UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RANCHO ESPECIALIZADO EN TURISMO DE AVENTURA EN EL CRATER DEL PULULAHUA AL NOROESTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

AUTOR:
Fernando Mario Cevallos Salazar

DIRECTOR:
Ing. Fabio Lugmania

Quito, septiembre del 2010

Quito, 1 de septiembre del 2010

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

FERNANDO MARIO CEVALLOS SALAZAR

AUTOR

DEDICATORIA

A mi madre, por ser la forjadora de mi crecimiento personal, a mi padre que desde el cielo seguramente guía mi camino, y a mi hermana y sobrinos, que con su amor y apoyo incondicional han hecho de mí una persona mejor.

Fernando Cevallos

Septiembre / 2010

Agradecimiento

A mi madre, por brindarme siempre su apoyo y comprensión en cada uno de mis objetivos planteados.

Al Ingeniero Fabio Lugmania, por guiarme con sus sabias enseñanzas y tiempo dedicado a la revisión, elaboración y culminación de mi tesis.

A Nora Astudillo, por su apoyo y dedicación desinteresada y a todas aquellas personas que de una u otra manera me apoyaron y creyeron en mi.

Fernando Cevallos

Septiembre / 2010

ÍNDICE DE CONTENIDOS

		Págs.
Índice de Cuadros		V
Índice de Gráficos		IX
Resumen Ejecutivo		X
		Págs.
CAPÍTULO I	ESTUDIO DE MERCADO	1
1.1	Definición	1
1.2	Objetivos del Estudio de Mercado	1
1.3	Antecedentes de la Zona	2
1.4	Tipo de Estudio	4
1.5	Segmentación de Mercados	31
1.6	Investigación de Mercados	36
1.6.1	El Universo y el Tamaño Óptimo de la Muestra	48
1.6.2	Análisis de los Resultados de la Investigación de Campo	52
1.7	Demanda	74
1.8	Oferta	78
1.8.1	Clasificación de la Oferta	78
1.8.2	Factores que afectan a la Oferta	79
1.8.3	Competencia	83
1.8.3.1	Análisis de los servicios que prestan empresas similares al proyecto	83
1.8.3.2	Análisis de la competencia	85
1.8.4	Comportamiento histórico de la oferta	86
1.9	Plan de Marketing	90
1.9.1	FODA	90
1.9.2	Desarrollo del Plan de Marketing	92
CAPÍTULO II	ESTUDIO TÉCNICO	112
2.1	Objetivos del Estudio	112
2.2	Organización del Proyecto	112
2.3	Localización del Proyecto	115
2.3.1	Macrolocalización	115
2.3.1.1	Plano o Mapa de la Macrolocalización	116
2.3.1.2	Justificación	116
2.3.2	Microlocalización	118
2.3.2.1	Plano de Microlocalización	118

2.3.2.2 Criterios de Selección de Alternativas 119
2.3.2.3 Matriz Locacional 124
2.3.2.3.1 Selección de la Alternativa Óptima 124
2.4 Tamaño del Proyecto 126
2.4.1 Factores Determinantes del Proyecto 126
2.4.1.1 El Mercado 126
2.4.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros 127
2.4.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra 128
2.4.1.4 Disponibilidad de Insumos y Materia Prima 129
2.4.1.5 El Tamaño, la Tecnología y los Equipos 129
2.4.2 Distribución de Espacios 131
2.4.3 Tamaño Óptimo del Rancho 132
2.5 Ingeniería del Proyecto 133
2.5.1 Flujograma del Proceso de Atención al Cliente 138
2.5.2.1 Flujograma del Proceso de Atención al Cliente (cliente acude a la oficina en Quito) 138
2.5.2.2 Descripción del Proceso de Producción del Servicio 140
2.5.2.3 Requerimiento y Valoración Económica de las Variables Técnicas 142
2.5.2.3.1 Inversión en Obra Física para el Rancho 142
2.5.2.3.2 Inversión en Infraestructura para el Rancho 142
2.5.2.3.3 Inversión en Muebles, Tecnología y Equipos. (Cabañas Simples y Dobles) 143
2.5.2.3.4 Inversión en Muebles, Tecnología y Equipos. (Cabaña Central) 143
2.5.2.3.5 Inversión en Equipos de Oficina 144
2.5.2.3.6 Inversión en Equipos de Computación 145
2.5.2.3.7 Inversión en Implementos Adicionales 145
2.5.2.3.8 Gasto de Servicios Básicos 146
2.6 Programa de Producción 146

CAPÍTULO III ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL 148

3.1 Organización del Rancho La Guajira 148
3.1.1 Objetivos 148
3.1.2 Requerimiento de Personal 148
3.1.3 Organigrama Funcional 149
3.1.4 Definición de Responsabilidades 152
3.1.5 Perfil del Personal 159
3.1.6 Inversión en Personal 162
3.1.7 Políticas del Rancho la Guajira 163
3.1.8 Valores que Identifican al Rancho la Guajira 167
3.2 Marco Legal 168
3.2.1 Objetivos 168
3.2.2 Constitución Legal del Rancho La Guajira 169
3.2.2.1 Elementos necesarios para la Constitución del Rancho La Guajira 169
3.2.2.2 Requisitos de forma para la Constitución de la Compañía 170
3.2.2.3 Inscripción en la Cámara Provincial de Turismo 172
3.2.2.4 Normatividad 173

3.2.2.5 Patente Municipal 175
3.2.2.6 Permiso Sanitario 175
3.2.2.7 Impuesto a la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos SAYCE 175
3.2.2.8 Impuesto a los Bomberos 175
3.2.2.9 Permiso de la Intendencia de Policía 176
3.2.3 Permiso para obtener el registro y la licencia anual de funcionamiento 176
3.2.4 Prestación de servicios hoteleros en los establecimientos según su categoría 177
3.2.5 Costos de Constitución de la Compañía y Permisos de Funcionamiento 181

CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO 183

4.1 Objetivos del Estudio 183
4.2 Generalidades 183
4.3 Presupuesto de Inversión 184
4.3.1 Determinación de Costos de Inversión 184
4.3.2 Plan de Inversiones Activos Fijos 184
4.3.3 Determinación de los Activos Intangibles 192
4.3.4 Determinación del Capital de Trabajo 193
4.4 Cuadro resumen de la Inversión Inicial del Proyecto 197
4.5 Depreciación, Amortización y Valor Libro 198
4.6 Estructura del Financiamiento del Proyecto 201
4.6.1 Tabla de Amortización del Préstamo 201
4.7 Presupuestos de Operación 203
4.7.1 Presupuesto de Costos de Operación 203
4.7.1.1 Costos Directos de Producción 204
4.7.1.1.1 Materia Prima Directa 204
4.7.1.1.2 Mano de Obra Directa 204
4.7.1.2 Costos Indirectos de Producción 206
4.7.1.2.1 Mano de Obra Indirecta 206
4.7.1.2.2 Servicios 207
4.7.1.2.3 Mantenimiento y Seguros 208
4.7.1.2.4 Depreciación 209
4.7.1.3 Gastos de Administración 210
4.7.1.4 Gasto de Ventas 211
4.7.1.5 Gasto de Seguridad/Transporte 212
4.7.1.6 Resumen del Presupuesto de Costo de Operación 213
4.7.2 Costos Unitarios de Producción 215
4.7.2.1 Servicio de Restaurant 215
4.7.2.2 Servicio de Bar 217
4.7.2.3 Paquetes Turísticos 218
4.7.3 Precio Unitario de Venta 221
4.7.3.1 Precio Unitario de Venta: Servicio de restaurante 221
4.7.3.2 Precio Unitario de Venta: Servicio de bar 223

4.7.3.3 Precio Unitario de Venta: Servicio cabañas, tours y auditorio 224
4.7.4 Presupuesto de Ingresos 227
4.7.5 Estructura de Financiamiento 229
4.7.6 Punto de Equilibrio Total 230
4.8 Estado de Resultados Proyectado 232
4.8.1 Flujo de Caja del Proyecto 236
4.8.2 Evaluación Financiera 239
4.8.2.1 Determinación de la Tasa de Descuento 239
4.8.2.2 Calculo del Van (Valor Actual Neto) 240
4.8.2.3 Calculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) 242
4.8.2.4 Tiempo de Recuperación del Capital 243
4.9 Balance General Proyectado 244
4.10 Indicadores de Evaluación del Proyecto 246
4.11 Relación Costo/Beneficio 251

CAPÍTULO V ESTUDIO DE IMPACTO 252

5.1 Análisis de Impacto del Proyecto 252
5.1.2 Impacto Ambiental 252
5.1.3 Impacto Socio-Económico 255

Conclusiones 257

Recomendaciones 262

Bibliografía 264

Anexo: Estudio Administrativo

Anexo: Estudio Técnico

Anexo: Estudio Financiero

ÍNDICE DE CUADROS

Págs.

CAPÍTULO I

1	Llegada de turistas extranjeros al Ecuador en los últimos años periodo: 2005 - 2010	5
2	Principales indicadores hoteleros en la ciudad de Quito periodo: jun/2008 – abr/2009	6
3	Ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Quito durante el año 2009	7
4	Proyección del ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Quito	30
5	Registro de las agencias de viajes a nivel nacional	50
6	Proyección del ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Quito	77
7	Oferta turística	79
8	Comportamiento histórico de la oferta	86
9	Capacidad de establecimientos provincia de Pichincha	88
10	Proyección de la oferta hotelera (establecimientos, habitaciones y plazas) a la ciudad de Quito: diciembre 2004 – diciembre 2011 (por semestres)	88
11	Proyección de la demanda insatisfecha	89
12	Análisis de precios de hospedaje de la competencia	99
13	Localización estratégica para el proyecto Rancho La Guajira, al noroeste de pichincha	125
14	Participación del Rancho La Guajira en el primer semestre del 2009 Proyección de la demanda insatisfecha	126

CAPÍTULO II

15	Equipo de Oficina	130
16	Equipo de Computación	130
17	Equipo de Operaciones de Turismo	130
18	Capacidad instalada del Rancho Turístico La Guajira	132
19	Tiempos máximos y mínimos a cubrirse en el Paquete Turístico 1, Tour Cráter del Pululahua (un día).	140
20	Tiempos máximos y mínimos a cubrirse en el Paquete Turístico 2, Tour Cráter del Pululahua (dos días, una noche)	140
21	Tiempos máximos y mínimos a cubrirse en el Paquete Turístico 3, Tour Cráter del Pululahua (tres días, dos noches)	141

22 Inversión en Obra Física 142

23 Inversión en Infraestructura General para el Rancho 142

24 Inversión en Muebles, Tecnología y Equipos (cabañas simples y dobles) 143

25 Inversión en Muebles, Tecnología y Equipos (cabaña central) 143

26 Inversión en Equipos de Oficina 144

27 Inversión en Equipos de Computación 145

28 Inversión en Implementos Adicionales y Equipo de Operaciones de Turismo 145

29 Gastos de Servicios Básicos 146

30 Programa de Producción Alojamiento - Restaurante 146

31 Programa de Producción Bar - Auditorio 147

32 Programa de Producción Paquetes Turísticos 147

CAPÍTULO III

33 Remuneraciones de los funcionarios operativos y administrativos del Rancho La Guajira 162

34 Horario de trabajo de los empleados del Rancho La Guajira 165

35 Capital Social Rancho La Guajira 170

36 Costos de constitución de la compañía y permisos de funcionamiento 181

CAPÍTULO IV

37 Obra Física para el Rancho 185

38 Inversiones en Infraestructura 185

39 Costo del Terreno del Proyecto Turístico 186

40 Inversión en Muebles y Equipos (cabañas simples y dobles) 187

41 Inversión en Muebles y Equipos (cabaña central) 187

42 Inversión en Equipos de Oficina 188

43 Inversión en Equipos de Computación 189

44 Inversión en Implementos Adicionales y Equipo de Operaciones de Turismo 190

45 Platería y Cristalería del Proyecto: Área de Restaurante, Bar y Auditorios 191

46 Otros Equipos del Proyecto Turístico 192

47 Gastos Legal y de Constitución 192

48 Mano de Obra Primer Semestre: julio 2009 – diciembre 2009 194

49	Insumos	195
50	Inversión Inicial del Proyecto	197
51	Detalle de la Depreciación y Amortización	200
52	Estructura de Financiamiento del Proyecto	201
53	Tabla de Amortización del Préstamo	202
54	Materia prima Directa	204
55	Mano de Obra Directa	205
56	Mano de Obra Indirecta	206
57	Servicios	207
58	Mantenimiento y Seguros	208
59	Depreciación	209
60	Amortización	210
61	Gasto Suministro de Oficina (Quito)	210
62	Gasto Administrativo (Quito)	211
63	Gasto Publicidad	211
64	Gasto Seguridad/Transporte	212
65	Presupuesto de Egresos	213
66	Costo Unitario de Producción, Menú 1: Desayuno	215
67	Costo Unitario de Producción, Menú 2: Almuerzo/Merienda	216
68	Costo Unitario de Producción, Cocteles	217
69	Costo Unitario: Bebidas	218
70	Costo Unitario: Paquete 1	218
71	Costo Unitario: Paquete 2	219
72	Costo Unitario: Paquete 3	220
73	Precio de venta, Menú 1: Desayuno	221
74	Precio de Venta, Menú 2: Almuerzo/Merienda	222
75	Precio de Venta: Cocteles	223
76	Precio de Venta: Bebidas	224
77	Precio de Venta: Cabañas/Auditorio	224
78	Precio de Venta: Paquete Turístico 1	225
79	Precio de Venta: Paquete Turístico 2	225
80	Precio de Venta: Paquete Turístico 3	226
81	Porcentaje de Desperdicio	227
82	Presupuesto de Ingresos	228
83	Estructura de Financiamiento	230
84	Clasificación de Costos	231
85	Estado de Resultados Proyectado con Recursos Propios	234
86	Estado de Resultados Proyectado con Financiamiento	235
87	Flujo de Caja del Proyecto con Recursos Propios	237
88	Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento	238
89	Cálculo de la Tasa de Descuento Escenario Optimista	239
90	Cálculo de la Tasa de Descuento Escenario Pesimista	239
91	Recuperación del Capital (Escenario Optimista)	243
92	Recuperación del Capital (Escenario Pesimista)	244
93	Balance General Proyectado	244
94	Razón corriente	246

95 Capital de Trabajo 247
96 Índice de Endeudamiento 247
97 Índice de Apalancamiento 248
98 Rentabilidad Simple 248
99 Rentabilidad Sobre Activos 249
100 Rentabilidad Sobre Patrimonio 250
101 Margen de Ganancia Sobre Venta 250
102 Relación Costo Beneficio 251

CAPÍTULO V

103 Matriz de Impacto Ambiental 254
104 Matriz de Impacto Socioeconómico 255

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Págs.

CAPÍTULO I

1	Comportamiento Histórico de la Oferta de Habitaciones	86
2	Comportamiento Histórico de las Plazas	87
3	Gráfico de la Demanda Insatisfecha	89
4	Cadena de Distribución	107

RESUMEN EJECUTIVO.

Desde fines de la década del sesenta, los estudios sobre el marketing de turismo y viajes se vieron enfrentados con nuevos y crecientes desafíos provenientes de cambios sociodemográficos tales como un mayor poder adquisitivo per capita y un aumento del tiempo libre; mientras los costos del viaje siguen siendo un determinante importante al tomar una decisión, la satisfacción del turista aumenta en importancia, esto ha llevado a un gran cambio en las nuevas modalidades de la elección de vacaciones para acomodar la creciente variedad de intereses y actividades para el tiempo libre, una de ellas es el turismo de aventura, el cual se ha unido con el interés creciente de los viajeros por experimentar vacaciones "activas", con el rápido crecimiento en la fabricación de equipos y la extendida capacidad de los operadores comerciales, incluyendo a los comerciantes de indumentaria y equipos y a los minoristas para brindar productos de viajes "de actividad" más variados; sumado a todo lo anterior, el naciente y aún pueril turismo de aventura en Ecuador, se tiene como una opción viable el proyecto de turismo de aventura, con la implantación de un rancho turístico en la región del cráter del Pululahua.

En el caso de la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua, se hace necesario establecer no solamente la demanda de mercado que va acudir al complejo, sino también el perfil general del consumidor a captar; siendo de vital importancia la investigación y análisis de la competencia u oferta, como se lo analizará en el estudio de mercado.

El estudio técnico del proyecto presente consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener y brindar el servicio deseado, en resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde se va a construir el rancho, cuándo se va a construir el rancho, con cuánto, cómo y con qué

brindar el servicio de turismo de aventura en el rancho, por lo que el aspecto técnico operativo del presente proyecto se desarrollará en el capítulo dos.

En el capitulo administrativo legal del presente estudio se muestran los elementos tales como la planeación estratégica que define el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales; finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal y laboral que se deben tomar en cuenta para el correcto funcionamiento del rancho.

En el capítulo financiero del presente proyecto de factibilidad, se realizó el resumen de inversiones necesarias para poner en funcionamiento el rancho turístico, el cálculo de los índices y resultados financieros del proyecto en los cinco semestres de vida del mismo, todo lo cual llevo al resultado de que la inversión en el rancho es rentable, tal como se muestra en el desarrollo del capítulo financiero.

El análisis de impacto tiene como propósito evaluar los efectos positivos y negativos de la creación de un Rancho Turístico en el sector del Cráter del Pululahua, en el entorno o contexto económico, social y ambiental, debido a la actividad del rancho, como lo es el turismo de aventura, y la ubicación del mismo, la que se halla en la reserva del Pululahua, hace que el impacto ambiental sea muy importante de considerar en el presente proyecto, y como se puede ver en el estudio presente, dicho impacto es mínimo en la región, es decir la afectación a la flora y fauna del sector es inexistente; de igual manera las repercusiones socioeconómicas en el sector del cráter son positivas, si bien en un porcentaje leve, la población aledaña a la región del cráter tendrá un ingreso económico extra ya sea por la generación de empleo directo o indirecto del rancho.

CAPÍTULO I
ESTUDIO DE MERCADO

1.1 DEFINICIÓN

El estudio de mercado comprende la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a condicionar el proyecto. Su finalidad es demostrar o probar que existe un número suficiente de individuos, empresas, y otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda ya sea de bienes o servicios que justifican la puesta en marcha de un programa de producción en cierto período.[1]

En el presente estudio de factibilidad se aplicarán encuestas a la población del cráter y a la potencial demanda del turismo convencional y de aventura en la zona del cráter del Pululahua.

En el caso del Estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua, se hace necesario establecer el perfil general del consumidor a captar y proyectar la demanda de mercado; siendo de vital importancia la investigación y análisis de la competencia u oferta, como se lo analizará más adelante.

1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo General:

- Identificar con respecto al turista convencional y de aventura la demanda del servicio del rancho de aventura en el cráter del Pululahua.

[1] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pag.42.

Objetivos específicos:

- Conocer cuáles son los medios que se requiere para ofertar a los potenciales clientes el servicio del rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua.
- Establecer las especificaciones que el cliente exige tanto en el servicio y en el producto a ofrecer.
- Definir y enfocar correctamente el servicio hacia los requerimientos deseados.
- Establecer los precios promedio referenciales existentes en el mercado y que los consumidores estarán dispuestos a pagar por el servicio.

1.3 ANTECEDENTES DE LA ZONA:

En las sociedades modernas el turismo se ha transformado en un fenómeno de notable importancia. Aún en épocas de crisis y de recesión económica como las actuales el turismo mantiene una dinámica relevante en comparación con otros sectores de la economía. En el mundo actual el turismo se ha convertido en la industria civil más importante del mundo, el total de la demanda mundial de turismo en el año 2008 aumentó en un 5,4% en comparación al año 2007, hasta generar 6,2 billones de dólares en la actividad económica y continuará creciendo a un ritmo del 4,6% anualmente entre 2009 y 2015, en términos reales, hasta los 10,6 billones en el año 2015 según las previsiones del Consejo Mundial de Viajes y Turismo.[2]

La Organización Mundial del Turismo estima que el turismo creció en más del 57% durante la década de los ochenta, durante la década de noventa creció otro 50% más y en la presente década se prevé un crecimiento superior del 65%.[3]

El tipo de turismo que está experimentando el mayor dinamismo en su crecimiento es el turismo basado en la naturaleza (ecoturismo), el cual se estima generó en 1999 el 7% de todos los ingresos de viajes internacionales, y esta cifra parece estar creciendo rápidamente. Sin embargo, de no recibir una cuidadosa orientación profesional, este

[2] Consejo Mundial de Turismo. http://www.wttc.org
[3] Organización Mundial del Turismo. Situación actual del turismo en el mundo. http://www.world-tourism.org

crecimiento acelerado puede provocar serias consecuencias negativas, algunas de ellas con efectos terminales.[4]

Las áreas naturales y especialmente los parques nacionales y otras áreas protegidas, con sus paisajes, flora y fauna silvestres, junto a todos aquellos rasgos culturales que pueden estar allí presentes, constituyen atracciones notables para los habitantes de los países respectivos y para los turistas de todo el mundo.

El Ecuador es un país que ofrece muchas opciones para los aventureros, ya sea a lo largo de los Andes, en la costa, en la amazonia o incluso en las Islas Galápagos, es posible realizar la actividad de turismo de aventura. Algunas de las famosas Haciendas de la época colonial en los Andes hoy se han convertido en Hoteles que ofrecen diversos paquetes turísticos a los visitantes.

En Pichincha a 40 minutos al noroccidente de Quito, está el "Pululahua", como se lo conoce popularmente. Se trata de un volcán extinguido único en el mundo, que tiene en el fondo de su cráter una planicie cultivada especialmente de choclos, papas, zanahorias, algunas frutas como el tomate de árbol o los aguacates. Su paisaje es inigualable, y puede observarse desde el mirador que existe en la reserva.

La zona del cráter del Pululahua por su propia naturaleza es un sector que se presta para el turismo de aventura, definiendo al mismo como "actividades auto emprendidas interactuando con el medio ambiente natural, que contengan elementos de peligro aparentes o reales, en las que el resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el participante y la circunstancia".[5]

En el cráter del Pululahua se pueden ejecutar diversas actividades deportivas tales como caminatas o "trek", viajes en caballo a diversos puntos estratégicos en el cráter, camping, bicicleta, entre los más importantes; además, el cráter ofrece la oportunidad de estar en un inigualable e inolvidable contacto con la madre naturaleza, pudiendo disfrutar de espectaculares amaneceres y puestas de sol, disfrutar de una gama

[4] Organización Mundial del Turismo. Situación actual del turismo en el mundo. http://www.world-tourism.org
[5] Definición y características del turismo de aventura. www.turismoaventura.com

climática increíble y hasta única en el mundo, en pocas horas en la región del cráter se puede disfrutar de un canicular sol, por las tardes ver como cae la neblina a través del imponente cráter, una brisa fuerte, lluvias y noches claras para ver el firmamento de estrellas.

1.4 TIPO DE ESTUDIO

Investigación a llevarse a cabo es descriptiva, ya que el objetivo principal es delinear el proyecto de acuerdo a las características principales de los consumidores potenciales.

El proceso o las etapas para la investigación de mercados se fundamentan en el carácter cronológico de la información que se analiza, lo que supone tres etapas:

- Análisis histórico del mercado
- Análisis de la situación vigente
- Análisis de la situación proyectada

Análisis histórico del mercado:

A pesar del incremento del turismo de aventura en el mundo, en especial a comienzos de los años noventa, no existen estudios detallados sobre el mismo ya sea por organismos internacionales o nacionales, por lo tanto tampoco existen estadísticas que sustenten con profundidad el desarrollo de este estudio de factibilidad. Uno de los escasos datos se puede encontrar en el sitio oficial de Internet de la Organización Mundial de Turismo[6] , este sitio web indica a grandes rasgos que el catorce por ciento de los turistas a nivel mundial, de todas las regiones y razas del mundo, actualmente opta por el turismo de aventura.

[6] ESTADÍSTICAS DE TURISMO POR REGIONES Y TIPOS DE TURISMO. http://www.world-tourism.org

Análisis de la situación vigente:

Según datos de la Cámara de Turismo de Guayas[7], se puede indicar que en el presente año en promedio visitarán al Ecuador aproximadamente 886.925 turistas extranjeros (ver cuadro 1), de igual manera harán turismo hacia la ciudad de Quito 458.073 turistas según datos de la Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR (ver cuadro 3).

Cuadro N°1
LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS AL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS AÑOS
PERIODO: 2005 - 2010*

AÑOS						
	2005	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
MESES						(PROYECCIÓN)
Ene	61.372	61.688	70.868	77.448	78.121	
Feb	48.909	56.922	60.761	74.641	58.203	
Mar	55.408	58.492	65.619	86.212	73.930	
Abr	45.824	56.327	61.874	59.735	62.732	
May	50.812	55.770	59.509	57.094	57.039	
Jun	60.273	67.527	70.373	82.671	74.717	
Jul	73.978	86.293	90.882	84.986	94.923	
Ago	64.854	72.795	73.697	82.010	98.938	
Sep	56.013	58.155	59.541	46.997	62.191	
Oct	60.235	59.966	68.377	63.007	60.046	
Nov	47.744	60.589	64.036	68.856	49.929	
Dic	57.540	66.252	73.390	75.614	70.232	
Total	**682.962**	**760.776**	**818.927**	**859.888**	**841.001**	**886.925**
%CRECIMIENTO		11,39	7,64	5	-2,2	5,46

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha.
Elaboración: El autor.

*En el cuadro N°1 se obtiene la aproximación de la llegada de extranjeros al Ecuador en el año 2010, utilizando el método de promedios de la tasa de crecimiento anual.

Para una mejor aproximación del cálculo de turistas que ingresarán a la provincia de Pichincha y específicamente a la ciudad de Quito, el presente estudio de factibilidad tomará como base el Boletín de Ocupación Hotelera del Distrito Metropolitano de Quito de abril del 2009, en el cual se encuentra indicado el ingreso a la ciudad de Quito de los turistas no residentes (extranjeros) y de los turistas residentes

[7] Estadísticas de la Cámara de Turismo del Guayas. http://www.turismoguayas.com

(nacionales). A continuación se muestra los cuadros resumen con la información más importante de dicho boletín:

Cuadro N°2
PRINCIPALES INDICADORES HOTELEROS EN LA CIUDAD DE QUITO
PERIODO: JUN/2008 – ABR/2009

PRINCIPALES INDICADORES HOTELEROS											
AÑOS	**2008**							**2009**			
	JUN.	**JUL.**	**AGOS.**	**SEPT.**	**OCT.**	**NOV.**	**DIC.**	**ENE.**	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**
OCUPACION HOTELERA											
HOTELES	57,7	55,1	53,4	55,9	56,3	59,4	45,4	53	58	58,6	55,2
HOSTALES Y PENSIONES	36,5	30,1	40,6	28,9	34,3	39,1	35,2	38,1	37,7	38,5	39,1
TOH TOTAL	50,8	47	49,3	47,3	49,3	53	42,1	48,2	51,4	52	48,4
SEGUNDA	41	29,4	36,9	28,8	31,4	35,9	32,7	36	35,9	37,6	33,7
PRIMERA	46,7	44,4	46,2	43,7	49,9	49,8	40,6	43,6	45,9	46,4	45,7
LUJO	66,8	70,6	66,5	71,5	69,8	75,2	64,5	66,6	74,6	73,9	67,9
INGRESOS ESTIMADOS											
SEGUNDA	391	328	339	276	320	344	344	376	352	384	360
PRIMERA	668	726	754	683	768	723	637	672	666	765	716
LUJO	2.284	2.531	2.451	2.651	2.716	2.711	1.940	2.452	2.408	2.722	2.451
TOTAL	3.343	3.585	3.544	3.610	3.804	3.778	2.921	3.500	3.426	3.871	3.527
INFRAESTRUCTURA INSTALADA											
HABITACIONES DISPONIBLES	4.832	4.989	4.940	4.921	4.903	4.884	4.924	4.868	4.875	4.885	4.867
PLAZAS DISPONIBLES	9.972	10.400	10.376	10.106	10.178	10.137	10.110	10.695	11.058	10.909	10.914
DEMANDA EFECTIVA											
HABITACIONES VENDIDAS	73.705	72.661	75.481	69.902	74.972	77.681	64.284	70.462	70.111	78.630	72.910
HABITACIONES GRATUITAS	887	621	1.190	1.098	1.085	327	742	1.280	353	887	594
TOTAL	74.592	73.282	76.671	71.000	76.057	78.008	65.026	71.742	70.464	79.517	73.504
PERNOCTACIONES											
DE RESIDENTES	45.043	48.297	58.850	48.418	47.433	45.122	38.351	42.709	38.751	45.941	44.877
DE NO RESIDENTES	57.741	72.758	70.739	50.194	58.393	52.945	43.800	50.588	48.795	50.917	53.724
TOTAL	102.784	121.055	129.589	98.612	105.826	98.067	82.151	93.297	87.546	96.858	98.601
EMPLEO											
MUJERES	1.920	2.083	2.179	1.993	2.109	2.109	2.332	2.352	2.351	2.361	2.367
HOMBRES	3.429	3.514	3.292	3.532	3.542	3.542	3.958	3.951	3.953	3.953	3.957
TOTAL	5.349	5.597	5.471	5.525	5.651	5.651	6.290	6.303	6.304	6.314	6.324
TARIFA POR HABITACION											
OCUPADA	45,4	49,3	47	51,6	50,7	48,6	45,4	49,7	48,8	49	48,4
DISPONIBLE	23,1	23,2	23,1	24,5	25	25,8	19,1	23,9	25,1	25,5	24,1
PREVISIONES			**AGOS.**	**SEPT.**	**OCT.**	**NOV.**	**DIC.**	**ENE.**	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**
HABITACIONES RESERVADAS PARA EL MES DE			15.609	18.106	16.426	20.931	17.980	16.618	20.981	11.178	11.167
%RESERVAS/HABITACIONES EFECTIVAS			20,7	25,9	21,9	26,9	28	23,6	29,9	14,2	15,1

Fuente: CAPTUR.
Elaboración: CAPTUR.

Del análisis del Cuadro N°2 se puede indicar que en el período de junio del 2008 a abril del 2009 han existido en promedio 4.899 habitaciones disponibles para la recepción de turistas en la ciudad de Quito, versus los 65.069 turistas que en promedio mensual han ingresado a la capital en el período antes señalado, esto

significa que hay un déficit en el número de habitaciones versus los turistas que ingresan a la ciudad de Quito.

Adicionalmente, con respecto al mismo Cuadro N°2, se puede indicar también que el sector hotelero genera en Quito alrededor de 5.889 plazas de trabajo, de las cuales 2.196 son ocupadas por mujeres y el resto, es decir 3.693 son ocupadas por hombres; es importante señalar que en el período ya señalado la tarifa media por habitación ocupada promedio es de $36.2.

Cuadro N°3
INGRESO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS
A LA CIUDAD DE QUITO DURANTE EL AÑO 2009

MESES	CIUDAD	INGRESO DE TURISTAS NACIONALES	INGRESO DE TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL INGRESO DE TURISTAS
ene-09	Quito	3.580	22.966	26.546
feb-09	Quito	5.299	24.225	29.524
mar-09	Quito	3.439	24.327	27.766
abr-09	Quito	4.470	29.855	34.325
may-09	Quito	4.400	30.536	34.936
jun-09	Quito	4.481	32.613	37.094
jul-09	Quito	4.562	34.690	39.252
ago-09	Quito	4.643	36.767	41.410
sep-09	Quito	4.724	38.844	43.568
oct-09	Quito	4.805	40.921	45.726
nov-09	Quito	4.886	42.998	47.884
dic-09	Quito	4.967	45.075	50.042
	TOTAL	54.256	403.817	458.073

Fuente: CAPTUR.
Elaboración: El autor.

En el Cuadro N°3 se puede determinar que el ingreso de turistas a la ciudad de Quito es prácticamente constante en su crecimiento durante el año 2009, a razón de un 6.14% en promedio general mensual, con la única excepción del mes de marzo, donde existe un decrecimiento en la tasa de turistas que ingresan a Quito en un orden del -5.95%, esto se debe a que el ingreso de turistas nacionales a Quito decrece fuertemente en un 35%, esto se debe a que después del feriado de carnaval donde la gran mayoría de ciudadanos toma vacaciones, viene una época de recesión económica, hasta aproximadamente los meses intermedios del año, de junio a agosto, que son los meses de verano, en los cuales las personas nuevamente salen con alta frecuencia de viaje o vacaciones; justamente se puede observar en el Cuadro N°3 que del mes de mayo a junio del 2009 existe un crecimiento de turistas del orden del

6.18%, y entre los meses de junio a septiembre del 2009, que es el periodo donde la gente de la sierra vuelve a salir con alta frecuencia de vacaciones, se observa un crecimiento en la entrada de turistas a Quito del orden del 5.83% en promedio.

Así uniendo la proyección de los turistas nacionales y extranjeros que ingresarían a la ciudad de Quito, da el gran total de turistas que ingresarían a Quito durante el 2009, dicho sumatoria es de 458.073 turistas, este resultado será la base que permita calcular la muestra de la población, a la cual se aplicarán las encuestas respectivas del estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua.

PRUEBA PILOTO.- MERCADO DE CONSUMO.

Para llegar a un análisis de la situación vigente previa a la aplicación de la encuesta definitiva, se debe analizar los resultados de la prueba piloto llevada a cabo en la ciudad de Quito a treinta personas: diez personas fueron entrevistadas en el sector del cráter del Pululahua, diez personas fueron entrevistadas en agencias de viajes del sector de La Mariscal de la ciudad de Quito y finalmente diez personas fueron encuestadas en las oficinas de PRODUBANCO, en la matriz en la ciudad de Quito, este último sitio fue escogido por diversas razones tales como: nivel económico, los clientes de PRODUBANCO tienen un status económico interesante; muchos de los clientes del banco tienen un status profesional y ocupacional adecuado al tipo de servicio que se pretende comercializar; los empleados de dicho banco podrían llegar a convertirse en clientes del rancho, al contactar a las autoridades del banco y ofrecerles atractivos paquetes turísticos para sus empleados.

A continuación se muestra el modelo de la encuesta piloto y los resultados tanto estadísticos como gráficos de la aplicación de la misma:

MODELO DE LA ENCUESTA PILOTO

MERCADO DE CONSUMO

CUESTIONARIO.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RANCHO ESPECIALIZADO EN TURISMO DE AVENTURA EN EL CRÁTER DEL PULULAHUA.

OBJETIVO.

(Potencial cliente).

Buenos días. El presente cuestionario tiene como finalidad analizar y evaluar la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua al noreste de la ciudad de Quito. Por favor conteste con toda franqueza, sus respuestas son de valiosa ayuda para esta investigación.

OBJETIVO TÉCNICO.

(Del estudio de factibilidad).

Obtener información sobre los turistas potenciales, visitantes del cráter del Pululahua.

Marque con una X la respuesta seleccionada, escoja solo una.

Sexo	
M	
F	
Edad	
Nivel de educación	
Medio	
Superior	
Postgrado	
Sitio donde se aplica el cuestionario	
Cráter del Pululahua	
Agencias de viaje	
Aeropuerto Mariscal Sucre	
Otros	

1. ¿Cada qué tiempo toma vacaciones o sale fuera de su país de origen?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Anualmente		
Semestralmente		
Trimestralmente		
Bimensualmente		
Mensualmente		
Semanalmente		

2. ¿En el caso de no tomar vacaciones o no salir desde su país de origen, cuál es la razón? (solamente si contestó nunca en la pregunta anterior).

	NACIONAL	EXTRANJERO
Falta de Instalaciones Cómodas		
Falta de Recursos Económicos		
Falta de Motivación		
Falta de Costumbre Familiar		
Otros (indique)		

3. ¿En qué temporada acostumbra salir de vacaciones o fuera de su país de origen con mayor frecuencia?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Fines de Semana		
Feriados o Puentes Vacacionales		
Vacaciones Principales (carnaval, semana santa, navidad, entre otros)		
Estación de:		
invierno		
verano		
primavera		
otoño		

4. ¿Cuando usted viaja, en compañía de quién prefiere estar?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Solo		
En familia		
En grupo		
Cuántos normalmente		

5. ¿Cuál es su motivo de Viaje?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Negocios o trabajo		
Vacaciones / Turismo		
Visita a familiares		
Congresos / convenciones		
Capacitación/cursos		
Investigación científica		
Otros (indique)		

6. ¿Qué sitios suele visitar con mayor frecuencia?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Parques de la Cuidad		
Reservas Naturales		
Bosques Protectores		
Lagos y lagunas		
Playas		
Museos/centros de investigación		
Monumentos y similares		
Complejos deportivos recreacionales		
Los sugeridos por las agencias de turismo		
Otros (indique)		

7. ¿Cuando sale fuera de la ciudad, qué tiempo dura su estadía?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Hasta 1 semana		
De 2 a 4 semanas		
De 5 a 12 semanas		
Mas de 12 semanas		

8. ¿Cuál es el tipo de alojamiento que usted prefiere o que ha utilizado?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Hotel de alta categoría		
Hotel de media categoría		
Hotel de baja categoría		
Hostal		
Motel		
Pensión		
Otros (indique)		

9. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

	NACIONAL		EXTRANJERO
De 300 a 500 dólares		De 1000 a 2000 dólares	
De 501 a 1000 dólares		De 2001 a 4000 dólares	
De 1001 3000 dólares		De 4001 a 8000 dólares	
De 3001 a 5000 dólares		De 8001 a 10000 dólares	
Más de 5000 dólares		Más de 10000 dólares	

10. ¿Cuál fue el promedio de gasto diario en su último viaje?

	NACIONAL		EXTRANJERO
De 1 a 25 dólares		Hasta 100 dólares	
De 26 a 50 dólares		De 101 a 300 dólares	
De 51 a 100 dólares		De 301 a 1000 dólares	
De 100 a 500 dòlares		De 1001 a 3000 dólares	
De 501 a 1000 dólares		De 3001 a 5000 dólares	
MÁs de 1000 dólares		Más de 5000 dólares	

11. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

	NACIONAL	EXTRANJEROS
Convencional		
Por afinidad (científico/negocios)		
Especializado (deportivo)		
Social (tercera edad, juvenil, familiar)		
Cultural		
De aventura		
Ecológico		
Otro (indique)		

12. ¿Conoce o tiene alguna referencia sobre el cráter del Pululahua?

Si ( ) No ( )

13. ¿Visitaría usted un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua?

Si ( ) No ( )

Por qué?

14. Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior, basándose en el rango de 1 a 5 califique su preferencia de mayor a menor de los siguientes características del rancho:

(Siendo 1 muy importante y 5 nada importante)

	NACIONAL	EXTRANJERO
Precio		
Variedad de servicios		
Seguridad del sitio		
Variedad de los atractivos circundantes		
Facilidad de acceso a productos en el rancho		
Otros (indique)		

ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO Y MUESTREO.

La prueba piloto fue aplicada a treinta personas, de la siguiente manera:

NUMERO DE ENTREVISTADOS	30 PERSONAS
LUGARES EN LOS QUE SE LLEVO A CABO LA ENCUESTA:	
CRATER DEL PULULAHUA	10 PERSONAS
AGENCIAS DE VIAJE (SECTOR LA MARISCAL-QUITO)	10 PERSONAS
PRODUBANCO (MATRIZ-QUITO)	10 PERSONAS

ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO APLICADA EN EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RANCHO ESPECIALIZADO EN TURISMO DE AVENTURA EN EL CRÁTER DEL PULULAHUA

MERCADO DE CONSUMO.

