobas, trapeadores, insumos de limpieza entre otros, los mismos que se emplearán para la limpieza y arreglo de las diferentes instalaciones de la hostería; es así que por concepto de este rubro se produce un valor aproximado de **\$3.316,80USD** anuales.

Cuadro N°: 64. Artículos de Limpieza.

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total	Anual
Escobas	10	\$ 1,80	\$ 18,00	-
Trapeadores	10	\$ 2,50	\$ 25,00	-
Pinoklin	18	\$ 2,10	\$ 37,80	-
Cloro	18	\$ 1,70	\$ 30,60	-
Papel Higiénico (paquete)	50	\$ 2,90	\$ 145,00	-
Otros Materiales			\$ 20,00	-
Total:			\$ 276,40	\$ 3.316,80

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.2.4. Publicidad.

Contiene todo lo relacionado a los diferentes medios de publicidad empleados para la difusión de la empresa, dando un valor de \$9.600,00 USD al año.

Cuadro N°: 65. Publicidad y Propaganda.

Detalles	Mes	AÑO
Tarjetas, hojas membretadas, afiches, trípticos, entre otros.	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Total:	\$ 800,00	\$ 9.600,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.2.5. Guardianía.

La hostería contará con servicio de guardianía, ya que al ser una empresa que posee materiales de trabajo de considerable valor es indispensable disponer de seguridad, es así que se contrata mediante una empresa de seguridad.

6.2.6. Alimentación Clientes.

Se elaboró un menú con una amplia gama de ofertas gastronómicas para disposición de los clientes, es así que se los representa en el siguiente cuadro:

Cuadro N°: 66. Capacidad Ocupación del Restaurante.

Capacidad Ocupación Restaurante			
Detalle	No. Puestos/Mes	Rotación	Total/clientes
Enero	2790	0,50	1395
Febrero	2520	0,70	1764
Marzo	2790	0,50	1395
Abril	2700	0,50	1350
Mayo	2790	0,50	1395
Junio	2700	0,60	1620
Julio	2790	0,80	2232
Agosto	2790	0,70	1953
Septiembre	2700	0,40	1080
Octubre	2790	0,50	1395
Noviembre	2700	0,50	1350
Diciembre	2790	0,60	1674
Total:	32850	0,57	18615

Elaboración del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 67. Costo Potencial Ponderado de Alimentación.

Costo Potencial Ponderado de Alimentación			
Mes	Clientes	Costo Unitario	Valor Total
Enero	1395	\$ 3,50	\$ 4.882,50
Febrero	1764	\$ 3,50	\$ 6.174,00
Marzo	1395	\$ 3,50	\$ 4.882,50
Abril	1350	\$ 3,50	\$ 4.725,00
Mayo	1395	\$ 3,50	\$ 4.882,50
Junio	1620	\$ 3,50	\$ 5.670,00
Julio	2232	\$ 3,50	\$ 7.812,00
Agosto	1953	\$ 3,50	\$ 6.835,50
Septiembre	1080	\$ 3,50	\$ 3.780,00
Octubre	1395	\$ 3,50	\$ 4.882,50
Noviembre	1350	\$ 3,50	\$ 4.725,00
Diciembre	1674	\$ 3,50	\$ 5.859,00
Total:	18603	\$ 3,50	\$ 65.110,50

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Basándose en el primer cuadro de este rubro, se determinó la capacidad de las mesas que disponen de 90 puestos, es decir para 90 personas multiplicadas por el número de días de cada mes nos da como resultado el número de clientes por mes, posteriormente a este mismo valor se multiplica por el porcentaje de rotación dando como resultado final el total verdadero de clientes del restaurante.

Continuando con el segundo cuadro de este rubro se trabaja primero con el número de clientes verdaderos del restaurante, multiplicando el costo unitario del plato se obtiene como resultado los valores mensuales por concepto de la elaboración y preparación de los alimentos, es así que el valor es de **\$65.110,50USD** al año.

6.2.7. Capacidad Habitacional.

La capacidad habitacional que la hostería dispone es de 63 camas, es decir que posee una disponibilidad para 63 personas aproximadamente, lo que refleja un número de huéspedes de **22.680** al año.

Cuadro N°: 68. Capacidad Habitacional.

Capacidad Instalada	
Capacidad /día	63
Capacidad /mes	1890
Capacidad /año	22680

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 69. Cálculo Número de Clientes Por Tasa de Ocupación.

Cálculo Número de Clientes Por Tasa de Ocupación			
Detalle	Capacidad/mes	% de Ocupación	Total/clientes
Enero	1953	60%	1172
Febrero	1764	70%	1235
Marzo	1953	60%	1172
Abril	1890	50%	945
Mayo	1953	50%	977
Junio	1890	70%	1323
Julio	1953	90%	1758
Agosto	1953	70%	1367
Septiembre	1890	60%	1134
Octubre	1953	50%	977
Noviembre	1890	50%	945
Diciembre	1953	60%	1172
Total:	22995	62%	14175

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

El porcentaje promedio de ocupación habitacional de la hostería es del **62%** lo que refleja un total de huéspedes reales de **14175** al año aproximadamente.

6.2.8. Gastos Varios.

Los gastos varios son costos que de una u otra forma se presentan de improviso o en alguna emergencia, la característica de esta cuenta es que no representa valores altos mensuales como se presenta a continuación:

Cuadro N°: 70. Gastos Varios.

Gastos Varios 10% svcs		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos Varios	\$ 385,00	\$ 4.620,00
Total:	\$ 385,00	\$ 4.620,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.2.9. Consolidado Capital de Trabajo.

El total del capital de trabajo requerido para la implementación y puesta en marcha del proyecto es de **\$64.225,91USD**, el mismo que se manejará en un periodo no mayor a seis meses.

Cuadro N°: 71. Consolidado Capital de Trabajo.

Consolidado Capital de Trabajo	
Detalle	Valor
Sueldos Empleados	\$ 26.144,21
Servicios Básicos	\$ 11.550,00
Artículos de Limpieza	\$ 829,20
Guardianía	\$ 7.500,00
Publicidad y Propaganda	\$ 2.400,00
Costo Promedio de Alimentación Clientes	\$ 14.647,50
Gastos Varios	\$ 1.155,00
Total:	\$ 64.225,91

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.3. INGRESOS.

Los ingresos provienen de cuatro fuentes que genera la hostería agroturística como son los valores por concepto de alojamiento, restauración, paquetes

turísticos y entradas a las instalaciones de la empresa, a los cuales se los presenta en los siguientes cuadros.

Cuadro N°: 72. Ingresos por Alojamiento.

Venta Total de Alojamiento			
Mes	Clientes	P.V.P. Alojamiento	Valor Total
Enero	1172	\$ 25,00	\$ 29.295,00
Febrero	1235	\$ 25,00	\$ 30.870,00
Marzo	1172	\$ 25,00	\$ 29.295,00
Abril	945	\$ 25,00	\$ 23.625,00
Mayo	977	\$ 25,00	\$ 24.412,50
Junio	1323	\$ 25,00	\$ 33.075,00
Julio	1758	\$ 25,00	\$ 43.942,50
Agosto	1367	\$ 25,00	\$ 34.177,50
Septiembre	1134	\$ 25,00	\$ 28.350,00
Octubre	977	\$ 25,00	\$ 24.412,50
Noviembre	945	\$ 25,00	\$ 23.625,00
Diciembre	1172	\$ 25,00	\$ 29.295,00
Total:	14175	\$ 25,00	\$ 354.375,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 73. Ingresos por Restauración.

Venta Total de Alimentación			
Mes	Clientes	P.V.P. Alimentación	Valor Total
Enero	1395	\$ 7,00	\$ 9.765,00
Febrero	1764	\$ 7,00	\$ 12.348,00
Marzo	1395	\$ 7,00	\$ 9.765,00
Abril	1350	\$ 7,00	\$ 9.450,00
Mayo	1395	\$ 7,00	\$ 9.765,00
Junio	1620	\$ 7,00	\$ 11.340,00
Julio	2232	\$ 7,00	\$ 15.624,00
Agosto	1953	\$ 7,00	\$ 13.671,00
Septiembre	1080	\$ 7,00	\$ 7.560,00
Octubre	1395	\$ 7,00	\$ 9.765,00
Noviembre	1350	\$ 7,00	\$ 9.450,00
Diciembre	1674	\$ 7,00	\$ 11.718,00
Total:	18603	\$ 7,00	\$ 130.221,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 74. Ingresos por Paquetes Turísticos.

Venta Total de Paquetes Turísticos			
Mes	Clientes	P.V.P. del Paquete	Valor Total
Enero	1.172	\$ 15,00	\$ 17.577,00
Febrero	1.235	\$ 15,00	\$ 18.522,00
Marzo	1.172	\$ 15,00	\$ 17.577,00
Abril	945	\$ 15,00	\$ 14.175,00
Mayo	977	\$ 15,00	\$ 14.647,50
Junio	1.323	\$ 15,00	\$ 19.845,00
Julio	1.758	\$ 15,00	\$ 26.365,50
Agosto	1.367	\$ 15,00	\$ 20.506,50
Septiembre	1.134	\$ 15,00	\$ 17.010,00
Octubre	977	\$ 15,00	\$ 14.647,50
Noviembre	945	\$ 15,00	\$ 14.175,00
Diciembre	1.172	\$ 15,00	\$ 17.577,00
Total:	14.175	\$ 15,00	\$ 212.625,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 75. Ingresos por Entradas a la hostería.

Venta Total de Entradas a Instalaciones			
Mes	Clientes	P.V.P. Entradas	Valor Total
Enero	1312	\$ 2,00	\$ 2.624,83
Febrero	1432	\$ 2,00	\$ 2.864,74
Marzo	1312	\$ 2,00	\$ 2.624,83
Abril	1040	\$ 2,00	\$ 2.079,00
Mayo	1074	\$ 2,00	\$ 2.148,30
Junio	1495	\$ 2,00	\$ 2.989,98
Julio	2144	\$ 2,00	\$ 4.288,79
Agosto	1558	\$ 2,00	\$ 3.116,99
Septiembre	1247	\$ 2,00	\$ 2.494,80
Octubre	1074	\$ 2,00	\$ 2.148,30
Noviembre	1058	\$ 2,00	\$ 2.116,80
Diciembre	1359	\$ 2,00	\$ 2.718,58
Total:	16108	\$ 2,00	\$ 32.215,93

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede apreciar en los cuadros anteriores, los ingresos están calculados por su variedad y precios; detallando en el primer cuadro de esta cuenta están los ingresos por alojamiento en donde se calcula el porcentaje de ocupación por la tarifa de habitación, estimada en \$25,00 lo que da un valor anual de **\$ 354.375,00USD** aproximadamente por concepto de alojamiento.

En el segundo cuadro en cambio están los rubros pertenecientes a ingresos por alimentación los cuales se calculan del porcentaje de ocupación del restaurante por el valor promedio de consumo del cliente el cual está estimado en \$7,00USD como precio de venta al público ya que su costo es de \$3,50 aproximadamente, lo que da como resultado **\$ 130.221,00USD** por año.

Por otro lado está el tercer cuadro en donde se expresan los valores por concepto de la venta de paquetes turísticos, los cuales se obtienen a través del cálculo del porcentaje de ocupación multiplicado por la tarifa promedio del paquete que es de \$15,00USD, obteniendo así un ingreso anual de **\$ 212.625,00USD** aproximadamente.