SEXO	
M	21
F	9

EDAD(promedio de los encuestados)	27.5

Nivel de educación	
Medio	5
Superior	21
Postgrado	4

Sitio donde se aplica el cuestionario	
Cráter del Pululahua	10
Agencias de viaje	10
Aeropuerto Mariscal Sucre	0
Otros	10

PREGUNTA 1	
¿Cada qué tiempo toma vacaciones o sale fuera de su país	
de orígen?	
Anualmente	15
Semestralmente	9
Trimestralmente	4
Bimensualmente	0
Mensualmente	0
Semanalmente	0
Nunca	2

PREGUNTA 2	
¿En el caso de no tomar vacaciones o no salir desde su	
país de origen, cuál es la razón?	
(conteste solamente si indico que nunca en la pregunta 1)	
Falta de Instalaciones Cómodas	0
Falta de Recursos Económicos	1
Falta de Motivación	0
Falta de Costumbre Familiar	1
Otros (indique)	0

PREGUNTA 3	
¿En qué temporada acostumbra salir de vacaciones o	
fuera de su país de origen con mayor frecuencia?	
Fines de Semana	0
Feriados o Puentes Vacacionales	7
Vacaciones Principales (carnaval, semana santa, navidad,	11
Estación de:	
Invierno	4
Verano	2
Primavera	4
Otoño	2

PREGUNTA 4	
¿Cuando usted viaja, en compañía de quién prefiere estar?	
Solo	7
En familia	9
En grupo	12
Cuántos normalmente	4 en promedio

PREGUNTA 5	
¿Cuál es su motivo de viaje?	
Negocios o trabajo	4
Vacaciones / Turismo	20
Visita a familiares	6
Congresos / convenciones	0
Capacitación/cursos	0
Investigación científica	0
Otros (indique)	0

PREGUNTA 6	
¿Qué sitios suele visitar con mayor frecuencia?	
Parques de la Cuidad	3
Reservas Naturales	5
Bosques Protectores	4
Lagos y lagunas	2
Playas	6
Museos/centros de investigación	3
Monumentos y similares	3
Complejos deportivos recreacionales	2
Los sugeridos por las agencias de turismo	0
Otros (indique)	0

PREGUNTA 7	
¿Cuando sale fuera de la ciudad, qué tiempo dura su	
estadía?	
Hasta 1 semana	4
De 2 a 4 semanas	14
De 5 a 12 semanas	8
Mas de 12 semanas	2

PREGUNTA 8	
¿Cuál es el tipo de alojamiento que usted prefiere o que ha	
utilizado?	
Hotel de alta categoría	4
Hotel de media categoría	10
Hotel de baja categoría	4
Hostal	4
Motel	4
Pensión	0
Otros (indique)	2

PREGUNTA 9	
¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?	
	NACIONALES
De 300 a 500 dólares	7
De 501 a 1000 dólares	5
De 1001 3000 dólares	3
De 3001 a 5000 dólares	1
Más de 5000 dólares	0
	EXTRANJEROS
De 1000 a 2000 dólares	0
De 2001 a 4000 dólares	0
De 4001 a 8000 dólares	6
De 8001 a 10000 dólares	7
Más de 10000 dólares	1

PREGUNTA 10	
¿Cuál fue el promedio de gasto diario en su último viaje?	NACIONALES
De 1 a 25 dólares	6
De 26 a 50 dólares	0
De 51 a 100 dólares	3
De 100 a 500 dòlares	3
De 501 a 1000 dólares	1
MÁs de 1000 dólares	0
	EXTRANJEROS
Hasta 100 dólares	1
De 101 a 300 dólares	7
De 301 a 1000 dólares	4
De 1001 a 3000 dólares	2
De 3001 a 5000 dólares	1
Más de 5000 dólares	0

PREGUNTA 11	
¿Qué tipo de turismo prefiere ?	
Convencional	8
Por afinidad (científico/negocios)	2
Especializado (deportivo)	2
Social (tercera edad, juvenil, familiar)	6
Cultural	2
De aventura	5
Ecológico	3
Otro (indique)	0

PREGUNTA 12	
¿Conoce o tiene alguna referencia sobre el cráter del	
Pululahua?	
SI	14
NO	16

PREGUNTA 13	
¿Visitaría usted un rancho especializado en turismo de	
aventura en el cráter del Pululahua?	
SI	26
NO	4
POR QUE?	
De la pregunta 13, cabe desglosar los motivos por los cuales las personas no	
visitarían el rancho de turismo especializado en aventura, tal como se muestra	
a continuación:	
No le gusta la idea	2personas
Es peligroso	1personas
Falta de recursos económicos	1personas

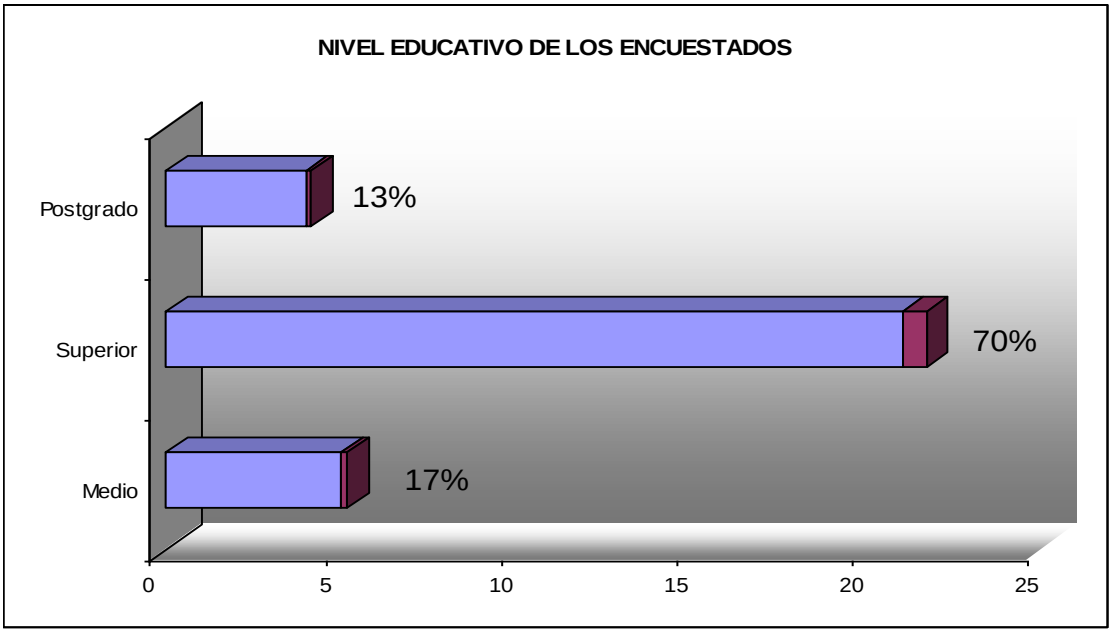
PREGUNTA 14	
Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior,	
basándose en el rango de 1 a 5 califique su preferencia de	
mayor a menor de las siguientes características del rancho:	
Precio	17
17 personas opinan que el precio es lo primordial	
Variedad de servicios	5
5 personas opinan que la variedad de servicios es lo primordial	
Seguridad del sitio	4
4 personas opinan que la seguridad del sitio es lo primordial	
Variedad de los atractivos circundantes	1
1 persona opina que el atractivo circundante es lo primordial	
Facilidad de acceso a productos en el rancho	3
3 personas opinan que el acceso a productos es lo primordial	

RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO: TABULACIÓN Y GRÁFICOS.

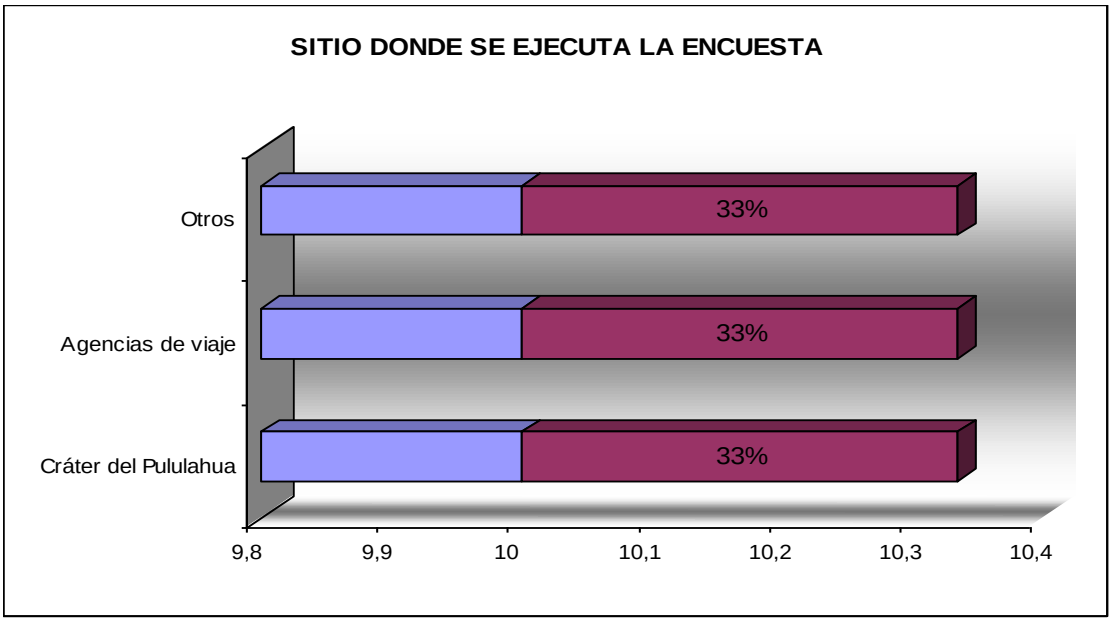
PERFIL CLIENTE:		
SEXO	**# DE PERSONAS**	**%**
MASCULINO	21	70%
FEMENINO	9	30%

EDAD	
Edad promedio de los encuestados	27,5

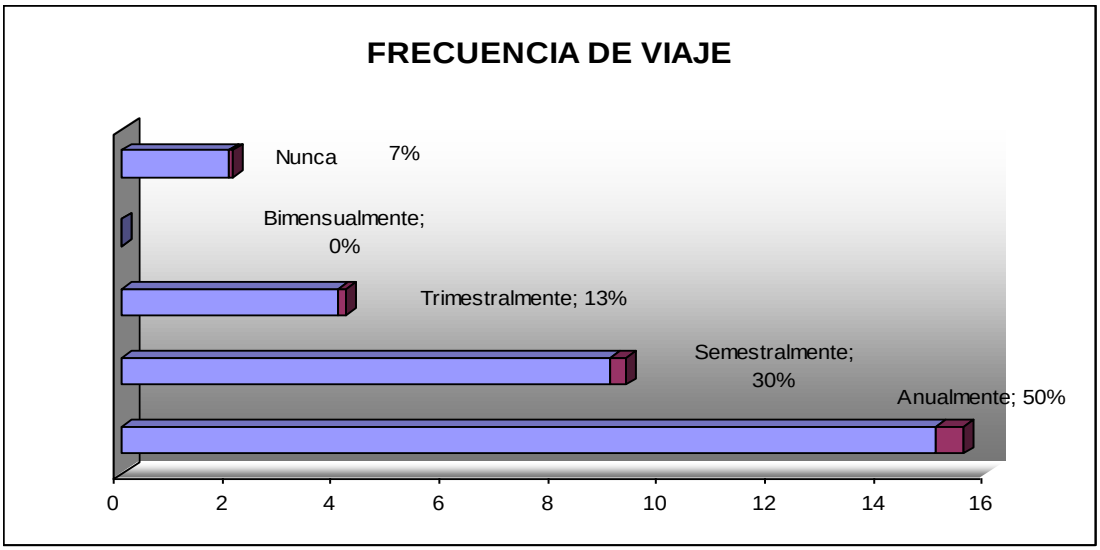
Nivel de educación		
	# DE PERSONAS	%
Medio	5	17%
Superior	21	70%
Postgrado	4	13%



Sitio donde se aplica el cuestionario		
	# DE PERSONAS	%
Cráter del Pululahua	10	33%
Agencias de viaje	10	33%
Aeropuerto Mariscal Sucre	0	0%
Otros	10	33%

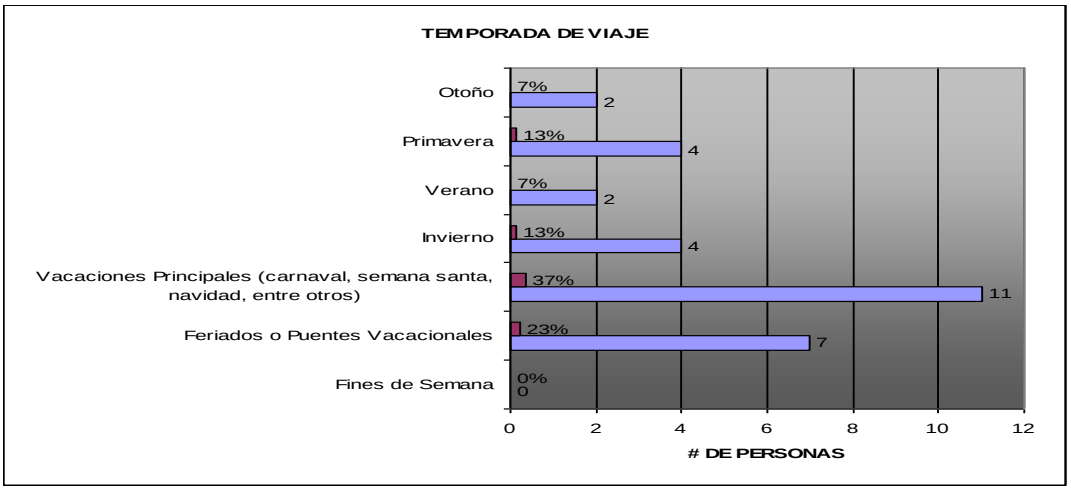


PREGUNTA 1		
¿Cada qué tiempo toma vacaciones o sale fuera de su país de orígen?		
	# DE PERSONAS	%
Anualmente	15	50%
Semestralmente	9	30%
Trimestralmente	4	13%
Bimensualmente	0	0%
Mensualmente	0	0%
Semanalmente	0	0%
Nunca	2	7%

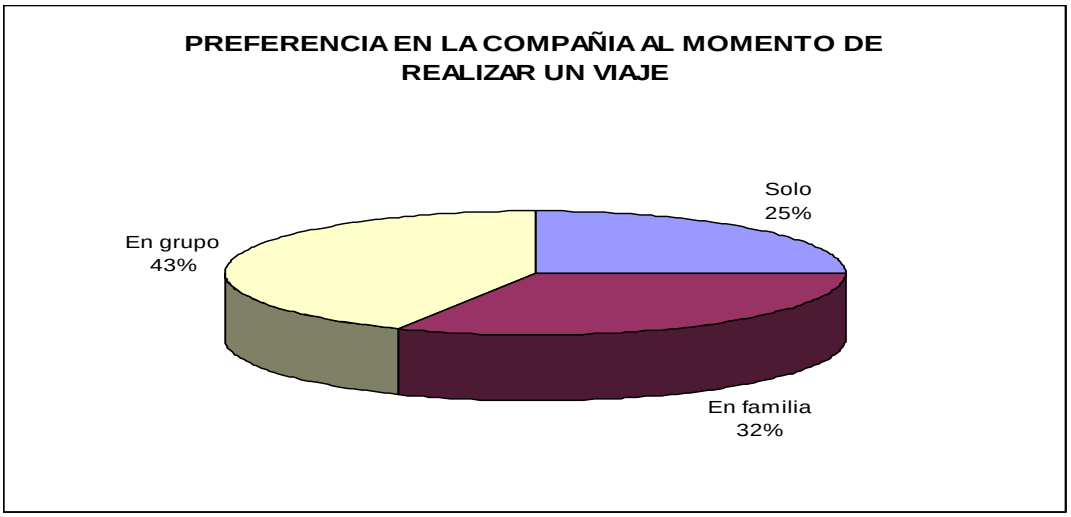


PREGUNTA 2		
¿En el caso de no tomar vacaciones o no salir desde su país de origen, cuál es la razón? (conteste solamente si indico que nunca en la pregunta 1)		
	# DE PERSONAS	**%**
Falta de Instalaciones Cómodas	0	0%
Falta de Recursos Económicos	1	50%
Falta de Motivación	0	0%
Falta de Costumbre Familiar	1	50%
Otros (indique)	0	0%

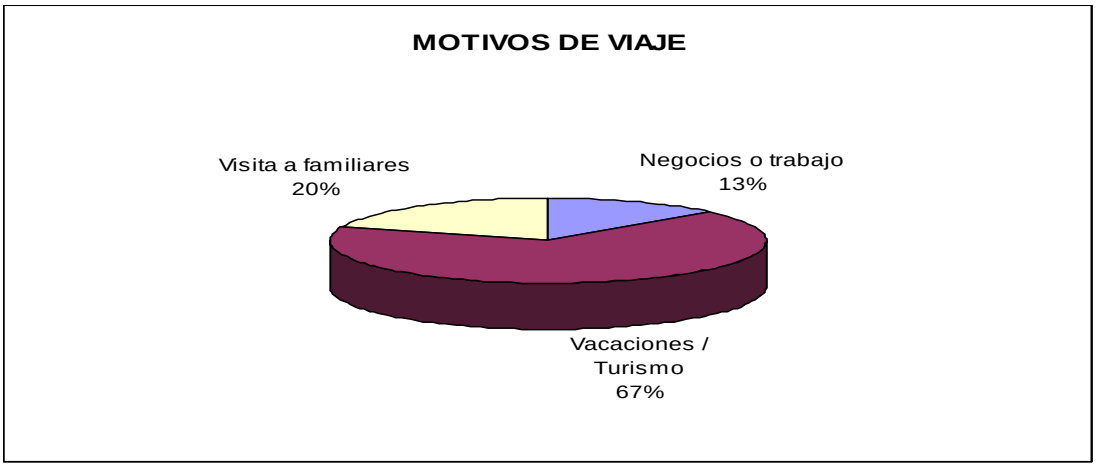
PREGUNTA 3		
¿En qué temporada acostumbra salir de vacaciones o fuera de su país de origen con mayor frecuencia?		
	# DE PERSONAS	**%**
Fines de Semana	0	0%
Feriados o Puentes Vacacionales	7	23%
Vacaciones Principales (carnaval, semana santa, navidad,	11	37%
Estación de:		
	# DE PERSONAS	**%**
Invierno	4	13%
Verano	2	7%
Primavera	4	13%
Otoño	2	7%



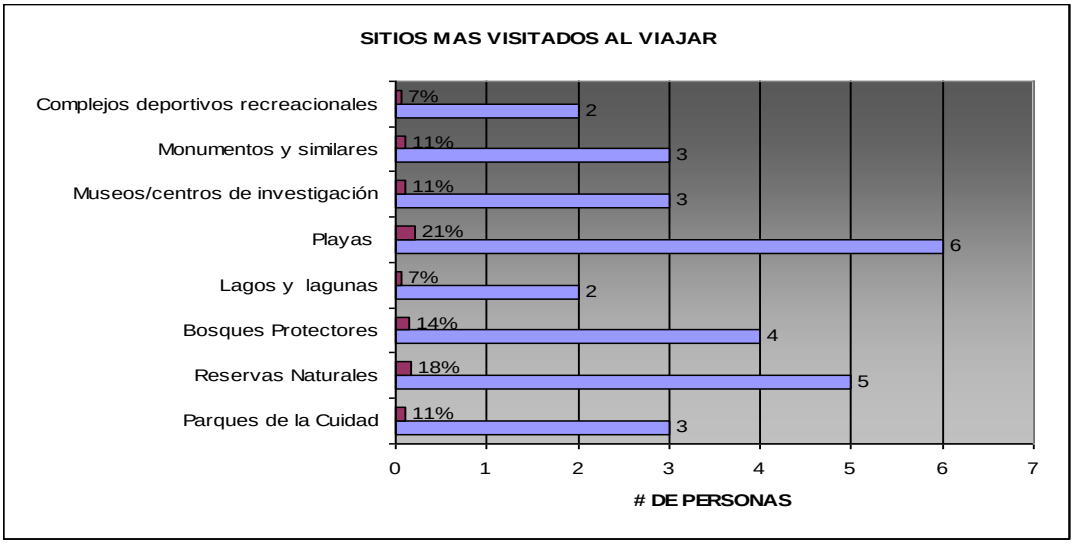
PREGUNTA 4		
¿Cuando usted viaja, en compañía de quién prefiere estar?		
	# DE PERSONAS	%
Solo	7	25%
En familia	9	32%
En grupo	12	43%
Cuántos normalmente	4 en promedio	



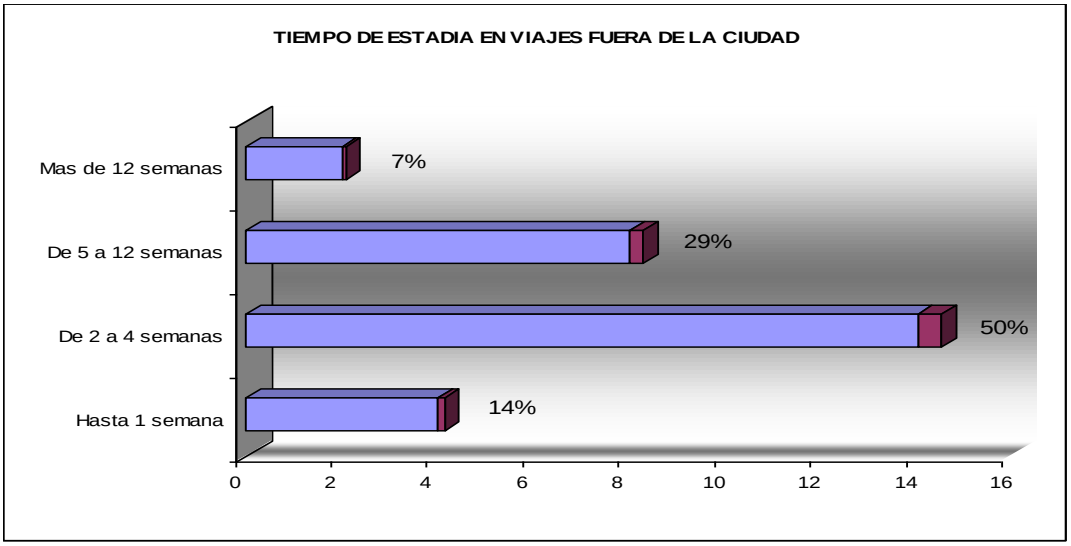
PREGUNTA 5		
¿Cuál es su motivo de viaje?		
	# DE PERSONAS	%
Negocios o trabajo	4	13%
Vacaciones / Turismo	20	67%
Visita a familiares	6	20%
Congresos / convenciones	0	0%
Capacitación/cursos	0	0%
Investigación científica	0	0%
Otros (indique)	0	0%



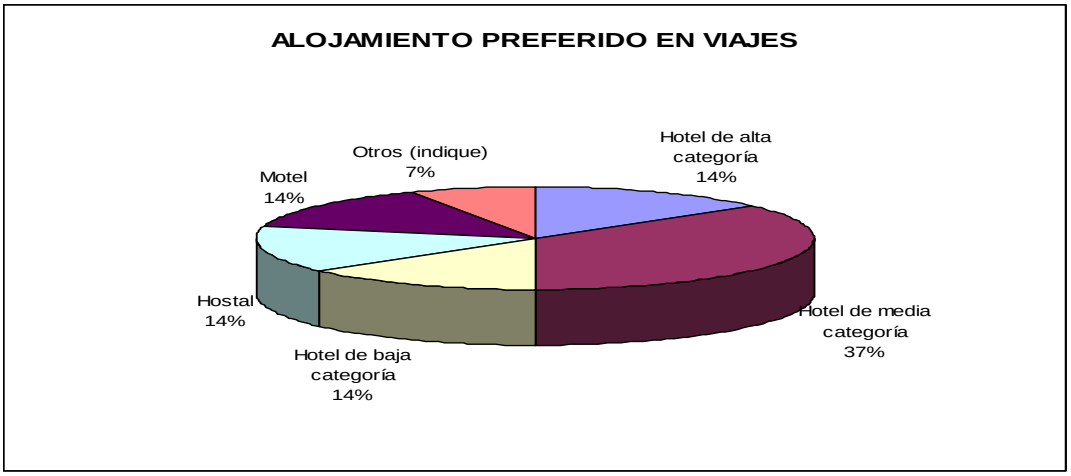
PREGUNTA 6		
¿Qué sitios suele visitar con mayor frecuencia?		
	# DE PERSONAS	%
Parques de la Cuidad	3	11%
Reservas Naturales	5	18%
Bosques Protectores	4	14%
Lagos y lagunas	2	7%
Playas	6	21%
Museos/centros de investigación	3	11%
Monumentos y similares	3	11%
Complejos deportivos recreacionales	2	7%
Los sugeridos por las agencias de turismo	0	0%
Otros (indique)	0	0%



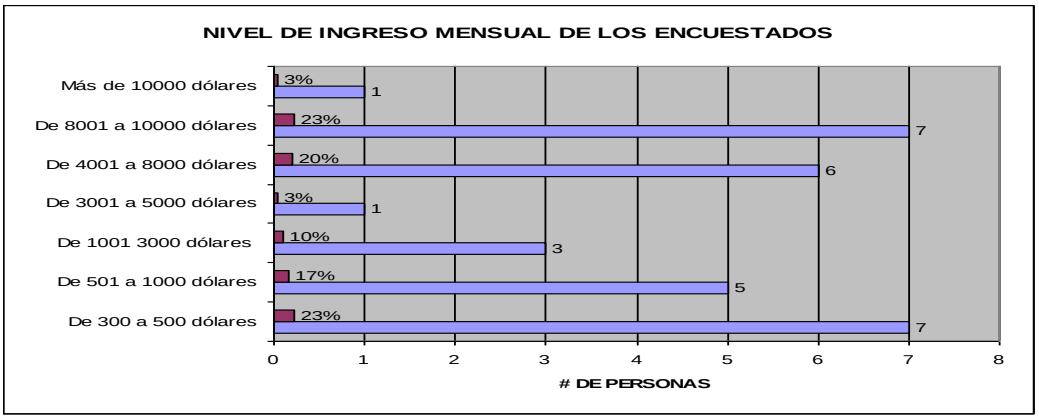
PREGUNTA 7		
¿Cuando sale fuera de la ciudad, qué tiempo dura su estadía?		
	# DE PERSONAS	%
Hasta 1 semana	4	14%
De 2 a 4 semanas	14	50%
De 5 a 12 semanas	8	29%
Mas de 12 semanas	2	7%



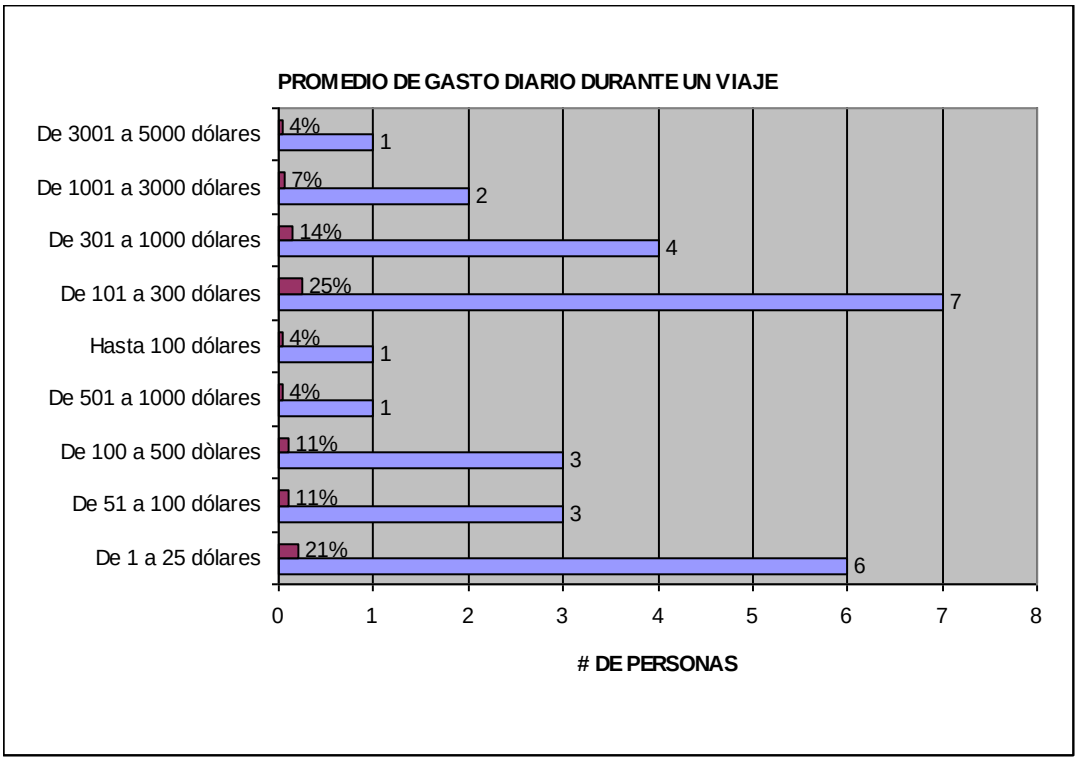
PREGUNTA 8		
¿Cuál es el tipo de alojamiento que usted prefiere o que ha utilizado?		
	# DE PERSONAS	**%**
Hotel de alta categoría	4	14%
Hotel de media categoría	10	36%
Hotel de baja categoría	4	14%
Hostal	4	14%
Motel	4	14%
Pensión	0	0%
Otros (indique)	2	7%



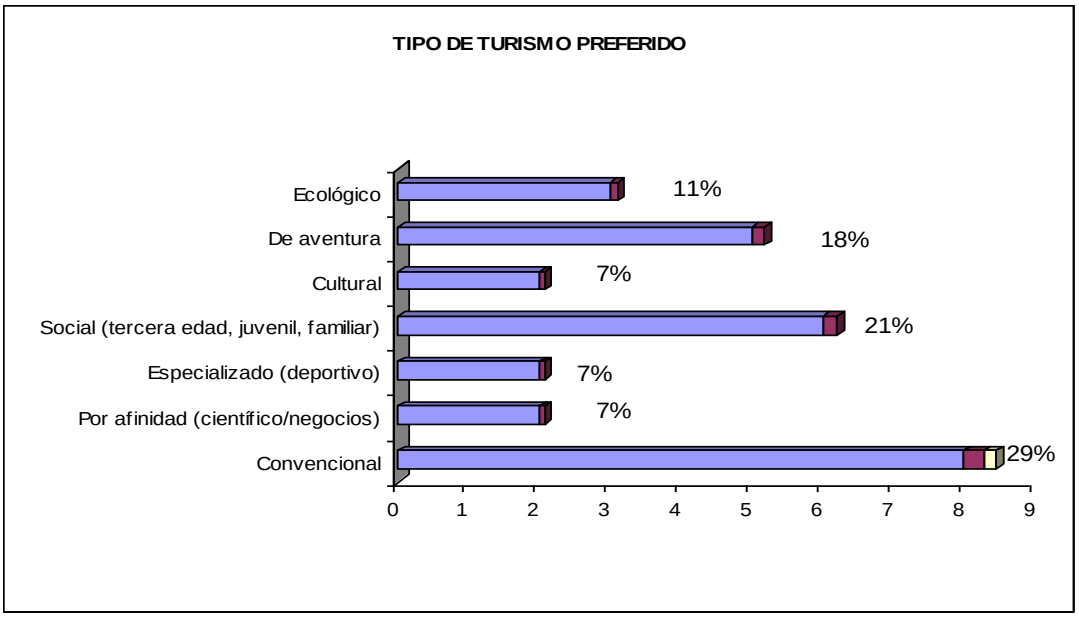
PREGUNTA 9		
¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?		
	NACIONALES	
	# DE PERSONAS	**%**
De 300 a 500 dólares	7	23%
De 501 a 1000 dólares	5	17%
De 1001 3000 dólares	3	10%
De 3001 a 5000 dólares	1	3%
Más de 5000 dólares	0	0%
	EXTRANJEROS	
	# DE PERSONAS	**%**
De 1000 a 2000 dólares	0	0%
De 2001 a 4000 dólares	0	0%
De 4001 a 8000 dólares	6	20%
De 8001 a 10000 dólares	7	23%
Más de 10000 dólares	1	3%



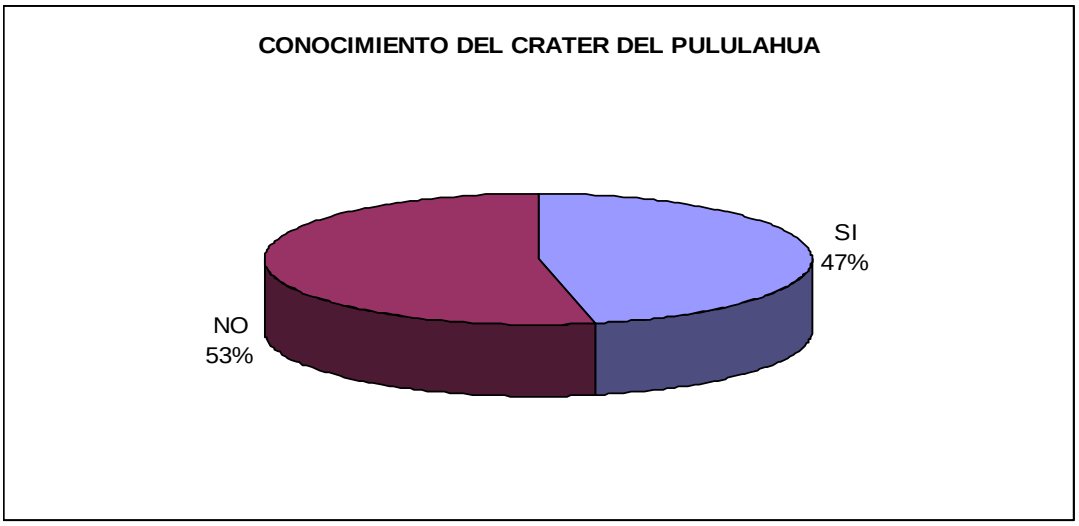
PREGUNTA 10		
¿Cuál fue el promedio de gasto diario en su último viaje?	NACIONALES	
	# DE PERSONAS	**%**
De 1 a 25 dólares	6	21%
De 26 a 50 dólares	0	0%
De 51 a 100 dólares	3	11%
De 100 a 500 dòlares	3	11%
De 501 a 1000 dólares	1	4%
MÀs de 1000 dólares	0	0%
	EXTRANJEROS	
	# DE PERSONAS	**%**
Hasta 100 dólares	1	4%
De 101 a 300 dólares	7	25%
De 301 a 1000 dólares	4	14%
De 1001 a 3000 dólares	2	7%
De 3001 a 5000 dólares	1	4%
Más de 5000 dólares	0	0%



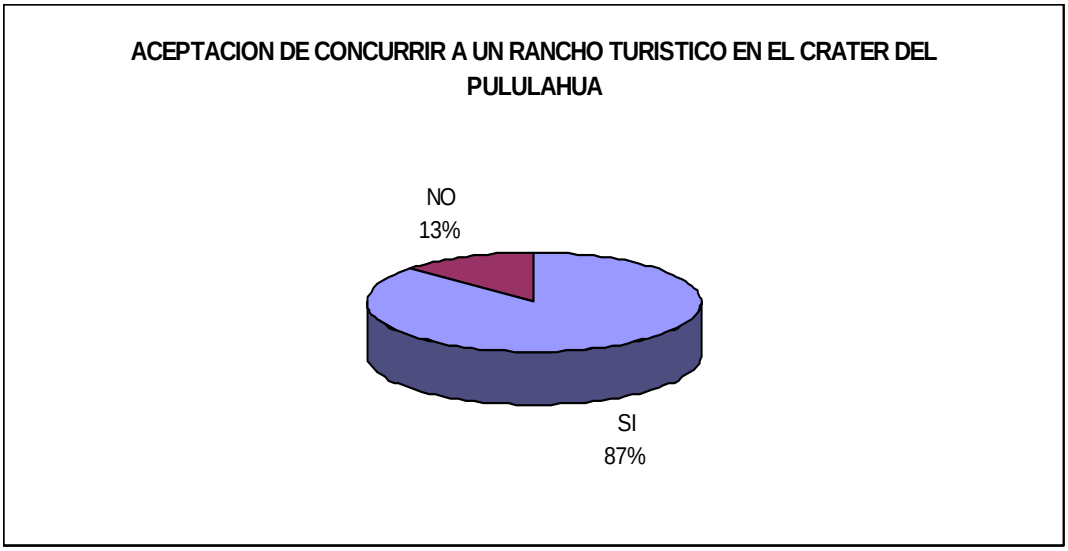
PREGUNTA 11		
¿Qué tipo de turismo prefiere ?		
	# DE PERSONAS	%
Convencional	8	29%
Por afinidad (científico/negocios)	2	7%
Especializado (deportivo)	2	7%
Social (tercera edad, juvenil, familiar)	6	21%
Cultural	2	7%
De aventura	5	18%
Ecológico	3	11%
Otro (indique)	0	0%



PREGUNTA 12		
¿Conoce o tiene alguna referencia sobre el cráter del Pululahua?		
	# DE PERSONAS	%
SI	14	47%
NO	16	53%

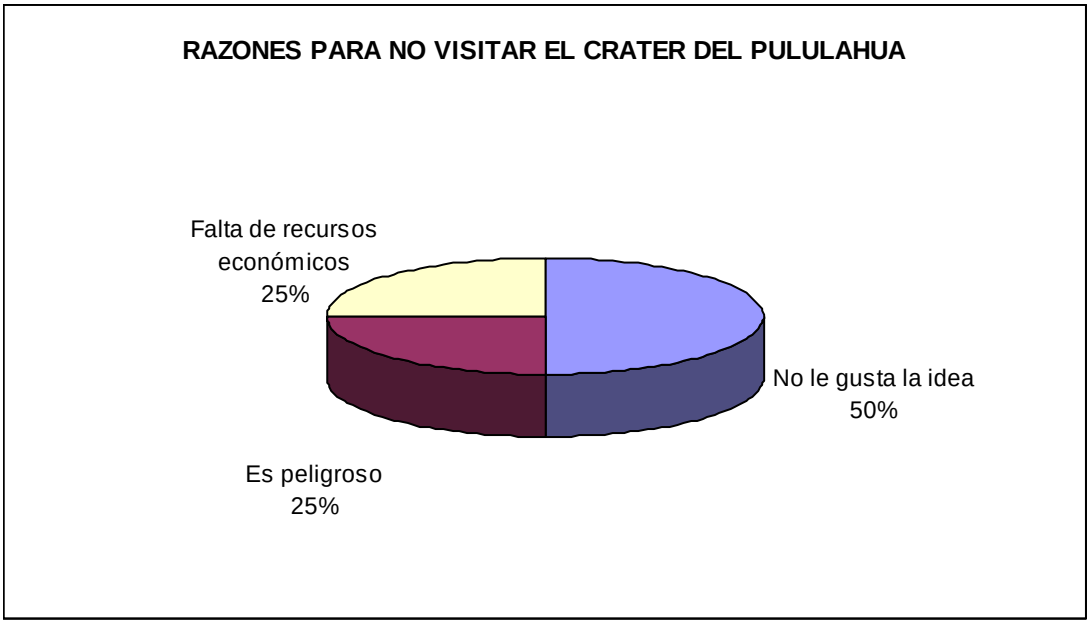


PREGUNTA 13		
¿Visitaría usted un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua?		
	# DE PERSONAS	%
SI	26	87%
NO	4	13%
POR QUE?		



De la pregunta 13, cabe desglosar los motivos por los cuales las personas no visitarían el rancho de turismo especializado en aventura, tal como se muestra a continuación:

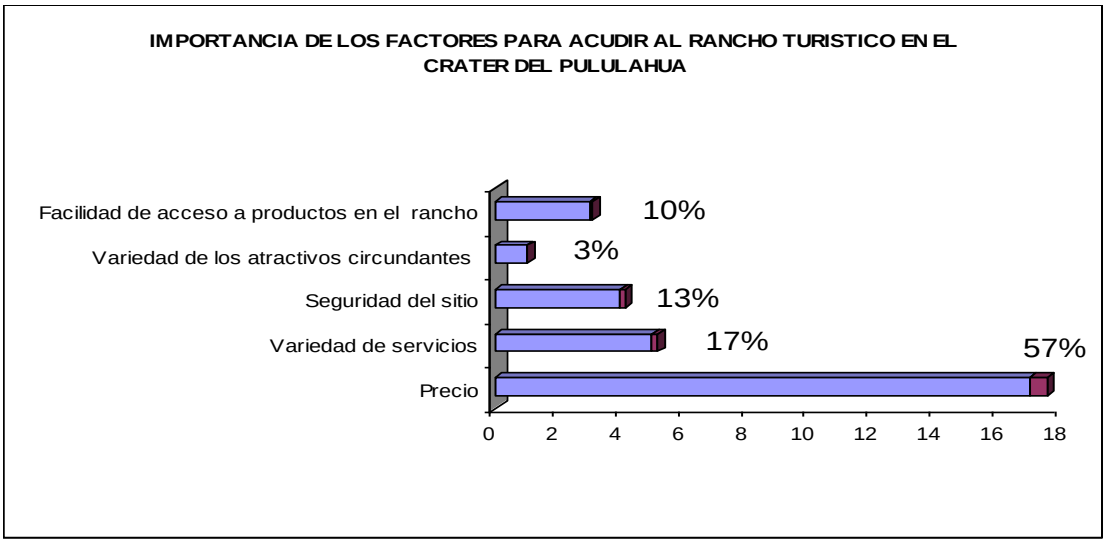
	# DE PERSONAS	%
No le gusta la idea	2personas	50%
Es peligroso	1personas	25%
Falta de recursos económicos	1personas	25%



PREGUNTA 14

Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior, basándose en el rango de 1 a 5 califique su preferencia de mayor a menor de las siguientes características del rancho:

	# DE PERSONAS	%
Precio	17	57%
17 personas opinan que el precio es lo primordial		
Variedad de servicios	5	17%
5 personas opinan que la variedad de servicios es lo primordial		
Seguridad del sitio	4	13%
4 personas opinan que la seguridad del sitio es lo primordial		
Variedad de los atractivos circundantes	1	3%
1 persona opina que el atractivo circundante es lo primordial		
Facilidad de acceso a productos en el rancho	3	10%
3 personas opinan que el acceso a productos es lo primordial		



CONCLUSIONES DE LA PRUEBA PILOTO:

Una vez llevada a cabo la prueba piloto, el estudio de factibilidad presente llega a obtener las siguientes conclusiones principales:

1. El 50% de los encuestados al menos viaja una vez al año y el 30% de los entrevistados viaja al menos dos veces al año, eso da la tendencia de que en el Ecuador el turista nacional y extranjero realiza una activo turismo en el país.

2. El 67% de los entrevistados sale de viaje por motivos de hacer uso de sus vacaciones, eso indica que a pesar de la situación económica difícil del país, la gente hace el esfuerzo para al menos una vez al año salir fuera de su ciudad de origen con rumbo a los distintos parajes vacacionales que tiene el país.

3. El 18% de los encuestados opta por un turismo de aventura cuando sale de viaje, y el 11% opta por un turismo ecológico cuando toma vacaciones, esto indica que el turista ecuatoriano tiene un espíritu de aventura, rama del turismo que es la razón que impulsa el estudio de factibilidad presente.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PROYECTADA:

Para el estudio de factibilidad presente se realizará una proyección de cuatro semestres de la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que ingresarán a la ciudad de Quito en los siguientes períodos: enero 2010 – junio 2010, julio 2010 – diciembre 2010, enero 2011 – junio 2011 y julio 2011 – diciembre 2011; esa proyección será la base de la potencial demanda que tendrá el proyecto.

Para llevar a cabo la proyección de los cuatro semestres se tomará como base el Cuadro N°4 del presente estudio, utilizando el método de promedios de la tasa de crecimiento anual:

Cuadro N°4

PROYECCIÓN DEL INGRESO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA CIUDAD DE QUITO

SEMESTRES	CIUDAD	INGRESO DE TURISTAS NACIONALES	% CRECIMIENTO	INGRESO DE TURISTAS EXTRANJEROS	% CRECIMIENTO	TOTAL DE INGRESO DE TURISTAS
ene-09	Quito	3.580,00		22.966,00		26.546,00
feb-09	Quito	5.299,00	1,48	24.225,00	1,05	29.524,00
mar-09	Quito	3.439,00	0,65	24.327,00	1,00	27.766,00
abr-09	Quito	4.470,00	1,30	29.855,00	1,23	34.325,00
may-09	Quito	4.400,00	0,98	30.536,00	1,02	34.936,00
jun-09	Quito	4.481,00	1,02	32.613,00	1,07	37.094,00
jul-09	Quito	4.562,00	1,02	34.690,00	1,06	39.252,00
ago-09	Quito	4.643,00	1,02	36.767,00	1,06	41.410,00
sep-09	Quito	4.724,00	1,02	38.844,00	1,06	43.568,00
oct-09	Quito	4.805,00	1,02	40.921,00	1,05	45.726,00
nov-09	Quito	4.886,00	1,02	42.998,00	1,05	47.884,00
jul-dic 2009	Quito	4.967,00	1,02	45.075,00	1,05	50.042,00
	TOTAL INGRESO	54.256,00		403.817,00		458.073,00
	TASA ANUAL DE CRECIMIENTO		**11,54**		**11,71**	**431.527,00**
	TASA MENSUAL DE CRECIMIENTO PROMEDIO		**0,96**		**0,98**	**35.960,58**
	TASA SEMESTRAL DE CRECIMIENTO PROMEDIO		**5,77**		**5,85**	**215.763,50**
ene-jun 2010		57.385,37		427.459,83		484.845,20
jul-dic 2010		60.695,23		452.486,92		513.182,15
ene-jun 2011		64.196,00		478.979,30		543.175,30
jul-dic 2011		67.898,68		507.022,77		574.921,45

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

De acuerdo a las proyecciones observadas en el Cuadro N°4, se puede determinar que el ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Quito, durante los próximos cuatro semestres aumentará constantemente a una razón semestral del 5,81% en promedio, esto se debe a las recientes políticas de difusión turística que ha

realizado el gobierno, lo que ha creado en el turista extranjero la motivación de venir al país, teniendo a la ciudad de Quito como uno de los principales destinos turísticos al venir a Ecuador; de igual manera a nivel interno el Ministerio de Turismo realiza desde hace aproximadamente cinco años atrás una fuerte campaña de turismo interno en las fechas principales de feriados que se tiene en Ecuador, promocionando los diversos atractivos del país, lo cual ha incentivado en el ánimo del ecuatoriano a conocer más su país y por supuesto la capital Quito.