Finalmente está el cuarto cuadro, el mismo que refleja los valores por concepto de entradas a la empresa con la finalidad de disfrutar y conocer sus instalaciones, el costo de ingreso por entrada es de \$2,00USD el mismo que se multiplica por el porcentaje de ocupación el cual posee un incremento promedio del 10% aproximadamente, esto da como resultado **\$ 32.215,93USD** al año.

A continuación se presenta el consolidado de ingresos el cual muestra los diferentes rubros pertenecientes a las áreas de la empresa.

6.3.1. Consolidado de Ingresos.

Cuadro N°:76 Consolidado de Ingresos.

Ingresos Projectados Anualmente										
Años:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ingreso Alojamiento	\$ 354.375,00	\$ 389.812,50	\$ 425.250,00	\$ 460.687,50	\$ 496.125,00	\$ 531.562,50	\$ 567.000,00	\$ 602.437,50	\$ 637.875,00	\$ 673.312,50
Ingreso Alimentación	\$ 130.221,00	\$ 143.243,10	\$ 156.265,20	\$ 169.287,30	\$ 182.309,40	\$ 195.331,50	\$ 208.353,60	\$ 221.375,70	\$ 234.397,80	\$ 247.419,90
Ingreso Paquetes Turísticos	\$ 212.625,00	\$ 238.140,00	\$ 263.655,00	\$ 289.170,00	\$ 314.685,00	\$ 340.200,00	\$ 365.715,00	\$ 391.230,00	\$ 416.745,00	\$ 442.260,00
Ingreso Entrada Instalaciones	\$ 32.215,93	\$ 37.048,32	\$ 41.880,71	\$ 46.713,10	\$ 51.545,49	\$ 56.377,88	\$ 61.210,27	\$ 66.042,66	\$ 70.875,05	\$ 75.707,44
Total:	\$ 729.436,93	\$ 808.243,92	\$ 887.050,91	\$ 965.857,90	\$ 1.044.664,89	\$ 1.123.471,88	\$ 1.202.278,87	\$ 1.281.085,86	\$ 1.359.892,85	\$ 1.438.699,84

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.4. GASTOS DEPRECIACIONES.

Es el proceso de asignar a gasto el costo de un activo de planta durante el periodo en el que se usa el activo.

Cuadro N°: 77 Gastos Depreciaciones.

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	%	Valor %
Edificación y Construcción	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	\$ 49.818,48	5%	\$ 49.818,48
Muebles y Enseres Hostería	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	\$ 3.712,31	10%	\$ 3.712,31
Equipo de Computación	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	\$ 1.799,16	33%	\$ 1.799,16
Equipamiento Hostería	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	\$ 12.253,64	10%	\$ 12.253,64
Amortización Gastos de Constitución	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	\$ 844,00	20%	\$ 844,00
Total Depreciaciones + Amortización	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59		
Total Depreciaciones:	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59	\$ 67.583,59		

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Los porcentajes de depreciación en conformidad con la ley de régimen tributario interno en su artículo 21, numeral 6, son los siguientes:

- Inmuebles (Excepto terrenos) del 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles del 10% anual.
- Vehículos, transporte y equipo vehicular móvil del 20% anual
- Equipos de cómputo y software del 33%

6.5. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

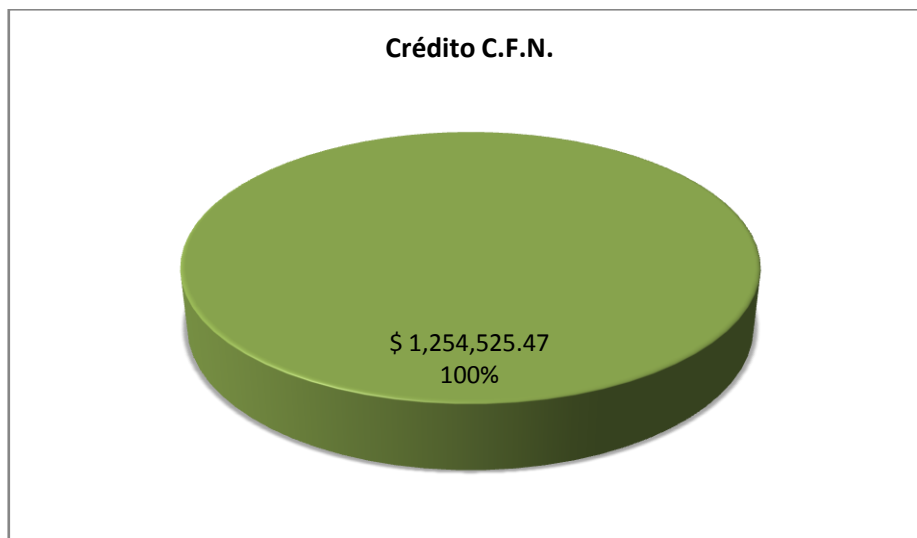
El monto total requerido para la inversión del proyecto es de **\$ 1.254.525,47USD**, en donde el 100% de la deuda será financiada a través de C.F.N. Corporación Financiera Nacional a un plazo máximo de 10 años, contando con un año de periodo de gracia, la tasa de interés del 9% anual.

Cuadro N°: 78 Financiamiento del Proyecto.

Inversión Total	USD	Porcentaje
Crédito C.F.N.	\$ 1.254.525,47	100%

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 101 Financiamiento del Proyecto.



Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.6. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO.

El monto de la cuota anual se calcula aplicando la siguiente ecuación:

$$C=P* \frac{I (1+i)^n}{(1+i)^n-1}$$

C: Valor de la cuota

P: Monto del préstamo

I: Tasa de Interés

n: Número de cuotas en años

\$ 1.254.525,47	0,09	2,36736367
	2,36736367	-1

\$ 1.254.525,47	0,21306273
	1,36736367

\$ 1.254.525,47	0,15582009
-----------------	------------

\$ 195.480,27

La amortización de la deuda a diez años plazo es de **\$ 195.480,27USD**. Es decir el valor anual a pagar por el endeudamiento. A continuación se presenta el cuadro de amortización de la empresa.

6.6.1. Amortización de la deuda.

Cuadro N°:79 Amortización de la Deuda.

Monto Total:	\$ 1.254.525,47				
Plazo:	10 Años				
Periodo de Gracia:	1 Año				
Interés Nominal:		Interés Anual:	9%		
Cuota:	\$ 195.480,27				
Período de Pago:	Anual				
C.F.N.					
Periodo	Deuda	Interés	Amortización	Cuota	Saldo
0					
1 Año	\$ 1.254.525,47	\$ 112.907,29	\$ 82.572,98	\$ 195.480,27	\$ 1.171.952,49
2 Año	\$ 1.171.952,49	\$ 105.475,72	\$ 90.004,55	\$ 195.480,27	\$ 1.081.947,94
3 Año	\$ 1.081.947,94	\$ 97.375,31	\$ 98.104,96	\$ 195.480,27	\$ 983.842,98
4 Año	\$ 983.842,98	\$ 88.545,87	\$ 106.934,40	\$ 195.480,27	\$ 876.908,58
5 Año	\$ 876.908,58	\$ 78.921,77	\$ 116.558,50	\$ 195.480,27	\$ 760.350,08
6 Año	\$ 760.350,08	\$ 68.431,51	\$ 127.048,76	\$ 195.480,27	\$ 633.301,32
7 Año	\$ 633.301,32	\$ 56.997,12	\$ 138.483,15	\$ 195.480,27	\$ 494.818,17
8 Año	\$ 494.818,17	\$ 44.533,63	\$ 150.946,64	\$ 195.480,27	\$ 343.871,53
9 Año	\$ 343.871,53	\$ 30.948,44	\$ 164.531,83	\$ 195.480,27	\$ 179.339,69
10 Año	\$ 179.339,69	\$ 16.140,57	\$ 179.339,70	\$ 195.480,27	\$ 0,00
	Total:	\$ 700.277,24	\$ 1.254.525,47	\$ 1.954.802,72	\$ 0,00

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.7. COSTOS.

6.7.1. Costos Fijos.

Son aquellos que sin importar el volumen de producción o de venta de un servicio se mantiene constante, es decir no varía; como se puede apreciar en el siguiente cuadro los costos fijos estimados para el año 2012 son de **\$368.484,70USD**.

Cuadro N°: 80 Costos Fijos.

Costos Fijos										
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nómina Empleados	\$ 104.576,84	\$ 109.805,69	\$ 115.295,97	\$ 121.060,77	\$ 127.113,81	\$ 133.469,50	\$ 140.142,97	\$ 147.150,12	\$ 154.507,63	\$ 162.233,01
Depreciaciones Amortizaciones Activos	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59
Amortización e Interés	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27	\$ 195.480,27
Total:	\$ 368.484,70	\$ 373.713,54	\$ 379.203,83	\$ 384.968,63	\$ 391.021,67	\$ 397.377,36	\$ 404.050,83	\$ 411.057,98	\$ 418.415,49	\$ 426.140,87

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.7.2. Costos Variables.

Son aquellos que varían de acuerdo con el volumen de producción, dentro de los costos variables constan los gastos de mantenimiento de equipos, en donde se toma un porcentaje en relación del valor del activo, en este caso es del 2%.

Cuadro N°: 81 Costos Variables.

Mantenimiento Equipo	
Muebles de la Hostería	\$ 37.123,10
Equipos de Computación	\$ 5.452,00
Equipamiento Hostería	\$ 122.536,41
Total:	\$ 165.111,51
Porcentaje	Mantenimiento
2%	\$ 3.302,23

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Cuadro N°: 82 Costos Variables.

Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Servicios Básicos	\$ 46.200,00	\$ 47.586,00	\$ 49.013,58	\$ 50.483,99	\$ 51.998,51	\$ 53.558,46	\$ 55.165,22	\$ 56.820,17	\$ 58.524,78	\$ 60.280,52
Guardianía	\$ 30.000,00	\$ 30.900,00	\$ 31.827,00	\$ 32.781,81	\$ 33.765,26	\$ 34.778,22	\$ 35.821,57	\$ 36.896,22	\$ 38.003,10	\$ 39.143,20
Artículos de Limpieza	\$ 3.316,80	\$ 3.416,30	\$ 3.518,79	\$ 3.624,36	\$ 3.733,09	\$ 3.845,08	\$ 3.960,43	\$ 4.079,25	\$ 4.201,62	\$ 4.327,67
Publicidad y Propaganda	\$ 9.600,00	\$ 9.888,00	\$ 10.184,64	\$ 10.490,18	\$ 10.804,88	\$ 11.129,03	\$ 11.462,90	\$ 11.806,79	\$ 12.160,99	\$ 12.525,82
Costo de Alimentación	\$ 65.110,50	\$ 67.063,82	\$ 69.075,73	\$ 71.148,00	\$ 73.282,44	\$ 75.480,91	\$ 77.745,34	\$ 80.077,70	\$ 82.480,03	\$ 84.954,43
Mantenimiento equipo	\$ 3.302,23	\$ 3.401,30	\$ 3.503,34	\$ 3.608,44	\$ 3.716,69	\$ 3.828,19	\$ 3.943,04	\$ 4.061,33	\$ 4.183,17	\$ 4.308,66
Gastos Varios	\$ 4.620,00	\$ 4.758,60	\$ 4.901,36	\$ 5.048,40	\$ 5.199,85	\$ 5.355,85	\$ 5.516,52	\$ 5.682,02	\$ 5.852,48	\$ 6.028,05
Total:	\$ 162.149,53	\$ 167.014,02	\$ 172.024,44	\$ 177.185,17	\$ 182.500,72	\$ 187.975,75	\$ 193.615,02	\$ 199.423,47	\$ 205.406,17	\$ 211.568,36

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Los costos variables dan un valor total de **\$162.149,53USD** para el año 2012 como se aprecia en el cuadro anterior.