1.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

El objetivo principal de segmentar el mercado en el estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua es conocer y definir con quién se va a tener relación, por lo tanto se analizará a los usuarios del servicio y se describirá su comportamiento, sus expectativas y sus percepciones acerca del servicio. El rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua al ofrecer sus servicios debe considerar que las diferencias de los requerimientos entre los consumidores estarán dadas por la cantidad, calidad, presentación y prestación del servicio. Por esta razón es necesaria la segmentación del mercado con el objeto de orientar el negocio hacia los segmentos que sean compatibles.

La segmentación en el estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua estará definida por las siguientes consideraciones:

MERCADO DE CONSUMO

Segmentación demográfica.

Se enfoca a dividir el mercado para formar grupos en base a la edad, sexo, tamaño de la familia, ingreso, ocupación, factor étnico y religión.

Edad	De 20 a 55años
Sexo	Masculino y femenino

Ingreso	De USD. 250 en adelante
Ocupación	Todas
Religión	Todas

Segmentación geográfica.

Dividir el mercado para formar distintas unidades geográficas tales como zonas, sectores, barrios, etc.

Sectores Turistas internos ecuatorianos y turistas extranjeros que llegan a Pichincha y específicamente a la ciudad de Quito.

Segmentación psicográfica.

Dividir a los compradores para formar grupos con base en la clase social , estilo de vida, o características de la personalidad.

Personalidad	Gente con desafíos, intrépida, amante de la aventura
Clase social	Media - Media alta – Alta
Motivos	Romper la rutina
	Disfrutar la naturaleza
	Exigirse a si mismo en deportes extremos

Segmentación por beneficios.

Proceso de agrupar a los consumidores en segmentos de mercado, de acuerdo con los beneficios que buscan en el producto.

Los realizadores	Tienen éxito, se “hacen cargo” de las cosas con una alta autoestima y abundantes recursos, buscan desarrollarse; a través de la experiencia en el cráter encontrarán el gusto de una aventura muy especial.
Los experimentadores	Buscan la motivación, autodefinición y aprobación del mundo que les rodea. Por medio de la experiencia en el cráter saldrán del aburrimiento y pondrán en ejecución su espíritu impulsivo.
Los que buscan experiencia	Son jóvenes, llenos de energía, entusiastas e impulsivos. No les importará el costo que implique acudir al rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua, con tal de satisfacer su necesidad de variedad y emoción.

Segmentación por tasa de uso.

Divide a un mercado entre la cantidad de producto comprado o consumido.

Clientes	Potenciales turistas que buscarán ocasionalmente acudir al rancho.
Usuarios fuertes	Potenciales turistas que una vez hayan acudido al rancho, y mediante un servicio de excelencia, lo frecuentarán muchas veces al año.

Segmentación de comportamiento

Se enfoca al conocimiento, a la actitud, los usos y las respuestas ante el servicio.

MERCADO DE NEGOCIOS.*

Macrosegmentación.

Método de dividir los mercados de negocios en segmentos con base en características generales, como la ubicación geográfica, el tipo y el tamaño del consumidor y el uso del producto. [8]

Ubicación geográfica:

Ubicación de intermediarios	Agencias de viaje	Instituciones (públicas y privadas)
	Pichincha-Quito	Pichincha-Quito

Tipo de cliente:

Tipo de intermediarios	Agencias de viaje	Las dedicadas al turismo de aventura y al ecoturismo.
	Instituciones	Las que se ubiquen en Pichincha-Quito (pueden ser públicas, privadas o mixtas)

[8] KOTLER, Philip. "Dirección de Marketing". Décima edición. Editorial Pearson Prentice Hall. Mexico. 2001. Pag. 227.

Tamaño del cliente:

Tamaño de intermediarios	Agencias de viaje	No importa el tamaño de la agencia sino la actividad a la que se enfoque, en esta caso el turismo de aventura y el Ecoturismo.
	Instituciones	No importa el tamaño de la empresa sino se tomará en cuenta a las que queden en Pichincha-Quito, pueden ser empresas públicas, privadas o mixtas.

Uso del servicio:

Uso del servicio por parte de los intermediarios.	Agencias de viaje	No son más que revendedores, nos compran el servicio con el objeto de venderlo a terceros, que pueden ser turistas nacionales o extranjeros.
	Instituciones (públicas y privadas)	Son intermediarios, nos compran el servicio para darles un agasajo a sus empleados en fechas especiales de la empresa o simplemente como premio a sus empleados.
	Pichincha-Quito	

Microsegmentación.

Método de dividir los mercados de negocios en segmentos, con base en las características de las unidades de toma de decisiones en un macrosegmento.[9]

Criterios de compra clave.

Agencias de viaje	Calidad del servicio: infraestructura del rancho, vias de acceso al rancho, servicios varios en el rancho. Rapidez de respuesta en la entrega del servicio: facilidad de acceder a usar las instalaciones del rancho. Prestigio del proveedor: tiene algún tipo de experiencia el operador al ofrecer este tipo de servicio. Apoyo técnico o especializado: existen guías especializados en la actividad de aventura en el rancho.

[9] KOTLER, Philip. "Dirección de Marketing". Décima edición. Editorial Pearson Prentice Hall. México. 2001. Pág. 227.

Instituciones (públicas y privadas) Pichincha-Quito	Calidad del servicio: infraestructura del rancho, vías de acceso al rancho, servicios varios en el rancho. Rapidez de respuesta en la entrega del servicio: facilidad de acceder a usar las instalaciones del rancho. Prestigio del proveedor: tiene algún tipo de experiencia el operador al ofrecer este tipo de servicio. Apoyo técnico o especializado: existen guías especializados en la actividad de aventura en el rancho.

Estrategias de compra.

ESTRATEGIA DE COMPRA	SATISFACTOR	OPTIMIZADOR
Agencias de viaje	Por el momento solo se tendría la opción de comprar el servicio al rancho turístico de aventura en el cráter del Pululahua.	Por el momento no existe ningún negocio de rancho, hotel u otro en el carácter, así que la única opción sería el rancho que se pretende implementar en base al estudio de factibilidad presente.
Instituciones (públicas y privadas) Pichincha-Quito	Dependería del criterio de los administradores de cada empresa el comprar a determinada agencia el paquete turístico, una vez se implemente el rancho y se venda el servicio a las operadoras de turismo.	Dependería del criterio de los administradores de cada empresa el comprar a determinada agencia el paquete turístico, una vez se implemente el rancho y se venda el servicio a las operadoras de turismo.

Importancia de la compra.

IMPORTANCIA DE LA COMPRA	
Agencias de viaje	De vital importancia el seleccionar a quién comprarían el servicio de aventura en un rancho en el cráter del Pululahua, pues de eso dependería el éxito en las ventas de las operadoras de turismo.
Instituciones (públicas y privadas) Pichincha-Quito	Importante el seleccionar a quién comprarían el servicio de aventura en un rancho en el cráter del Pululahua, pero no vital puesto que el costo del paquete de viaje no sale del bolsillo del administrador de la empresa sino de las arcas económicas en general de la compañía.

Características personales.

CARACTERISTICAS PERSONALES	
Agencias de viaje	Propietario: le gusta y está interesado en el turismo de aventura, sin descuidar la parte financiera. Administrador: podría o no tener interés en el turismo de aventura, sin descuidar el aspecto financiero y promoviendo dicho interés a los empleados de la agencia. Personal de la agencia: deben ser fanáticos a la actividad, de lo contrario la comercialización del producto se complicaría.
Instituciones (públicas y privadas) Pichincha-Quito	Propietarios: pueden o no gustar del turismo de aventura, solo desean darles un viaje especial a sus empleados, pero un viaje fuera de lo común. Administrador: puede o no gustar del turismo de aventura, eso sí se preocupa que el costo del paquete turístico rinda una satisfacción en el personal.

* Es sumamente importante aclarar que por motivos de logística, tiempo y economía en el presente estudio de factibilidad solo consideramos la parte teórica del mercado de negocios, mas el mercado de consumo es analizado en su totalidad: mercado, técnica, administrativa y financieramente.

1.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación del mercado para el estudio de factibilidad presente, se basará en el siguiente diseño:

- **Definir la información necesaria.**

Para tomar o no la decisión de poner en marcha el rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua, se debe realizar una recopilación de toda la información que requiera el estudio de factibilidad presente; dicha recopilación de información permitirá caracterizar la demanda actual y las tendencias futuras de este tipo de servicio, caracterizar el estado de opinión de los clientes, identificar las posibles barreras para su incorporación. Para ello se diseñó una investigación basada en un muestreo probabilístico, donde se utilizaron criterios de expertos (dueños o encargados de agencias de viaje, la opinión y conocimientos de guías turísticos relacionados con el servicio del turismo de aventura), cuestionarios, por las vías: telefónica, correo electrónico y entrevistas personales a operadores de turismo

nacionales e internacionales, clientes actuales y potenciales, además de la realización de un compendio informativo sobre el tema.

- **Diseñar la fase exploratoria, descriptiva o causal.**

Por la propia naturaleza del estudio de factibilidad de un proyecto, el estudio es básicamente descriptivo, con una pequeño parte exploratoria; esto se debe a que busca identificar las características más importantes del problema de estudio presente, que vendría a ser poner o no en marcha el rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua.

En la fase descriptiva del estudio de factibilidad presente el objetivo fundamental es llegar a la delimitación de los hechos que conforman el problema de poner en marcha o no el rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua:

1. Establecer las características demográficas de las unidades investigadas, que para el estudio de factibilidad presente vienen a ser los potenciales turistas interesados en acudir al rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua.

2. Identificar formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación, es decir describir la conducta y actitudes de todos aquellos turistas tanto nacionales como extranjeros que ingresan a la provincia de Pichincha.

3. Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación en el estudio de factibilidad presente.

En la etapa descriptiva el estudio de factibilidad presente busca analizar cómo es y cómo se manifiesta la actividad de turismo de aventura en el cráter del Pululahua, detallando dicha actividad través de la medición de uno o más de sus atributos, los cuales pueden ser: accesibilidad a la región, clima y condiciones geográficas de la región, infraestructura del sector, las condiciones en sí para poder ejecutar la actividad del turismo de aventuras.

En la etapa exploratoria del estudio de factibilidad para la creación del rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua se tiene como fin tener un conocimiento profundo del turista de aventura y llegar a predecir una actividad fundamental del mismo, la cual es la de predecir su comportamiento de compra en cuanto al servicio que deseamos ofrecerle.

- **Especificar los procedimientos para medir y elaborar las escalas.**

Para el mercado de consumo se llega a la necesidad de plantear las siguientes escalas con sus respectivos medidores:

Mercado de Consumo.

ESCALA	INDICADORES
Sexo	Masculino Femenino
Edad	Categoría 1(20-30 años) Categoría 2(31-45 años) Categoría 3(46-55 años)
Nivel Educativo	Medio Superior Postgrado
Nivel Económico (ingreso mensual)	Bajo (de $300 a $500) Medio (de $500 a $1000) Alto (de $1000 hasta $3000)
	Superior (de $3000 hasta $5000) Acomodado (de $5000 en adelante)
Estilo de vida	Convencional (sedentario)
	Aventurero (nuevas experiencias)
	Medio (sedentario+convencional)

Para el mercado de negocios se llega a la necesidad de plantear las siguientes escalas con sus respectivos medidores:

Mercado de Negocios.

ESCALA	**INDICADORES**
Tipo de intermediario	Operadoras de Turismo Instituciones (públicas o privadas)
Ubicación del Intermediario	Pichincha-Quito
Nivel económico del Intermediario	Empresas de un nivel medio en adelante, que sean capaces de cubrir el costo del paquete turístico.

- **Construir y probar previamente un cuestionario.**

El cuestionario es el formulario que contiene las preguntas o variables de la investigación o estudio y en el que se registran las respuestas de los encuestados; el cuestionario es un componente básico en cualquier investigación de mercado, su función es medir comportamientos, actitudes y/o características de los entrevistados.

Para la investigación del mercado de consumo del presente estudio de factibilidad presente se ha elaborado y utilizado el mismo esquema de cuestionario utilizado en la prueba piloto llevada a cabo para el mismo, esto se debe al éxito que tuvo dicho cuestionario al aplicarlo en la prueba piloto, ya que fue fácil de manejar por parte del entrevistado y entrevistador; la relevancia de los datos que permitió obtener el cuestionario piloto es la razón fundamental que llevo a que el mismo sea utilizado en la investigación de mercado presente.

MERCADO DE CONSUMO

CUESTIONARIO.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RANCHO ESPECIALIZADO EN TURISMO DE AVENTURA EN EL CRÁTER DEL PULULAHUA

OBJETIVO.
(Potencial cliente).

Buenos días. El presente cuestionario tiene como finalidad analizar y evaluar la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua al noreste de la ciudad de Quito. Por favor conteste con toda franqueza, sus respuestas son de valiosa ayuda para esta investigación.

OBJETIVO TÉCNICO.
(Del estudio de factibilidad).
Obtener información sobre los turistas potenciales, visitantes del cráter del Pululahua.

Marque con una X la respuesta seleccionada, escoja solo una.

Sexo	
M	
F	
Edad	
Nivel de educación	
Medio	
Superior	
Postgrado	
Sitio donde se aplica el cuestionario	
Cráter del Pululahua	
Agencias de viaje	
Aeropuerto Mariscal Sucre	
Otros	

1. ¿Cada qué tiempo toma vacaciones o sale fuera de su país de origen?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Anualmente		
Semestralmente		
Trimestralmente		
Bimensualmente		
Mensualmente		
Semanalmente		
Nunca		

2. ¿En el caso de no tomar vacaciones o no salir desde su país de origen, cuál es la razón? (solamente si contestó nunca en la pregunta anterior).

	NACIONAL	EXTRANJERO
Falta de Instalaciones Cómodas		
Falta de Recursos Económicos		
Falta de Motivación		
Falta de Costumbre Familiar		
Otros (indique)		

3. ¿En qué temporada acostumbra salir de vacaciones o fuera de su país de origen con mayor frecuencia?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Fines de Semana		
Feriados o Puentes Vacacionales		
Vacaciones Principales (carnaval, semana santa, navidad, entre otros)		
Estación de:		
invierno		
verano		
primavera		
otoño		

4. ¿Cuando usted viaja, en compañía de quién prefiere estar?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Solo		
En familia		
En grupo		
Cuántos normalmente		

5. ¿Cuál es su motivo de Viaje?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Negocios o trabajo		
Vacaciones / Turismo		
Visita a familiares		
Congresos / convenciones		
Capacitación/cursos		
Investigación científica		
Otros (indique)		

6. ¿Qué sitios suele visitar con mayor frecuencia?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Parques de la Cuidad		
Reservas Naturales		
Bosques Protectores		
Lagos y lagunas		
Playas		
Museos/centros de investigación		
Monumentos y similares		
Complejos deportivos recreacionales		
Los sugeridos por las agencias de turismo		
Otros (indique)		

7. ¿Cuando sale fuera de la ciudad, qué tiempo dura su estadía?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Hasta 1 semana		
De 2 a 4 semanas		
De 5 a 12 semanas		
Mas de 12 semanas		

8. ¿Cuál es el tipo de alojamiento que usted prefiere o que ha utilizado?

	NACIONAL	EXTRANJERO
Hotel de alta categoría		
Hotel de media categoría		
Hotel de baja categoría		
Hostal		
Motel		
Pensión		
Otros (indique)		

9. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

	NACIONAL		EXTRANJERO
De 300 a 500 dólares		De 1000 a 2000 dólares	
De 501 a 1000 dólares		De 2001 a 4000 dólares	
De 1001 3000 dólares		De 4001 a 8000 dólares	
De 3001 a 5000 dólares		De 8001 a 10000 dólares	
Más de 5000 dólares		Más de 10000 dólares	

10. ¿Cuál fue el promedio de gasto diario en su último viaje?

	NACIONAL		EXTRANJERO
De 1 a 25 dólares		Hasta 100 dólares	
De 26 a 50 dólares		De 101 a 300 dólares	
De 51 a 100 dólares		De 301 a 1000 dólares	
De 100 a 500 dòlares		De 1001 a 3000 dólares	
De 501 a 1000 dólares		De 3001 a 5000 dólares	
MÁs de 1000 dólares		Más de 5000 dólares	

11. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

	NACIONAL	EXTRANJEROS
Convencional		
Por afinidad (científico/negocios)		
Especializado (deportivo)		
Social (tercera edad, juvenil, familiar)		
Cultural		
De aventura		
Ecológico		
Otro (indique)		

12. ¿Conoce o tiene alguna referencia sobre el cráter del Pululahua?

Si ( ) No ( )

13. ¿Visitaría usted un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua?

Si ( ) No ( )

Por qué?

14. Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior, basándose en el rango de 1 a 5 califique su preferencia de mayor a menor de los siguientes características del rancho:

(Siendo 1 muy importante y 5 nada importante)

	NACIONAL	EXTRANJERO
Precio		
Variedad de servicios		
Seguridad del sitio		
Variedad de los atractivos circundantes		
Facilidad de acceso a productos en el rancho		
Otros (indique)		

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

MERCADO DE NEGOCIOS

AGENCIAS DE VIAJE

CUESTIONARIO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RANCHO ESPECIALIZADO EN TURISMO DE AVENTURA EN EL CRÁTER DEL PULULAHUA

Buenos días. El presente cuestionario tiene como finalidad evaluar y analizar la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua al noreste de la ciudad de Quito. Por favor conteste con toda franqueza, sus respuestas son de valiosa ayuda para esta investigación.

Marque con una X la respuesta seleccionada, escoja solo una.

TIPO DE AGENCIA	
MAYORISTA	
INTERNACIONAL	
OPERADORA	

1. ¿Cuáles son los sitios preferidos por parte de los turistas al momento de escoger el destino de viaje?

TURISTAS NACIONALES	
La capital Quito y sus atractivos	
Guayaquil, Cuenca o Ambato y sus atractivos	
Las costas del país	
La región amazónica	
Mitad del Mundo	
Baños	
Mindo	
Excursión de montañas (Cotopaxi, Chimborazo, entre otros)	
Excursión de lagos, cascadas, entre otros	
Otros	
TURISTAS EXTRANJEROS	
La capital Quito y sus atractivos	
Guayaquil, Cuenca o Ambato y sus atractivos	
Las costas del país	
La región amazónica	
Baños	
Mindo	
Excursión a montañas (Cotopaxi, Chimborazo, entre otros)	
Excursión a lagos, cascadas, entre otros	
Otros	

2. ¿Los paquetes turísticos escogidos por los clientes, en qué promedio de gasto se ubican en su agencia?

De 1 a 300 dólares	
De 301 a 500 dólares	
De 501 a 1000 dólares	
De 1001 a 3000 dólares	
Más de 3000 dólares	

3. ¿Mayoritariamente de qué regiones del Ecuador (en caso de ser ecuatorianos los turistas) o de qué país de procedencia acuden los clientes (en caso de ser extranjeros los turistas) a su agencia?

TURISTAS NACIONALES	
Sierra	
Costa	
Oriente	
Región Insular	
TURISTAS EXTRANJEROS	
Alemania	
Argentina	
Brasil	
Canada	
Colombia	
Chile	
China	
España	
Estados Unidos	
Francia	
Italia	
Japón	
Perú	
Suiza	
Otro	

4. ¿El cliente que acude a su agencia, con quién toma el paquete turístico?

Solo	
En familia	
En grupo	
Cuántos normalmente	

5. ¿En qué temporadas registra su agencia la mayor demanda de clientes?

Fines de semana	
Feriados	
Vacaciones	
Estación de:	
Invierno	
Verano	
Primavera	
Otoño	

- **Desarrollar un plan para el análisis de los datos.**

El objetivo de esta etapa es hacer eficiente el proceso del análisis de la información, para poder tomar decisiones basados en ella, más aún cuando el presente estudio de factibilidad tiene como finalidad tomar o rechazar la idea de crear un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua; los datos obtenidos

de las encuestas serán básicamente tratados en archivos de hojas electrónicas de Microsoft Excel y también se usará el procesador de palabras como Microsoft Word.

- **Especificar el proceso de muestreo.**

Para obtener la información necesaria, se debe entrevistar a una parte representativa de toda la población que conforma el segmento meta, es decir la totalidad de turistas tanto nacionales como internacionales que ingresaron a la ciudad de Quito durante el año 2009, los cuales vienen a representar el universo de estudio en el presente estudio de factibilidad, dicho en otros palabras universo basta con identificar una muestra y a ella se le contacta para obtener la información.

El Plan de Muestreo para el estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua consiste en tomar decisiones sobre tres factores: la unidad de muestreo, el tamaño de la muestra y el procedimiento de muestreo.

La unidad de muestreo, consiste en decidir a quiénes se va a entrevistar; para el presente estudio de factibilidad se aplicarán las encuestas a los siguientes grupos de personas:

- Turistas extranjeros que llegan al aeropuerto de la ciudad de Quito.
- Turistas nacionales y extranjeros que se acercan a las principales agencias de turismo de la ciudad de Quito.
- Turistas nacionales y extranjeros que realizan viajes al mirador de Ventanillas en la región del cráter del Pululahua.
- Turistas nacionales y extranjeros que realizan actividades de turismo en la región del cráter del Pululahua.

Procedimiento de muestreo, determina cómo deberá escogerse a los entrevistados, de tal manera que la muestra se obtendrá de manera probabilística para que sea representativa; el muestreo probabilístico permite obtener límites de confianza y error; en el presente estudio de factibilidad este tipo de muestreo permite que todos

los integrantes de la población objetivo, sean turistas nacionales o extranjeros formen parte del estudio de mercado, con lo cual se tienen resultados más efectivos que permitirán tener una mayor certeza al momento de determinar si es viable o no la creación del rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua al noreste de la ciudad de Quito.

1.6.1 EL UNIVERSO Y EL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA MUESTRA

Para el estudio de factibilidad presente se debe entender al universo, la población a efectos de tomar la muestra dentro de los parámetros de este estudio, siendo así:

MERCADO DE CONSUMO

Universo: Para el presente estudio de factibilidad, el universo sería la totalidad de turistas extranjeros que realizarán viajes hacia el Ecuador y dentro del Ecuador durante el año 2010, los mismos que son 998.027 turistas, de acuerdo a lo reflejado en el Cuadro N°1 del presente estudio.

Población: Constituida por todos los turistas que ingresarán a la ciudad de Quito durante el año 2010, es decir la población será de 998.027 turistas, según el Cuadro N°4 del presente estudio.

Muestra:

Muestreo probabilístico.

Al ser el tipo de muestreo más científico, se debe cuidar que su premisa fundamental consista en que cada unidad de la población tenga una probabilidad igual y conocida de ser seleccionada para la muestra.[10]

Para el presente estudio de factibilidad se utilizará una muestra probabilística, el objetivo de esto es que todos los 458.073 turistas que integran la población de estudio, tengan la misma oportunidad de ser parte del estudio de factibilidad

[10] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pag.69.

presente; específicamente el estudio de factibilidad presente utilizará el muestreo simple al azar, esto simplemente significa que sin ningún tipo de restricción cualquier turista parte de la población puede ser parte del estudio.

Cálculo de la muestra: Mercado de Consumo.

El tamaño óptimo de la muestra para el estudio de mercado será determinado mediante la siguiente fórmula:

MERCADO DE CONSUMO.

[11]

Tamaño del universo:

14% Porcentaje de turismo de Aventura en el mundo.

Donde:

p = proporcional estimado de éxito; de acuerdo al teorema del límite central, se encuesta a una muestra piloto de al menos 30 personas.
Z = nivel de confianza, 95% en la tabla de la curva normal equivale a 1,96.
e = error muestral permitido.
N = población.
q = (1-p)

* De la prueba piloto que se llevo a cabo para el estudio de factibilidad se determina que el 86.67% de los encuestados están dispuestos a contratar el servicio del rancho turístico; de las 30 encuestas, 4 de los encuestados no aceptarían el servicio, con este dato se obtiene matemáticamente por porcentaje el valor de p (proporcional estimado de éxito).

[11] BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, cuarta edición, p. 35.

De acuerdo al cálculo realizado de la muestra, se deben aplicar 177 encuestas, las mismas que permitirán encarrilar adecuadamente el estudio de mercado.

MERCADO DE NEGOCIOS.

- Universo. Para el presente estudio de factibilidad, el universo sería la totalidad de agencias de viajes registradas en Ecuador, las cuales son en total un número de 1.144 (observar Cuadro N°5), las mismas que operan dentro de todas las normativas vigentes emitidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

- Población. Constituida por todas agencias de viajes registradas en la provincia de Pichincha, las cuales son en total un número de 455 (observar Cuadro N°5), las mismas que operan dentro de todas las normativas vigentes emitidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Cuadro N°5
Registro de las Agencias de Viajes a Nivel Nacional

	PROVINCIAS	MAYORISTA	INTERNACIONAL	OPERADORA	DUAL	TOTAL
1	AZUAY	3	42	10	36	91
2	BOLIVAR		1			1
3	CAÑAR		6		3	9
4	CARCHI		1	1		2
5	COTOPAXI		3	7		10
6	CHIMBORAZO		10	8	1	19
7	EL ORO		16	4	22	42
8	ESMERALDAS				2	2
9	GUAYAS	18	144	43	65	270
10	IMBABURA		8	4	7	19
11	LOJA		26	5	10	41
12	LOS RIOS	1	1			2
13	MANABI	1	15	25		41
14	MORONA SANTIAGO			1		1
15	NAPO		2	23		25
16	PASTAZA		3	8	1	12
17	PICHINCHA	34	140	157	124	455
18	TUNGURAHUA		16	47		63
19	ZAMORA CHINCHIPE		3			3
20	GALAPAGOS		2	23	3	28
21	SUCUMBIOS			4		4
22	ORELLANA			4		4
	totales	**57**	**439**	**374**	**274**	**1144**

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

Muestra:

Muestreo probabilístico:

Al ser el tipo de muestreo más científico, se debe cuidar que su premisa fundamental consista en que cada unidad de la población tenga una probabilidad igual y conocida de ser seleccionada para la muestra.[12]

Para el presente estudio de factibilidad se utilizará una muestra probabilística, el objetivo de esto es que todas las 455 agencias de viaje registradas en la provincia de Pichincha que integran la población de estudio, tengan la misma oportunidad de ser parte del estudio de factibilidad presente; específicamente el estudio de factibilidad presente utilizará el muestreo simple al azar, esto simplemente significa que sin ningún tipo de restricción cualquier agencia de viaje pueda ser parte del estudio.

Cálculo de la muestra: Mercado de Negocios.

El tamaño óptimo de la muestra para el estudio de mercado será determinado mediante la siguiente fórmula:

Tamaño del universo:

Donde:

p = proporcional estimado de éxito
Z = nivel de confianza, 95% en la tabla de la curva normal equivale a 1,96.
e = error muestral permitido.
N = población.
q = (1-p)

[12] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 69.

* De acuerdo al estudio estadístico del Ministerio de Turismo, en Pichincha existen actualmente 455 agencias de turismo.

1.6.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

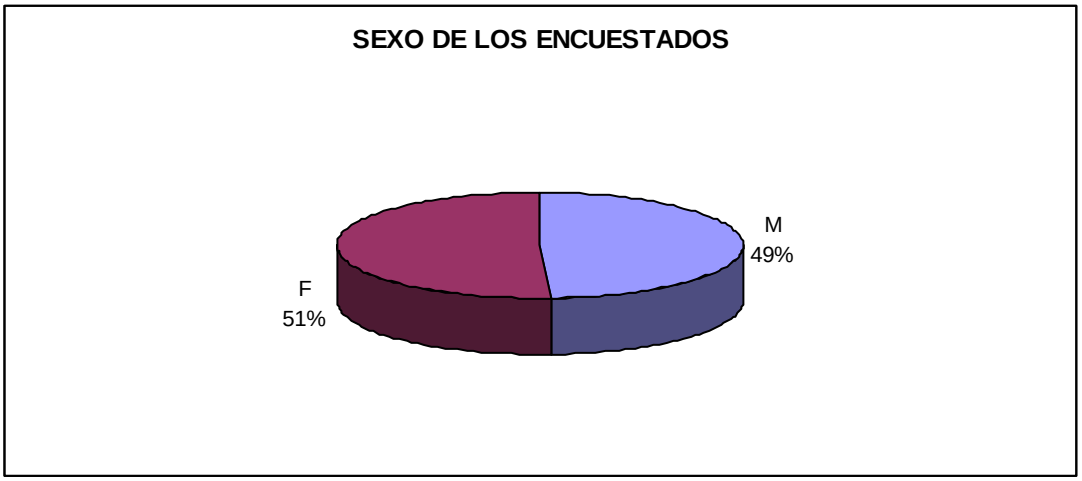
MERCADO DE CONSUMO

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA AL MERCADO DE CONSUMO

PERFIL DEL CLIENTE.

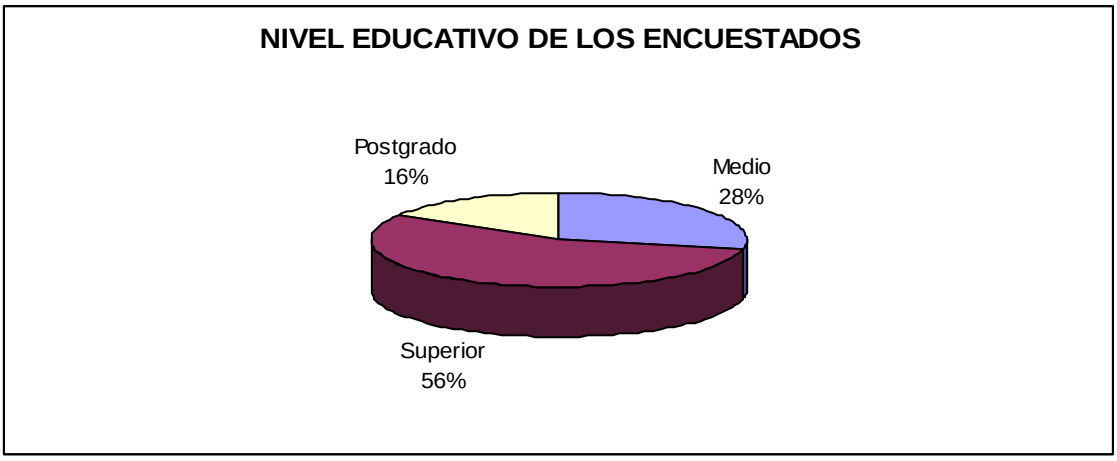
a. Sexo de los encuestados.

SEXO	# PERSONAS	%
M	87	49%
F	90	51%



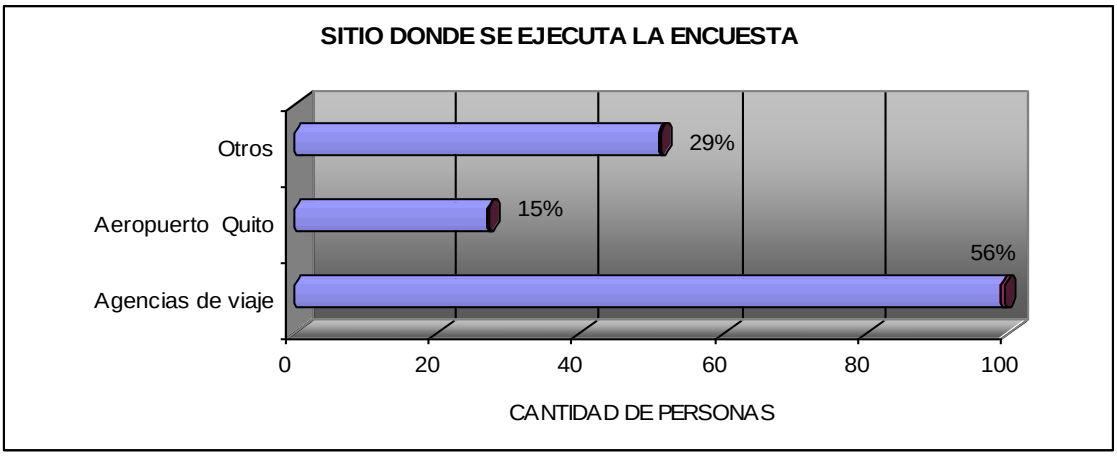
b. Nivel educativo de los encuestados.

EDUCACION	# PERSONAS	%
Medio	50	28%
Superior	98	55%
Postgrado	29	16%



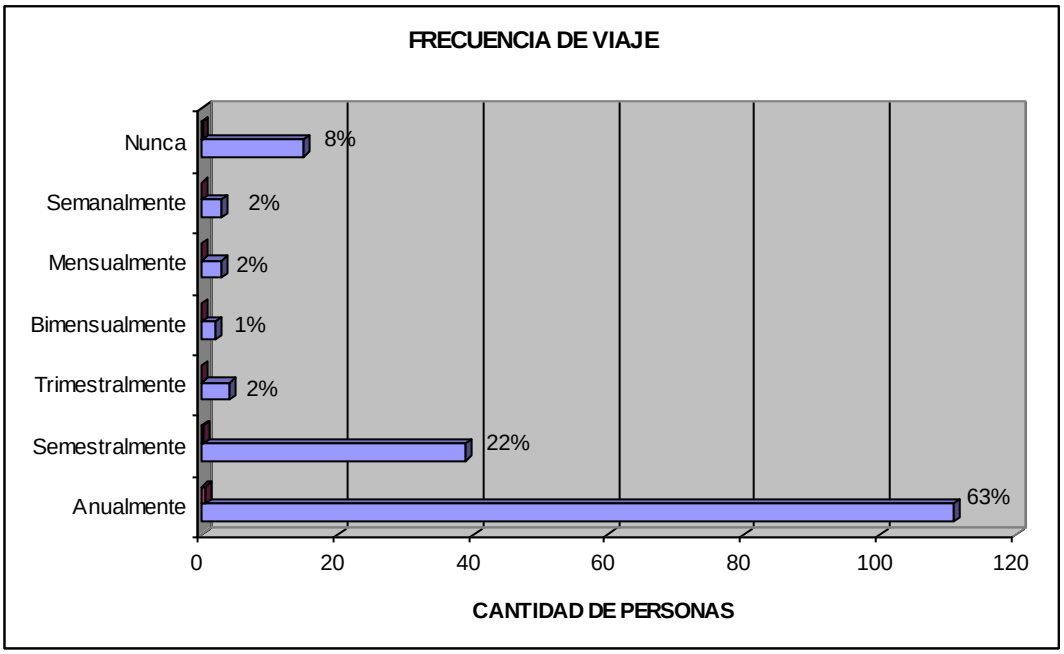
c. Sitio donde se aplica la encuesta.

SITIO DONDE SE APLICA ENCUESTA	# PERSONAS	%
Agencias de viaje	99	56%
Aeropuerto Quito	27	15%
Otros	51	29%



¿Cada qué tiempo toma vacaciones o sale fuera de su país de origen?

FRECUENCIA DE VIAJE	# PERSONAS	%
Anualmente	111	63%
Semestralmente	39	22%
Trimestralmente	4	2%
Bimensualmente	2	1%
Mensualmente	3	2%
Semanalmente	3	2%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de las personas entrevistadas(63%) realiza viajes en un cantidad de al menos una vez al año, esto se debe a la dura situación económica por la que actualmente pasan los ecuatorianos; en segundo término se tiene que el 22% de los encuestados al menos viaja dos veces al año, este resultado está influenciado por la calidad de vida de los extranjeros puesto que de las 177 personas encuestadas, 60 fueron extranjeros, personas que tienen solvencia económica que les permite realizar viajes varias veces al año.

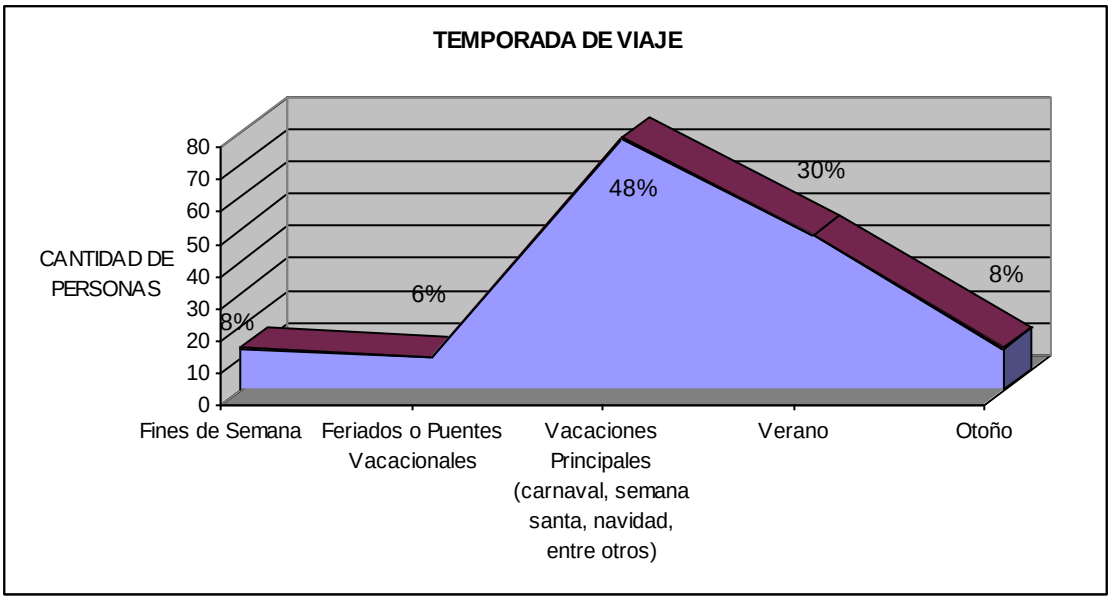
1. ¿En el caso de no tomar vacaciones o no salir desde su país de origen, cuál es la razón? (solamente si contestó nunca en la pregunta anterior).

MOTIVOS POR LOS QUE NO SE VIAJA	# PERSONAS	%
Falta de Instalaciones Cómodas	0	0%
Falta de Recursos Económicos	14	93%
Falta de Motivación	0	0%
Falta de Costumbre Familiar	1	7%
Otros (indique)	0	0%

Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de las personas que no viajan tienen como razón la falta de recursos económicos (93%), este porcentaje está relacionado con la primera pregunta, ya que la situación económica es el factor primordial, causa absoluta de las personas que no realizan viajes.

2. ¿En qué temporada acostumbra salir de vacaciones o fuera de su país de origen con mayor frecuencia?

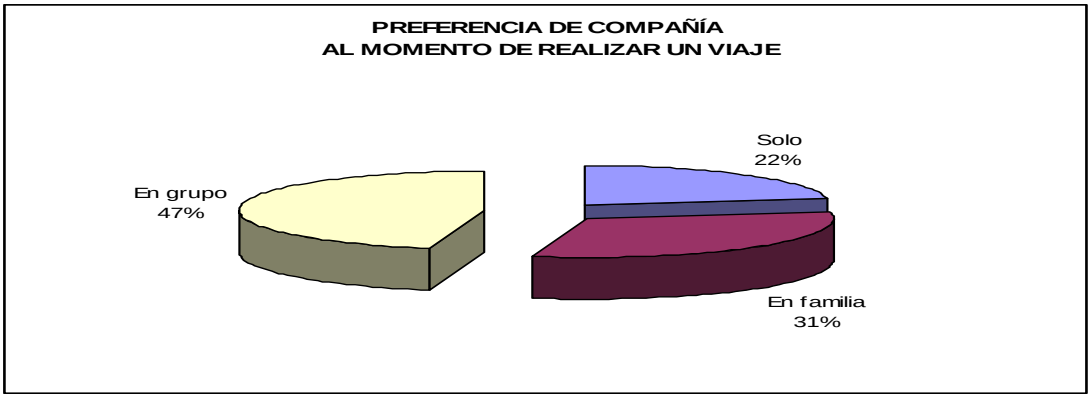
TEMPORADA DE VIAJE	# PERSONAS	%
Fines de Semana	13	8%
Feriados o Puentes Vacacionales	10	6%
Vacaciones Principales (carnaval, semana santa, navidad, entre otros)	78	48%
Estación de:		
Invierno	0	0%
Verano	48	30%
Primavera	0	0%
Otoño	13	8%



Según la encuesta realizada a la muestra, la mayoría de personas que viajan, lo hacen en la fechas de vacaciones principales (carnaval, semana santa, navidad) en el orden del 48%, esto se debe a que para dichas fechas las personas ya han programado con anticipación la salida de viaje, para ello ahorran dinero y en sus trabajos piden con la debido anticipación las vacaciones a que tienen derecho como empleados de las diversas empresas en la que laboran.

3. ¿Cuando usted viaja, en compañía de quién prefiere estar?

PREFERENCIA DE COMPAÑÍA EN VIAJES	# PERSONAS	%
Solo	36	22%
En familia	51	31%
En grupo	75	46%

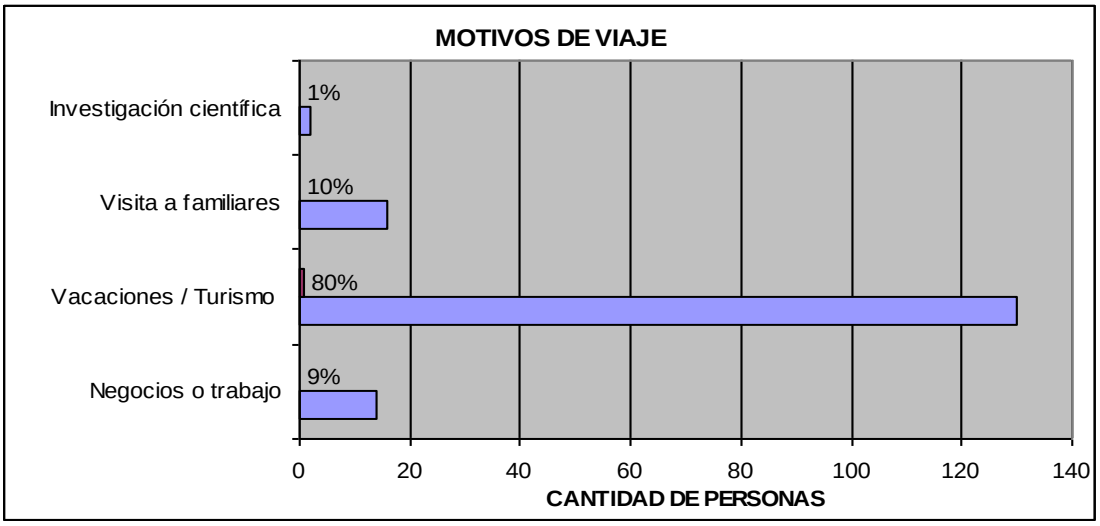


Según la encuesta realizada a la muestra, el 46% de los encuestados prefiere viajar en grupo, esto se debe básicamente a un factor económico, puesto que agencias de viajes, hoteles, hosterías y demás similares siempre ofrecen atractivos descuentos cuando se viaja en grupo; otra razón por la que la gente viaja en grupo mayoritariamente es por seguridad, puesto que entre varias personas conocidas el turista se siente mejor respaldado.