6.7.3. Costos Totales.**Cuadro N°: 83 Costos Totales.**

Costos Totales										
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Costo Fijo	\$ 368.484,70	\$ 373.713,54	\$ 379.203,83	\$ 384.968,63	\$ 391.021,67	\$ 397.377,36	\$ 404.050,83	\$ 411.057,98	\$ 418.415,49	\$ 426.140,87
Costo Variable	\$ 162.149,53	\$ 167.014,02	\$ 172.024,44	\$ 177.185,17	\$ 182.500,72	\$ 187.975,75	\$ 193.615,02	\$ 199.423,47	\$ 205.406,17	\$ 211.568,36
Total:	\$ 530.634,23	\$ 540.727,56	\$ 551.228,27	\$ 562.153,80	\$ 573.522,39	\$ 585.353,10	\$ 597.665,85	\$ 610.481,45	\$ 623.821,66	\$ 637.709,23

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Para obtener los costos totales se suman los costos fijos más los variables, lo que resulta para el año 2012 un valor de **\$530.634,23USD** como se aprecia en el cuadro anterior.

6.8. BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIA.

Este balance permite conocer cuáles son los ingresos y egresos de la empresa, determinando las utilidades para cada año proyectado, es así que se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N°: 84 Balance de Pérdidas y Ganancias.

Balance de Pérdidas y Ganancias (Proyección 2011 - 2021)										
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total Ingresos										
Ventas Netas	\$ 729.436,93	\$ 780.497,52	\$ 831.558,10	\$ 882.618,69	\$ 933.679,27	\$ 984.739,86	\$ 1.035.800,44	\$ 1.086.861,03	\$ 1.137.921,61	\$ 1.188.982,20
Alojamiento	\$ 354.375,00	\$ 379.181,25	\$ 403.987,50	\$ 428.793,75	\$ 453.600,00	\$ 478.406,25	\$ 503.212,50	\$ 528.018,75	\$ 552.825,00	\$ 577.631,25
Alimentación	\$ 130.221,00	\$ 139.336,47	\$ 148.451,94	\$ 157.567,41	\$ 166.682,88	\$ 175.798,35	\$ 184.913,82	\$ 194.029	\$ 203.145	\$ 212.260
Paquetes Turísticos	\$ 212.625,00	\$ 227.508,75	\$ 242.392,50	\$ 257.276,25	\$ 272.160,00	\$ 287.043,75	\$ 301.927,50	\$ 316.811,25	\$ 331.695,00	\$ 346.578,75
Entradas Instalaciones	\$ 32.215,93	\$ 34.471,05	\$ 36.726,16	\$ 38.981,28	\$ 41.236,39	\$ 43.491,51	\$ 45.746,62	\$ 48.001,74	\$ 50.256,85	\$ 52.511,97
(-) Costo de Ventas										
Costo de Alimentación	\$ 65.110,50	\$ 69.668,24	\$ 74.225,97	\$ 78.783,71	\$ 83.341,44	\$ 87.899,18	\$ 92.456,91	\$ 97.014,65	\$ 101.572,38	\$ 106.130,12
Mano de Obra Directa	\$ 52.288,42	\$ 55.948,61	\$ 59.608,80	\$ 63.268,99	\$ 66.929,18	\$ 70.589,37	\$ 74.249,56	\$ 77.909,75	\$ 81.569,94	\$ 85.230,13
Servicios Básicos	\$ 46.200,00	\$ 49.434,00	\$ 52.668,00	\$ 55.902,00	\$ 59.136,00	\$ 62.370,00	\$ 65.604,00	\$ 68.838,00	\$ 72.072,00	\$ 75.306,00
Artículos de Limpieza	\$ 3.316,80	\$ 3.548,98	\$ 3.781,15	\$ 4.013,33	\$ 4.245,50	\$ 4.477,68	\$ 4.709,86	\$ 4.942,03	\$ 5.174,21	\$ 5.406,38
Total Gastos Ventas	\$ 166.915,72	\$ 178.599,82	\$ 190.283,92	\$ 201.968,02	\$ 213.652,12	\$ 225.336,22	\$ 237.020,33	\$ 248.704,43	\$ 260.388,53	\$ 272.072,63
Utilidad Bruta	\$ 562.521,21	\$ 601.897,69	\$ 641.274,18	\$ 680.650,66	\$ 720.027,15	\$ 759.403,63	\$ 798.780,12	\$ 838.156,60	\$ 877.533,09	\$ 916.909,57
(-) Gastos Administrativos y Ventas										
Mano de Obra Indirecta y Sueldo Personal Administrativo	\$ 52.288,42	\$ 55.948,61	\$ 59.608,80	\$ 63.268,99	\$ 66.929,18	\$ 70.589,37	\$ 74.249,56	\$ 77.909,75	\$ 81.569,94	\$ 85.230,13
Publicidad y Propaganda	\$ 9.600,00	\$ 10.272,00	\$ 10.944,00	\$ 11.616,00	\$ 12.288,00	\$ 12.960,00	\$ 13.632,00	\$ 14.304,00	\$ 14.976,00	\$ 15.648,00
Depreciación Amortización Activos	\$ 68.427,59	\$ 73.217,52	\$ 78.007,45	\$ 82.797,38	\$ 87.587,31	\$ 92.377,24	\$ 97.167,17	\$ 101.957,10	\$ 106.747,03	\$ 111.536,97
Gastos Varios	\$ 4.620,00	\$ 4.943,40	\$ 5.266,80	\$ 5.590,20	\$ 5.913,60	\$ 6.237,00	\$ 6.560,40	\$ 6.883,80	\$ 7.207,20	\$ 7.530,60
Total Gastos Operativos	\$ 134.936,01	\$ 144.381,53	\$ 153.827,05	\$ 163.272,57	\$ 172.718,09	\$ 182.163,61	\$ 191.609,13	\$ 201.054,65	\$ 210.500,17	\$ 219.945,69
Utilidad Operacional	\$ 427.585,20	\$ 457.516,17	\$ 487.447,13	\$ 517.378,09	\$ 547.309,06	\$ 577.240,02	\$ 607.170,99	\$ 637.101,95	\$ 667.032,91	\$ 696.963,88
(-) Gastos Financieros										

Interés Bancario	\$ 195.480,27	\$ 209.163,89	\$ 222.847,51	\$ 236.531,13	\$ 250.214,75	\$ 263.898,37	\$ 277.581,99	\$ 291.265,60	\$ 304.949,22	\$ 318.632,84
Total Gastos Financieros	\$ 195.480,27	\$ 209.163,89	\$ 222.847,51	\$ 236.531,13	\$ 250.214,75	\$ 263.898,37	\$ 277.581,99	\$ 291.265,60	\$ 304.949,22	\$ 318.632,84
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 232.104,93	\$ 248.352,28	\$ 264.599,62	\$ 280.846,97	\$ 297.094,31	\$ 313.341,66	\$ 329.589,00	\$ 345.836,35	\$ 362.083,69	\$ 378.331,04
15% Participación Trabajadores	\$ 34.815,74	\$ 37.252,84	\$ 39.689,94	\$ 42.127,04	\$ 44.564,15	\$ 47.001,25	\$ 49.438,35	\$ 51.875,45	\$ 54.312,55	\$ 56.749,66
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 197.289,19	\$ 211.099,43	\$ 224.909,68	\$ 238.719,92	\$ 252.530,16	\$ 266.340,41	\$ 280.150,65	\$ 293.960,89	\$ 307.771,14	\$ 321.581,38
25% Impuesto a la renta	\$ 49.322,30	\$ 52.774,86	\$ 56.227,42	\$ 59.679,98	\$ 63.132,54	\$ 66.585,10	\$ 70.037,66	\$ 73.490,22	\$ 76.942,78	\$ 80.395,35
Utilidad del Ejercicio	\$ 147.966,89	\$ 158.324,58	\$ 168.682,26	\$ 179.039,94	\$ 189.397,62	\$ 199.755,31	\$ 210.112,99	\$ 220.470,67	\$ 230.828,35	\$ 241.186,04
Utilidad Mensual	\$ 12.330,57	\$ 13.193,71	\$ 14.056,85	\$ 14.920,00	\$ 15.783,14	\$ 16.646,28	\$ 17.509,42	\$ 18.372,56	\$ 19.235,70	\$ 20.098,84

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

6.9. FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja permite conocer la liquidez de la empresa el mismo que sirve para determinar si la empresa está en la capacidad de responder frente a sus operaciones.

Cuadro N°: 85 Flujo de Caja.

Detalle	0	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas		\$ 729.436,93	\$ 780.497,52	\$ 831.558,10	\$ 882.618,69	\$ 933.679,27	\$ 984.739,86	\$ 1.035.800,44	\$ 1.086.861,03	\$ 1.137.921,61	\$ 1.188.982,20
Alojamiento		\$ 354.375,00	\$ 379.181,25	\$ 403.987,50	\$ 428.793,75	\$ 453.600,00	\$ 478.406,25	\$ 503.212,50	\$ 528.018,75	\$ 552.825,00	\$ 577.631,25
Alimentación		\$ 130.221,00	\$ 139.336,47	\$ 148.451,94	\$ 157.567,41	\$ 166.682,88	\$ 175.798,35	\$ 184.913,82	\$ 194.029,29	\$ 203.144,76	\$ 212.260,23
Paquetes Turísticos		\$ 212.625,00	\$ 227.508,75	\$ 242.392,50	\$ 257.276,25	\$ 272.160,00	\$ 287.043,75	\$ 301.927,50	\$ 316.811,25	\$ 331.695,00	\$ 346.578,75
Entradas a Instalaciones		\$ 32.215,93	\$ 34.471,05	\$ 36.726,16	\$ 38.981,28	\$ 41.236,39	\$ 43.491,51	\$ 45.746,62	\$ 48.001,74	\$ 50.256,85	\$ 52.511,97
(-) Costo Ventas		\$ 166.915,72	\$ 178.599,82	\$ 190.283,92	\$ 201.968,02	\$ 213.652,12	\$ 225.336,22	\$ 237.020,33	\$ 248.704,43	\$ 260.388,53	\$ 272.072,63
Utilidad Bruta		\$ 562.521,21	\$ 601.897,69	\$ 641.274,18	\$ 680.650,66	\$ 720.027,15	\$ 759.403,63	\$ 798.780,12	\$ 838.156,60	\$ 877.533,09	\$ 916.909,57
(-) Gastos Administrativos		\$ 134.936,01	\$ 144.381,53	\$ 153.827,05	\$ 163.272,57	\$ 172.718,09	\$ 182.163,61	\$ 191.609,13	\$ 201.054,65	\$ 210.500,17	\$ 219.945,69
Utilidad Operativa		\$ 427.585,20	\$ 457.516,17	\$ 487.447,13	\$ 517.378,09	\$ 547.309,06	\$ 577.240,02	\$ 607.170,99	\$ 637.101,95	\$ 667.032,91	\$ 696.963,88
(-) Gastos Financieros		\$ 195.480,27	\$ 209.163,89	\$ 222.847,51	\$ 236.531,13	\$ 250.214,75	\$ 263.898,37	\$ 277.581,99	\$ 291.265,60	\$ 304.949,22	\$ 318.632,84
Utilidad antes de Impuesto Renta		\$ 232.104,93	\$ 248.352,28	\$ 264.599,62	\$ 280.846,97	\$ 297.094,31	\$ 313.341,66	\$ 329.589,00	\$ 345.836,35	\$ 362.083,69	\$ 378.331,04
Utilidad del Ejercicio		\$ 147.966,89	\$ 158.324,58	\$ 168.682,26	\$ 179.039,94	\$ 189.397,62	\$ 199.755,31	\$ 210.112,99	\$ 220.470,67	\$ 230.828,35	\$ 241.186,04
(+) Depreciaciones + Amortizaciones		\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59	\$ 68.427,59
		-\$ 1.254.525,47									
Flujo de Caja		\$ 216.394,48	\$ 226.752,16	\$ 237.109,84	\$ 247.467,53	\$ 257.825,21	\$ 268.182,89	\$ 278.540,57	\$ 288.898,26	\$ 299.255,94	\$ 309.613,62