También se desprende de esta pregunta, que la gente viaja en promedio de tres personas cuando lo hace en grupo.

4. ¿Cuál es su motivo de Viaje?

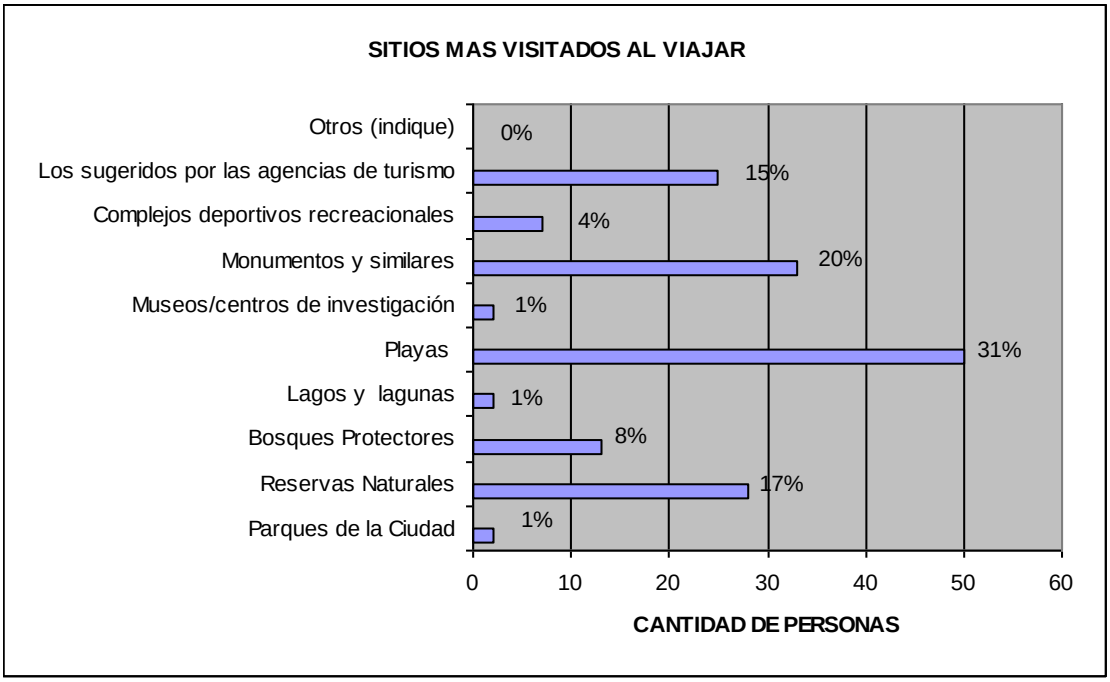
MOTIVO DE VIAJE	# PERSONAS	%
Negocios o trabajo	14	9%
Vacaciones / Turismo	130	80%
Visita a familiares	16	10%
Congresos / convenciones	0	0%
Capacitación/cursos	0	0%
Investigación científica	2	1%
Otros (indique)	0	0%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de los entrevistados en un orden del 80% tiene como motivo de viaje el tomar vacaciones, esto es importante para el objetivo del presente estudio de factibilidad, ya que las personas viajan mayoritariamente con el objetivo de hacer turismo, en el Ecuador es muy bajo por no decir nulo el porcentaje de turismo de negocios o científico.

5. ¿Qué sitios suele visitar con mayor frecuencia?

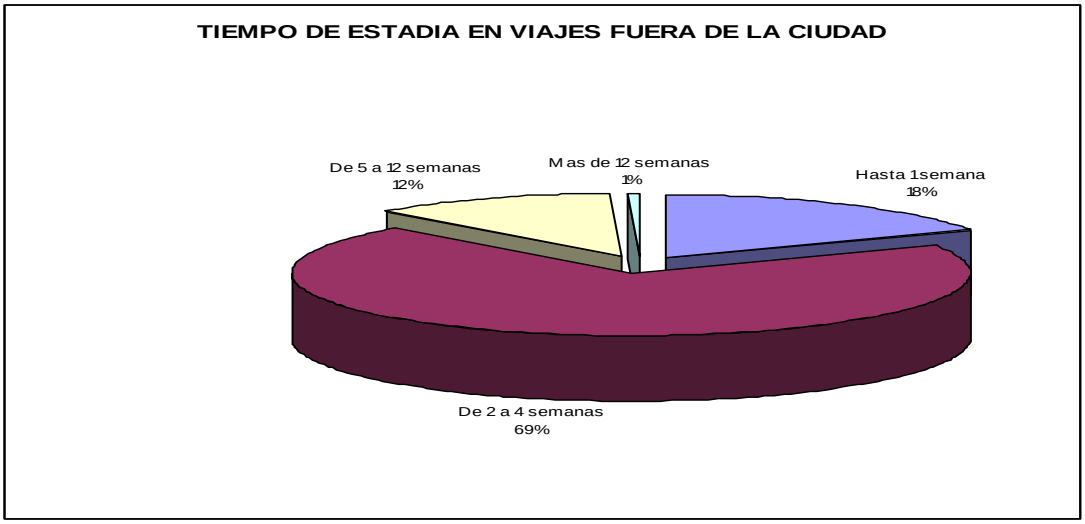
SITIOS MAS VISITADOS AL VIAJAR	# PERSONAS	%
Parques de la Ciudad	2	1%
Reservas Naturales	28	17%
Bosques Protectores	13	8%
Lagos y lagunas	2	1%
Playas	50	31%
Museos/centros de investigación	2	1%
Monumentos y similares	33	20%
Complejos deportivos recreacionales	7	4%
Los sugeridos por las agencias de turismo	25	15%
Otros (indique)	0	0%



Según la encuesta realizada a la muestra, el sitio más visitado es en su gran mayoría en un orden del 31% las playas, esto se debe a que la gran masa de turistas son gente que habitan las grandes ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca primordialmente, esto hace que dichos turistas busquen cambiar de panorama el momento de tomar vacaciones; otro punto a destacar es el 8% de los turistas que prefiere salir a los bosques protectores y el 17% de los turistas que prefiere acudir a las reservas naturales, esto da a entender que el 25% de los encuestados tiene un espíritu de aventura, es decir busca una alternativa de acudir a la naturaleza, y eso es precisamente lo que busca el estudio de factibilidad presente.

6. ¿Cuando sale fuera de la ciudad, qué tiempo dura su estadía?

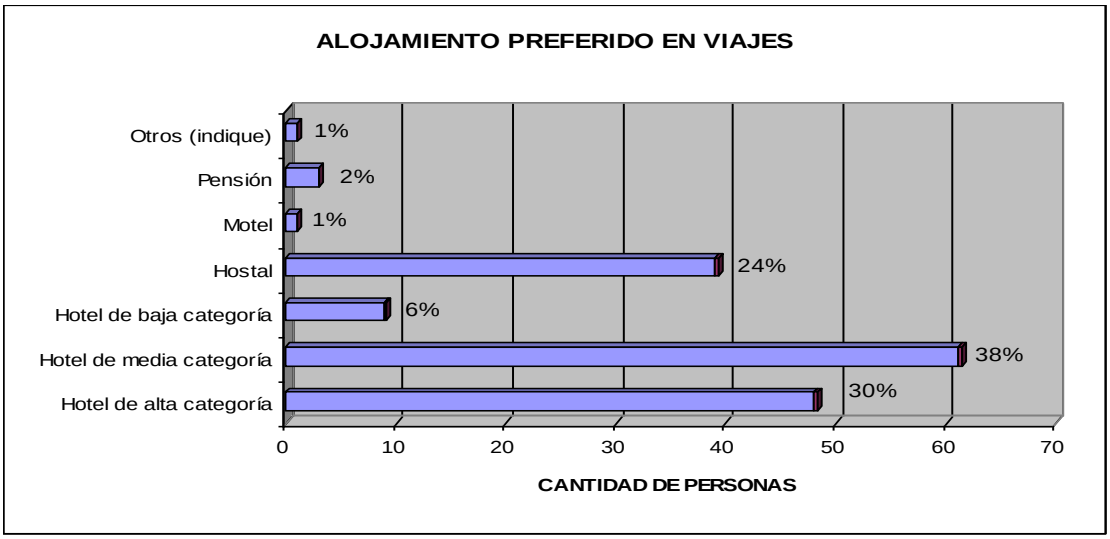
TIEMPO DE ESTADIA EN VIAJES	# PERSONAS	%
Hasta 1 semana	29	18%
De 2 a 4 semanas	113	70%
De 5 a 12 semanas	19	12%
Mas de 12 semanas	1	1%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de los encuestados cuando sale de viaje tiene un tiempo de permanencia de 2 a 4 semanas en un orden del 70%, esto se debe a que la encuesta es realizada en Quito, y como se sabe hay mucho inmigrante nacional en la capital, el cual al momento de tomar vacaciones ya sea por trabajo o por estudios prefiere acudir a su ciudad de origen ; luego en un orden del 18% el tiempo de permanencia en viajes fuera de la ciudad es de hasta 1 semana, este porcentaje esta relacionado con la gente que propiamente sale de Quito con destino vacacional hacia otros lugares.

7. ¿Cuál es el tipo de alojamiento que usted prefiere o que ha utilizado?

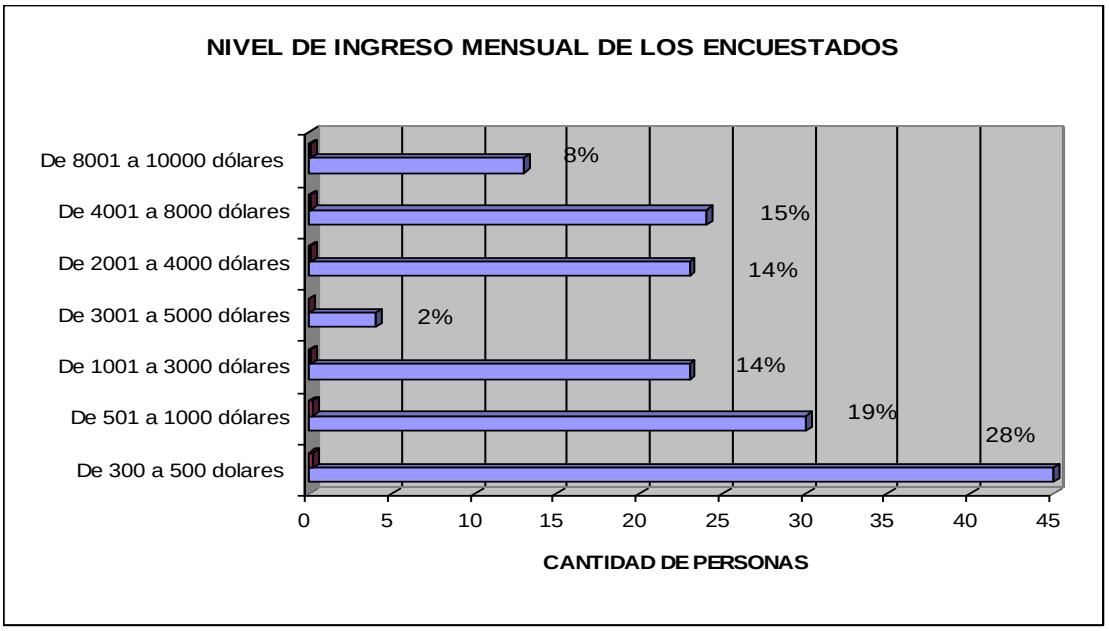
ALOJAMIENTO PREFERIDO EN VIAJES	# PERSONAS	%
Hotel de alta categoría	48	30%
Hotel de media categoría	61	38%
Hotel de baja categoría	9	6%
Hostal	39	24%
Motel	1	1%
Pensión	3	2%
Otros (indique)	1	1%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de encuestados cuando realizan viajes prefieren hospedarse en un orden del 38% en hoteles de media categoría, esto se debe a razones económicas, puesto que el turista nacional está limitado de alojarse en hoteles de categoría, los mismos que están prácticamente destinados a ser usados por los extranjeros, especialmente la gente proveniente de Estados Unidos y de Europa.

8. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

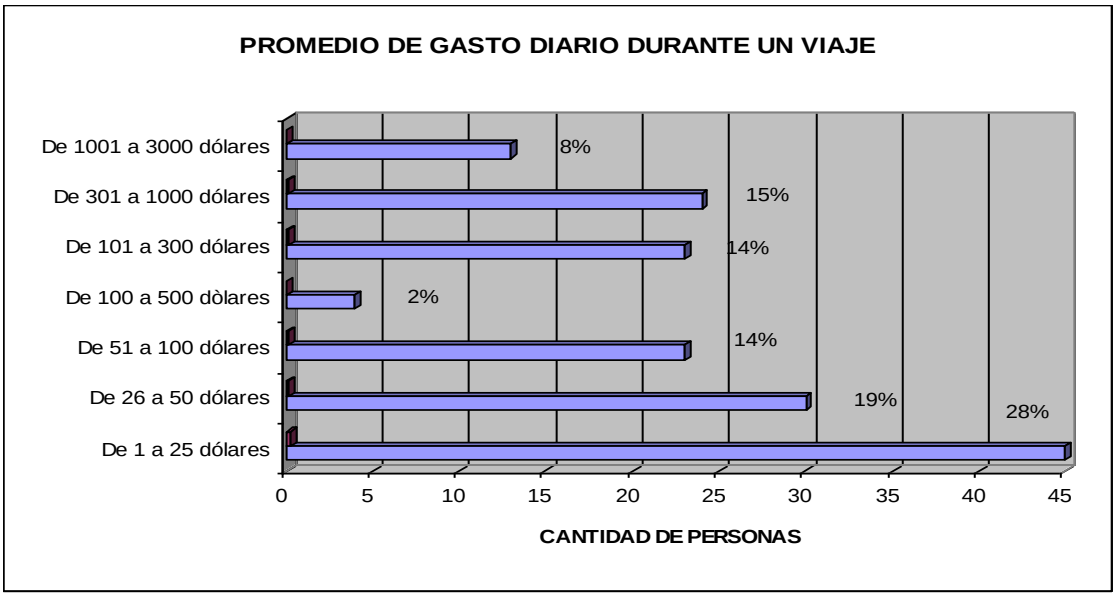
NIVEL DE INGRESO MENSUAL DE LOS ENCUESTADOS	# PERSONAS	%
	NACIONALES	
De 300 a 500 dolares	45	28%
De 501 a 1000 dólares	30	19%
De 1001 a 3000 dólares	23	14%
De 3001 a 5000 dólares	4	2%
Más de 5000 dólares	0	0%
	EXTRANJEROS	
De 1000 a 2000 dólares	0	0%
De 2001 a 4000 dólares	23	14%
De 4001 a 8000 dólares	24	15%
De 8001 a 10000 dólares	13	8%
Más de 10000 dólares	0	0%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de los encuestados tienen un salario mensual de 300 a 500 dólares y de 501 a 1000 dólares en un orden del 28% y 19% respectivamente, esto es un reflejo del nivel salarial bajo que existe en el país, los sueldos si apenas alcanzan para subsistir y cubrir las más básicas necesidades, muchas de las personas que disfrutan de vacaciones es debido a su capacidad de ahorro y planificación, muchos son casados y comparten los gastos de viaje con su cónyuge, otros sacan préstamos u otros gracias a las utilidades de su trabajo pueden salir de viaje.

9. ¿Cuál fue el promedio de gasto diario en su último viaje?

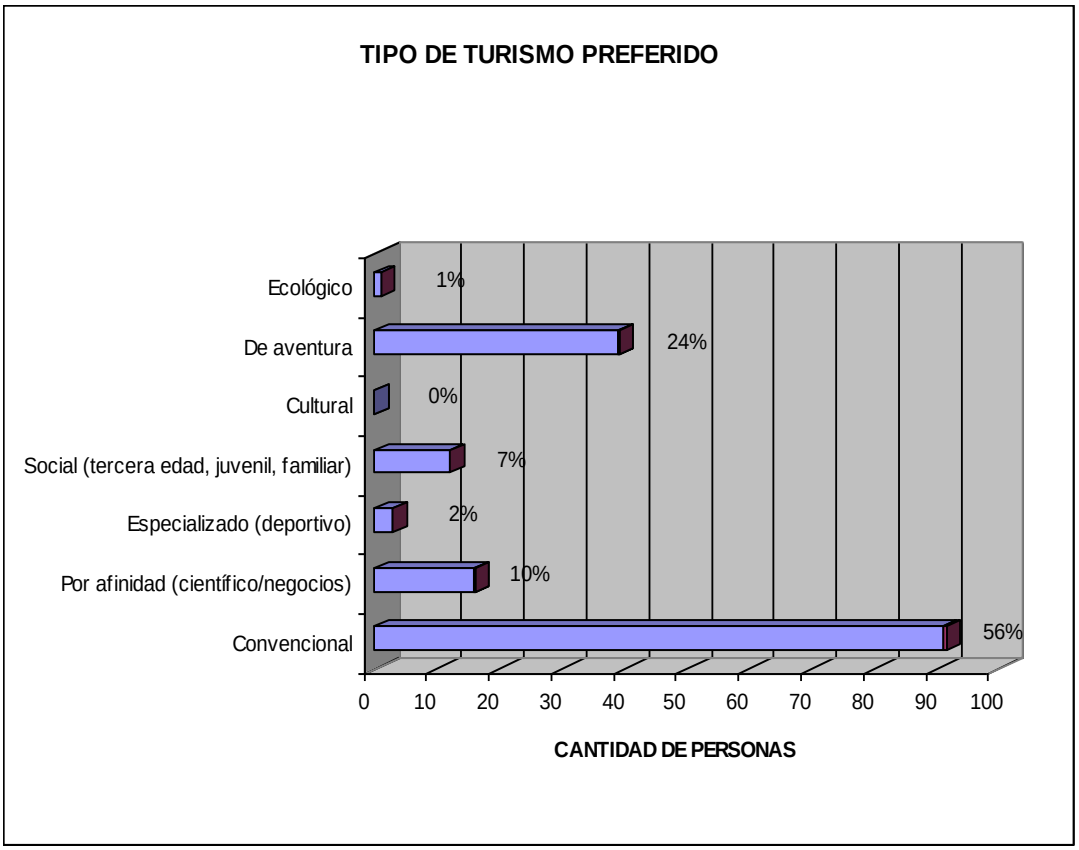
PROMEDIO DE GASTO DIARIO DURANTE UN VIAJE	# PERSONAS	%
	NACIONALES	
De 1 a 25 dólares	45	28%
De 26 a 50 dólares	30	19%
De 51 a 100 dólares	23	14%
De 100 a 500 dòlares	4	2%
De 501 a 1000 dólares	0	0%
MÁs de 1000 dólares	0	0%
	EXTRANJEROS	
Hasta 100 dólares	0	0%
De 101 a 300 dólares	23	14%
De 301 a 1000 dólares	24	15%
De 1001 a 3000 dólares	13	8%
De 3001 a 5000 dólares	0	0%
Más de 5000 dólares	0	0%



Según la encuesta realizada a la muestra, los entrevistados que salen de viaje gastan en promedio diario durante sus viajes mayoritariamente de 1 a 25 dólares y de 26 a 50 dólares en un orden del 28% y 19% respectivamente, esto se debe a como se vio en la pregunta 4, la gran mayoría de personas viaja ya sea en grupo o en familia, por ello al tener no solo la responsabilidad de gastar para una persona sino para otros, el turista debe limitar más su gasto, para que así el presupuesto de viaje le dure en la estadía en el sitio en que se encontrare.

10. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

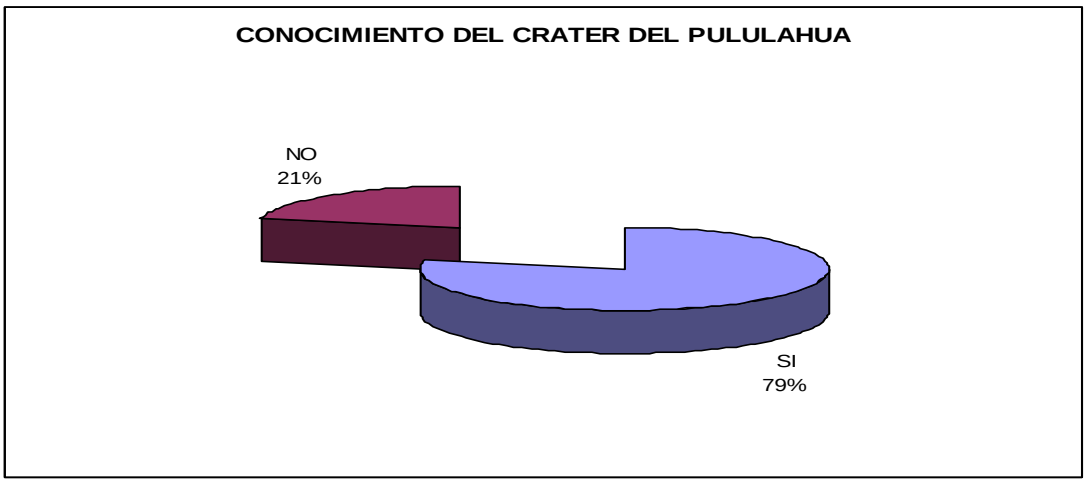
TIPO DE TURISMO PREFERIDO	# PERSONAS	%
Convencional	91	56%
Por afinidad (científico/negocios)	16	10%
Especializado (deportivo)	3	2%
Social (tercera edad, juvenil, familiar)	12	7%
Cultural	0	0%
De aventura	39	24%
Ecológico	1	1%
Otro (indique)	0	0%



Según la encuesta realizada a la muestra, el tipo de turismo preferido por la gente que sale de vacaciones en su gran mayoría es el convencional en un orden del 56% esto se debe a como se pudo observar ya en la pregunta 6 a que la gran mayoría de personas prefiere salir de viaje con rumbo a las playas del país; se puede observar también que el turismo de aventura representa en las preferencias de los encuestados un 24%, este porcentaje esta en concordancia a la preguntas 6, ratificando el espíritu de aventura que tiene tanto el turista nacional como el extranjero.

11. ¿Conoce o tiene alguna referencia sobre el cráter del Pululahua?

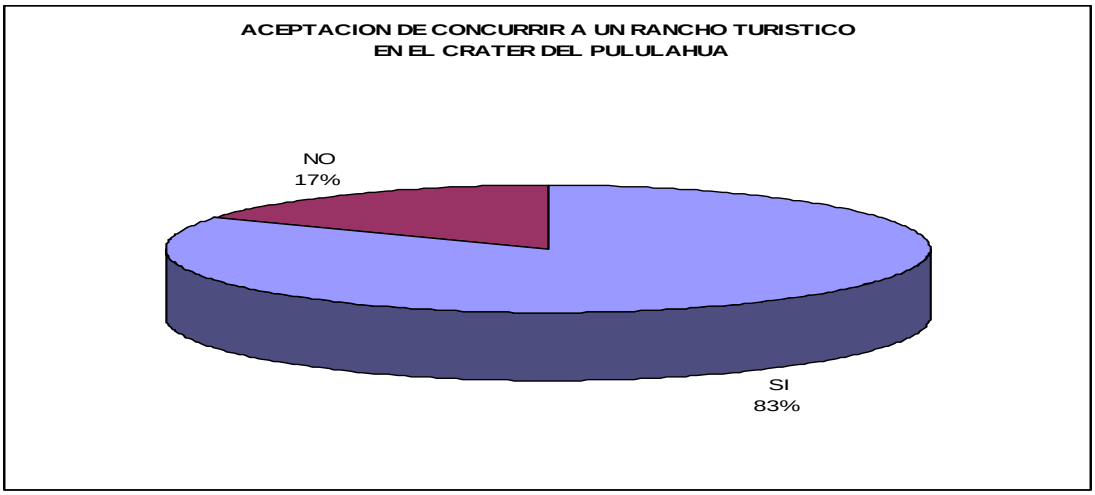
CONOCIMIENTO DEL CRATER DEL PULULAHUA	# PERSONAS	%
SI	139	79%
NO	38	21%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de los encuestados tiene conocimiento sobre la región del cráter del Pululahua en un orden del 79%, esto se debe a la gran difusión que tiene la zona de la Mitad del Mundo, por parte de la Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR), por la difusión que realiza de la zona las agencias de viaje de la ciudad de Quito en los diversos paquetes turísticos que ofrecen a los clientes.

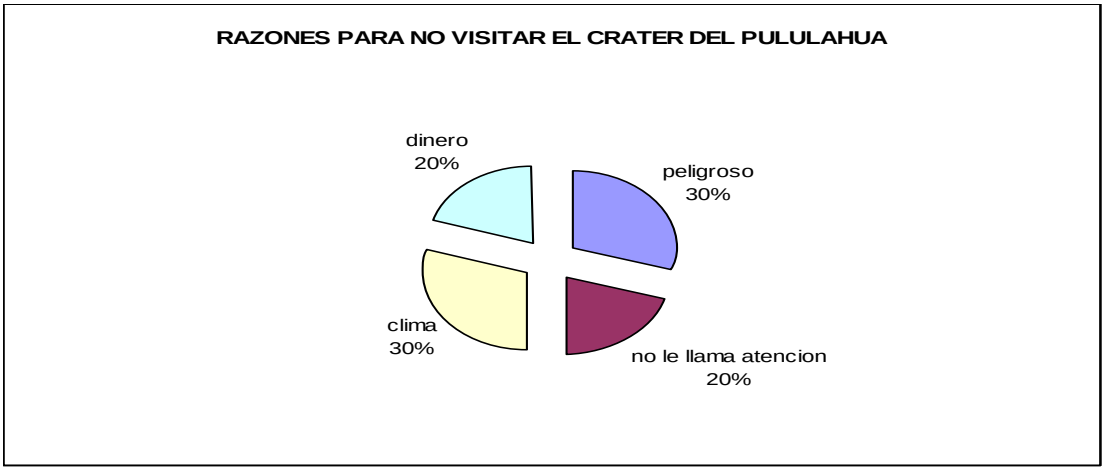
12. ¿Visitaría usted un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua?

ACEPTACION DE CONCURRIR A UN RANCHO TURISTICO	# PERSONAS	%
EN EL CRATER DEL PULULAHUA		
SI	147	83%
NO	30	17%



Según la encuesta realizada a la muestra, la gran mayoría de los encuestados en un orden del 83% aceptaría el acudir a un rancho turístico en la región del cráter del Pululahua, esto se debe a como se ve reflejado en la pregunta 6 al fuerte sentido de aventura que tiene el turista en Ecuador.

De la pregunta 13, cabe desglosar los motivos por los cuales las personas no visitarían el rancho de turismo especializado en en aventura en la región del cráter del Pululahua.	# PERSONAS	%
peligroso	9	30%
no le llama atencion	6	20%
clima	9	30%
dinero	6	20%



Según la encuesta realizada a la muestra, de las personas que no acudirían al rancho turístico en la región del cráter del Pululahua, se tiene que un 30% no acudiría por razones de las condiciones climáticas de la zona, las personas erróneamente piensan que el cráter del Pululahua está activo en cuanto la sismología del área, cosa totalmente errada, pues es un cráter cien por cien inactivo.

13. Si su respuesta es afirmativa en la pregunta anterior, basándose en el rango de 1 a 5 califique su preferencia de mayor a menor de los siguientes características del rancho:

(Siendo 1 muy importante y 5 nada importante)

IMPORTANCIA DE FACTORES PARA ACUDIR AL RANCHO	PREFERENCIA #1 (CANTIDAD DE PERSONAS)
Precio	153
Variedad de servicios	99
Seguridad del sitio	107
Variedad de los atractivos circundantes	61
Facilidad de acceso a productos en el rancho	15
Otros (indique)	0

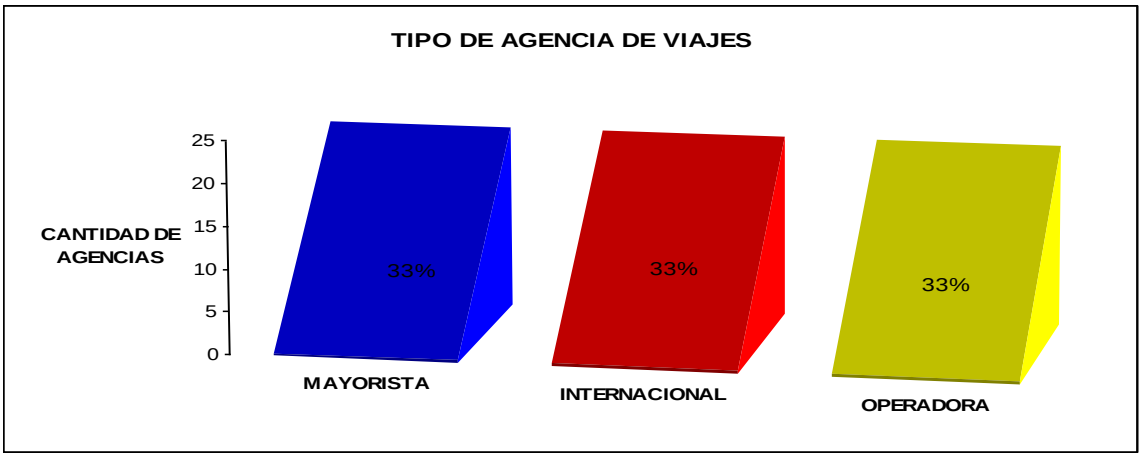
Según la encuesta realizada, para 153 personas el precio es el factor primordial a considerar al momento de tomar la decisión de acudir o no al rancho turístico en el cráter del Pululahua, esto como ya se indico anteriormente se debe a la grave situación económica por la que atraviesan los ciudadanos ecuatorianos; mientras que para 107 personas entrevistadas la seguridad del sitio es el factor primordial a considerar al momento de tomar la decisión de acudir o no al rancho turístico, esto se debe a que el turista ecuatoriano en general poco conoce del turismo de aventura, razón por la cual antes de emprender en una aventura como la de ir al rancho prefiere estar seguro en todo aspecto.

MERCADO DE NEGOCIOS

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA AL MERCADO DE NEGOCIOS

PERFIL DE LA AGENCIA.

TIPO DE AGENCIA	CANTIDAD DE AGENCIAS	PORCENTAJE
MAYORISTA	21	33%
INTERNACIONAL	21	33%
OPERADORA	21	33%



Para una recolección de datos precisa en cuanto al mercado de negocios, el estudio de factibilidad presente dividió la muestra (63encuestas) para el total de las clases de agencias de viajes existentes (tres tipos); por ello se aplicó la encuesta en 21 agencias mayoristas, 21 agencias internacionales y 21 agencias operadoras.

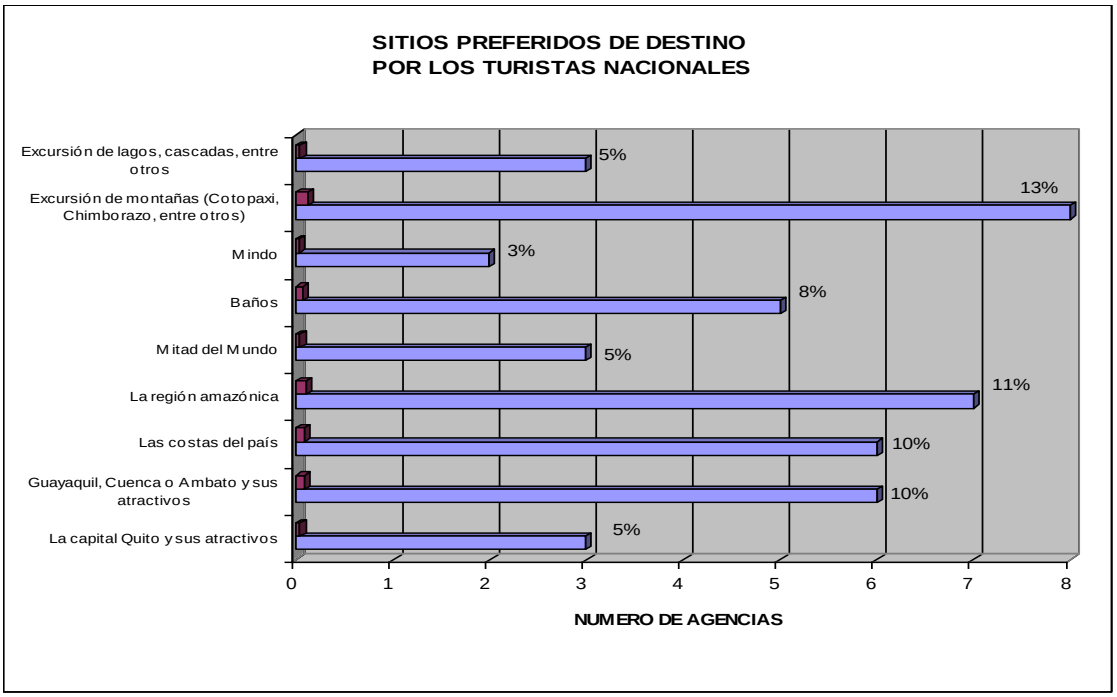
* Existen tres distintos tipos de agencias de viajes:[13]

- Operadoras: aquellas que organizan los viajes contratando directamente con los proveedores de los servicios.
- Mayoristas: aquellas que ofrecen y distribuyen productos turísticos a través del agencias minoristas. Normalmente no contratan con el cliente final. Suelen hacer reservas para cubrir las demandas de los minoristas, los mayoristas ganan una comisión sobre las ventas de los minoristas.
- Minoristas: aquellas que venden directamente al consumidor.

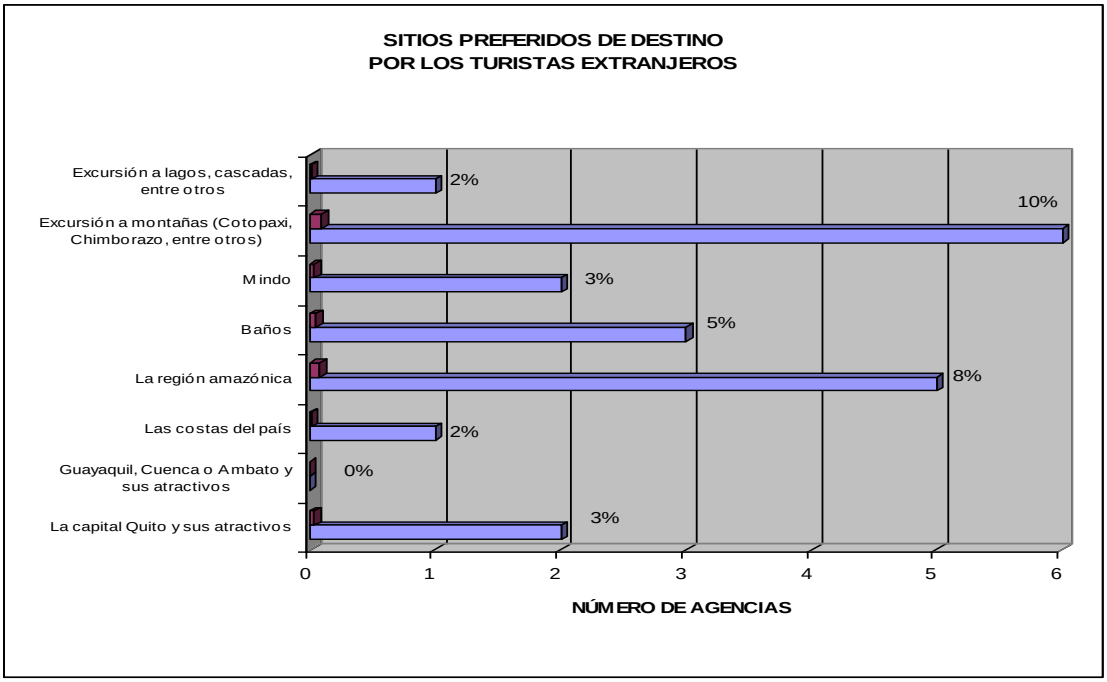
1. ¿Cuáles son los sitios preferidos por parte de los turistas al momento de escoger el destino de viaje?

SITIOS TURISTICOS	CANTIDAD DE AGENCIAS	PORCENTAJE
TURISTAS NACIONALES		
La capital Quito y sus atractivos	3	5%
Guayaquil, Cuenca o Ambato y sus atractivos	6	10%
Las costas del país	6	10%
La región amazónica	7	11%
Mitad del Mundo	3	5%
Baños	5	8%
Mindo	2	3%
Excursión de montañas (Cotopaxi, Chimborazo, entre otros)	8	13%
Excursión de lagos, cascadas, entre otros	3	5%
Otros	0	0%
TURISTAS EXTRANJEROS		
La capital Quito y sus atractivos	2	3%
Guayaquil, Cuenca o Ambato y sus atractivos	0	0%
Las costas del país	1	2%
La región amazónica	5	8%
Baños	3	5%
Mindo	2	3%
Excursión a montañas (Cotopaxi, Chimborazo, entre otros)	6	10%
Excursión a lagos, cascadas, entre otros	1	2%
Otros	0	0%

[13] Consejo Mundial de Turismo.
http://www.wttc.org



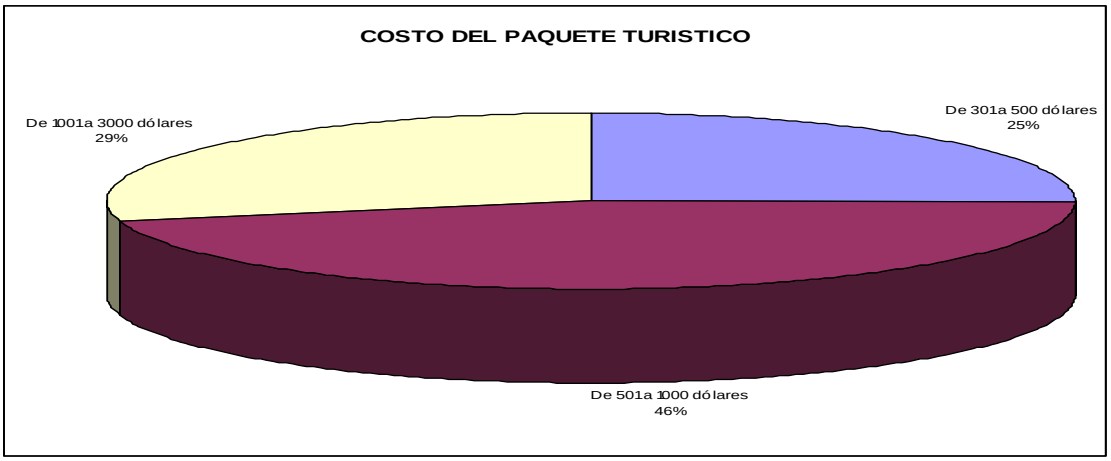
A nivel nacional las agencias de viaje venden mayoritariamente paquetes turísticos de excursión en montañas en un orden del 13% y en un 11% se tiene el turismo hacia la región amazónica, esto refleja que los turistas nacionales tienen una preferencia por el turismo de aventura y está relacionado estrechamente con la investigación del mercado de consumo, en el cual se tiene como uno de los principales resultados que el turista nacional tiene una alta preferencia por el turismo de aventura.



De igual manera que las agencias ofertan paquetes turísticos a los turistas nacionales, también venden a los turistas extranjeros mayoritariamente paquetes turísticos de excursión en montañas en un orden del 10%, esto refleja que los turistas extranjeros al igual que los nacionales también tienen una preferencia por el turismo de aventura.

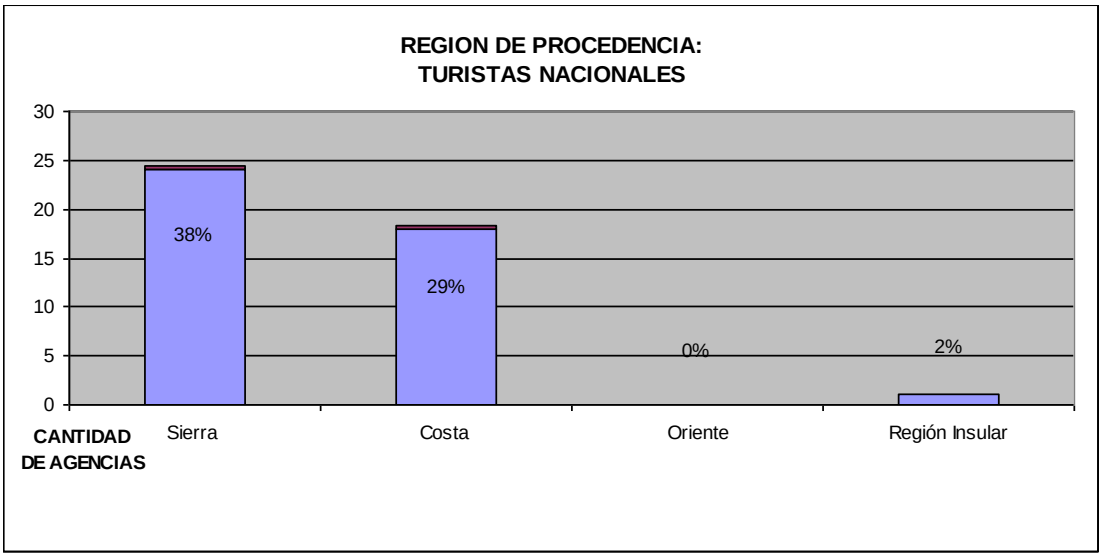
2. ¿Los paquetes turísticos escogidos por los clientes, en qué promedio de gasto se ubican en su agencia?

COSTO DEL PAQUETE TURISTICO	CANTIDAD DE AGENCIAS	PORCENTAJE
De 301 a 500 dólares	16	25%
De 501 a 1000 dólares	29	46%
De 1001 a 3000 dólares	18	29%
Más de 3000 dólares	0	0%



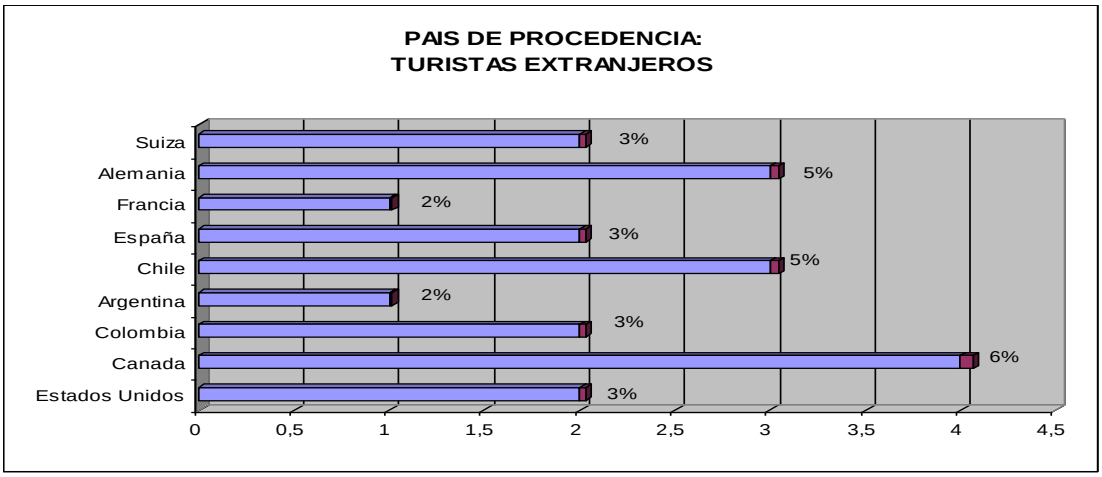
De acuerdo a la encuesta llevada a cabo a las agencias de viaje, el costo del paquete turístico más vendido se encuentra ubicado entre los 501 0 1000 dólares (46%), esto refleja que a pesar del entusiasmo que tiene el turista por viajar, también es consciente de su límite de gastos debido a la grave situación económica que atraviesa el país.

3. ¿Mayoritariamente de qué regiones del Ecuador (en caso de ser ecuatorianos los turistas) o de qué país de procedencia acuden los clientes (en caso de ser extranjeros los turistas) a su agencia?



REGION/PAIS DE PROCEDENCIA	CANTIDAD DE AGENCIAS	PORCENTAJE
TURISTAS NACIONALES		
Sierra	24	38%
Costa	18	29%
Oriente	0	0%
Región Insular	1	2%
TURISTAS EXTRANJEROS		
Estados Unidos	2	3%
Canada	4	6%
Colombia	2	3%
Argentina	1	2%
Brasil	0	0%
Chile	3	5%
Perú	0	0%
España	2	3%
Italia	0	0%
Francia	1	2%
Alemania	3	5%
Suiza	2	3%
Japón	0	0%
China	0	0%
Otro	0	0%

De acuerdo a la encuesta llevada a cabo a las agencias de viaje, el turista nacional llega a las agencias de viaje preferentemente de la región sierra y de la región costa en 38% y 29%, respectivamente; esto se debe a que la gran mayoría de los usuarios de las operadoras de turismo son quiteños o guayaquileños, ciudades ambas que son las más importantes del país y en las cuales el nivel de vida a diferencia del resto de ciudades es mejor.

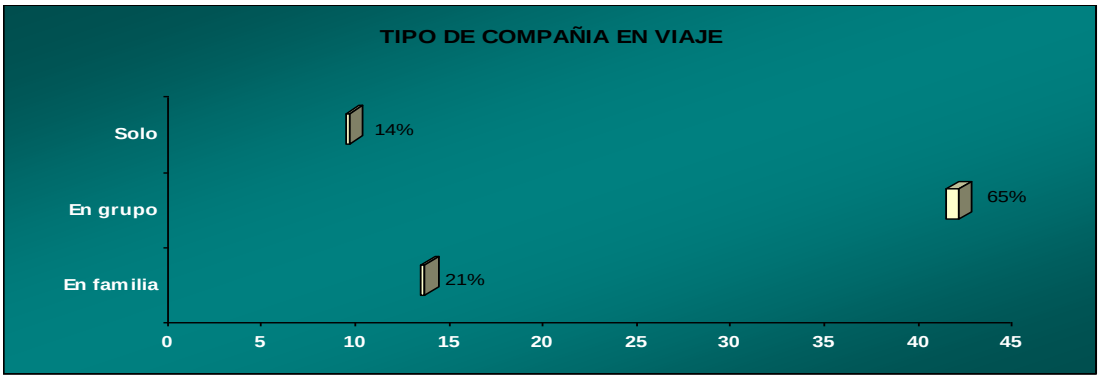


De acuerdo a la encuesta llevada a cabo a las agencias de viaje, los turistas extranjeros que mas acuden a las operadoras de turismo son los canadienses en un 6% y los chilenos y alemanes en un 5%, esto se debe a que en Sudamérica, Chile es uno los países económicamente mejor ubicados, eso hace que sus ciudadanos tengan un alto nivel de vida, lo que les permite realizar viajes aún fuera de su país.

En cuanto a los alemanes, a partir de la reciente participación exitosa de la selección ecuatoriana de fútbol en el mundial de Alemania 2006, despertó en los turistas de dicho país el interés por conocer nuestro país; el porcentaje de canadienses que visita el Ecuador al igual que los estadounidenses se debe a la cercanía geográfica relativa que tienen con el Ecuador y al factor económico, debido al nivel de vida de los mismos y al manejo de dólar que tienen, hace que el venir a Ecuador les sea muy cómodo además de entretenido por la espectacular naturaleza que posee el Ecuador.

4. ¿El cliente que acude a su agencia, con quién toma el paquete turístico?

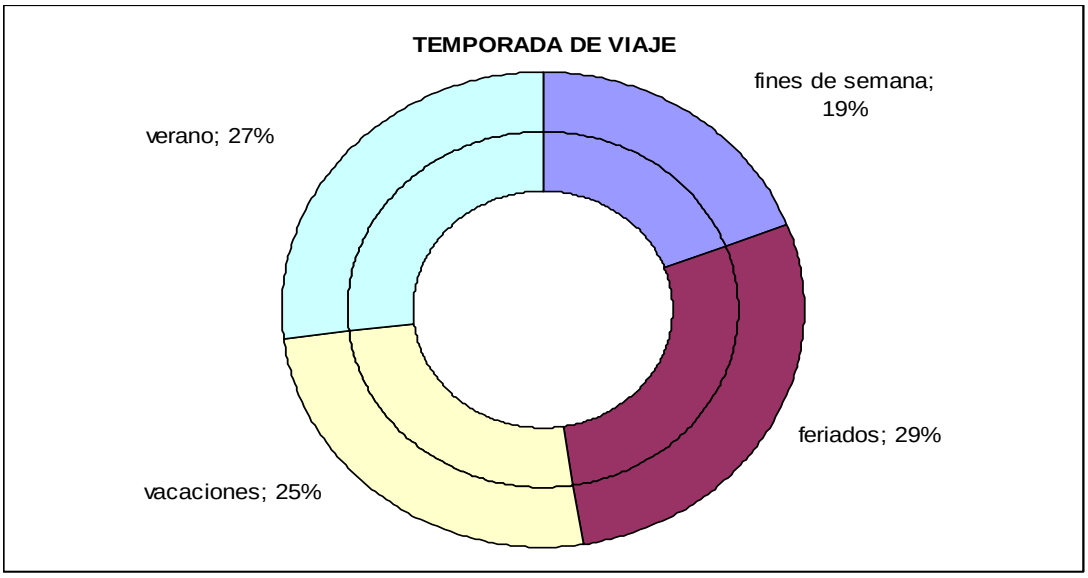
TIPO DE COMPAÑÍA EN VIAJE	CANTIDAD DE AGENCIAS	PORCENTAJE
En familia	13	21%
En grupo	41	65%
Cuántos normalmente	153	2 en promedio
Solo	9	14%



De acuerdo a la encuesta llevada a cabo a las agencias de viaje, los turistas que acuden a los operadoras de turismo en su gran mayoría prefieren viajar en grupo (65%), esto puede deberse al factor seguridad, pues ante las condiciones actuales de inseguridad que se vive en Ecuador, viajar solo a sitios desconocidos acarrea alguna posibilidad de riesgo en este sentido. Además el factor económico puede incidir en esta decisión, pues al viajar en grupo los gastos del viaje se comparten, lo cual a su vez es relativo.

5. ¿En qué temporadas registra su agencia la mayor demanda de clientes?

TEMPORADA DE VIAJE	CANTIDAD DE AGENCIAS	PORCENTAJE
fines de semana	12	19%
feriados	18	29%
vacaciones	16	25%
estacion	0	0%
invierno	0	0%
verano	17	27%
primavera	0	0%
otoño	0	0%



De acuerdo a la encuesta llevada a cabo a las agencias de viaje, la gran mayoría de turistas que acuden a las operadoras de turismo lo hacen en las fechas de feriados principales del país (29%) y en los meses de la temporada de verano en un 27%, esto se debe al flujo del turista extranjero, pues los mismos regularmente vienen a Ecuador en los meses de verano para poder disfrutar de nuestro excelente clima en playas, montañas y otros sitios turísticos; la alta concurrencia de turistas a las agencias de viaje se debe también el masivo turismo que se da en el Ecuador en las fechas de feriados principales, tales como carnaval, semana santa, el 10 de Agosto, entre otros, para dichas fechas las personas hacen previsiones económicas destinadas a tomar vacaciones en las fechas anteriormente señaladas.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.

1. Los datos recolectados provienen en un 49% del sexo masculino (87 personas) y en un 51% del sexo femenino (90 personas); así también, en cuanto al mercado de negocios, se entrevistó a 63 agencias de viaje: 21 agencias de tipo mayoristas, 21 agencias de tipo internacionales, 21 agencias de tipo operadoras.

2. De lo observado en la encuesta del mercado de consumo se puede decir que un alto porcentaje de los encuestados tiene finalizada la instrucción superior en un orden del 55%, esto incide en que dichas personas tengan un empleo, con lo cual tienen la posibilidad en su gran mayoría de tomar vacaciones al menos una vez al año.

3. A pesar de la dura situación económica por la que atraviesa el país, las personas al menos salen de vacaciones una vez por año (63%), esto indica que existe en el ciudadano ecuatoriano el deseo de salir de su sitio de residencia hacia otros lugares, con el fin de conocer y disfrutar de los diversos puntos turísticos de extraordinaria belleza que tiene el Ecuador.

4. El turista reserva sus recursos económicos para tomar vacaciones en las fechas principales de vacaciones tales como carnaval, semana santa, navidad, entre otros, debido a factores sociales y económicos, pues la gran mayoría de turistas prefiere viajar ya sea en compañía de su familia o en grupo y esto solo puede darse cuando

existen vacaciones a nivel nacional, fechas en las que la gran mayoría de personas tienen descanso ya sea en sus empresas o en sus instituciones educativas.

5. El turismo en Ecuador definitivamente se da por tomar vacaciones, es decir por diversión, así se tiene que un 31% de los entrevistados tiene como destino turístico las playas, un 17% prefiere viajar a las reservas naturales y un 8% prefiere los bosques protectores para tomar vacaciones; estas dos últimas cifras en conjunto (25%) demuestran que los encuestados poseen un sentido de aventura y gusto hacia la naturaleza, es decir, una cuarta parte de los entrevistados prefiere el turismo de aventura antes que el típico turismo convencional, esto da la idea de que el rancho de turismo de aventura especializado en el cráter del Pululahua podrá tener un mercado potencial grande.

6. Un 24% de las personas entrevistadas prefiere acudir a hostales cuando sale de viaje, esto da la idea de que el turista en Ecuador a mas de tener un espíritu de aventura, también tiene una personalidad descomplicada y sin prejuicios, lo que le importa al turista es salir de vacaciones sin pensar en elementos extras de lujo como serían habitaciones con tv cable, aire acondicionado, teléfono, entre otros elementos de lujo de establecimientos hoteleros de primera categoría, así se tiene que la idea del presente estudio de factibilidad de proporcionar al turista la actividad de aventura en condiciones básicas en cuanto a la infraestructura hotelera puede ofrecer excelentes resultados.

1.7 DEMANDA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

EL CONSUMIDOR.

Al tratarse del mercado de servicios, la imposibilidad de conocer los gustos, preferencias y deseos del total del mercado meta, hace necesario la agrupación de éste, de acuerdo a criterios lógicos, los cuales están determinados por las características de los consumidores finales que toman decisiones de compra basados en consideraciones de precio, calidad, exclusividad, servicio, etc., por lo tanto, el

consumidor logra su satisfacción a través del consumo de bienes o servicios, teniendo en claro que algunos servicios proporcionan mayor satisfacción que otros en un mismo consumidor, esto se transforma en preferencias de consumo sobre el total de alternativas existentes, todo esto dentro de las limitaciones presupuestarias del mismo.

Por lo tanto, los potenciales turistas del rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua se encuentran segmentados, según las preferencias de consumo, dentro de distintos parámetros como son las variables geográficas y demográficas que clasificarán al consumidor por su edad, sexo, nivel ocupacional, etc.

Específicamente el estudio de factibilidad tiene como mercado objetivo a los turistas internos que tienen como destino la provincia de Pichincha y específicamente como destino la ciudad de Quito, y los turistas extranjeros que ingresan al país y cuyo destino especifico es la provincia de Pichincha.

FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA.

Básicamente los factores que afectan en forma directa a la demanda de este tipo servicio son los siguientes:

- El precio que se le asigne al servicio del rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua.

  El factor precios afectará a la demanda del servicio el momento en que estos salgan del nivel promedio establecido en el mercado.

- El ingreso promedio de los consumidores.

  El ingreso de los consumidores afecta directamente a la demanda del producto, ya que tiene una relación directa con la capacidad adquisitiva del consumidor, por lo que al producirse una disminución en los ingresos éste elegiría servicios sustitutos de menor precio.

- El precio de los servicios sustitutos o complementarios.

- Preferencias del consumidor.

DEMANDA HISTÓRICA

Hasta la fecha no existen estadísticas disponibles que ayuden a determinar la demanda histórica de este tipo de servicio en la zona del cráter del Pululahua, razón por la cual no se puede contar con este dato para el análisis.

DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO.

Según en las estadísticas de la Cámara de Turismo de Pichincha, como se aprecia en el Cuadro N°3 del presente estudio y que a continuación se transcribe nuevamente, a la ciudad de Quito ingresan aproximadamente un total de 458.073 turistas tanto nacionales como extranjeros durante el año 2009, cantidad de turistas que representa la posible demanda total actual del servicio.

INGRESO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA CIUDAD DE QUITO DURANTE EL AÑO 2009

MESES	CIUDAD	INGRESO DE TURISTAS NACIONALES	INGRESO DE TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL INGRESO DE TURISTAS
ene-09	Quito	3.580	22.966	26.546
feb-09	Quito	5.299	24.225	29.524
mar-09	Quito	3.439	24.327	27.766
abr-09	Quito	4.470	29.855	34.325
may-09	Quito	4.400	30.536	34.936
jun-09	Quito	4.481	32.613	37.094
jul-09	Quito	4.562	34.690	39.252
ago-09	Quito	4.643	36.767	41.410
sep-09	Quito	4.724	38.844	43.568
oct-09	Quito	4.805	40.921	45.726
nov-09	Quito	4.886	42.998	47.884
dic-09	Quito	4.967	45.075	50.042
	TOTAL	54.256	403.817	458.073

Fuente: CAPTUR.
Elaboración: El autor.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

Para el estudio de factibilidad presente se realizará una proyección de cinco semestres de la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que ingresarán a la ciudad de Quito en los siguientes períodos: enero – junio 2010, julio – diciembre 2010, enero – junio 2011 y julio – diciembre 2011; esa proyección será la base de la potencial demanda que tendrá el proyecto.

Para llevar a cabo la proyección de los cinco semestres se tomará como referencia el mismo cuadro anterior.

Cuadro N°6
PROYECCIÓN DEL INGRESO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA CIUDAD DE QUITO*

SEMESTRES	CIUDAD	INGRESO DE TURISTAS NACIONALES	INGRESO DE TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL DE INGRESO DE TURISTAS
jul-dic 2009	Quito	54.256,00	403.817,00	458.073,00
ene-jun 2010	Quito	57.385,37	427.459,83	484.845,20
jul-dic 2010	Quito	60.695,23	452.486,92	513.182,15
ene-jun 2011	Quito	64.196,00	478.979,30	543.175,30
jul-dic 2011	Quito	67.898,68	507.022,77	574.921,45
TOTALES		304.431,28	2.269.765,82	2.574.197,10

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

De acuerdo a las proyecciones observadas en el Cuadro N°6, se puede determinar que el ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Quito, durante los próximos cuatro semestres aumentará constantemente a razón de un 82% en promedio de semestre a semestre, esto se debe a las recientes políticas de difusión turística que ha realizado el gobierno, lo que ha creado en el turista extranjero la motivación de venir al país, teniendo a la ciudad de Quito como uno de los principales destinos turísticos al venir a Ecuador; de igual manera a nivel interno el Ministerio de Turismo realiza desde hace aproximadamente cinco años atrás una fuerte campaña de turismo interno en las fechas principales de feriados que se tiene en Ecuador, promocionando los diversos atractivos del país, lo cual ha incentivado en el ánimo del ecuatoriano a conocer más su país y por supuesto la capital Quito.

- Para la proyección de valores en el Cuadro N°6, se utiliza la tasa promedio de incremento mensual del ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Quito durante los meses de enero a diciembre del 2009, la cual es para los turistas extranjeros de 9.54% y para los turistas nacionales la tasa es de 14.30%.

1.8 OFERTA

OFERTA.- Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de ofertantes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. [14]

1.8.1 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA

OFERTA COMPETITIVA.- Los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor.[15]

OFERTA OLIGOPÓLICA.- El mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores, los mismos determinan la oferta, los precios y tienen concentrada una gran cantidad de materia prima para la industria.[16]

OFERTA MONOPÓLICA.- Existe un solo productor del bien o servicio y domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.[17]

El Estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua se enmarca en una oferta competitiva porque su funcionamiento y éxito se verá sujeto a la calidad de los servicios que ofrezca.

---

[14] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera Edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito – Ecuador. Oct. 2003. Pág. 53.
[15] Ibídem. Pág. 54.
[16] Ibídem. Pág. 54.
[17] Ibídem. Pág. 55.

1.8.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA

PERMANENCIA EN EL ECUADOR

Según el Boletín de Índices de Turismo en Quito de la Cámara de Turismo de Pichincha a abril del 2009:

- El tiempo de estadía varía según el motivo de desplazamiento, sin embargo, la estadía promedio a diciembre del 2009 durante el desplazamiento de las vacaciones hacia la ciudad de Quito es de 1.42 días, para los turistas nacionales que realizan turismo interno; para los turistas extranjeros la estadía promedio a abril del 2009 de 1.78 días.

NÚMERO DE OFERTANTES

De acuerdo a la investigación de mercados realizada en el presente estudio de factibilidad no existe competencia directa en la zona del cráter del Pululahua, ya que no existe ningún tipo de infraestructura hotelera en la zona, más sin embargo lo que existe en dicho lugar es la Finca Colibrí, la cual ofrece tours de un día en la región; también se pueden encontrar tres hosterías en el sector de San Antonio de Pichincha llamadas: Hostería Rancho Alegre, Hostería Alemana y la Hostería Sol y Luna.

Cuadro Nº7
OFERTA TURÍSTICA

HABITACIONES/ESTABLECIMIENTO				
	RANCHO ALEGRE	ALEMANIA	SOL Y LUNA	PRECIO PROMEDIO
SIMPLES	26	30	28	28,00
DOBLES	36	38	40	38,00
MATRIMONIALES	58	56	60	58
TOUR/ESTABLECIMIENTO				
	CABAÑAS RIO BRAVO	HOSTAL ARCO IRIS	HOTEL EL GALLO DE LA PEÑA	PRECIO PROMEDIO
TOUR UN DIA MINDO	22	28	26	25
TOUR DOS DIAS/UNA NOCHE	48	45	50	48
TOUR TRES DIAS/DOS NOCHES	85	96	94	92

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

Como se puede apreciar, la competencia directa alcanza en total 140 plazas, que son muy pocas en comparación con la demanda insatisfecha que se analizará posteriormente.

INVERSIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO

En la actualidad la Cámara de Turismo de Pichincha a través de sus diversas publicaciones (escritas, conferencias/seminarios e internet) se encuentra promocionando a gran escala la zona turística de la Mitad del Mundo, eso sí falta, aún darle mayor importancia y recalcar por parte de dicho organismo y demás entidades inherentes al turismo en Ecuador las bondades que tiene la región del cráter del Pululahua.

Algo importante que destacar es el auge de construcción habitacional en todo el sector de San Antonio de Pichincha, donde se puede observar ya un gran cantidad de conjuntos habitacionales ya construidos y habitados totalmente, a más de una cantidad importante de conjuntos habitacionales por estrenar y otros que recién están siendo construidos, esto da la imagen de que actualmente hay una fuerte inversión privada en el área de San Antonio de Pichincha, la cual es colindante a la región del cráter del Pululahua, más sin embargo falta aún inversión en la zona del cráter del Pululahua, donde a más del Museo del Sol en la entrada principal al cráter, y el restaurante que se encuentra a lado del mismo, no se tiene mayor referencia de inversión en dicha zona, tanto del sector público como privado respectivamente.

FALTA DE EJECUCIÓN DE POLÍTICAS DE DESARROLLO POR PARTE DEL ESTADO

La falta de inversiones de parte del Estado Ecuatoriano tiene una incidencia directa sobre el sector turístico específicamente en la planta turística, ya que el mismo necesita inversiones no solamente en la infraestructura turística en el área de alojamiento, alimentación, recreación, sino también en la implementación y adecuación de los servicios, como transporte, accesos, gestión promocional para articular estrategias que involucren a la ciudadanía, otro factor que puede afectar es

la falta de promociones turísticas consistentes de parte del gobierno que permitan de alguna manera u otra acelerar la inversión turística.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA REGIÓN DEL CRÁTER DEL PULULAHUA

La Reserva está ubicada en la provincia de Pichincha, creada por Decreto Supremo No.194 como Parque del Estado y por Decreto No. 2259 del 17 de febrero de 1978 como Reserva Geobotánica; la región volcánica del Pululuhua es una reserva geobotánica, que protege a más de 53 especies botánicas.

Los pululahuenses llevan una muy silenciosa y pacífica vida, excepto por supuestas historias de uno que otro OVNI y por las leyendas del Pie Grande y de los espíritus de los Monjes, que aparte de quitar el sueño a los pululahuanses de corta edad, no causan grandes estragos y más bien vendrían a ser una especie de leyendas o cuentos que podrían atraer al turista.

La comunidad de Pululahua está asentada en la caldera del volcán y sus tierras son utilizadas principalmente para la agricultura, con predominio en los cultivos de maíz, alverja, fréjol, habas y papa; tiene un clima agradable y fresco, parecido al de los valles interandinos por estar ubicada entre montanas.

Las tardes siempre están cubiertas por una espesa neblina. El interior del volcán, según los historiadores, estuvo habitado por los incas; sin embargo, se desconoce la dinámica que tuvieron en su entorno. El primer asentamiento fue en el sector del Reventazón, pero por un deslizamiento de tierras, los moradores tuvieron que reubicarse en el interior de la caldera,

Durante este período, se ha incrementado el uso agrícola y ganadero de la zona y desarrollado la extracción de piedra caliza, cal y yeso.

La Reserva Geobotánica Pululahua de 3.383 hectáreas esta ubicada al noroccidente de San Antonio de Pichincha, a 23 kilómetros de la ciudad de Quito, limitada al norte por el río Guayllabamba; al sur, las poblaciones de Calacalí y Caspigasi del Carmen;

al este, el cerro Sincholagua, la loma El Lavadero y la quebrada Aguacatal; y al oeste, el río Blanco y la quebrada de Playa.

El Pululahua es un volcán de la Era Cuaternaria, cuya última erupción se presume fue alrededor del año 500 AC y actualmente esta completamente inactivo según datos del Instituto Geográfico Militar, esto hace que la actividad turística en el cráter sea segura desde el punto de vista sismológico.*

CALIDAD EN LOS SERVICIOS

Generalmente la calidad de servicios que prestan la mayoría de establecimientos a nivel nacional es deficiente ya que según datos de la Cámara de Turismo de Pichincha, la mayoría de establecimientos a nivel nacional no cumplen con las condiciones que deberían ser absolutamente necesarias, como disponer de un seguro médico para turistas nacionales y extranjeros, o cumplir con las normas necesarias de prevención de incendios y de manipulación de alimentos. En el proceso de producción de los servicios se deben utilizar materias primas e insumos de alta calidad que avalan los servicios de las áreas de alojamiento, alimentación, recreación.

* Los datos de la actividad sismológica del volcán Pululahua fueron tomados de la página web del Instituto Geográfico Militar: http://www.igm.gov.ec/.

Actualmente la región del cráter del Pululahua consta solo de todos los servicios básicos, es decir agua, luz y teléfono; en el cráter se encuentran dos tiendas de abarrotes, las cuales atienden solo hasta las siete de la noche de lunes a sábado y los domingos hasta mediodía, esto obliga que se deba tener una reserva de suministros alimenticios en el rancho turístico, lo cual no es complicado pues se lo puede hacer en San Antonio de Pichincha, dónde se puede encontrar muchas tiendas de abarrotes, frigoríficos y supermercados, algunos de ellos abiertos inclusive las 24 horas; de igual manera en el sector del cráter no existen farmacias, por lo que se concurrirá a las farmacias en San Antonio de Pichincha para equiparse de medicamento.

1.8.3 COMPETENCIA

1.8.3.1 ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS QUE PRESTAN EMPRESAS SIMILARES AL PROYECTO

De acuerdo a la investigación de mercados realizada en el presente estudio de factibilidad y como se explico anteriormente, no existe una competencia directa en la zona del cráter del Pululahua, ya que no existe ningún tipo de infraestructura hotelera en la zona, más sin embargo lo que existe en dicho lugar es la Finca Colibrí, la cual ofrece tours de un día en la región; también se pueden encontrar tres hosterías en el sector de san Antonio de Pichincha llamadas: Hostería Rancho Alegre, Hostería Alemana y la Hostería Sol y Luna.

Además de las hosterías y la finca señalados en el párrafo anterior cabe recalcar que existen también algunas agencias de turismo que ofrecen tours de un día a la región del cráter del Pululahua, obviamente dichos tours son de horas, ya que no existe ningún tipo de establecimiento hotelero donde poder pernoctar en la región del cráter del Pululahua,

A continuación, se detallan los servicios prestados por la competencia en la región de interés del estudio de factibilidad presente:

- **HOSTERÍA RANCHO ALEGRE**

Ubicada en el sector de San Antonio de Pichincha, se encuentra específicamente en el sector del parque de San Antonio de Pichincha, es de segunda categoría, cuenta con instalaciones confortables distribuidas en habitaciones simples y dobles, con los servicios de alimentación (las tres comidas del día), con un número total de 15 habitaciones con 42 plazas, y en el área de restaurante con 10 mesas y 60 sillas, dispone de los servicios de dos piscinas, baño turco y sauna, bar en el área colindante a la piscina, una cancha de fútbol y área de juegos para niños. Los precios son de $26 dólares por persona, incluido el uso de todas las instalaciones y desayuno americano.

- **HOSTERÍA ALEMANA**

Ubicada en el sector de San Antonio de Pichincha, se encuentra específicamente en la Autopista Manuel Córdoba Galarza, a cuatro cuadras del complejo de la ciudad turística Mitad del Mundo, es de segunda categoría, cuenta con instalaciones confortables distribuidas en habitaciones simples, dobles y triples, con los servicios de alimentación (las tres comidas del día), con un número total de 20 habitaciones con 62 plazas, y en el área de restaurante con 12 mesas y 80 sillas, dispone de los servicios de piscina, baño turco y sauna, bar-discoteca, una cancha de fútbol, cancha de basquetbol y área de juegos para niños. Los precios son de $30 dólares por persona, incluido el uso de todas las instalaciones y desayuno o almuerzo simple.

- **HOSTERÍA SOL Y LUNA**

Ubicada en el sector de San Antonio de Pichincha, se encuentra específicamente en la Autopista Manuel Córdoba Galarza, a diez minutos del complejo de la ciudad turística Mitad del Mundo, es de segunda categoría, cuenta con instalaciones confortables distribuidas en habitaciones simples, dobles y triples, con los servicios de alimentación (las tres comidas del día), con un número total de 12 habitaciones con 36 plazas, y en el área de restaurante con 8 mesas y 64 sillas, dispone de los servicios de dos piscinas, bar-discoteca, una cancha de fútbol, cancha de basket-ball y área de juegos para niños. Los precios son de $28 dólares por persona, incluido el uso de todas las instalaciones y el desayuno.

- **FINCA COLIBRI**

Finca Colibrí está situada en el cráter del Pululahua, cerca de la Mitad del Mundo y a 35km al norte de Quito. En 45 minutos se llega en auto al mirador de Ventanilla desde el monumento a la Mitad del Mundo en San Antonio de Pichincha, éste es el punto de vista panorámico del cráter y después se necesita otros 45 minutos aproximadamente para llegar a la finca caminando. La finca está ubicada en la esquina este-norte del cráter (al lado derecho mirando abajo desde Ventanilla).

Posee ocho hectáreas de pasto para la actividad de cabalgata, un jardín orgánico con frutales y flores y una casa rústica con todas las comodidades; las actividades que se ofrecen en esta finca son las siguientes:

Caminatas
Bicicletas de Montañas
Cabalgatas
Observación de Pájaros

El tour estándar de un día cuesta $95 dólares por persona y comprende:

Recogen al turista en cualquier hotel en que esté alojado en Quito, luego aproximadamente después de una hora de viaje llega al mirador de Ventanilla ubicado en la boca superior del cráter del Pululahua; luego de una caminata de 45 minutos cráter abajo, el turista llega a la Finca el Colibrí, donde toma un lunch a media mañana y a mediodía el almuerzo, en las instalaciones de la finca puede realizar cualquiera de las actividades ya señaladas anteriormente: caminatas, bicicleta de montaña, cabalgata y la observación de pájaros.

1.8.3.2 **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.**

- En su mayoría las construcciones de los hoteles son de cemento armado y como extras ofrecen a los turistas la posibilidad de alojarse en cabañas de madera como lo ofrece la Hostería Rancho Alegre, algo muy fundamental si se quiere explotar el Turismo de Aventura Especializado.

- La mayoría de establecimientos tiene agua potable, esencialmente cuentan con planta de alimentación y alojamiento, en su mayoría tienen servicios de recreación porque poseen áreas verdes recreacionales. Generalmente la mayoría se especializa en platos típicos, platos especiales, menú.

- La mayoría no realiza la publicidad continua.

- De nivel socio económico medio y alto.

- No hay una adecuada capacitación del personal.

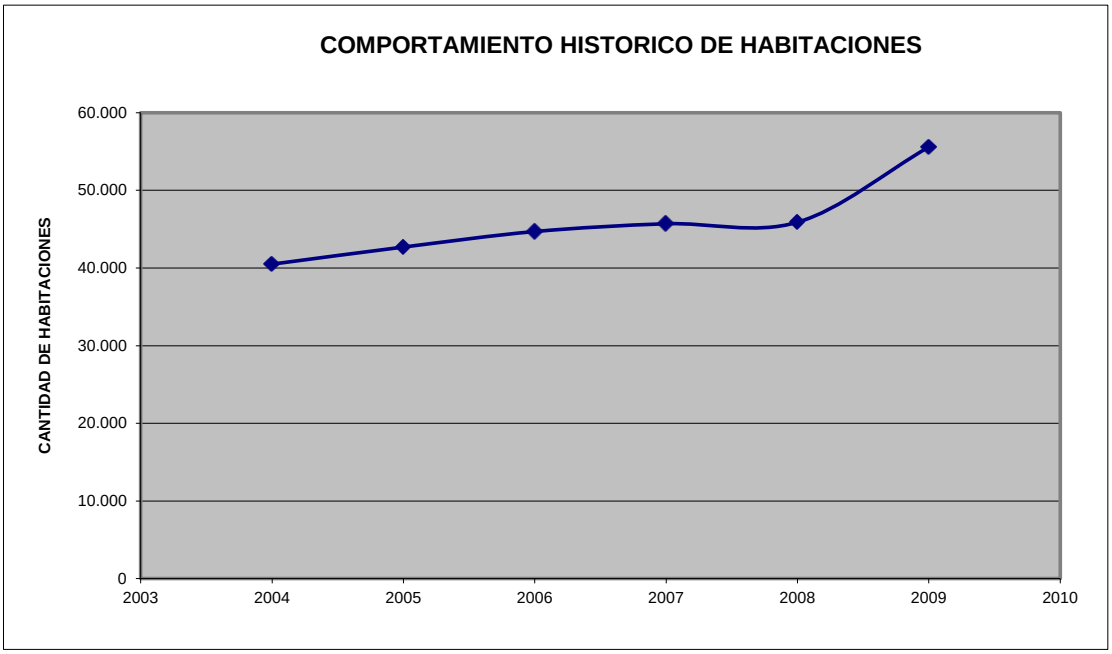
1.8.4 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA.

Cuadro Nº8
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA

AÑOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS A NIVEL NACIONAL (MILES)	NÚMERO DE HABITACIONES A NIVEL NACIONAL (MILES)	NÚMERO DE PLAZAS A NIVEL NACIONAL (MILES)
2004	1.962	40.500	83.400
2005	2.064	42.700	89.200
2006	2.176	44.700	93.600
2007	2.237	45.700	95.300
2008	2.252	45.900	97.500
2009	2.878	55.590	125.321
TOTAL	13.569	275.090	584.321

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

Gráfico Nº1
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA DE HABITACIONES



Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

Gráfico Nº2
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LAS PLAZAS

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

Durante el año 2009 la oferta hotelera del país ascendió a 2.878 establecimientos, con 55.590 habitaciones y 125.321 plazas.

Durante el los últimos seis años comprendidos entre el año 2004 y 2009 el crecimiento promedio anual con relación al número de establecimientos es de 4.63%, para habitaciones el crecimiento promedio anual es de 3.52% y en el orden de 4.78% respecto al número de plazas.

OFERTA ACTUAL.

En vista de que no existe una cantidad significativa e histórica de datos del ingreso de turistas a la ciudad de Quito en ninguna fuente ya sea el Ministerio de Turismo, CAPTUR, biblioteca del Municipio de Quito u otros inherentes a Quito, se toma como base para la oferta actual la capacidad de establecimientos de la provincia de Pichincha según la CAPTUR:

Cuadro N°9
CAPACIDAD DE ESTABLECIMIENTOS
PROVINCIA DE PICHINCHA

AÑO	PROVINCIA	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD DE HABITACIONES	CANTIDAD DE PLAZAS
2004	Pichincha	495	9.852	21.542
2009	Pichincha	574	12.751	26.448

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

Durante el año 2009 la Oferta Hotelera de la Provincia de Pichincha se estimó que ascendió a 574 establecimientos con 12.751 habitaciones y 26.448 plazas.

Durante los últimos 6 años, el crecimiento promedio o anual con relación al número de establecimientos es de 2.65%, para habitaciones el crecimiento promedio es de 4.9% y en el orden de 3.8% respecto al número de plazas.

Cuadro N°10
PROYECCIÓN DE LA OFERTA HOTELERA (ESTABLECIMIENTOS, HABITACIONES Y PLAZAS)
A LA CIUDAD DE QUITO: DICIEMBRE 2004 – DICIEMBRE 2011*
(POR SEMESTRES)

SEMESTRE	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD DE HABITACIONES	CANTIDAD DE PLAZAS
julio/diciembre 2004	495	9.852	21.542
julio/diciembre 2009	574	12.751	26.448
enero/junio 2010	589	13.384	27.461
julio/diciembre 2010	597	13.712	27.983
enero/junio 2011	605	14.048	28.514
julio/diciembre 2011	613	14.393	29.055

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

* Las proyecciones del Cuadro N°10 se obtienen de la tasa de crecimiento promedio semestral del Cuadro N°8, dicha tasa de crecimiento es de 1.013% para los establecimientos, del 1.025 para las habitaciones y de 1.019 para las plazas.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

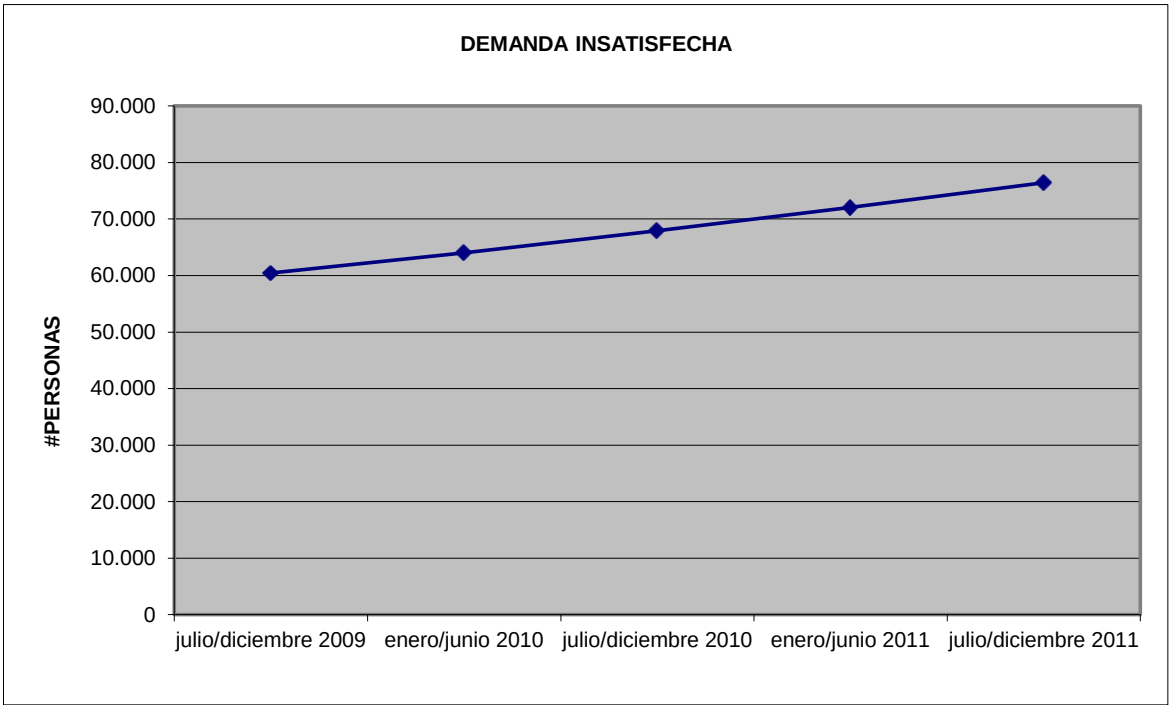
Para la proyección de la demanda insatisfecha se resta del total del ingreso de turistas proyectados para la demanda, el valor de las plazas proyectadas en la oferta.

Cuadro N°11
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

SEMESTRES	PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS EXTRANJEROS	PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS NACIONALES	PROYECCIÓN TOTAL DE TURISTAS	PROYECCIÓN DE PLAZAS OFERTADAS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTADA POR EL PROYECTO (14%TURISMO AVENTURA)
julio/diciembre 2009	403.817,00	54.256,00	458.073,00	26.448	431.625	60.428
enero/junio 2010	427.459,83	57.385,37	484.845,20	27.461	457.384	64.034
julio/diciembre 2010	452.486,92	60.695,23	513.182,15	27.983	485.200	67.928
enero/junio 2011	478.979,30	64.196,00	543.175,30	28.514	514.662	72.053
julio/diciembre 2011	507.022,77	67.898,68	574.921,45	29.055	545.867	76.421
TOTAL	2.269.766	304.431	2.574.197	139.460	2.434.737	340.863

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

GRÁFICO Nº3
GRÁFICO DE LA DEMANDA INSATISFECHA



Elaboración: El autor.

El segmento de la demanda insatisfecha a cubrir es del 14% (este es el porcentaje que declara la Organización Mundial de Turismo, OMT, sobre la tendencia de los turistas a realizar turismo de aventura), es así que para el semestre julio-diciembre 2009, la demanda insatisfecha constituyo 431.625 personas, de este número se tomará el 14%, lo cual significan 60.428 personas, mismas que serán captadas por el centro turístico en el primer semestre de funcionamiento del proyecto.

1.9 PLAN DE MARKETING

Para definir un adecuado plan de marketing que sea acorde a las necesidades del proyecto, se debe primeramente definir la misión y la visión del rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua "La Guajira", así se tiene:

MISIÓN

El rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua al noreste de la ciudad de Quito, participará activamente en los procesos de desarrollo turístico del país con la prestación de servicios de hospedaje, alimentación, recreación e información que satisfagan las expectativas de aquellas personas que tengan preferencia por practicar el turismo de aventura, conocer la naturaleza, el ecosistema, raíces culturales, folklore y tradiciones de la región del Cráter del Pululahua.

VISIÓN

"Ser una empresa líder en el mercado local del turismo de aventura en la zona de la Mitad del Mundo al año 2011 y de alta rentabilidad, de reconocido prestigio, confianza y credibilidad, por la calidad de los servicios y contribución al crecimiento de la industria del turismo, valorando nuestra cultura ancestral y conservando el ecosistema y su biodiversidad."

1.9.1 FODA

Una vez estudiado el mercado, la posible demanda y la oferta existente, se puede determinar el FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) en el estudio de factibilidad para el rancho "La Guajira" especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua".

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Actualmente en el sector del cráter del Pululahua no existe ningún tipo de infraestructura hotelera.	El generar un negocio de infraestructura hotelera en la zona del cráter del Pululahua incentivará al turista a visitar la zona.	El turista nacional tiene poca curiosidad por disfrutar de las riquezas naturales del país, a veces solo se contentan con ir a la playa.	Por la propia naturaleza del sector del cráter del Pululahua, se podrán generar comentarios mal intencionados por parte de la competencia.
La región del cráter del Pululahua cuenta totalmente con servicios luz eléctrica y agua potable(agua entubada).	Por la extraordinaria belleza natural del cráter del Pululahua al promocionarlo se activaría la actividad TURÍSTICA en la zona.	A pesar de que existe transporte público para acudir a la zona del cráter del Pululhua, dicha línea llega solo hasta la entrada del cráter, el resto del trayecto el turista lo hace a pie.	A pesar de que según datos del Instituto Geográfico Militar del Ecuador acerca de la actividad sísmica de la zona, que indica que la última vez que erupcionó el Pululahua fue 500 A.C. y que es totalmente inactivo, lla naturaleza realmente es impredecible
Se puede llegar al sector del cráter del Pululahua cómodamente, pues existe para la circulación, ya sea en automóvil propio o tomando el "Metrobus", la carretera Manuel Córdoba Galarza en muy buenas condiciones.	Existe un plan por parte del Consejo Provincial de Pichincha en conjunto con la C´mara de Turismo de Pichincha para construir un teleférico en la zona del cráter del Pululahua.	Por la propia naturaleza del sector del cráter del Pululahua y su densidad poblacional, ha influenciado en que no se tenga el servicio comunitario policial o médico a la mano, se debe acudir para dichos propósitos a San Antonio de Pichincha.	Una vez siendo pionero el estudio de factibilidad presente con el rancho turístico en una región virgen como la del cráter del Pululahua y de ponerse en marcha el proyecto, podría aparecer una voraz competencia, al ser ya comercial la región.
El cráter del Pululahua posee en sus alrededores el Museo - Templo del Arte y el restaurante del mismo nombre, lo cual implica un atractivo especial adicional a la zona.	Las condiciones inhóspitas de la región del cráter son un verdadero reto para el turista de aventura.	El cráter del Pululahua por su propia naturaleza presenta un clima a veces adverso para los turistas, por las tardes y las noches existe un frio intenso acompañado de neblina.	
En la zona del cráter del Pululahua se encuentra el Parque Geobotánico Pulahua, el cual posee una extraordinaria riqueza natural.	La geografía del cráter del Pululahua se presta para las mas variadas actividades del turismo de aventura, tales como: bicicleta de montaña, caminatas por estrechos y complicados senderos, extensas zonas para poder acampar.	No existe una politica gubernamental que fomente el turismo de aventura en el país.	
En la zona del cráter del Pululahua se pueden encontrar dos tiendas de abarrotes con el fin de poder abastecerse de suministros.	La zona del cráter del Pululahua se encuentra en la vía Quito-San Miguel de los Bancos, la cual pasa por Mindo, sector de alta concurrencia turística, de ello se puede sacar ventajar al promocionar adecuadamente el rancho.		
La población del cráter del Pululahua, por su propia naturaleza, es gente sencilla y muy amable y siempre brinda su colaboración al turista.	La variedad de alternativas de aventura en el rancho, tales como la práctica de caminatas extremas, ciclismo de montaña, camping, trek, entre otros, serán un fuerte atractivo para que el turista acuda al rancho.		
La lejanía del área del cráter del Pululahua y la escasa población que vive en él, facilita un mayor grado de seguridad, pues no se observa delincuencia en el sector.			
La Cámara de Turismo de Pichincha ha realizado una amplia difusión turística del sector del cráter del Pululahua los últimos cinco años.			