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede apreciar en el cuadro anterior la fluidez de la caja es positiva, es decir que la empresa si posee el dinero para solventar sus diversas operaciones, el valor correspondiente al año 2012 da como resultado **\$216.394,48USD**, el cual se va incrementando a través de las proyecciones realizadas para 10 años.

6.10. VAN. VALOR ACTUAL NETO.

El valor actual que produce la empresa es positivo lo que indica que su materialización es viable, otorgando réditos a los inversionistas lo que asegurará su posterior ejecución.

Cuadro N°: 86 Tasa del VAN.

Tasa Activa	8,02%
Tasa Pasiva	4,36%
Total	12,38%

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Tasa	12,38%
Inversión Inicial	-\$ 1.254.525,47
2012	
2013	
2014	
2015	
2016	
2017	
2018	
2019	
2020	
2021	
Total:	\$ 137.407,92

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

El valor actual neto es de \$137.407,92 en un periodo de 10 años con una tasa anual del 12,38%

6.11. TIR. TASA INTERNA DE RETORNO.

A través del método de ensayo y error de Excel, se calculó el valor presente de los flujos de efectivo para este proyecto, utilizando la tasa de descuento y el resultado de inversión del proyecto.

Cuadro N°: 87 Cálculo del TIR.

Calculo TIR
-\$ 1.254.525,47
\$ 216.394,48
\$ 226.752,16
\$ 237.109,84
\$ 247.467,53
\$ 257.825,21
\$ 268.182,89
\$ 278.540,57
\$ 288.898,26
\$ 299.255,94
\$ 309.613,62
15,14%

Elaboración del Autor: Javier Revelo
Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se aprecia en el cuadro anterior, la TIR del proyecto es de 15,14% lo que significa que está dentro del porcentaje requerido para la inversión de este tipo de proyecto en el tiempo establecido, mostrando la realidad económica de la empresa; ya que si se manejan porcentajes altos significa que son valores ficticios y si es valores bajos pues no es factible realizar la inversión.

6.12. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es el proceso en donde los ingresos y los costos son igual a cero, es decir que no hay ganancias ni tampoco pérdidas, se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$\text{P.E. Ventas} = \frac{\text{C.F.}}{1 - \frac{\text{C.V.T.}}{\text{V.T.}}}$$

Aplicando la fórmula se realiza la siguiente operación:

$$\begin{array}{r}
 \$ 368.484,70 \\
 \text{P.E. Ventas} = \frac{\quad}{\quad} \\
 1 - \$162.149,53 \\
 \hline
 \$ 729.436,93
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 \$ 368.484,70 \\
 \text{P.E. Ventas} = \frac{\quad}{\quad} \\
 1 - 0,22
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 \$ 368.484,70 \\
 \text{P.E. Ventas} = \frac{\quad}{\quad} \\
 0,78
 \end{array}$$

P.E. Ventas = \$ 472.416,28USD.

Para alcanzar este punto de equilibrio hay que vender un porcentaje del 64,93%.

P.E. Ventas Anual es de \$ 472.416,28USD.

P.E. Ventas Mensual es de \$ 39.368,02USD.

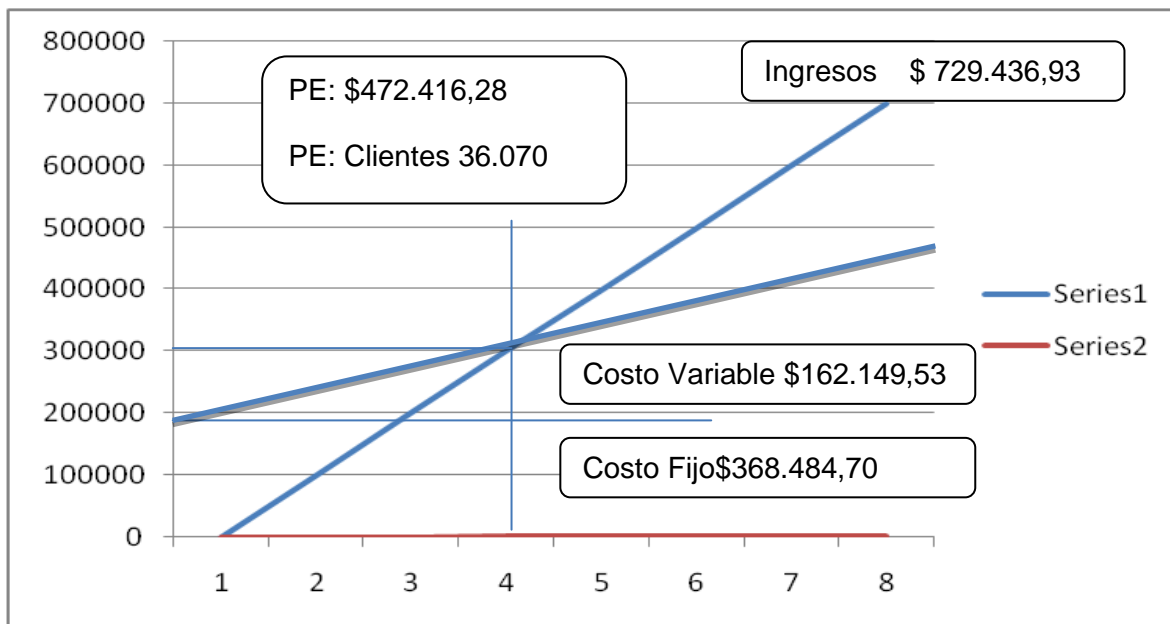
P.E. Ventas Semanal es de \$ 9.842,01USD.