1.9.2 **DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING**

Servicio.

Abraham Maslow presenta la hipótesis de que dentro de todo ser humano, existe una jerarquía de las siguientes cinco necesidades: [18]

JERARQUÍA NECESIDADES DE MASLOW

La teoría indica que aunque ninguna necesidad se satisface siempre, una necesidad que ha quedado en gran parte satisfecha ya no motiva. "Si uno desea motivar a alguien, de acuerdo con Maslow, necesita comprender en qué nivel de la jerarquía está en la actualidad, y enfocarse a la satisfacción de las necesidades en ese nivel."

En el caso del Estudio de factibilidad para la creación de un rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua se trata de satisfacer la necesidad fisiológica del potencial turista, debido a que se busca satisfacer las siguientes necesidades: la aventura, alimentación, alojamiento y recreación en una localización geográfica como es la región del cráter del Pululahua donde se va a trasladar el turista, dándose una vinculación directa entre el turista y los recursos naturales y culturales de la región. La motivación tanto del turista nacional como internacional

[18] KOTLER, Philip. "Dirección de Mercadotecnia". Octava edición. Editorial PRENTICE HALL. Pág. 185.

estaría relacionada con el inventario de atractivos turísticos de la región del cráter del Pululahua, sitios naturales y manifestaciones culturales.

Estrategias de servicio:

- El servicio a ofrecer en el rancho turístico es la posibilidad de interactuar en la naturaleza del cráter del Pululahua, en un lugar único en el Ecuador, de riqueza inigualable; le da la posibilidad al turista de disfrutar de la actividad de aventura en el interior de un volcán apagado compuesto por una caldera semidestruida, domos, depósitos aluviales, coluviales y lacustres* donde se asienta la población de Pululahua, que convierte a su cráter en uno de los dos habitados del planeta. En sus alrededores se levantan paredes de gran declive cubiertas de vegetación natural. La zona más alta alcanza los 3.356 metros sobre el nivel del mar, y es la cumbre del cerro Sincholagua.

- El servicio a ofrecer en el rancho especializado en aventura de turismo en el cráter del Pululahua comprende las siguientes actividades:

- Caminatas por senderos
- Acampado en regiones especificas del cráter
- Cabalgata
- Bicicleta
- Sauna
- Mesas de ping-pong, billa y naipe
- Jumping
- Ascenso de riscos y extremas pendientes en la región del cráter

Características del servicio:

Toda vez que el centro turístico se ubicará en la Reserva Geobotánica del Cráter del Pululahua, es fundamental detallar en forma resumida los atractivos con que cuenta dicha reserva.

* Depósitos aluviales y coluviales, Se forman en la base de las laderas de los volcanes, son transportados hasta la base de las laderas por la fuerza de la gravedad, pueden estar constituidos por substratos, derrubios o tierra, son poco estratificados, muy porosos y compresibles, permeables y se mueven a una velocidad muy lenta.

Depósitos lacustres, La superficie de la tierra se transforma constantemente por efectos de la erosión, ocasionada por la acción del viento y el agua o por eventos catastróficos como deslizamiento, avalanchas y represamiento entre otros. Cuando la tierra rueda o es transportada por los ríos y quebradas y se deposita en el fondo de los lagos, cráteres, se denomina depósito lacustre.[19]

RESERVA GEOBOTÁNICA PULULAHUA

Antecedentes

La Reserva está ubicada en la provincia de Pichincha, creada por Decreto Supremo No.194 como Parque del Estado y por Decreto No. 2259 del 17 de febrero de 1978 como Reserva Geobotánica.

La superficie 3383 ha - 8359.27 acres, con una altitud de 1800 - 3356 m.s.n.m. Cerca de 260 especies diferentes de plantas en toda la extensión de la Reserva. Entre las especies se encuentran las plantas medicinales utilizadas por los moradores. Existen varias aves y coloridas mariposas que embellecen a la Reserva.

Cráter del Pululahua	Reserva Geobotánica Pululahua

[19] DEFINICIÓN DE TÉRMINOS SISMOLÓGICOS.
http://www.igm.gov.ec

Plantas	Fauna
Flores	Cría de animales
Ruinas e historia de la zona	Edificaciones de la población
Caminatas	Cabalgatas

Sistema Hidrográfico.

El río Blanco es uno de los ejes hidrográficos de la zona; las quebradas y riachuelos que lo conforman nacen desde la loma El Volcán, Papatena, Moraspungo, Monjas, Chical y Padre Rumi en la vertiente occidental de la cordillera El Bucal. Su curso continúa hacia el norte por una profunda garganta hasta desembocar en el río Guayllabamba. En la vertiente del flanco oriental de esta cordillera, nace la quebrada El Aguacatal.

La reserva es bastante húmeda, por la presencia de la neblina causada por la condensación del aire temperado que proviene de la cuenca del Guayllabamba y que asciende por la garganta del río Blanco.

El agua para el consumo humano y riego limitado, es aprovechada por los habitantes de la comunidad de Pululahua y de los caseríos vecinos de Los Reales, Bellavista, El Infiernillo, Nieblí, El Rosario, Caspigasi del Carmen y otros, situados al norte y noroeste.

Suelo.

Existen dos grandes tipos de suelos, derivados y no derivados de ceniza volcánica. Los dos grupos se subdividen a la vez en subconjuntos definidos por variaciones morfológicas, físicas o químicas.

La planicie de la caldera tiene un suelo que corresponde al tipo de clima húmedo y de temperatura templada. Son suelos arenosos finos a medios, sin evidencia de limo o arcilla y su uso potencial se centra en el desarrollo de actividades agrícolas, con limitaciones moderadas a causa de la deficiencia de agua.

La explotación de calizas y rocas de la reserva se ha detenido, no obstante, en los limites continua la extracción incontrolada de diferentes materiales, que causa serios daños al entorno, con el riesgo de asentamientos de o deslaves dentro o hacia la reserva.

Volcanismo.

El cráter del Pululahua es un complejo volcánico de la era cuaternaria, formado por un volcán extinguido y una caldera semidestruida con las elevaciones Pondoña, Chivo y Pan de Azúcar, ubicadas en su interior. Por su posición geográfica, estructura geomorfológica, variados microclimas, paisajes y recursos de flora y fauna, fue declarado como el primer Parque Nacional del Ecuador Continental. Esta zona tiene un gran potencial turístico, ecológico, educativo y científico.

Flora.

La zona del Pululahua es muy rica en especies vegetales y los variados micros hábitats hacen de la reserva una mezcla de plantas de varias zonas geográficas del Ecuador. Se calcula que posee más de 1.000 especies vegetales; pues estudios botánicos realizados desde 1987, dan cuenta de más de 1.700 números colectados, 650 especies identificadas; más de 60 clases de orquídeas, entre las que destacan las mayguas, muy vistosas y llamativas por sus flores lilas; en la pequeña extensión de la reserva se han identificado también otras 260 especies de plantas, muchas de ellas de uso medicinal como la uña de gato, matico, llantén, valeriana y la congona.

Las especies más representativas son el culantrillo de pozo, palma de ramos, aliso, quishuar, tito, chamburo, tarqui, lechero, cedrillo, higuerilla, caballo chupa, nogal, canelo, pucunero, colca, cascarilla, cedro andino, guarango, laurel de cera, arrayán, roble andino, mora silvestre, espino chivo, cabuyo blanco, palmito, huicundo y suro.

Fauna.

A pesar de que el hábitat presenta un mediano grado de intervención en varios sectores de la reserva, existen varias clases de aves como el gorrión, pava de monte, cejo cóndor, guajalito, mirlo negro, gallo de la peña, torcaza y coloridas mariposas que sobrevuelan el espacio y dan a la zona un aire típico; hay también una buena representación de especies de mamíferos como murciélagos, cervicabra, ciervo enano, lobo de páramo, zorro hediondo, raposa, chucuri, ardilla y conejo; reptiles como la boa y lagartija; y el sapo verde, de la familia de los anfibios.

Vías de acceso.

En la carretera Quito-Calacalí, existen dos desvíos que conducen hasta los ingresos principales a la reserva. El primero está aproximadamente cuatro kilómetros más adelante del monumento a la Mitad del Mundo, en el sector de Caspigasi del Carmen; un camino pavimentado conduce hasta el Mirador de Ventanillas, donde se inicia un sendero peatonal de fuerte pendiente que baja al interior de la caldera. El otro desvío se encuentra cerca de la población de Calacalí, en el sector de Tilicón; una carretera de segundo orden conduce hasta el área de recreación de Moraspungo, por donde se llega al fondo de la caldera.

Atractivos Turísticos.

El cráter del Pululahua se encuentra a una hora de la ciudad de Quito, por vía asfaltada, y está bastante cerca del museo-monumento y complejo Mitad del Mundo.
La reserva tiene entre sus principales atractivos naturales, la caldera del volcán y el cañón del río Blanco, localizado al oeste, que ofrecen vistas espectaculares y la oportunidad de apreciar los resultados del proceso geológico de millones de años. La mayor concurrencia de visitantes se congrega en el Mirador de Ventanillas para observar la caldera del volcán. Grupos de estudiantes y turistas extranjeros prefieren internarse en el área, a fin de realizar caminatas por los senderos.

El Área de Recreación Moraspungo de la reserva geobotánica Pululahua al sur, cuenta con un control de ingreso de visitantes y sendero de interpretación autoguiado; área de picnic con parasoles, agua entubada y servicios y zona de camping.

Si bien podría considerarse competencia el Área de Recreación Moraspungo, no es competencia directa para el proyecto, pues Moraspungo se encuentra en la parte superior del cráter, es decir a la entrada o ingreso del mismo, además no cuenta con el servicio de hospedaje y la única actividad que se ofrece como aventura sería la caminata por senderos, siendo éstos apenas dos rutas hacia el cerro Pondoña, mientras que el proyecto del rancho ofrecerá varias alternativas de aventura, como se ha indicado anteriormente, tales como bicicleta de montaña, camping, guías por

senderos a diversos lugares del cráter, jumping, ascensión de peñascos, servicios de juegos de mesa tales como ping pong, billar, mesa de cartas, baño sauna, esto indica que la carta de servicios del rancho es mucha más extensa que la de Moraspungo y lo más importante es la ubicación, el rancho esta en la propia zona del cráter, no en la parte superior de entrada, desde donde se puede observar la belleza natural del cráter mas no sentirla tan profundamente como al pernoctar en él.

Precio.

En cualquier tipo de servicio hay diferentes calidades y diferentes precios, el precio también está influido por la cantidad que se compre, en este caso los paquetes turísticos pueden estar presupuestados de acuerdo a los requerimientos y necesidades del cliente.

Para tener una base de cálculo de ingresos futuros es conveniente usar el precio promedio, que se calcula de los precios de paquetes de las hosterías analizadas como competencia directa para el proyecto de Turismo especializado de Aventura.

Cuadro N°12
ANÁLISIS DE PRECIOS DE HOSPEDAJE DE LA COMPETENCIA

HABITACIONES/ESTABLECIMIENTO				
	RANCHO ALEGRE	ALEMANIA	SOL Y LUNA	PRECIO PROMEDIO
SIMPLES	28	36	32	32
DOBLES	56	64	60	60
MATRIMONIALES	70	72	74	72
TOUR/ESTABLECIMIENTO				
	CABAÑAS RIO BRAVO	HOSTAL ARCO IRIS	HOTEL EL GALLO DE LA PEÑA	PRECIO PROMEDIO
TOUR UN DÍA MINDO	22	28	26	25
TOUR DOS DÍAS/UNA NOCHE	48	45	50	48
TOUR TRES DÍAS/DOS NOCHES	85	96	94	92

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: El autor.

PAQUETES TURÍSTICOS:

Para plantear una estrategia de precios, es fundamental conocer los paquetes turísticos que ofrecerá el Rancho “La Guajira” a sus clientes.

PAQUETE TURÍSTICO 1:
TOUR CRÁTER DEL PULULAHUA (1 D).

Se recoge al turista desde el hotel en que se encuentre hospedado (si dicho hotel se encuentra en el sector céntrico de la ciudad) o el cliente debe acudir a la oficina del rancho ubicada en la Versalles (esquina) s/n y 18 de Septiembre, se le indica al cliente que por motivos de logística, la hora de partida es a las 6:30 am. Partimos temprano desde Quito hacia el norte, al Valle de la Mitad del Mundo, paramos en el monumento (45 minutos). Ésta es una oportunidad para situarnos en el Ecuador y tomarnos una inolvidable fotografía con un pie en cada hemisferio (30 minutos). Continuamos hacia la reserva geobotánica Pululahua, lugar famoso por la rica diversidad de flora y fauna, a más de ser el único cráter habitado en Ecuador y en Sudámerica. Una vez en el cráter, nos dirigimos al mirador de Ventanilla donde se realiza una observación panóramica del valle que se encuentra en el cráter del Pululahua (30 minutos), luego se toma un sendero que nos llevará hasta el rancho "La Guajira", mediante una caminata cuesta abajo (1 hora – 15 minutos) llegamos al rancho, lugar en el cual se tomará el almuerzo; después de la comida, el turista puede realizar una pequeña caminata (45 minutos) para conocer los alrededores del rancho y las 2 hectáreas de flora y fauna, las cuales están llenas de una espectacular naturaleza, como si se tratase de una selva virgen; o el turista puede descansar en el rancho. Después de conocer el rancho, un jeep o bus, dependiendo del número de personas regresa al turista a la ciudad de Quito, ya sea al hotel en que se encuentre hospedado el turista o en las instalaciones de la oficina del rancho.

POSIBILIDADES TURÍSTICAS:

Esta increíble región es el hogar de:

- Cerca de 1.000 especies de plantas incluyendo vistosas variedades floreciendo como bromelias y orquídeas.
- Más de 15 especies de aves, incluyendo el cejo cóndor, diversos tipos de mirlos, los gorriones y gran variedad de mariposas.

- Como 25 diferentes mamíferos como el lobo de páramo, el zorrillo, ardillas, conejos, raposas y 9 especies de murciélagos.
- Se pueden divisar algunos invertebrados, especialmente culebras como las boas, entre otras.

INCLUYE:

- Transporte privado
- Guía Bilingüe
- Alimentación

PRECIOS:

El tour mínimo es para dos personas, el costo es de $36 por persona.

RECOMENDACIONES:

Al turista se le recomienda llevar al tour:

- Bloqueador solar y gorra.
- Debe portar ropa cómoda y zapatos adecuados para caminar.
- Un pequeño tomatodo, provisto de agua o algún otro elemento que calme la sed.
- Larga vistas y cámara de fotos, para que el turista pueda apreciar a fondo la belleza del cráter y pueda tener un recuerdo del mismo.

PAQUETE TURÍSTICO 2:

TOUR CRÁTER DEL PULULAHUA (2 D/1 N)).

Día 1:

Se recoge al turista desde el hotel en que se encuentre hospedado (si dicho hotel se encuentra en el sector céntrico de la ciudad) o el cliente debe acudir a la oficina del rancho ubicada en la Versalles (esquina) s/n y 18 de Septiembre, se le indica al cliente que por motivos de logística, la hora de partida es a las 6:30 a.m. Partimos temprano desde Quito hacia el norte, al Valle de la Mitad del Mundo, paramos en el monumento (45 minutos). Ésta es una oportunidad para situarnos en el Ecuador y tomarnos una inolvidable fotografía con un pie en cada

hemisferio (30 minutos). Continuamos hacia la reserva geobotánica Pululahua, lugar famoso por la rica diversidad de flora y fauna, a más de ser el único cráter habitado en Ecuador y en Sudamérica. Una vez en el cráter, nos dirigimos al mirador de Ventanilla donde se realiza una observación panorámica del valle que se encuentra en el cráter del Pululahua (30 minutos), luego se toma un sendero que nos llevará hasta el rancho "La Guajira", mediante una caminata cuesta abajo (1 hora – 15 minutos) llegamos al rancho, lugar en el cual se tomará el almuerzo; después de la comida, el turista puede realizar una pequeña caminata (45 minutos) para conocer los alrededores del rancho y las 2 hectáreas de flora y fauna, las cuales están llenas de una espectacular naturaleza, como si se tratase de una selva virgen; el resto de la tarde el turista puede disfrutar de un baño sauna, recrearse en la sala de juegos o divertirse en la sala de televisión; por la noche el cliente tomará la merienda, antes de retirarse a dormir. Cabe indicar que la sala de juegos y la sala de televisión funcionan hasta las doce de la noche.

Día 2:

Comenzamos temprano (6:30 a.m.) para tomar el desayuno (30 minutos) y luego se realiza una caminata hasta el sector de las aguas termales en el cráter del Pululahua (1hora - 30 minutos), en dicha zona el turista puede bañarse en las aguas termales o simplemente disfrutar de la naturaleza, en este sector se toma un refrigerio y descanso (1 hora), luego se regresa al rancho hasta la hora del almuerzo; aproximadamente a las 2:00 p.m. se lleva al turista en jeep a la región del Niebli (30 minutos), a la Hacienda Niebli, en este lugar se procesa alcohol fruto de la abundante cosecha de caña de azúcar que se da en el lugar; después de esta visita, un jeep o bus, dependiendo del número de personas regresa al turista a la ciudad de Quito, ya sea al hotel en que se encuentre hospedado el turista o en las instalaciones de la oficina del rancho.

POSIBILIDADES TURÍSTICAS:

Esta increíble región es el hogar de:

- Cerca de 1.000 especies de plantas incluyendo vistosas variedades floreciendo como bromelias y orquídeas.

- Más de 15 especies de aves, incluyendo el cejo cóndor, diversos tipos de mirlos, los gorriones y gran variedad de mariposas.
- Como 25 diferentes mamíferos como el lobo de páramo, el zorrillo, ardillas, conejos, raposas y 9 especies de murciélagos.
- Se pueden divisar algunos invertebrados, especialmente culebras como las boas, entre otras.

INCLUYE:

- Transporte privado
- Guía Bilingüe
- Alimentación
- Hospedaje en las cómodas instalaciones del rancho "La Guajira" y uso gratuito de cualquier juego o de la cámara de baño sauna.

PRECIOS:

- El tour mínimo es para dos personas, el costo es de $76 por persona.
- En el rancho "La guajira", el turista puede rentar caballos, bicicletas de montaña, equipo para escalar montañas, carpas, o también puede hacer uso del servicio de jumping.

RECOMENDACIONES:

Al turista se le recomienda llevar al tour:

- Bloqueador solar y gorra.
- Debe portar ropa cómoda y zapatos adecuados para caminar.
- Un pequeño tomatodo, provisto de agua o algún otro elemento que calme la sed.
- Larga vistas y cámara de fotos, para que el turista pueda apreciar a fondo la belleza del cráter y pueda tener un recuerdo del mismo.

PAQUETE TURÍSTICO 3:
TOUR CRÁTER DEL PULULAHUA (3 D/2 N)).

Día 1:

Se recoge al turista desde el hotel en que se encuentre hospedado (si dicho hotel se encuentra en el sector céntrico de la ciudad) o el cliente debe acudir a la oficina del rancho ubicada en la Versalles (esquina) s/n y 18 de Septiembre, se le indica al cliente que por motivos de logística, la hora de partida es a las 6:30 a.m. Partimos temprano desde Quito hacia el norte, al Valle de la Mitad del Mundo, paramos en el monumento (45 minutos). Ésta es una oportunidad para situarnos en el Ecuador y tomarnos una inolvidable fotografía con un pie en cada hemisferio (30 minutos). Continuamos hacia la reserva geobotánica Pululahua, lugar famoso por la rica diversidad de flora y fauna, a más de ser el único cráter habitado en Ecuador y en Sudámerica. Una vez en el cráter, nos dirigimos al mirador de Ventanilla donde se realiza una observación panorámica del valle que se encuentra en el cráter del Pululahua (30 minutos), luego se toma un sendero que nos llevará hasta el rancho "La Guajira", mediante una caminata cuesta abajo (1 hora – 15 minutos) llegamos al rancho, lugar en el cual se tomará el almuerzo; después de la comida, el turista puede realizar una pequeña caminata (45 minutos) para conocer los alrededores del rancho y las 2 hectáreas de flora y fauna, las cuales están llenas de una espectacular naturaleza, como si se tratase de una selva virgen; el resto de la tarde el turista puede disfrutar de un baño sauna, recrearse en la sala de juegos o divertirse en la sala de televisión; por la noche el cliente tomará la merienda, antes de retirarse a dormir. Cabe indicar que la sala de juegos y la sala de televisión funcionan hasta las doce de la noche.

Día 2:

Comenzamos temprano (6:30 a.m.) para tomar el desayuno (30 minutos), luego se se lleva al turista en jeep a la región del Niebli (30 minutos), a la Hacienda Niebli, en este lugar se procesa alcohol fruto de la abundante cosecha de caña de azúcar que se da en el lugar, en este sitio el turista puede recrearse y disfrutar de la naturaleza circundante al sector (1 hora); luego después de recrearse en el área del Niebli, el jeep conducirá a los turistas al sector del Infiernillo (1 hora), este sector se caracteriza por un calor intenso, una espesa vegetación y es el lugar

donde el río Blanco tiene su mayor caudal, luego este río confluye con el río Guayllabamba; la región del Infiernillo tal como indica su nombre en una verdadera selva dentro del cráter del Pululahua, básicamente en este sector el turista puede bañarse en el río y disfrutar de la espectacular naturaleza del sitio, en el área de río Blanco se toma un refrigerio y descanso (1 hora 30 minutos), aproximadamente a las 12:30 p.m. después de la visita al Infiernillo, un jeep o bus, dependiendo del número de personas regresa al turista al rancho (1hora - 30 minutos), lugar donde se toma el almuerzo y se descansa. A las 3:30 p.m. se lleva al turista en jeep al Museo Templo del Arte en el área de Ventanilla (1hora), en el museo se pueden observar diversos trabajos artísticos de varios intérpretes sobre variadas temáticas, en especial sobre el cráter; luego se conduce al turista al restaurante Pululahua, lugar donde se les brinda un cóctel y refrigerio, desde este sitio se tiene una visión espectacular del cráter; a las 6 p.m. se conduce al turista de regreso al rancho, lugar donde se toma la merienda y se tiene el resto del día para que descanse el turista.

Día 3:

Comenzamos temprano (6:30 a.m.) para tomar el desayuno (30 minutos), luego se realiza una caminata hasta el sector de las aguas termales en el cráter del Pululahua (1hora - 30 minutos), en dicha zona el turista puede bañarse en las aguas termales o simplemente disfrutar de la naturaleza, en este sector se toma un refrigerio y descanso (1 hora), luego se regresa al rancho hasta la hora del almuerzo; aproximadamente a las 2:00 p.m. se lleva al turista en jeep de regreso a la ciudad de Quito, ya sea al hotel en que se encuentre hospedado el turista o en las instalaciones de la oficina del rancho.

POSIBILIDADES TURÍSTICAS:

Esta increíble región es el hogar de:

- Cerca de 1.000 especies de plantas incluyendo vistosas variedades floreciendo como bromelias y orquídeas.
- Más de 15 especies de aves, incluyendo el cejo cóndor, diversos tipos de mirlos, los gorriones y gran variedad de mariposas.

- Como 25 diferentes mamíferos como el lobo de páramo, el zorrillo, ardillas, conejos, raposas y 9 especies de murciélagos.
- Se pueden divisar algunos invertebrados, especialmente culebras como las boas, entre otras.

INCLUYE:

- Transporte privado
- Guía Bilingüe
- Alimentación
- Hospedaje en las cómodas instalaciones del rancho "La Guajira" y uso gratuito de cualquier juego o de la cámara de baño sauna.

PRECIOS:

- El tour mínimo es para dos personas, el costo es de $144 por persona.
- En el rancho "La guajira", el turista puede rentar caballos, bicicletas de montaña, equipo para escalar montañas, carpas, o también puede hacer uso del servicio de jumping.

RECOMENDACIONES:

Al turista se le recomienda llevar al tour:

- Bloqueador solar y gorra.
- Debe portar ropa cómoda y zapatos adecuados para caminar.
- Un pequeño tomatodo, provisto de agua o algún otro elemento que calme la sed.
- Larga vistas y cámara de fotos, para que el turista pueda apreciar a fondo la belleza del cráter y pueda tener un recuerdo del mismo.

Estrategias de precio:

- Se debe realizar varios paquetes turísticos tomando en consideración los gustos y las preferencias de los segmentos jóvenes y de edad madura.

- Los paquetes se promocionan a través de las agencias de viajes mayoristas o minoristas nacionales o también por medio de una página web, el cliente puede

reservar su cupo de asistir al rancho, la misma web contendrá toda la información sobre el cráter del Pululahua (condiciones geográficas, condiciones climáticas, ubicación, rutas de acceso y los medios para arribar al rancho), indicará la ubicación del rancho en el cráter, expondrá las instalaciones, servicios y costos del rancho, además la página web contará con una dirección electrónica a la cual los potenciales turistas podrán escribir sus dudas, las mismas que serán solventadas a la brevedad posible.

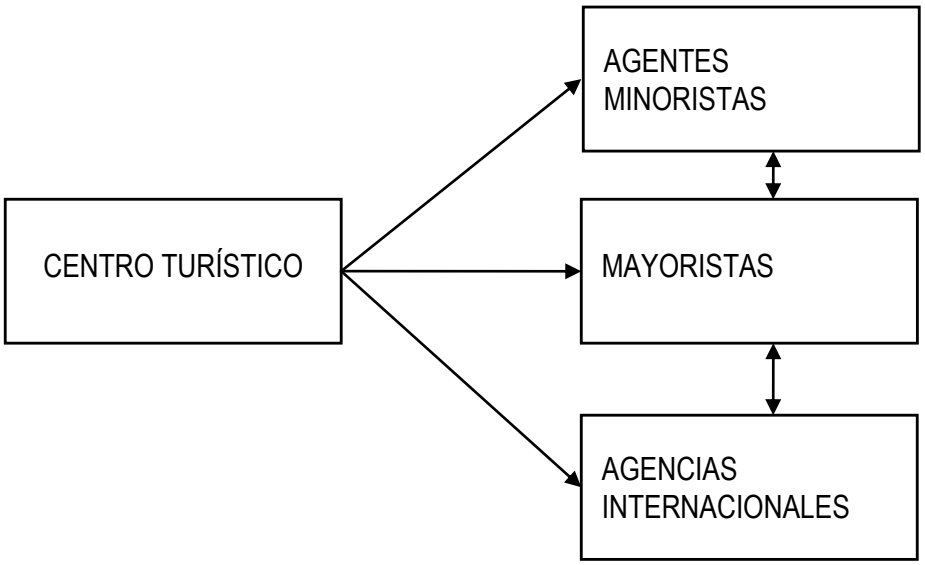
- Se ofrecerá un 10% de descuento cuando son más de 20 turistas y un descuento del 12% para aquellos que vengan con fines investigativos.

- Como estrategias de postventa, a los turistas que hayan visitado el rancho turístico, se les dará cupones de descuento para futuras visitas.

Distribución

Se tomara como referencia las estrategias de hosterías y centros turísticos similares al presente proyecto; básicamente las estrategias de distribución están vinculadas a los convenios con agencias de viajes, operadoras turísticas, agencias nacionales e internacionales, catálogos turísticos y se tomara en cuenta los convenios con instituciones.

GRÁFICO Nº4
CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Estrategias de distribución:

- Se acudirá a las agencias de viajes mayoristas y minoristas donde se ofrecerá el servicio del rancho turístico mediante trípticos, folletería, videos, etc.; por cada cliente referido se les entregará una comisión del 8% del valor del tour escogido a la agencia turística.

- Analizar las gestiones de los distribuidores actuales de la competencia, midiendo la eficiencia de dichas compañías distribuidoras a través de encuestas a los clientes que acuden a las mismas, esta investigación será periódica, para poder conocer como está la competencia; de esta manera se podrá conocer que clientes están desatendidos.

- Se buscarán los más idóneos distribuidores en caso de que los resultados de los distribuidores estudiados no sean los adecuados; de acuerdo al perfil del proyecto presente un idóneo distribuidor es aquel que promueve el turismo de aventura al cliente.

Comunicación

Estrategias de comunicación:

- Internet, por medio de la página web se realizará una internacionalización del proyecto, a menor costo, en forma rápida y directa a los consumidores, permitiendo mantener una relación directa con los clientes y consumidores las 24 horas al día.

- Se implementará actividades de marketing que hagan de la página web un sitio interesante para los consumidores: promociones, concursos que entreguen productos referentes al rancho “La Guajira” y la suficiente información que pueda atraer al turista al rancho “La Guajira”.

- La página será multibilingue, desarrollando opciones para desplegar las páginas en varios idiomas, estos son, el castellano, el inglés y francés.

- En la página web el turista encontrará tips y consejos prácticos de lo que debe llevar para hacer más placentera y cómoda su estadía en el rancho "La Guajira", en la zona del cráter del Pululahua.

- Se realizará convenios con hostales, pensiones, bares, cafeterías y demás similares en la zona de la Mariscal en Quito, para poder promocionar el rancho turístico mediante afiches y trípticos; cada local que refiera un cliente al rancho "La Guajira", recibirá como comisión el 5% del valor total del tour solicitado por el turista.

Personas

Estrategias de personal:

- El turista de aventura que acuda al rancho turístico podrá tener la certeza de contar con el servicio amable y capacitado del personal administrativo así como también de los guías turísticos.

- Capacidad de respuesta. El personal del rancho turístico: tanto el administrativo como el operativo, tendrá una mentalidad abierta, esto facilitará al mismo adecuarse siempre a las constantes y más diversas inquietudes de los turistas del rancho.

- Profesionalismo. Los colaboradores del rancho, deberán conocer al detalle lo que significa brindar el turismo de aventura a los clientes, conocerán toda la región del cráter y tendrán una visión de servicio al cliente.

- Cortesía. Todos los funcionarios del rancho turístico tendrán una fuerte visión de servicio al cliente, que dará como resultado un trato jovial siempre a los visitantes.

- Credibilidad. en el rancho turístico no se exigirán “metas de venta” a los colaboradores, ya que ello transforma el servicio al cliente en un constante mercadeo, lo que se trata es de brindar lo que desea el cliente de la mejor manera posible.

Procesos

Estrategias de procesos:

- Seguridad. El rancho debe preocuparse por la seguridad física y financiera de los clientes; tener siempre cuidado en las diversas áreas del rancho, ya sea en el sauna, el área de cada cabaña, el área de juegos, mantener siempre las instalaciones limpias y seguras; así mismo, los pagos de los clientes deben efectuarse de la manera más correcta, con sigilo y rectitud.

- Conocimiento y comprensión del cliente. El rancho siempre estará en constante mejora del servicio al cliente, se tratará siempre de medir la percepción en el servicio recibido por parte del turista, en base a ello se aplicarán las mejoras pertinentes al cliente y su satisfacción. La medición de la satisfacción al cliente se realizará mediante un pequeño cuestionario que se entregará al cliente al momento de la salida del mismo del rancho.

- Cada día se realizará una retroalimentación con los funcionarios del rancho turístico, esto con la idea de que cada nueva prestación del servicio sea mejor que el día anterior, el objetivo es satisfacer al cliente siempre y que cada día en el rancho sea una nueva e inolvidable experiencia para el mismo.

Elementos físicos

- El rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua, contará con una cabaña central, la cual servirá de base para las funciones administrativas y operativas del mismo; en esta cabaña central se localizará el restaurante, el bar, la recepción, el cuarto de juegos (ping pong, billa y mesa de

naipes), el sauna e hidromasaje, una sala central de reunión y la oficina de administración.

- De igual forma el rancho contará con ocho cabañas, seis cabañas simples y dos dobles, las simples con capacidad para cuatros personas y las dobles con capacidad para seis personas.

- Accesibilidad. El rancho turístico contará con una pequeña oficina ubicada en la Versalles (esquina) s/n y 18 de Septiembre, con teléfono/fax de contacto 2232143, además se podrá obtener información del rancho a través de la página web del rancho turístico.

- Elementos tangibles. El rancho siempre deberá guardar una pulcra presentación de su personal y de las instalaciones.

Prestación de servicios

Estrategias en la prestación de servicios:

- La prestación del servicio. A pesar de su propia naturaleza, tratará de ser siempre homogénea; es decir siempre se entregará al cliente lo que se ofrece en el rancho turístico, la idea es lograr en el turista una satisfacción total al haber acudido al rancho, el fin es tratar de que el cliente regrese y/o que recomiende el servicio a otras personas.

- En el rancho turístico se implementará un modelo de identificación de clientes clave, caracterizados por su capacidad adquisitiva, su frecuencia de viajes y por supuesto su gusto a la naturaleza y a la aventura, todo esto con el fin ofrecer a los mismos un trato especial y personalizado con el fin de que salgan satisfechos, y vuelvan a repetir la experiencia en el rancho.

CAPÍTULO II
ESTUDIO TÉCNICO

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo General:

Determinar las posibilidades de ofrecer el servicio que se pretende llevar a cabo en el presente estudio de factibilidad, tomando en cuenta las condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, ingeniería, costos y gastos; todos en las condiciones más óptimas.

Objetivos específicos:

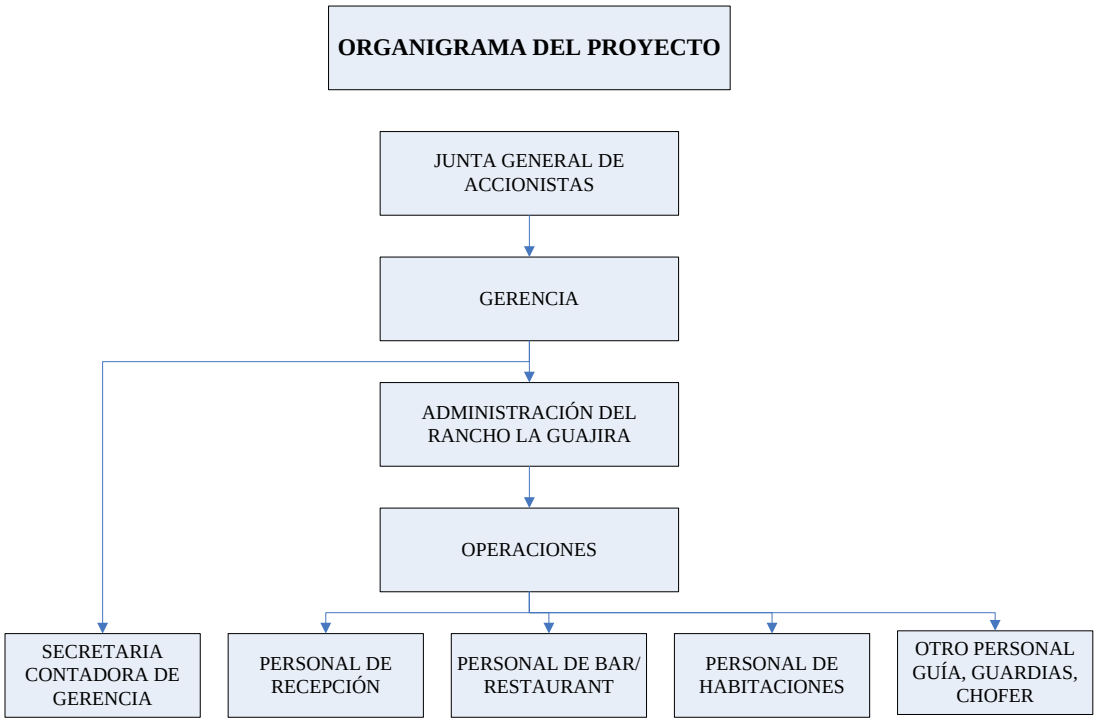
- Determinar el espacio físico requerido para la normal operación de las actividades del Rancho "La Guajira", considerando todas las variables que influyen en la determinación del tamaño del proyecto

- Estipular la información respecto a las necesidades de capital, mano de obra, equipos y recursos materiales para la puesta en marcha y la posterior operación.

- Definir el proceso de producción del servicio con los tiempos requeridos para cada tarea.

2.2 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

Es fundamental para el Proyecto conocer las áreas administrativas y operativas del rancho:



El rancho La Guajira contará con los siguientes departamentos y personal dentro de su organización:

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

El Rancho la Guajira estará bajo el control de los tres socios accionistas del Rancho La Guajira Compañía Limitada, quienes responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, los socios son: Sr. Guillermo Monzón, Sr. Fernando Cevallos y la Sra. Estela Cevallos.

GERENCIA GENERAL.

1 Gerente general.
1 Secretaria/Contadora.

ADMINISTRACIÓN.

El personal operativo del rancho la Guajira estará bajo la atenta supervisión de un Administrador.

DEPARTAMENTO DE OPERACIONES.

El departamento operativo está bajo la atenta supervisón y control del Administrador y consta de los siguientes funcionarios:

PERSONAL DE TURISMO.

Guías turísticos. (2)

* Eventualmente además se contará con el apoyo de dos guías turísticos, quienes prestarán su contingente al rancho cada vez que se tenga una gran demanda del servicio, especialmente en temporada alta, los mismos recibirán una retribución a manera de comisión.

PERSONAL DE RECEPCIÓN.

Recepcionistas. (3)

PERSONAL DE HABITACIONES.

Camareras de limpieza. (2)

PERSONAL DE BAR RESTAURANT.

Chef supervisor. (1)
Chef junior. (1)
Meseros. (2)

OTRO PERSONAL.

En otro personal se consideran a los guías turísticos que ofrecerán soporte al rancho en temporada alta, el conserje, los guardias de seguridad y el chofer propietario de la buseta para realizar los recorridos del personal de operaciones.

Guías turísticos. (2)

Se contará en el rancho con el apoyo de dos guías turísticos, quienes prestarán su contingente al rancho a manera de prestación de servicios profesionales, cada vez que se tenga una gran demanda del servicio se podrá contar con el concurso de otros dos guías, especialmente en temporada alta, los mismos recibirán una retribución a manera de comisión.

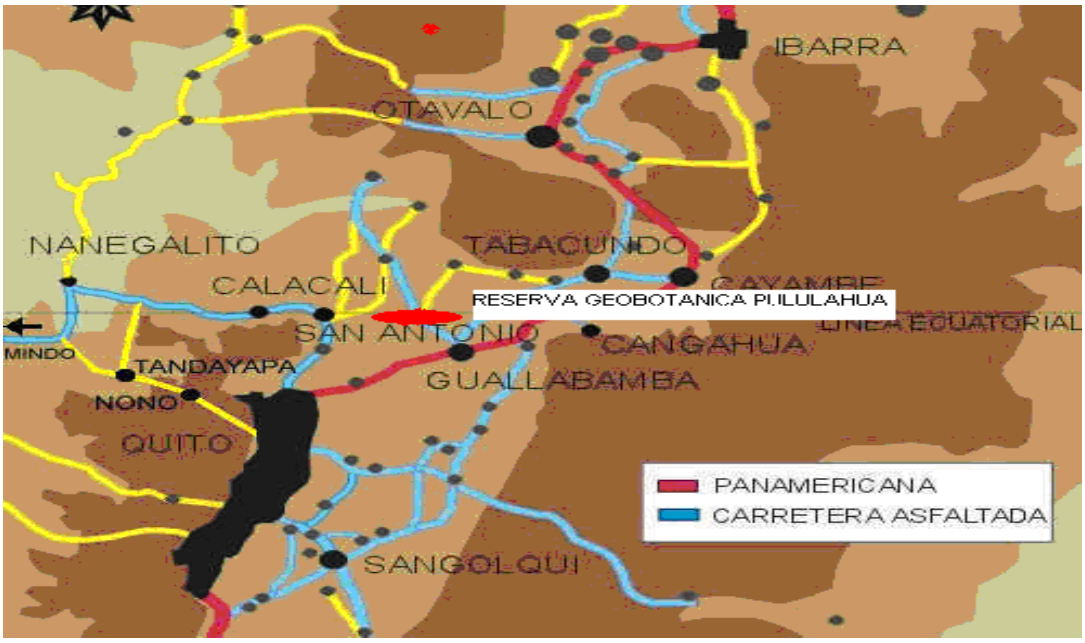
Más adelante, en el Estudio Administrativo se analizarán las funciones y perfiles que deben cumplir todos los miembros del proyecto en las diversas áreas del mismo.

2.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

2.3.1 **MACROLOCALIZACIÓN**

En el ámbito regional, la Reserva Geobotánica del Cráter del Pululahua se encuentra ubicada al noroccidente de San Antonio de Pichincha, a 23 kilómetros de la ciudad de Quito, limitada al norte por el río Guayllabamba; al sur, las poblaciones de Calacalí y Caspigasi del Carmen; al este, el cerro Sincholagua, la loma El Lavadero y la quebrada Aguacatal; y al oeste, el río Blanco y la quebrada de Playa.

2.3.1.1 **PLANO O MAPA DE LA MACROLOCALIZACIÓN**



Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).
Elaboración: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).

2.3.1.2 **JUSTIFICACIÓN**

- Tomando en cuenta que al turismo de aventura no se le ha dado la suficiente importancia que la actividad de turismo especializado de aventura amerita, especialmente en las áreas naturales, la basura, la deforestación, incendios producidos por las fogatas, contaminación, la erosión de los senderos, la extracción de los animales y la venta ilícita de las mismas, parecen ser los problemas ambientales reportados con más frecuencia en la mayoría de las áreas naturales protegidas del país, de tal manera que la Reserva Geobotánica Pululahua no es la excepción. El presente trabajo propone ubicar el Proyecto en la misma zona del cráter del Pululahua, a 3 km de la zona de la "Y" de el cráter, camino al Nieblí, con la finalidad de contribuir a una mejor manejo y supervisión sustentable de los diferentes recursos (agua, suelo, bosque, calidad paisajística) entre otros, lo que beneficiaria a las poblaciones a nivel local , regional y nacional.

- Se pretende crear un rancho turístico de aventura especializado, que cuente con una zona de hospedaje, restaurante y de servicios complementarios (guías

especializados, caminatas por senderos, alquiler de bicicletas, alquiler de caballos, entre otros), el mismo que contribuirá a desarrollar un turismo de aventura especializado sostenible en la zona del cráter del Pululahua, sin olvidar la capacidad de carga del ecosistema en cuanto a turista se refiere. No existe un número referencial en cuanto a los turistas que pueden acudir a visitar una reserva ecológica, pero los mismos estarán enmarcados de acuerdo a los perfiles determinados en la segmentación de mercados, en lo que tiene que ver con el gusto por la aventura, por la naturaleza y las condiciones socioeconómicas de los potenciales clientes.

- Un gran segmento de la población del cráter del Pululahua y también de las zonas aledañas a la misma, será integrada a la actividad del turismo especializado, mediante la creación del proyecto. La falta de plazas de trabajo hace necesaria la creación del centro turístico.

- El Turismo de aventura especializado puede ser un gran beneficio para el Ecuador a futuro, sumado a las bondades del país y la participación de la comunidad, se prevé un incremento sustancial de los ingresos para la economía de la región del cráter del Pululahua y sus zonas aledañas, de gran importancia a futuro si este proyecto resulta exitoso, pues se lo podría tomar como base para implantarlo en el resto de las 29 reservas y parque Nacionales que tiene el País.

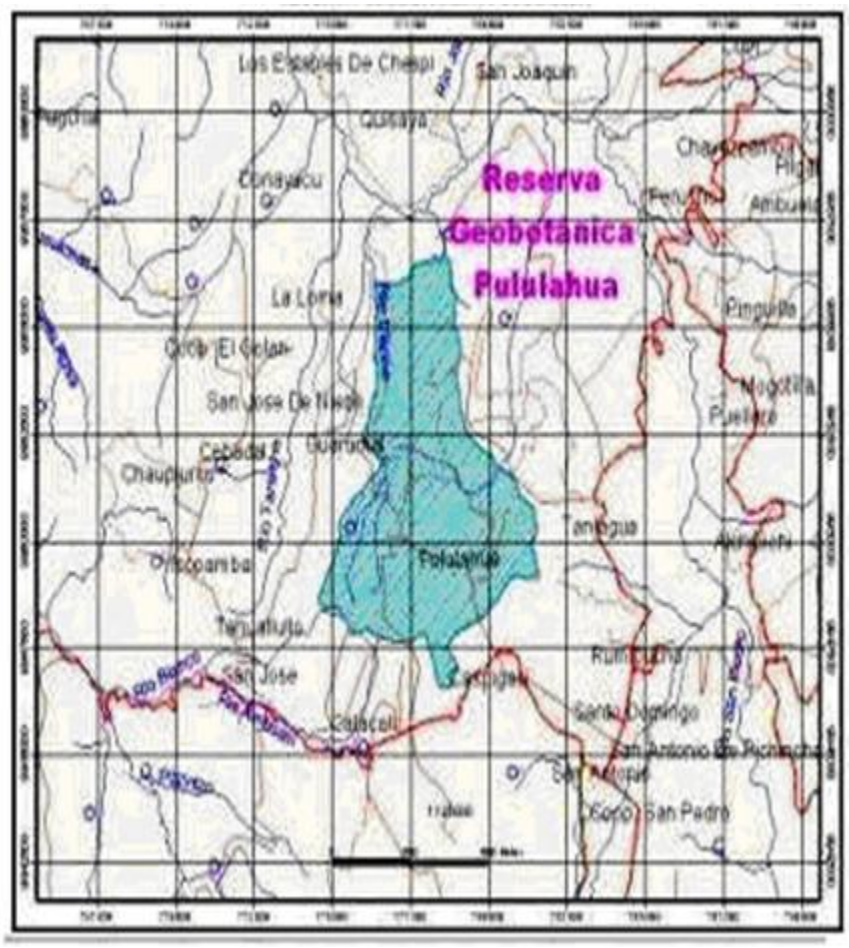
- El turismo nacional, cuando lo practican los habitantes de un país dentro de los límites de su propio territorio ayuda a redistribuir la renta nacional, aminora la fuga de divisas al extranjero tan necesarias para el desarrollo económico. Con esta propuesta se espera fomentar la integración nacional a través del mejor conocimiento y aprecio de las bellezas naturales realizando turismo de aventura, recreación, descanso, cultura y salud.

2.3.2 MICROLOCALIZACIÓN

El Proyecto se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia San Antonio de Pichincha, en el interior de la Reserva Geobotánica Pululahua, en el km siete de la Vía a Calacali, cuenta con la disposición de 12 hectáreas de terreno.

2.3.2.1 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN

RESERVA GEOBOTANICA PULULAHUA.



Fuente: Instituto Geográfico Militar.

2.3.2.2 CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

Para la microlocalización del Proyecto han sido analizados y evaluados factores decisivos, tales como:

- Vías de comunicación.

La vía Quito – San Miguel de los Bancos, que tiene su comienzo en la zona del Monumento de la Mitad del Mundo en la autopista Manuel Córdoba Galarza, es una vía de comunicación de primer orden, tiene una superficie normal y plana, lo que facilita seguridad de conducción para llegar al sitio del Proyecto. De ella se bifurcan dos caminos que ingresan al área de la Reserva Geobotánica Pululahua; esta vía pasa por el monumento de la Mitad del Mundo en el sector de San Antonio de Pichincha, la carretera continúa descendiendo hacia el sector de Nanegalito, cruza por el sector de Mindo, llega a San Miguel de Los Bancos y contacta finalmente con la provincia de Esmeraldas.

Cabe mencionar que el transporte utilizado para llegar a la reserva puede ser público o privado; en cuanto se refiere al transporte público existen cooperativas que se dirigen a Mindo o a San Miguel de los Bancos, también se tiene la extensión de la línea del Metrobus que llega hasta la Mitad del Mundo, esto último en la ciudad de Quito.

- Calidad de desarrollo circunvecino.

Se considera como factor muy importante, que puede llegar a influir en gran medida al desarrollo económico del proyecto y socioeconómico de la región, la fuerte inversión privada en el sector de la construcción en los sectores de Pomasqui y San Antonio de Pichincha.

Dichos proyectos de construcción generarán una intensificación en el uso del suelo en la zona del proyecto (ubicada a 15 minutos en automóvil desde la región del cráter de San Antonio de Pichincha), provocando un aumento en el proceso de urbanización de la zona, crecimiento de la actividad comercial, intensificación de las

líneas de transporte ya existentes, generando posibilidades de aprovechamiento turístico y recreacional en el área ecológica de la reserva geobotánica Pululahua. Además generará nuevas oportunidades de empleo en el sector secundario y terciario.

- Cercanía a las fuentes de abastecimiento.

El proyecto se localiza en el sector del cráter del Pululuhua, en una área de influencia de centros urbanos mayores como San Antonio de Pichincha, Pomasqui, la Comunidad de San José y la capital Quito, lo cual favorece al proyecto en su productividad, ya que las fuentes de abastecimiento se encuentran cercanas , y en cuanto se refiere a la captación del número de visitantes, se encuentra cerca del principal núcleo emisor Quito y de otros centros de afluencia de turistas, como el monumento de la Mitad del Mundo, vía a Calacali, que tiene como gran destino turístico la región de Mindo, la cual es un hermoso y muy concurrido destino turístico.

- Disponibilidad de servicios básicos.

La región del cráter del Pululahua está abastecida de agua entubada, y energía eléctrica, mas no existe el servicio de telefonía convencional, pero si el de telefonía celular ofrecido por la empresa PORTA.

- Disponibilidad de atractivos turísticos.

El cráter del Pululahua se encuentra aproximadamente a una hora de la ciudad de Quito, por vía asfaltada, y está bastante cerca del museo-monumento y complejo Mitad del Mundo. La proximidad a la Capital, al aeropuerto internacional Mariscal Sucre y las características propias que brinda el área, establecen su potencialidad para el desarrollo del turismo.

La reserva tiene entre sus principales atractivos naturales, la caldera del volcán y el cañón del río Blanco, localizado al oeste, que ofrece vistas espectaculares y la oportunidad de apreciar los resultados del proceso geológico de millones de años.

Los patrones climáticos del área, influenciados por los vientos del Pacífico y del Bosque Tropical Bajo, forman en pocos minutos la niebla con caprichosas formas. Aunque las tierras planas han sido destinadas a la agricultura tradicional y la ganadería de subsistencia, en la caldera y demás zonas de Bosque Nublado, la vegetación que se desarrolla en las pendientes ofrece un panorama único.

La mayor concurrencia de visitantes se congrega en el Mirador de Ventanillas para observar la caldera del volcán. Grupos de estudiantes y turistas extranjeros prefieren internarse en el área, a fin de realizar caminatas por los senderos.

El Área de Recreación Moraspungo, al sur, cuenta con un control de ingreso de visitantes y sendero de interpretación autoguiado; área de picnic con parasoles, agua entubada y servicios; dos cabañas y zona de camping.

La infraestructura del Centro de Información de Visitantes, tiene los servicios básicos y equipos para la atención al turista. Cuenta con una sala de conferencias para 40 personas; área de camping con capacidad para 40 tiendas de cuatro metros cuadrados y senderos rústicos que conducen a los domos volcánicos de los cerros Pondoña, en cuya falda sur se encuentra un hundimiento en el terreno llamado El Pailón, donde fluyen vertientes menores de aguas temperadas y sulfurosas.

Al norte del Pondoña se encuentra un lugar especialmente rico en orquídeas, bromelias y helechos, llamado El Bucal que a más del impresionante paisaje, permite observar antiguos hornos utilizados hace más de 50 años para la explotación de cal; y El Chivo, desde cuya cima se evidencia lo particular del terreno circundante lleno de vegetación arbórea en cuyas ramas crecen orquídeas, bromelias, musgos y helechos.

La reserva está equipada con la guardería de Moraspungo, ubicada a la entrada por la vía Quito-Calacalí, con todos los servicios y utilizada como centro de operaciones de las zonas sur y oeste de la reserva. También cuenta con un sendero autoguiado por cuyo recorrido de una hora se disfruta del paisaje y de la flora del Bosque Húmedo Montano donde especialmente se observa gran variedad de llamativas mariposas; y la de Chaupisaca, sobre el límite noroeste de Pululahua, a 121 metros del centro administrativo. Es una zona de clima muy agradable de vegetación frondosa, cuyos

principales atractivos son los antigüos e intactos hornos de cal de gran tamaño, abandonados que permiten el paso de una persona por sus puertas.

El Pucará de Rumicucho, es parte de sistema de fortificaciones de los pucaráes La Marca, Trigoloma, Pambamarca y del valle de Guayllabamba, mide alrededor de 380 metros de largo y 75 de ancho y está conformado por cinco terrazas de piedra de forma piramidal. La tradición conservada por habitantes de la zona, relata que el complejo también sirvió como observatorio astronómico y lugar de adoración religiosa; permite una visión amplia del cerro La Marca y el volcán Cayambe, elevaciones que forman una línea horizontal en sentido este-oeste por donde el sol atraviesa exactamente durante el equinoccio, lo que reafirma la creencia de que también fue un sitio de culto al astro rey.

La Reserva Geobotánica Pululahua por la variedad de ecosistemas naturales intactos, está ubicada dentro de los diez primeros y más importantes recursos escénicos naturales del país, haciéndola merecedora de las mejores calificaciones tanto a nivel nacional como internacional.

- Condiciones sociales y de salubridad.

En la zona de ubicación del proyecto donde no hay desarrollo urbano, sus habitantes son campesinos, por su condición social no resultan ser gente peligrosa, por lo tanto se trata de una zona de tranquilidad social.

Las condiciones de salubridad son estables, lo que garantiza condiciones normales y adecuadas para el desarrollo del proyecto. Para el proyecto se utilizará pozos sépticos para el tratamiento de aguas servidas.

- Factores geológicos.

Es de vital importancia conocer la composición geológica de las 12 hectáreas de terreno en el cual se asentará el rancho turístico, para determinar la factibilidad de construcción en el mismo.

Se ha realizado el estudio del subsuelo del área donde se va a construir, el cual muestra que es apto para la cimentación de edificaciones bajas y de mediana altura como son las cabañas, las mismas que están acorde con el entorno natural, lo cual se ha tomado en cuenta para la elaboración del proyecto.

- Condiciones meteorológicas para el proyecto.

Un factor muy importante para la localización del proyecto han sido las condiciones meteorológicas, mismas que han influenciado en el diseño del proyecto. Las condiciones meteorológicas son normales, siendo su precipitación anual de 1.072mm, caracterizándose por la presencia de nubosidad y llovizna fina durante las tardes y por las mañanas días soleados pero con presencia de vientos fuertes y fríos intensos.

- Topografía del terreno.

La topografía se presenta muy variada con pendientes poco empinadas. En la región donde se debe implementar el proyecto, la topografía del terreno consta de pendientes promedio de 4 a 5 grados, lo cual no constituye una dificultad para la construcción.

- Posibilidad de eliminación de desechos.

Para implantar el Proyecto es importante analizar la facilidad existente de desagües, para no ocasionar daños internos ni externos a la infraestructura del rancho, para ello se considera importante analizar la utilización de tuberías de aguas servidas, con esta medida de mitigación, se conservará el medio ambiente y el ecosistema del Proyecto.

2.3.2.3 MATRIZ LOCACIONAL

2.3.2.3.1 SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA

El método cuantitativo por puntos es el más óptimo para la mejor selección de alternativas en cuanto se refiere a la localización de un proyecto. [20]

El método cuantitativo por puntos se usará para definir los principales factores determinantes de una localización. En este caso se ha tomado en consideración a los sectores montañosos al interior de la región del cráter del Pululahua, para el caso presente se considerará a los cerros Chivo, Pondoña y el Sincholagua.

A los sectores mencionados se les asignará un valor ponderado de acuerdo con la importancia que se les atribuye antes de desarrollar la matriz locacional, se ha establecido una lista de factores prioritarios mismos que se evaluarán, asignando un peso para cada factor prioritario de importancia relativa (en pesos deben sumar 1) , estableciéndose una escala de 1 a 5 fijando el valor de 1 (bajo) y 5 (alto).

Se ha calificado la alternativa locacional de acuerdo al factor y se multiplicó los pesos asignados, para luego sumar cada ponderación y se ha establecido la mejor alternativa, en este caso en el cerro Sincholagua se llevará a cabo la ejecución del proyecto, como lo podemos apreciar en el siguiente cuadro:

20 CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 87.

Cuadro N°13

LOCALIZACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL PROYECTO RANCHO LA GUAJIRA, AL NOROESTE DE PICHINCHA*

ALTERNATIVAS	PESO	CERRO DEL CHIVO		CERRO PONDOÑA		CERRO SINCHOLAGUA	
FACTOR		CALIFICACIÓN*	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Disponibilidad de terreno	0,15	3,20	0,48	3,80	0,57	4,50	0,68
Atractivos turísticos	0,14	4,00	0,56	4,00	0,56	5,00	0,70
Vías de comunicación	0,13	3,00	0,39	3,00	0,39	3,00	0,39
Sociales y salubridad	0,12	3,00	0,36	3,00	0,36	3,00	0,36
Fuentes de abastecimiento	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30
Servicios básicos	0,10	4,00	0,40	4,00	0,40	4,00	0,40
Condiciones meteorológicas	0,08	3,00	0,24	3,00	0,24	3,00	0,24
Factores ambientales	0,07	3,00	0,21	3,00	0,21	3,00	0,21
Desarrollo circunvecino	0,06	2,00	0,12	1,00	0,06	3,00	0,18
Topografía del terreno	0,05	3,00	0,15	2,00	0,10	4,00	0,20
TOTAL	1,00		3,21		3,19		3,66

* La escala de puntuación para el cuadro N°13 es de 1 a 5, siendo 1 el valor más bajo en la escala y 5, el valor más alto en la valoración.

De acuerdo al cuadro N°13, el sector más favorecido para la implementación del proyecto es el cerro Sincholagua, por las condiciones idóneas que presenta, siendo la más representativa sus atractivos turísticos.

2.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

2.4.1 FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

2.4.1.1 EL MERCADO

El mercado a satisfacer, lo constituyen los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la provincia de Pichincha; por parte de los turistas nacionales se tiene a la población Económicamente Activa de la ciudad de Quito, del grupo de los Ocupados Plenos de clase económica media alta y alta y por parte de los turistas extranjeros se ha tomado en consideración a los que tienen como foco emisor de la actividad turística a la ciudad de Quito.

El mercado es un factor determinante en el proyecto, ya que la demanda insatisfecha es elevada, para el segundo semestre del 2009 se determinó una demanda insatisfecha de 431.625 turistas, de la cual se tomará el 14% para el primer semestre de vida del proyecto, lo que da la cantidad de 60.428 potenciales turistas, lo cual es un volumen importante de potenciales turistas para comenzar a trabajar en el presente proyecto (Ver Cuadro N°11, del estudio de mercado del presente proyecto).

Cuadro N°14
PARTICIPACIÓN DEL RANCHO LA GUAJIRA
EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2009
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

SEMESTRES	PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS EXTRANJEROS	PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS NACIONALES	PROYECCIÓN TOTAL DE TURISTAS	PROYECCIÓN DE PLAZAS OFERTADAS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTADA POR EL PROYECTO (14%TURISMO AVENTURA)
julio/diciembre 2009	403.817,00	54.256,00	458.073,00	26.448	431.625	60.428
enero/junio 2010	427.459,83	57.385,37	484.845,20	27.461	457.384	64.034
julio/diciembre 2010	452.486,92	60.695,23	513.182,15	27.983	485.200	67.928
enero/junio 2011	478.979,30	64.196,00	543.175,30	28.514	514.662	72.053
julio/diciembre 2011	507.022,77	67.898,68	574.921,45	29.055	545.867	76.421
TOTAL	2.269.766	304.431	2.574.197	139.460	2.434.737	340.863

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR)
Elaboración: El autor.

2.4.1.2 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

De las investigaciones efectuadas se conoce que el trabajo que realiza el INEFAN (**Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre)** para la administración y manejo de la Reserva Geobotánica Pululahua es apoyado y financiado por las organizaciones no Gubernamentales (ONGs) y el Ministerio del Ambiente; hay que recalcar que las ONGs brindan apoyo económico que se requiere para mejorar el sistema de manejo del área natural, brindando asistencia técnica para implementar actividades de conservación como son la investigación científica, las actividades recreativas y turísticas bajo conceptos de sustentabilidad en diversos programas y proyectos. Lo expuesto permite afirmar que el proyecto puede acceder al financiamiento de las ONGs extranjeras siempre y cuando justifique la sustentabilidad.[21]

Sin embargo, se ha tomado en consideración un préstamo a la Corporación Financiera Nacional en base a los siguientes términos:

El Rancho Turístico La Guajira estará financiado por la Corporación Financiera Nacional, con una tasa activa anual del 9.25%, a un plazo de 5 años.
El crédito otorgado será utilizado en los siguientes campos:

- Activos fijos: Incluye financiación de terrenos, inmuebles directamente vinculados al proyecto.

[21] Sustentabilidad. En el presente estudio de factibilidad se considerará la sustentabilidad ambiental y la sustentabilidad social:
La primera dimensión es la sustentabilidad ambiental; referida a la necesidad de asegurar la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. Esto implica la necesidad de proteger y mantener los sistemas vivos de la tierra, y los sistemas bio-físicos que permiten la mantención de las funciones del planeta; el uso sustentable de la naturaleza y los ecosistemas; y el establecimiento de cambios de conducta, normas, leyes e instrumentos económicos necesarios para asegurar la sustentabilidad ambiental.
La segunda dimensión de la sustentabilidad es la sustentabilidad social; cuyo objetivo fundamental es la Equidad. Que implica la solución de la pobreza, la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, y la concreción de condiciones de dignidad para la vida humana. El desafío de la sustentabilidad social implica la satisfacción de las necesidades humanas establecidas en los derechos económicos sociales, políticos y culturales (y no solo aquellos a la salud, educación, y vivienda, reconocidos en las tradicionales políticas sociales, que por cierto sí aseguran la reproducción biológica de las personas como recursos humanos al servicio del mercado). Sino que implica además de la distribución del ingreso, la equidad entre los géneros, la equidad entre las razas, las culturas, entre las personas que habitan las regiones o los territorios nivel nacional. (La sustentabilidad en los negocios de turismo: http://www.worldsummit2002.org/texts/arrain-es.rft).

- Capital de trabajo: Excluyendo gastos no operativos
- Asistencia Técnica.

2.4.1.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

La Reserva Geobotánica del Cráter del Pululahua se encuentra localizada en la provincia de Pichincha, a 15 minutos en automóvil desde San Antonio de Pichincha; es así que la mano de obra especializada se tomará esencialmente de las parroquias de Pomasqui, San Antonio de Pichincha, Mindo, sin descartar la mano de obra de la ciudad de Quito (en menor escala). Los sectores anteriormente seleccionados tendrán mayor peso al aportar la mano de obra al rancho debido a que existe personal con un alto grado de capacitación, mucha de la juventud que reside en este sector acude a las universidades que se encuentran en Quito o ya se han graduado en alguna de ellas. En cuanto a la mano de obra no calificada, es decir para labores netamente manuales, se empleará a la población de la región del cráter del Pululahua, permitiendo así un desarrollo de la población local de dicha área.

El Rancho la Guajira requiere personal capacitado que debe estar dispuesto a cumplir las reglas y políticas internas de la organización y a trabajar en equipo con el fin de cumplir metas y objetivos establecidos.

- El rancho contará con el siguiente personal:
- El Gerente General y la Secretaria/Contadora de Gerencia.
- El Personal de Operaciones, que está bajo el control del Administrador del rancho, dicho departamento consta del siguiente personal:
- Personal de Recepción (tres recepcionistas).
- Personal de Habitaciones (dos camareras).
- Personal del Bar/Restaurant (chef supervisor, un chef junior y dos meseros).
- Otro personal (dos guías turísticos de apoyo, dos guardias, el chofer propietario de la buseta para el transporte del personal de operaciones del rancho).
- La gran mayoría de este talento humano se puede tomar de los habitantes del cráter del Pululahua, San Antonio de Pichincha y Pomasqui.

2.4.1.4 DISPONIBILIDAD DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA

En la zona del cráter del Pululahua, de acuerdo a la investigación efectuada en el presente estudio de factibilidad, existen alrededor de 25 familias asentadas en la zona, la gran mayoría de ellas se dedica en un 80% a la cría de ganado vacuno y adicional a dicha actividad se dedican a cosechar papa, maíz, algunas legumbres tales como la zanahoria, remolacha, col y algunas frutas; todo esto permitirá que el Rancho Turístico "La Guajira" tenga a la mano productos de primera necesidad como la leche, papas, maíz y algunas frutas y legumbres; adicionalmente en la zona misma del cráter del Pululahua se encuentran funcionando dos tiendas de abarrotes, las cuales atienden de lunes a sábado de ocho de la mañana a siete de la noche, y los días domingos abren al público hasta mediodía, esto último se constituirá como el aprovisionamiento emergente de insumos al centro turístico.

Para mejorar la logística al momento de brindar los paquetes turísticos a los clientes, se han tomado los tiempos de arribo al rancho turístico desde diversas puntos de la ciudad de Quito: la Reserva Geobotánica del Cráter del Pululahua se encuentra a 15 minutos en automóvil desde San Antonio de Pichincha, sector aledaño a la ciudad de Quito, el cual se encuentra totalmente urbanizado y equipado con tiendas de todo tipo, supermercados, farmacias, ferreterías, lavanderías y demás facilidades que presenta la vida moderna, también existen restaurantes y tres hosterías funcionando en la región de San Antonio de Pichincha, todo lo anterior permitiría al rancho turístico "La Guajira" aprovisionarse de materias primas e insumos en un corto período de tiempo y a un costo bajo.

2.4.1.5 EL TAMAÑO, LA TECNOLOGÍA Y LOS EQUIPOS

En este proyecto, inicialmente se invertirá en tecnología y equipos no muy sofisticados, ya que se necesita recuperar la inversión en base a los precios de los servicios, y debido a que el mercado objetivo es la población de nivel económico medio y alto, los precios no deben ser elevados. Sin embargo, se adquirirá equipos de calidad y tecnología apropiada para ofrecer un excelente servicio y satisfacer las necesidades de los turistas de aventura que acudan al rancho.

Conforme crezca el mercado y se recupere la inversión inicial, se invertirá en equipo más sofisticado y mejor tecnología, buscando siempre ofrecer un mejor servicio.

A continuación, se detallan los equipos necesarios para el funcionamiento del rancho:

Cuadro N°15
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCION	CANTIDAD OFICINA QUITO	CANTIDAD RANCHO: CABAÑA CENTRAL	CANTIDAD TOTAL
TELEFONOS DE ESCRITORIO	2	0	2
TELEFONOS CELULARES	2	2	4
TELEVISIONES	1	1	2
DVD	1	1	2
CALCULADORAS	3	3	6
CAJA FUERTE	1	0	1
FAX	1	0	1

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°16
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCION	CANTIDAD OFICINA QUITO	CANTIDAD RANCHO: CABAÑA CENTRAL	CANTIDAD TOTAL
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	2	0	2
COMPUTADORAS PORTATIL	2	2	4

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°17
EQUIPO DE OPERACIONES DE TURISMO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
CARPAS	5
LINTERNAS	24
EQUIPO DE WALKI TAKI	3
BICICLETAS	10
KIT MENAJE DE EXCURSIÓN	3
JUEGO DE UTENSILIOS DE EXCURSIÓN	24
KIT DE INSTRUMENTOS VARIOS (NAVAJA, ROMPEVIENTOS, ETC)	24

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.4.2 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

El tamaño del proyecto comprende el espacio físico requerido para la creación del rancho turístico ubicado en el sector de cráter del Pululahua; es decir, todas las áreas físicas con las que contará dicho rancho, las mismas que se detallan a continuación:

- La oficina administrativa en Quito.
- Rancho:

La cabaña central, donde funcionará la recepción, la oficina del administrador, el bar-restaurante, el salón de juegos, el salón de reuniones y las instalaciones del baño sauna y del hidromasaje.

Las cabañas de hospedaje, seis simples y dos dobles.

El rancho turístico contará con una oficina ubicada en la Versalles S/N y 18 de Septiembre (esquina), con teléfono/fax de contacto 2232143, además se podrá obtener información del rancho a través de la página web del rancho turístico: www.ranchopululahua.com.

- La cabaña central

El rancho especializado en turismo de aventura en el cráter del Pululahua, contará con una cabaña central, la cual servirá de base para las funciones administrativas y operativas del mismo; en esta cabaña central se localizará el restaurante, el bar, la recepción, el cuarto de juegos (ping pong, billa y mesa de naipes), el sauna e hidromasaje, una sala central de reunión y la oficina de administración.

La cabaña central es de dos pisos, con un área de construcción de 84 m2, en el primer piso se encontrará la recepción, la oficina de administración, el bar y restaurant, y el cuarto de juegos, mientras que en el segundo piso se encontrarán el sauna e hidromasaje, la sala de televisión y la sala de reunión o conferencias.

- Ocho cabañas de hospedaje.

El rancho contará con ocho cabañas para el hospedaje, seis cabañas simples y dos dobles; las simples con capacidad para cuatros personas y las dobles con capacidad para seis personas.

Las cabañas simples tendrán un área de construcción de 30 m2, mientras que las cabañas dobles tendrán un área de construcción de 25 m2; tanto las cabañas simples como dobles poseen literas, además de un armario, televisión a color de catorce pulgadas y una pequeña cocina.

2.4.3 TAMAÑO ÓPTIMO DEL RANCHO

Cuadro N°18
CAPACIDAD INSTALADA DEL RANCHO TURÍSTICO LA GUAJIRA

ITEM	SUBITEM	MEDIDA	CANTIDAD	TOTAL
Oficina administrativa Quito		20 m^2	1	20 m^2
Cabaña central del Rancho			1	1250 m^2
	Primer piso:			
	Restaurant	288 m^2		
	Bar	60 m^2		
	Oficina de administración	49 m^2		
	Recepción	54 m^2		
	Cuarto de juegos	84 m^2		
	Corredores primer piso	90 m^2		
	Segundo piso:			
	Sala de sauna/hidromasaje	120 m^2		
	Centro de reuniones	270 m^2		
	Sala de televisión	96 m^2		
	Corredores segundo piso	139 m^2		
Cabaña simple		25 m^2	6	150 m^2
	Baño	6 m^2		
	Cocina	2 m^2		
	Mueble de dormitorio	2 m^2		
	Espacio para literas y corredores	15 m^2		
Cabaña doble		30 m^2	2	60 m^2
	Baño	6 m^2		
	Cocina	2 m^2		
	Mueble de dormitorio	2 m^2		
	Espacio para literas y corredores	20 m^2		
TOTAL				1460 m^2

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

El terreno donde funcionará el rancho turístico es propiedad de uno de los accionistas; más adelante se indica el gráfico con la distribución de espacios.

2.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Dentro del estudio técnico se determinan los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto que son los que mayor incidencia tienen sobre los costos e inversiones, de allí la importancia de estudiar con un especial énfasis la valorización económica de las variables técnicas del proyecto.[22]

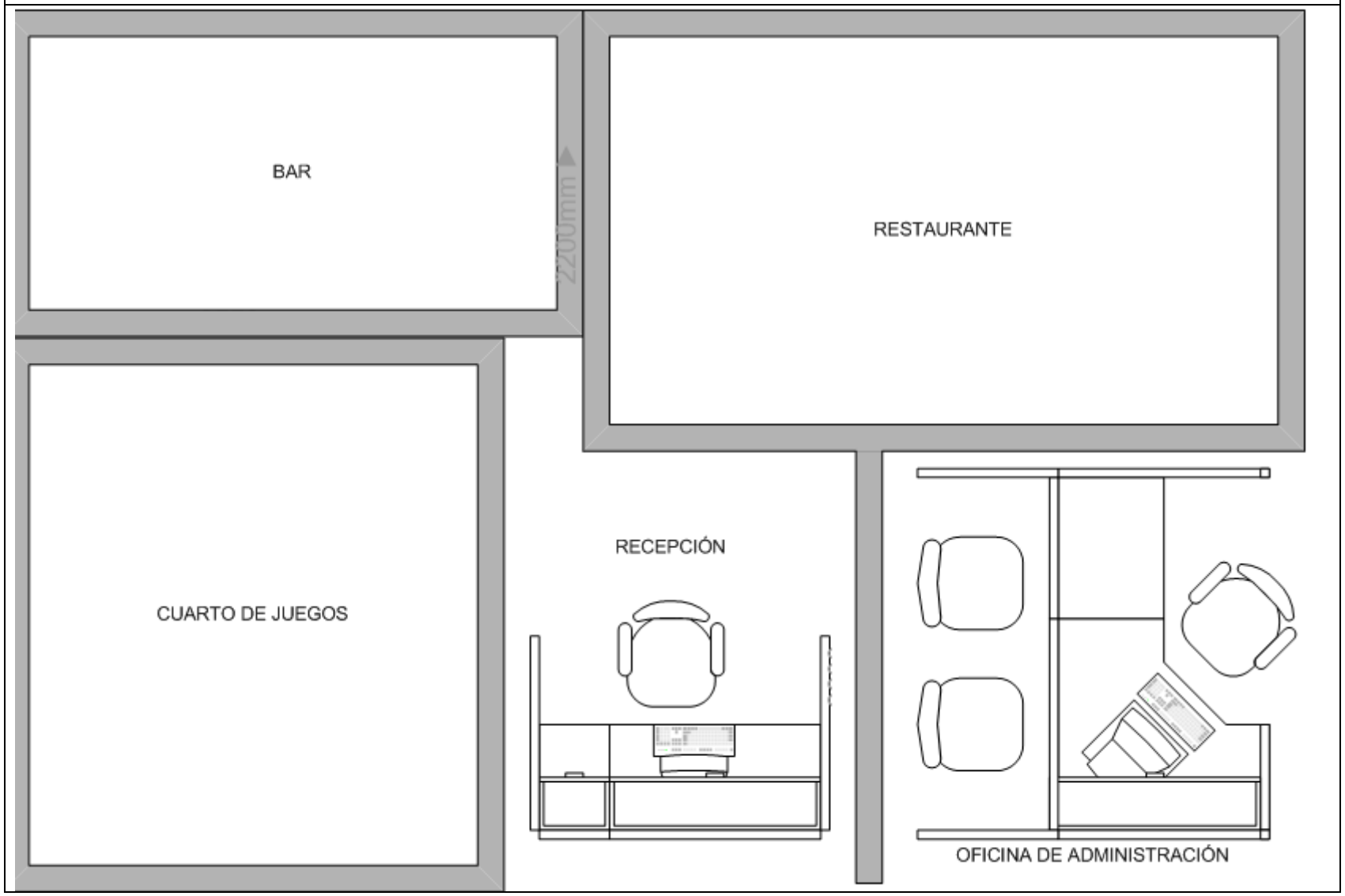
En la ingeniería de este proyecto se describen las especificaciones de la distribución física del rancho turístico, los requerimientos de equipos para el normal funcionamiento y la inversión requerida.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

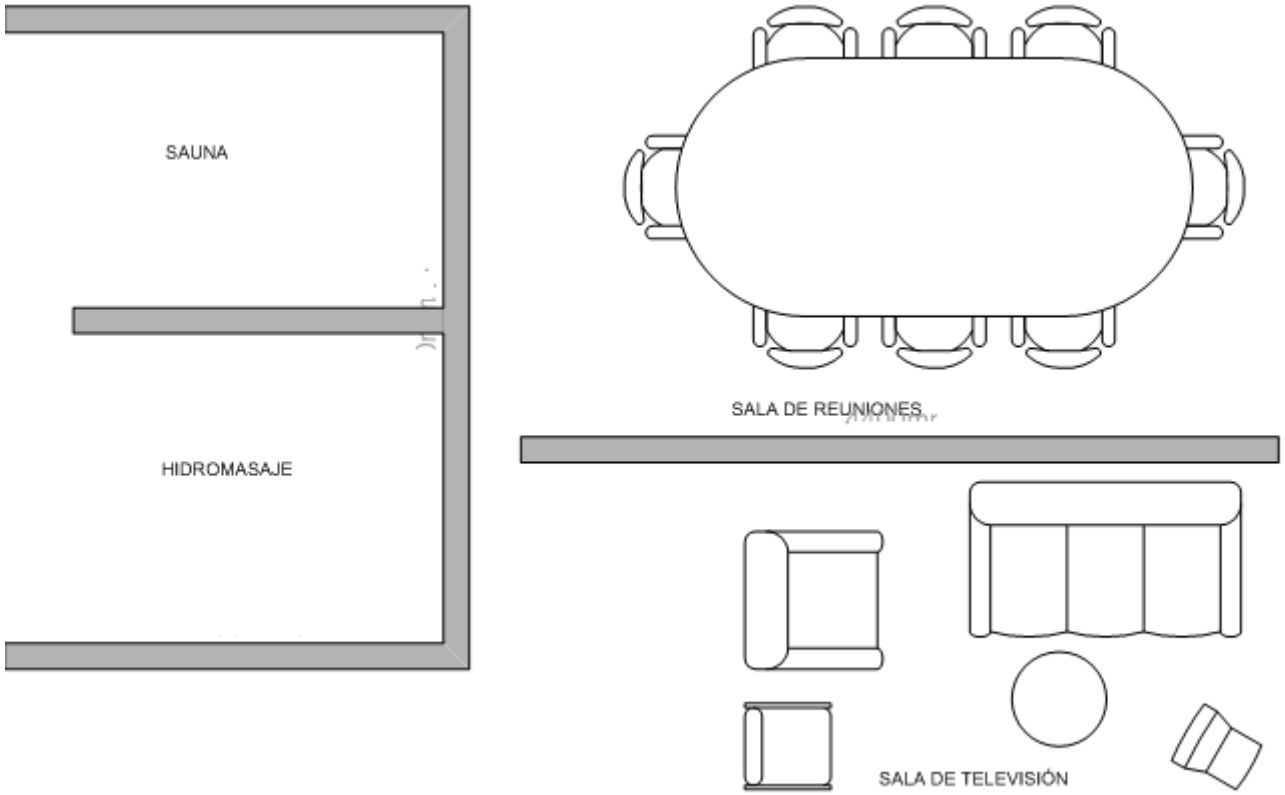
A continuación, se presenta un esquema propuesto para la adecuación del rancho turístico, el mismo que en un inicio constará de una cabaña central administrativa y ocho cabañas de hospedaje y que será suficiente para atender al número de potenciales turistas establecidos en el estudio de mercado.

[22] Cfr. SAPAG, N. y R. SAPAG. "Preparación y evaluación de proyectos". Santafé de Bogotá. McGraw Hill. 2000.

DISTRIBUCIÓN CABAÑA CENTRAL: PLANTA BAJA

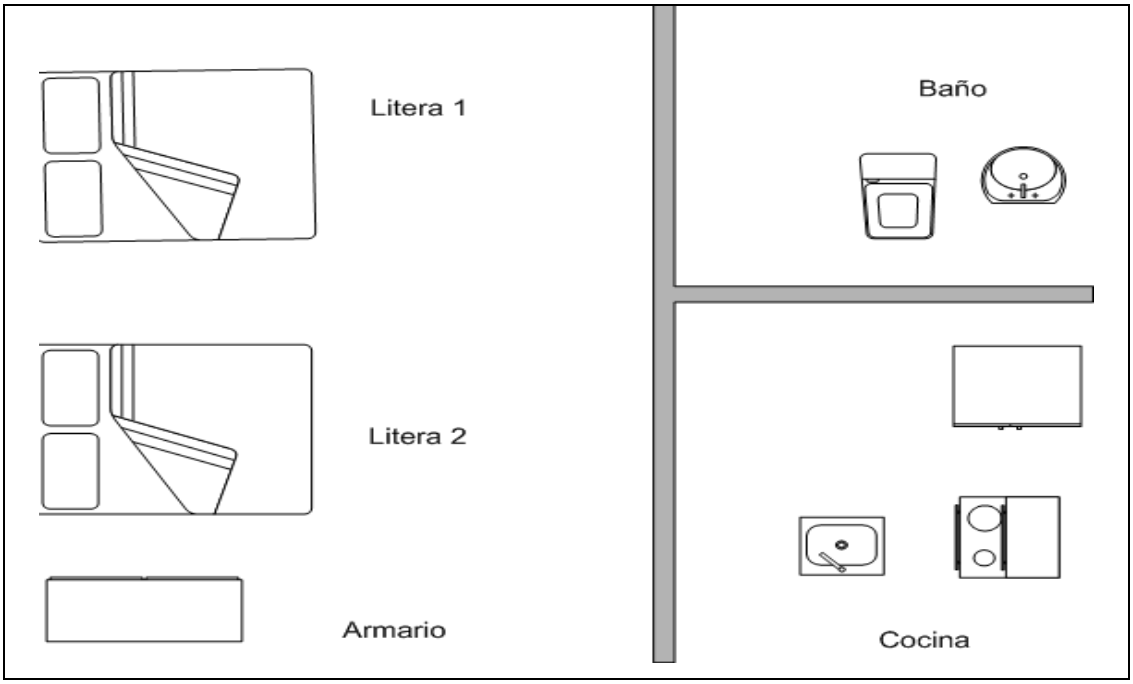


DISTRIBUCIÓN CABAÑA CENTRAL: PRIMER PISO

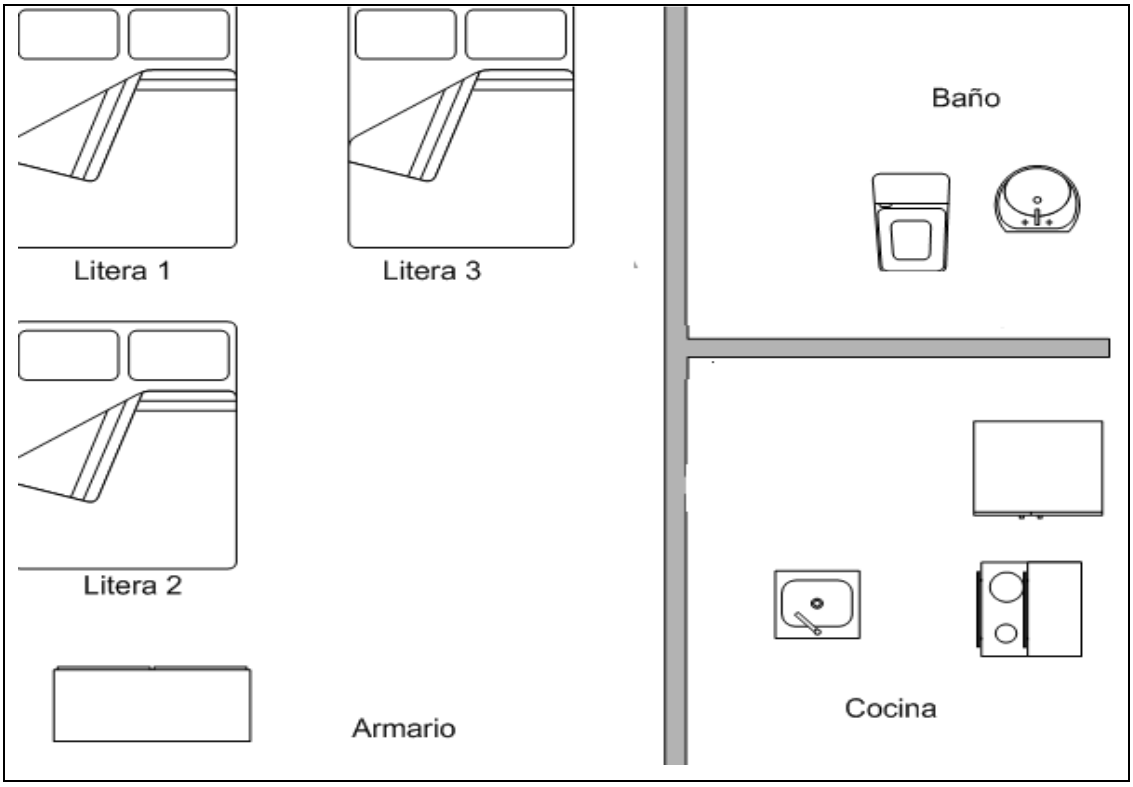


DISTRIBUCIÓN DE LAS CABAÑAS: SIMPLES Y DOBLES.

DISTRIBUCIÓN DE LAS CABAÑAS SIMPLES DE HOSPEDAJE.



DISTRIBUCIÓN DE LAS CABAÑAS DOBLES DE HOSPEDAJE



CAPACIDAD DE LAS DEPENDENCIAS DE LA PLANTA BAJA

BAR

El bar ubicado en la planta baja del Rancho La Guajira posee un área de 60 m^2, con capacidad para 24 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 16 personas en mesas, 4 personas en cada mesa (4 mesas).
- 8 personas en la barra central del bar.

RESTAURANTE

El restaurante ubicado en la planta baja del Rancho La Guajira posee un área de 288m^2, con capacidad para 60 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 60 personas en 15 mesas, 4 personas en cada mesa (15 mesas).