P.E. Ventas Diarias es de \$ 1,41USD.

Cuadro N°:88 Punto de Equilibrio por rubros.

Rubros	Valor P.E.	No. Clientes P.E
Alojamiento	\$ 230.186,26	9.207
Alimentación	\$ 84.585,78	12.084
Paquetes	\$ 138.111,76	4.316
Ingreso	\$ 20.926,04	10.463
Total:	\$472.416.28	36.070

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Gráfico N°: 102 Punto de Equilibrio.

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

6.13. ROI. Rentabilidad Operacional de Inversión.

Cuadro N°: 89 ROI.

VTAS	\$729.436,93
INVERSION	\$1.254.525,468
ROI	\$ 0,58

Elaboración del Autor: Javier Revelo
 Investigación del Autor: Javier Revelo

Como se puede observar en el anterior cuadro, por cada dólar invertido se obtiene \$0,58 como costo beneficio, lo que significa que en valores reales la empresa si es rentable.

CAPÍTULO VII.

CONCLUSIONES.

Actualmente el país está incentivando programas para el manejo adecuado del turismo, siguiendo las tendencias a nivel mundial con la finalidad de establecer un desarrollo equilibrado de los recursos y las riquezas, enfatizando en el uso racional y necesario de los diferentes recursos naturales que existen en las cuatro regiones del Ecuador.

Una vez realizados los estudios respectivos para la creación de la hostería agroturística Wasi Sumaq, se determinó que por su ubicación estratégica posee una ventaja sobre su competencia, además de ofertar nuevos productos a través de sus paquetes turísticos lo cual la hace sin duda atractiva para los turistas, enfocándose en satisfacer las necesidades de los clientes.

Mediante los diferentes medios de comunicación y publicidad, se determinó que los medios tecnológicos comunicativos son hoy en día los más utilizados y los más vistos, por ende la hostería agroturística explota esta forma de comunicación cuyo objetivo es darse a conocer a nivel nacional y a su vez de manera internacional, impulsando el desarrollo turístico y económico.

A través de la clasificación de los diversos recursos que posee la empresa se puede ejecutar firmemente sus operaciones, efectuándolas de manera precisa y optimizando recursos y tiempo, volviéndose más eficiente en cuanto al ofrecimiento de un producto y servicio de calidad, cumpliendo con los estándares establecidos para este sector.

El estudio de impacto ambiental permitió conocer más a profundidad aspectos que inciden en la afectación del entorno natural, como se ha visto desde hace un tiempo y con más fuerza en estos últimos años la homogeneidad entre la empresa y la naturaleza, mostrándose como una especie de sociedad en donde el recurso

es limitado y la necesidad es grande, estableciendo para ello medidas de manejo ambiental con la finalidad de reducir la contaminación.

El presupuesto es una base económica esencial, ya que a través de la misma se puede conocer cuánto es el valor de un proyecto o de una actividad, sin duda alguna este capítulo permite determinar la factibilidad del proyecto, si es favorable o no, analizando para ello aspectos como gastos, costos, ingresos y demás, estableciendo el capital de trabajo y sus respectivas proyecciones a diez años, concluyendo en que sus indicadores reflejaron un valor positivo demostrando la viabilidad de la creación de la hostería agroturística Wasi Sumaq.

RECOMENDACIONES.

La hostería agroturística Wasi Sumaq mantendrá su posicionamiento en el mercado hotelero mediante el estudio periódico de las nuevas tendencias y gustos de los consumidores con la finalidad de atraer más clientela generando mayor rentabilidad.

A través del estudio estratégico se encamina a la empresa, dándole una dirección a seguir y una operación a cumplir, por ende es necesario que toda empresa ya sea grande o pequeña tenga bien establecido sus metas ya que son la base de su funcionamiento.

De igual manera la publicidad empleada en el proyecto, ha contribuido enormemente, para su difusión y comunicación, estrechando barreras y afianzando posibles relaciones de negocios, es indispensable contar con este tipo de difusión ya que es la carta de presentación de la empresa.

El establecimiento de los distintos recursos que posee la empresa contribuyen a la realización de sus operaciones al igual que la definición de los procesos establece un orden secuencial para la realización de la operaciones, por ende es de suma importancia planificar, controlar y seguimiento a estos parámetros.

Continuando con el estudio de impacto ambiental, el cual determinó que los efectos de dicho proyecto ocasionarán molestias en la planificación, construcción y operación, dando un valor moderado, se puede establecer las medidas de mitigación respectivas para su solución pronta y efectiva.

Las proyecciones realizadas por parte de la hostería en lo que se refiere a las áreas de alojamiento, restauración principalmente, establece la cantidad de personas y la rentabilidad que esto generaría para la empresa.