SALÓN DE JUEGOS

El salón de juegos ubicado en la planta baja del Rancho La Guajira posee un área de 84 m^2, con capacidad para 16 personas en el salón de juegos, distribuidas de la siguiente manera:

- 1 mesa de billar, donde pueden jugar hasta 4 personas
- 1 mesa de ping-pong, donde pueden jugar hasta 4 personas
- 2 mesas de baraja, donde pueden jugar hasta cuatro personas por mesa, es decir en total 8 personas

CAPACIDAD DE LAS DEPENDENCIAS DEL PRIMER PISO.

CUARTO DE SAUNA/HIDROMASAJE

El sauna/hidromasaje ubicado en el primer piso del Rancho La Guajira posee un área de 120 m^2, con capacidad para 16 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 10 personas en el sauna
- personas en el hidromasaje

SALA DE REUNIONES.

La sala de reuniones ubicada en el primer piso del Rancho La Guajira posee un área de 270 m^2, con capacidad para 48 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 48 personas ubicadas en 12 mesas, 4 personas por mesa

SALA DE TELEVISIÓN.

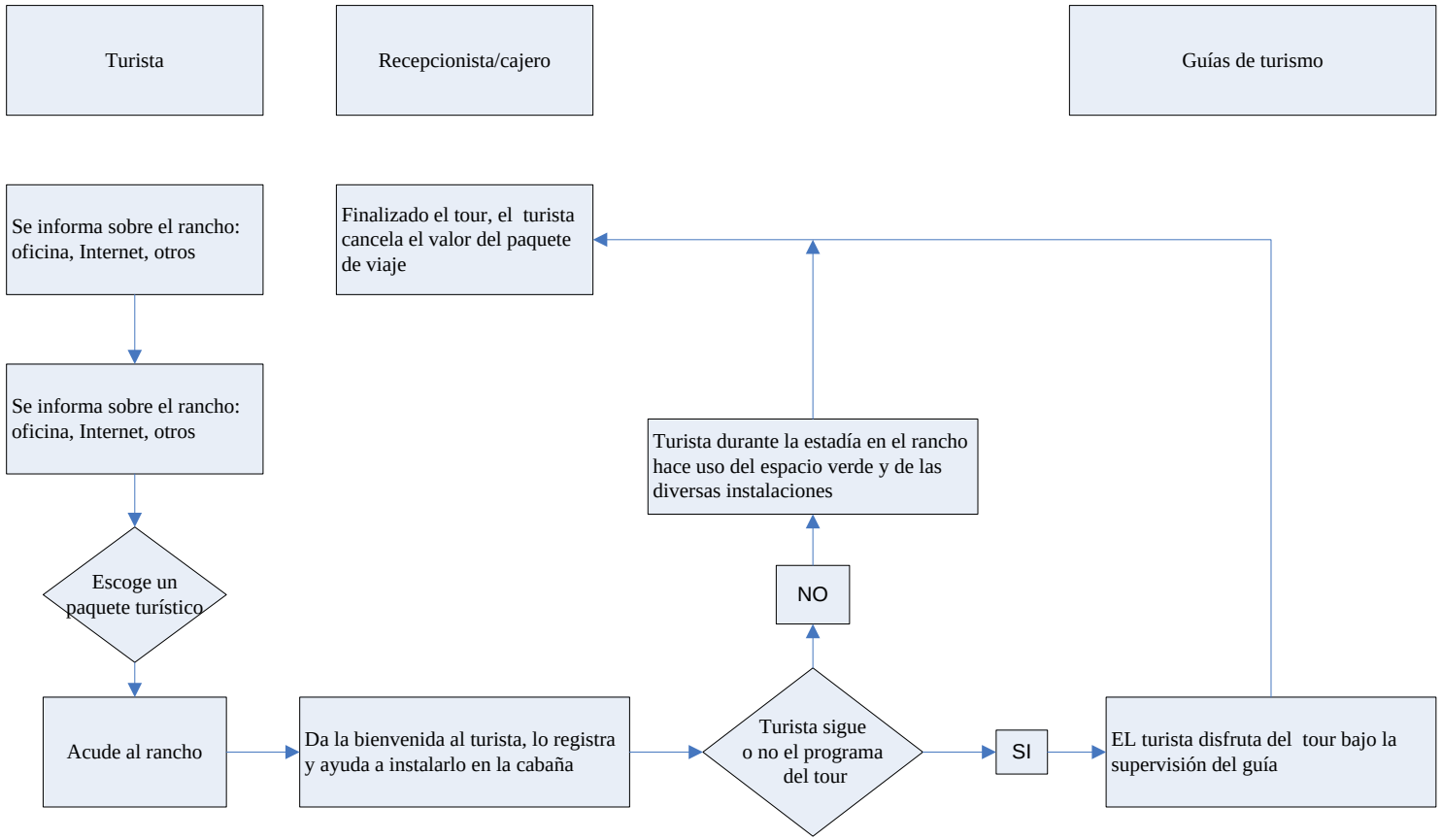
La sala de televisión ubicada en el primer piso del Rancho La Guajira posee un área de 96 m^2, con capacidad para 14 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 8 personas ubicadas en un mueble central
- 6 personas ubicadas en 2 muebles laterales, 3 personas a cada lado

2.5.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

2.5.2.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE (CLIENTE ACUDE A LA OFICINA EN QUITO)

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL TURISTA



2.5.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO (PAQUETES TURÍSTICOS)

Cuadro N°19
TIEMPOS MÁXIMOS Y MÍNIMOS A CUBRIRSE EN EL PAQUETE TURÍSTICO 1
TOUR CRÁTER DEL PULULAHUA (UN DIA).

ACTIVIDADES		TIEMPO (minutos)	
	MINIMO	NORMAL	MAXIMO
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	30	40	45
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	60	70	75
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	75	85	90
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15	25	30
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	30	40	45
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	75	85	90
Hora de almuerzo	60	70	75
Caminata por los alrededores del rancho, para conocer la belleza del sitio	45	55	60
Tiempo de descanso en las instalaciones del rancho	120	130	135
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	150	160	165
TOTAL (minutos)	**660**	**760**	**810**
TOTAL (horas)	**11,00**	**12,67**	**13,50**

Cuadro N°20
TIEMPOS MÁXIMOS Y MÍNIMOS A CUBRIRSE EN EL PAQUETE TURÍSTICO TOUR CRÁTER DEL PULULAHUA (DOS DIAS/UNA NOCHE).

ACTIVIDADES		TIEMPO (minutos)	
	MINIMO	NORMAL	MAXIMO
DIA 1			
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	30	40	45
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	60	70	75
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	75	85	90
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15	25	30
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	30	40	45
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	75	85	90
Reconocimiento de los alrededores del rancho y sus instalaciones	45	55	60
Hora de almuerzo	60	70	75
Actividades varias por la tarde (uso de las instalaciones, caminatas cortas)	180	190	195
Hora de la cena	60	70	75
DIA 2			
Desayuno	30	40	45
Caminata hacia el sector de las aguas termales	90	100	105
Se toma un refrigerio y un leve descanso en el sector de las aguas termales	60	70	75
Regreso al rancho desde el sector de las aguas termales	120	130	135
Hora de almuerzo	60	70	75
Viaje a la región del Niebli	120	130	135
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	150	160	165
TOTAL (minutos)	**1260**	**1430**	**1515**
TOTAL (horas)	**21,00**	**23,83**	**25,25**

Cuadro N°21
TIEMPOS MÁXIMOS Y MÍNIMOS A CUBRIRSE EN EL PAQUETE TURÍSTICO 3.
TOUR CRÁTER DEL PULULAHUA (TRES DIAS/DOS NOCHES).

ACTIVIDADES		TIEMPO (minutos)	
	MINIMO	NORMAL	MAXIMO
DIA 1			
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	30	40	45
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	60	70	75
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	75	85	90
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15	25	30
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	30	40	45
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	75	85	90
Reconocimiento de los alrededores del rancho y sus instalaciones	45	55	60
Hora de almuerzo	60	70	75
Actividades varias por la tarde (uso de las instalaciones, caminatas cortas)	180	190	195
Hora de la cena	60	70	75
DIA 2			
Desayuno	30	40	45
Viaje a la región del Niebli	30	40	45
Recreación y reconocimiento de la naturaleza en el sector del Niebli	60	70	75
Viaje a la región del Infiernillo	60	70	75
Refrigerio, excursión y descanso en la región del Infiernillo	90	100	105
Regreso al rancho La Guajira	90	100	105
Almuerzo y descanso	90	100	105
Visita al Museo Templo del Arte en la región de Ventanilla	90	100	105
Coctel y refrigerio en el restaurante Pululahua en el sector de Ventanilla	120	130	135
Regreso al rancho La Guajira y hora de cena	120	130	135
DIA 3			
Desayuno	30	40	45
Caminata hacia el sector de las aguas termales	90	100	105
En el sector de las aguas termales se toma un refrigerio y un leve descanso	60	70	75
Regreso al rancho desde el sector de las aguas termales	120	130	135
Hora de almuerzo y actividades de dispersión	120	130	135
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	150	160	165
TOTAL (minutos)	**1980**	**2240**	**2370**
TOTAL (horas)	**33,00**	**37,33**	**39,50**

El paquete turístico 1 es muy básico y no permite conocer con profundidad la inmensa riqueza natural que posee la región del cráter del Pululahua; mientras que en los paquetes de turismo 2 y 3, el turista podrá disfrutar de espectaculares caminatas por senderos llenos de naturaleza, paisajes únicos y pernoctar en el rancho, lo cual es una experiencia única e irrepetible. El verdadero turista de aventura no deseará ni siquiera tomar el Paquete 3, sino más bien una estadía más larga, en la cual pueda descubrir por sí mismo la belleza de la región.

2.5.2.3 REQUERIMIENTO Y VALORACIÓN ECONÓMICA DE LAS VARIABLES TÉCNICAS

Es fundamental especificar las inversiones que serán necesarias realizar para iniciar las operaciones del rancho La Guajira, con sus respectivos costos.

2.5.2.3.1 INVERSIÓN EN OBRA FÍSICA PARA EL RANCHO

Cuadro N°22
INVERSIÓN EN OBRA FÍSICA

RANCHO LA GUAJIRA						
DESCRIPCIÓN	**UNIDAD DE MEDIDA**	**ÁREA**	**UNIDADES**	**TOTAL CONSTRUCCIÓN (m2)**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Cabaña simple	m^2	25	6	150	70	10.500
Cabaña doble	m^2	30	2	60	70	4.200
TOTAL	m^2	**55**	**8**	**210 m2**		**14.700**

Fuente: Arquitecto Nicolás Mena
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.2 INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA PARA EL RANCHO

Cuadro N°23
INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA GENERAL PARA EL RANCHO

DETALLE	VALOR
Fontanería	2.000
Divisiones	1.500
Arreglos infraestructura	3.000
Accesorios de baños	1.500
TOTAL	**8.000**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.3 INVERSIÓN EN MUEBLES, TECNOLOGÍA Y EQUIPOS (CABAÑAS SIMPLES Y DOBLES).

Cuadro N°24
INVERSIÓN EN MUEBLES, TECNOLOGÍA Y EQUIPOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Literas	18	160	2.880
Muebles de dormitorio (armarios)	8	90	720
Muebles de cocina (taburetes)	8	45	360
Televisiones	8	180	1.440
DVD´S	8	80	640
Cocinas	8	40	320
TOTAL			**6.360**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.4 INVERSIÓN EN MUEBLES, TECNOLOGÍA Y EQUIPOS (CABAÑA CENTRAL)

Cuadro N°25
INVERSIÓN EN MUEBLES, TECNOLOGÍA Y EQUIPOS

PISO/ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PLANTA BAJA				
Recepción	Archivador	1	80	80
	Escritorio	1	110	110
	Sillas	4	24	96
			Sub-total	286
Oficina de administración	Archivador	1	80	80
	Escritorio	2	110	220
	Sillas	3	24	72
			Sub-total	372
Comedor	Mesas grandes	2	260	520
	Mesas pequeñas	6	140	840
	Sillas	40	24	960
			Sub-total	2.320
Salón de juegos	Mesas de pin-pon	1	90	90
	Mesas de billar	2	350	700
	Mesas de naipe	1	150	150
	Sillas	10	24	240
			Sub-total	1.180
Bar	Mueble de bar	1	330	330

PISO/ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Mesas	4	140	560
	Sillas	22	24	528
			Sub-total	1.418
			Sub-total Piso 1	5.576
PISO 1				
Sala de reuniones	Escritorios grandes	6	220	1.320
	Escritorio individual	1	110	110
	Sillas	36	24	864
	Pizarra	1	65	65
	Proyector de computadora	1	1200	1.200
			Sub-total	3.559
Sala de televisión	Sillones	3	340	1.020
	Mesa central	1	120	120
	Sillas	6	24	144
	Modulo de televisión	1	210	210
			Sub-total	1.494
			Sub-total Piso 2	5.053
TOTAL				**10.629**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.5 INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro N°26
INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA

		OFICINA QUITO		RANCHO: CABAÑA CENTRAL		
DESCRIPCIÓN	**COSTO**	**CANTIDAD**	**SUBTOTAL 1**	**CANTIDAD**	**SUBTOTAL 2**	**TOTAL**
TELEFONOS DE ESCRITORIO	25	2	50	0	0	50
TELEFONOS CELULARES	110	2	220	2	220	440
TELEVISIONES	180	1	180	1	180	360
DVD	80	1	80	1	80	160
CALCULADORAS	15	3	45	3	45	90
CAJA FUERTE	600	1	600	0	0	600
FAX	150	1	150	0	0	150
TOTAL						**1.850**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.6 INVERSIÓN EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

Cuadro N°27
INVERSIÓN EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	OFICINA QUITO	RANCHO: CABAÑA CENTRAL				
		CANTIDAD	SUBTOTAL 1	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL 2	TOTAL
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	400	3	1.200	3	400	1.200	2.400
COMPUTADORAS PORTATILES	800	1	800	0	0	0	800
TOTAL							**3.200**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.7 INVERSIÓN EN IMPLEMENTOS ADICIONALES.

Cuadro N°28
INVERSIÓN EN IMPLEMENTOS ADICIONALES Y EQUIPO DE OPERACIONES DE TURISMO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kits de raquetas y pelotas de ping pong	10	9	90
Tacos de billar	10	45	450
Juego de pelotas de billar	4	30	120
Espejos	20	10	200
Adornos	40	10	400
Suministros de limpieza	20	15	300
Suministros de oficina	10	30	300
Peliculas de DVD	20	2	40
Juego de toallas	50	12	600
Cobijas, almohadas, sábanas	60	30	1.800
Carpas	5	90	450
Linternas	24	8	192
Equipo de walky-talky	3	120	360
Bicicletas	10	140	1.400
Kit de menaje de excursión	3	35	105
Juego de utensilios de excursión	24	10	240
Kit de instrumentos varios (navaja, rompevientos, etc)	24	45	1.080
TOTAL			8.127

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

2.5.2.3.8 GASTO DE SERVICIOS BÁSICOS

Cuadro N°29*
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS (APROXIMADOS)

CONCEPTO	OFICINA	RANCHO	OFICINA	RANCHO
	COSTO MENSUAL (US$)	COSTO MENSUAL (US$)	COSTO SEMESTRAL OFICINA QUITO	COSTO SEMESTRAL RANCHO
Agua potable	10	-	60	-
Agua (entubada)	-	80	-	480
Energía Eléctrica	20	150	120	900
Telefonia convencional	15	-	90	-
Servicio Telefónico (PORTA)	20	60	120	360
Totales	65	290	390	1.740

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.
* Los datos del Cuadro N°29 son aproximados, para ello se ha considerado del estudio de mercado efectuado previamente en el capítulo primero del presente estudio de factibilidad, el posible consumo mensual y anual de los servicios de energía eléctrica, agua y la telefonía celular.

2.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Los cuadros reflejan el programa de producción bruta por periodo del proyecto turístico por concepto de alojamiento en las cabañas simples, dobles, servicio de restaurante, servicio de bar, a lo largo de los primeros cinco semestres de funcionamiento del proyecto. (Ver anexo técnico, programa de producción).

Cuadro N°30
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN
ALOJAMIENTO – RESTAURANTE

SEMESTRES	ALOJAMIENTO			RESTAURANTE			
	CABAÑAS			CLIENTES			
	SIMPLES	DOBLES	TOTAL	DESAYUNOS	ALMUERZOS	MERIENDAS	TOTAL
julio/diciembre 2009	546	182	728	5.460	5.460	5.460	16.380
enero/junio 2010	601	200	801	6.006	6.006	6.006	18.018
julio/diciembre 2010	655	218	874	6.552	6.552	6.552	19.656
enero/junio 2011	710	237	946	7.098	7.098	7.098	21.294
julio/diciembre 2011	764	255	1.019	7.644	7.644	7.644	22.932

Fuente: Investigación de mercado del proyecto
Elaboración: El autor

Cuadro N°31
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN
BAR - AUDITORIO

SEMESTRES	BAR	AUDITORIO	TOTAL
julio/diciembre 2009	1.456	123	1.579
enero/junio 2010	1.602	123	1.725
julio/diciembre 2010	1.747	124	1.871
enero/junio 2011	1.893	125	2.018
julio/diciembre 2011	2.038	126	2.164

Fuente: Investigación de mercado del proyecto
Elaboración: El autor.

Cuadro N°32
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN
PAQUETES TURÍSTICOS

SEMESTRE	CANTIDAD DE PAQUETES	CANTIDAD DE PAQUETES	CANTIDAD DE PAQUETES
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
julio/diciembre 2009	161	366	366
enero/junio 2010	164	373	373
julio/diciembre 2010	167	380	380
enero/junio 2011	170	388	388
julio/diciembre 2011	173	396	396

Fuente: Investigación de mercado del proyecto
Elaboración: El autor.

CAPÍTULO III
ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

3.1 ORGANIZACIÓN DEL RANCHO LA GUAJIRA

El análisis organizacional y administrativo se refiere a la actividad ejecutiva de la administración: organización y procedimientos administrativos.

Es fundamental establecer la estructura organizativa que permita definir las necesidades de personal calificado para la gestión, y estimar con mayor precisión los costos de la mano de obra requerida en el rancho, tanto en la parte administrativa como en la parte operativa; los procedimientos administrativos influyen en la cuantía de los costos y las inversiones del proyecto.

3.1.1 OBJETIVOS.

Objetivo General:

Establecer la estructura organizacional y definir las políticas y valores, bases para el funcionamiento del Rancho La Guajira.

Objetivos Específicos:

- Determinar la cantidad de personal con sus respectivas responsabilidades.
- Elaborar el organigrama funcional y estructural.
- Plantear requisitos de trabajo para los colaboradores del rancho.
- Establecer políticas y valores que identificarán al Rancho La Guajira.

3.1.2 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Para el funcionamiento del Rancho La Guajira se requerirá del siguiente personal:

OFICINA QUITO:

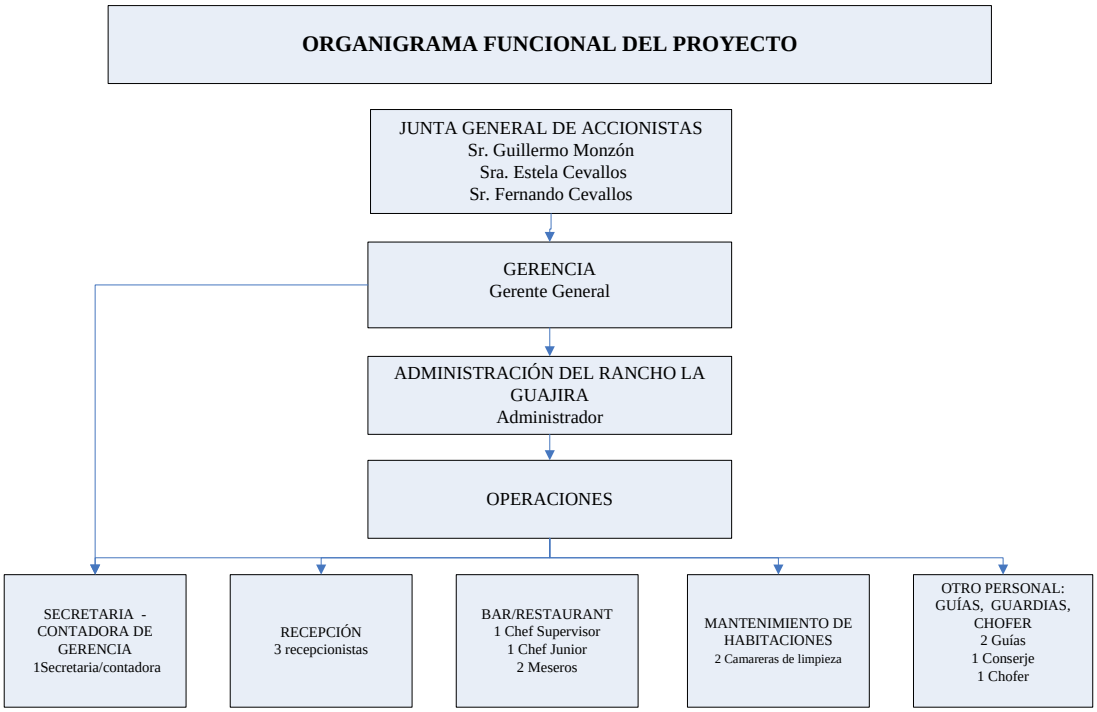
- 1 Gerente General
- 1 Secretaria (quien será Asistente del Gerente General y llevará la contabilidad de la empresa.

RANCHO LA GUAJIRA. (CRÁTER DEL PULULAHUA):

- 1 Administrador en el Rancho La Guajira
- 3 Recepcionistas
- Camareras de limpieza
- Meseros
- Chef supervisor
- 1 Chef junior
- Otro personal: 2 guardias de seguridad, 1 conserje, 2 guías turísticos, quienes ganarán por comisión, un 10% del total del paquete de turismo escogido por cada uno de los turistas, 1 chofer, dueño de la buseta para el recorrido de los empleados de operaciones del rancho.

3.1.3 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

El siguiente organigrama funcional define la organización de la empresa:



El Rancho La Guajira contará con las áreas necesarias para un óptimo funcionamiento y así ofrecer un servicio de calidad; el rancho estará estructurado de la siguiente manera:

- JUNTA GENERAL DE SOCIOS:

Es el máximo organismo del rancho que se encargará de tomar decisiones y formular resoluciones en beneficio del mismo y de los turistas. Está conformada por los tres socios participantes del Rancho La Guajira Compañía Limitada, quienes responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, los socios son: Sr. Guillermo Monzón, Sr. Fernando Cevallos y la Sra. Estela Cevallos.

- GERENCIA GENERAL:

- La Gerencia General está conformada por el Gerente General, quien tendrá el soporte de la Secretaria/Contadora.
- Básicamente las funciones del Gerente son: llevar a cabo de la mejor manera posible las relaciones comerciales y los convenios de la empresa, la gestión de ventas, el control financiero y general de las operaciones del rancho, sin olvidar que en la práctica quien ofrece soluciones directas a los inconvenientes que se presentan día a día en el rancho mientras se presta el servicio es el Administrador.
- Se encarga de la planificación, manejo, control y coordinación administrativa de todas las actividades del Rancho La Guajira, para el normal funcionamiento de la misma; además, pondrá en ejecución las resoluciones tomadas por la Junta General de Socios.

- ADMINISTRACIÓN

- A la cabeza de este departamento se encuentra el Administrador del rancho, quien se encargará de la administración y supervisión de los procesos de atención directa a los turistas
- El Administrador también supervisará los procesos de la recepción e ingreso del turista al rancho, la ubicación de los turistas en las diversas cabañas con que cuenta el rancho, el seguimiento a todas y cada una de las necesidades de los

turistas, de brindar el itinerario correspondiente al paquete turístico escogido por el turista, y brindar las facilidades necesarias que permitan al turista disfrutar de todos los servicios y ventajas del rancho

- El Administrador se encargará también de supervisar los procesos y requerimientos en las áreas de bar, restaurant, salón de juegos, salón de televisión, sala de sauna e hidromasaje, con las cuales cuenta el rancho.

- DEPARTAMENTO DE OPERACIONES

El Administrador del rancho es el encargado de esta área, y reportará de todas las novedades que se den en ella al Gerente General; el Departamento de Operaciones cuenta con las siguientes áreas:

Recepción:
RECEPCIONISTAS. (3)

Mantenimiento de habitaciones:
Camareras de limpieza. (2)

Bar Restaurant:
Chef Supervisor. (1)
Chef Junior. (1)
Meseros. (2)

Otro personal:

En otro personal se consideran a los 2 guías turísticos que ofrecerán soporte al rancho en temporada alta, al conserje, a los 2 guardias de seguridad y al chofer.

3.1.4 DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDADES

- JUNTA GENERAL DE SOCIOS:

Los socios son las personas que deciden participar en la compañía aportando dinero y responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y podrán obtener un beneficio después de la realización de las actividades que le competen a ésta compañía. Las principales funciones de los socios son:

- Designar y remover al Gerente General.
- Receptar informes de cuentas y balances.
- Resolver sobre destino de utilidades.
- Consentir en cesión la admisión de nuevos socios.
- Resolver sobre aumento o disminución de capital.
- Tomar decisiones para el rancho procurando su mejoramiento y crecimiento.
- Establecer reuniones para conocer la situación del rancho (por lo menos una vez al año).
- Aprobar normas, políticas y planes diseñados por el administrador.

- GERENTE GENERAL:

Es la persona que estará a cargo del control y supervisión de todas las actividades del rancho, tanto las administrativas como las operativas, estas últimas en coordinación con el administrador del rancho, y pondrá en ejecución las resoluciones tomadas por los socios. Sus principales funciones son:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.
- Diseñar e implantar normas, políticas y procedimientos administrativos que regulen el funcionamiento del rancho.
- Elaborar informes periódicos para los socios de la empresa.
- Determinar las obligaciones y responsabilidades de cada uno de los integrantes de la organización y evaluar su desempeño, esta última actividad en estrecha coordinación con el administrador del rancho.

- Organizar los equipos de trabajo, los turnos, permisos y otros relacionados.
- Controlar la ejecución de las actividades operativas y administrativas del rancho.
- Supervisar la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y financieros del rancho.
- Autorizar la compra de bienes necesarios para el normal desarrollo de las actividades del rancho.
- Dirigir, controlar y evaluar al personal tanto administrativo como operativo del Rancho La Guajira.
- Realizar el reclutamiento y selección del personal administrativo y operativo del rancho.
- Comunicar sobre resoluciones, planes y objetivos institucionales al personal administrativo y operativo del rancho.
- Llevar a cabo la gestión de ventas del rancho, es decir de abrir mercado.
- Representar a la empresa en cada uno de los actos en que se requiera de su presencia, es decir manejar las relaciones, publicidad e imagen de la empresa.
- Administrar las finanzas de la empresa, en coordinación directa con la secretaria/contadora del rancho.
- Planificar la situación administrativa de la empresa y supervisar la parte operativa del rancho.

- ADMINISTRADOR:

Es la persona que estará a cargo de la supervisión del personal operativo que labora en el Rancho La Guajira, con el fin de poder establecer el normal funcionamiento del rancho en cuanto la atención a los turistas. Sus principales funciones son:

- Dirigir, controlar y evaluar al personal operativo (recepcionistas, guías turísticos, camarera de limpieza, meseros, chefs, y guardias).
- Realizar el reclutamiento y selección del personal operativo del rancho.
- Comunicar sobre resoluciones, planes y objetivos institucionales al personal operativo del rancho.
- Realizar periódicamente en coordinación con el Gerente General elaborará los informes de actividades de las diversas áreas que se manejan en el Rancho La

Guajira, además de reportar periódicamente el accionar y conducta de todos los empleados de operaciones del rancho a la Gerencia General.

- Establecer, exigir y controlar que todas las políticas de trabajo y de disciplina se cumplan en el rancho.

- SECRETARIA/CONTADORA:

Es la persona encargada de ofrecer soporte y asistencia al Gerente General y además es la encargada de llevar la contabilidad de la empresa, sus principales funciones son:

- Dar soporte al Gerente General, siendo su asistente.
- La elaboración de la correspondencia del establecimiento turístico.
- Realizar eficientemente los contratos de trabajo y todas las funciones que en calidad de profesional y a cargo del Gerente General pueda realizar.
- Brindar información turística del Rancho La Guajira y de ser necesario coordinar con la recepción del mismo la reserva de cupos para las cabañas del rancho.
- Determinar la situación económica de la empresa, mediante los diferentes balances contables (balance general, estado de resultados y flujo de caja).
- Controlar eficientemente el manejo de la caja chica en la oficina central de Quito y la de las instalaciones del rancho, mediante un cruce de información semanal con el Administrador del rancho, este último entregará un detalle de gastos semanal a la Secretaria/Contadora, con los sustentos físicos (facturas, notas de venta, etc) y un sustento magnético (un reporte de gastos en una hoja de Excel), este detalle físico deberá cuadrar con el detalle magnético, lo cual reflejará el buen manejo o no de la caja chica.
- Enviar el reporte diario de ingresos y egresos del establecimiento turístico a la Gerencia General.
- Pagar las remuneraciones y demás beneficios laborales al personal tanto administrativo como operativo del rancho; es encargado también de cancelar las diversas obligaciones económicas a terceros como: proveedores, agencias de viajes, comisiones etc.

- RECEPCIONISTA (CAJERA DE RECEPCIÓN):

Sus principales funciones son:

- Atender directamente a los turistas nacionales y extranjeros que acuden al rancho.
- Llevar el respectivo registro de entrada y salida de los turistas, conjuntamente con los reportes de los consumos y servicios y sus respectivas liquidaciones.
- Observar la reservación de las habitaciones disponibles y promover la venta del servicio de alojamiento.
- Atender el servicio de correo, telefax, y mensajes para los huéspedes, durante y después de su permanencia en el establecimiento turístico.
- Controlar el servicio de financiamiento y crédito a los turistas, en cuanto tiene que ver el pago del paquete turístico que escojan.
- Realizar los reportes de arqueo de caja diariamente a su jefe inmediato superior (Administrador del rancho).
- Aplicar la revisión y verificación de los cheques de viajero, tarjetas de crédito y monedas extranjeras y nacionales, conjuntamente con el manejo de caja chica para gastos imprevistos de su departamento.

- CAMARERA DE LIMPIEZA:

Sus principales funciones serán:

- Velar por la limpieza de habitaciones, baños, corredores, áreas públicas.
- Supervisar las llaves utilizadas en el establecimiento turístico.
- Emitir reportes diarios para el departamento de Recepción del uso de habitaciones y notificar al cajero de recepción los materiales dañados por el huésped para que sean cargados a su cuenta.
- Reportar a la administración sobre objetos perdidos, u otras novedades para su debito trato.

- GUARDIAS DE SEGURIDAD:

Los servicios de seguridad serán contratados a una empresa especializada en el campo, y las principales funciones de los guardias serán:

- Vigilar el ingreso y salida de los usuarios, huéspedes y empleados del establecimiento turístico.
- Cuidar los automóviles de los turistas y de los huéspedes.
- Cuidar la integridad de los huéspedes que se alojan en el establecimiento turístico e intervenir directamente si ocurriese cualquier altercado al interior de las instalaciones del rancho.

- CONSERJE:

Sus principales funciones son:

- Dar asistencia a todo el personal administrativo y operativo del rancho, tanto al administrador, al recepcionista/cajero, a los meseros, al chef, a las camareras de limpieza, es decir, es un soporte auxiliar en cualquier proceso del rancho.
- Guiar al turista a cualquiera de las instalaciones del rancho: al salón de juegos, al salón de televisión, a la sala de sauna e hidromasaje, al salón de reuniones, al bar o al restaurante, incluso realizará encomiendas que le encarguen los turistas (en el sector del cráter del Pululahua existen dos tiendas de abarrotes, en caso de ser necesario el conserje se trasladará a las mismas a comprar algún insumo que requiera el turista).
- Registrar el ingreso y egreso de los productos de bodega.
- Recibir las mercaderías evaluando la cantidad, calidad y precio.
- Almacenar y ordenar los alimentos perecibles y no perecibles, realizar las adquisiciones de los productos solicitados por cada uno de los departamentos, y enviar un reporte de existencias a su jefe inmediato.
- Cuidar del aseo de todas y cada una de las instalaciones del rancho, conjuntamente con las camareras de limpieza.

- GUÍAS TURÍSTICOS:

Sus principales funciones son:

- Guiar al turista por los distintos senderos que están preestablecidos en cada uno de los paquetes turísticos.
- Dar cumplimiento al cronograma de trabajo de cada uno los respectivos paquetes turísticos escogidos por los turistas.
- Velar en todo momento del tour por la vida e integridad física de los turistas y reportar inmediatamente por radio al rancho si sucediera cualquier emergencia mientras se brinda el servicio de aventura.
- Dar soporte a las diversas expectativas de los turistas que acudan al rancho, quienes ocasionalmente sin hacer uso del itinerario escogido en el paquete turístico, deseen recorrer algún sendero, para ello necesitarán del conocimiento y trabajo de los guías.

- CHEF SUPERVISOR:

Sus principales funciones son:

- Dirigir y mantener el orden del funcionamiento de la cocina.
- Controlar el cumplimiento de las vacaciones, días laborables, feriados que disponga la administración para el personal bajo su cargo (chef junior, meseros).
- Controlar la limpieza de los empleados a su cargo en la elaboración de alimentos y bebidas.
- Realizar los menús y asignar los precios.
- Vigilar el cumplimiento en el horario de entrada y salida del personal a su cargo.
- Control de calidad y rendimiento de los géneros de cocina, conjuntamente con la capacitación continúa del personal a su cargo, y es por tanto el encargado directo de los banquetes y sugerencias contratadas.
- Tener conocimiento de todas las bebidas simples y compuestas utilizadas en el bar, conjuntamente con las botanas más comunes y la cristalería a utilizarse para servir cada bebida.

- Realizar inventarios y requisiciones al almacén o bodega de los insumos del bar, elaborar el control de botellas y entregar el informe a la caja del departamento de recepción del restaurante.
- Controlar los artículos del bar.

- CHEF JUNIOR:

- Brindar apoyo directo al responsable del área de cocina que es el Chef Supervisor.
- Dirigir y mantener el orden del funcionamiento de la cocina.
- Tener conocimiento de todas las bebidas simples y compuestas utilizadas en el bar, conjuntamente con las botanas más comunes y la cristalería a utilizarse para servir cada bebida.
- Lavar la vajilla, y controlar el menaje en general utilizado tanto en la cocina como en el servicio.
- Realizar la limpieza general de la cocina y áreas relacionadas, adicionalmente deberá colaborar en los trabajos de cocina sencillos.

- MESEROS:

Sus principales funciones son:

- Preparar las mesas para el servicio de alimentación.
- Atender directamente en el área del restaurante, tiene conocimiento perfecto de los platos del menú, ofrece el servicio de alimentos y bebidas solicitados por los comensales, sugiere al comensal aperitivos, cócteles y bebidas después de las diferentes comidas o durante ellas.
- Realizar el montaje para las recepciones; cumplir todas las órdenes asignadas por el capitán de restaurante, siendo en este caso el chef supervisor.
- Brindar el servicio de alimentos y bebidas a los huéspedes en las habitaciones.
- Emitir el reporte de consumo de alimentos y bebidas de los huéspedes en las habitaciones a Caja- Recepción.
- Lavar la vajilla, y controlar el menaje en general utilizado tanto en la cocina como en el servicio.

- Realizar la limpieza general de la cocina y áreas relacionadas, adicionalmente deberá colaborar en los trabajos sencillos de cocina.

3.1.5 **PERFIL DEL PERSONAL** (Ver Anexo del Estudio Administrativo, Manual de Funciones)

GERENTE GENERAL:

- Título profesional en Ingeniería Comercial o Ingeniería Financiera, reconocido por el CONESUP.
- Excelente manejo de Microsoft Office.
- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Libreta militar actualizada y record policial.
- Experiencia mínima de dos años en el cargo de gerente de centros turísticos, de preferencia en lo que se refiere a la actividad del ecoturismo y/o turismo de aventura.
- Preferiblemente de sexo masculino.
- Edad entre 30 a 40 años.

ADMINISTRADOR:

- Título profesional en Ingeniería Comercial o Administración de Empresas, reconocido por el CONESUP.
- Excelente manejo de Microsoft Office.
- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Libreta militar actualizada y record policial.
- Licencia de conducir indispensable.
- Experiencia mínima de dos años en el cargo de administrador de centros turísticos, especialmente en lo que se refiere a la actividad del ecoturismo y/o turismo de aventura.
- Preferentemente del sexo masculino.
- Edad entre 25 y 45 años,

- Buena presencia.
- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).

SECRETARIA/CONTADORA:

- Estudiante universitario que haya cursado al menos el tercer año en carreras de Contabilidad o Auditoria.
- Carné de Contador Público Autorizado (CPA).
- Excelente manejo de Microsoft Office.
- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- De sexo femenino.
- Edad entre 22 y 35 años.
- Buena presencia.
- Contar con dos años de experiencia.

RECEPCIONISTA/CAJERA DE RECEPCION:

- Al menos haber cursado dos años en alguna carrera administrativa (Ingeniería Comercial, Contabilidad, Auditoria o Finanzas).
- Que tenga una excelente aptitud de servicio al cliente y demuestre que le gusta trabajar con gente.
- Sexo femenino exclusivamente.
- Edad: entre 22 y 35 años.
- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Al menos experiencia de un año en cargos similares.
- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).

CHEF SUPERVISOR:

- Administrador Gastronómico o Licenciado en Gastronomía, reconocido por CONESUP.

- Contar con cuatro años de experiencia y al menos dos en el sector hotelero.
- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Libreta militar actualizada y record policial.
- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
- Que tenga una excelente aptitud de servicio al cliente y demuestre que le gusta trabajar con gente.
- Edad: entre 25 y 40 años.
- Sexo masculino preferentemente.

CHEF JUNIOR:

- Administrador Gastronómico o Licenciado en Gastronomía, reconocido por CONESUP, o al menos egresado de una institución universitaria reconocida.
- Contar con cuatro dos de experiencia y al menos uno en el sector hotelero.
- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Libreta militar actualizada y record policial.
- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
- Que tenga una excelente aptitud de servicio al cliente y demuestre que le gusta trabajar con gente.
- Edad: entre 25 y 40 años.
- Sexo masculino preferentemente.

CAMARERA:

- Bachiller de la República del Ecuador.
- Edad: entre 20 y 35 años.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Experiencia de dos años en actividades similares.
- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).

CONSERJE:

- Bachiller de la República del Ecuador.
- Edad: entre 30 y 50 años.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Libreta militar actualizada y record policial.
- Experiencia de dos años en actividades similares.
- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).

CHOFER:

- Licencia de conducir profesional.
- Poseer una buseta para recorridos de personal en buenas condiciones y con capacidad de al menos 14 personas.
- Persona con experiencia de al menos 5 años en recorridos de personal de empresas.
- Edad: entre 35 y 45 años.
- Cédula de identidad original y actualizada.
- Libreta militar actualizada y record policial.

3.1.6 INVERSIÓN EN PERSONAL

El Rancho La Guajira considerando las actividades que realizará cada colaborador y las responsabilidades que tendrán dentro del establecimiento turístico, ha establecido el siguiente esquema de salarios:

Cuadro N°33*
REMUNERACIONES DE LOS FUNCIONARIOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS DEL RANCHO LA GUAJIRA

CARGO	CANTIDAD	SALARIO	SUB-TOTAL
Gerente General	1	1.000	1.000
Secretaria/Contadora	1	450	450
Administrador del rancho	1	600	600
Recepcionista/cajero	3	300	900
Chef Supervisor	1	600	600

CARGO	CANTIDAD	SALARIO	SUB-TOTAL
Chef Junior	1	400	400
Meseros	2	280	560
Camareras de limpieza	2	280	560
Conserjes	1	280	280
Guardias	2	400	800
Chofer	1	550	550
TOTAL			6.700

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.
Elaboración: El autor.

A más de esto, los trabajadores recibirán los beneficios de ley establecidos en el Código de Trabajo.

* En el estudio financiero del presente proyecto se detalla con precisión toda la nómina de empleados del rancho.

3.1.7 POLÍTICAS DEL RANCHO LA GUAJIRA

SERVICIO:

- Los colaboradores del Rancho La Guajira estarán dedicados a proporcionar servicios de calidad que consistentemente cumplan y en lo posible excedan las expectativas de los turistas.

- Permanentemente se contará con un buzón de sugerencias y quejas para que los turistas evalúen la calidad el servicio que reciben, el mismo que será constantemente evaluado por el Administrador del rancho y el Gerente General.

- El turista de aventura es la razón de ser del rancho, ello conlleva a que todos y cada uno de los colaboradores presten su mejor contingente para conseguir la satisfacción del turista, cuando este acuda al rancho.

- Los guías de turismo procurarán exaltar toda la riqueza natural que tiene el sector del cráter del Pululahua, con lo cual se dará un valor extra al rancho, con ello se busca una publicidad gratuita que conlleve en el fututo a atraer más turistas al sector y por supuesto al rancho.

- Los guías de turismo y todos los empleados de operaciones del rancho, deberán inculcar en el turista el respeto a la naturaleza, con el objeto de cuidar la biodiversidad del sector del Cráter del Pululahua, la cual es una área hoy en día muy rica en naturaleza y se debe conservarla así.

- Desde el primer instante del tour, el cliente de aventura se volverá constantemente envuelto en una sensación total de expectativa respecto a lo que encontrarán en el rancho en la región del cráter del Pululahua, para ello los guías del rancho estarán lo suficientemente capacitados sobre las características de la región, las bondades de la propiedad en el cráter, las facilidades que brindará el rancho y por supuesto un elevado conocimiento de cómo llevar a cabo el turismo de aventura.

- El turista podrá disfrutar del tour de acuerdo a lo establecido en cada paquete de viaje, o caso contrario al llegar al rancho podrá hacer uso de las diversas instalaciones que tiene el rancho tales como el salón de juegos (mesa de billar y dos mesas para jugar baraja); la sala de televisión (donde podrá disfrutar de diversas películas en los mas variados géneros del cine o documentales); el cuarto de sauna/hidromasaje, donde el turista podrá disfrutar de un momento de relajación, al mismo tiempo que aprovecha para purificar su organismo; existe en el rancho la posibilidad de que el turista alquile una bicicleta o un caballo para que pueda pasear por los alrededores del rancho y por toda la zona del cráter; alquiler de carpas, si el turista desea puede pasar la noche totalmente compenetrado con la naturaleza, al pernoctar al aire libre en las instalaciones del rancho.

PERSONAL:

- El reclutamiento y selección del personal será tarea del Gerente General y del Administrador, quienes escogerán a la persona que más se acerque al perfil establecido en cada puesto de trabajo.

- Se proporcionará trabajo a los colaboradores considerando sus capacidades, y respetando los beneficios de ley que les corresponde.

- El horario de trabajo de los colaboradores es el siguiente:

Cuadro N°34
HORARIO DE TRABAJO DE LOS EMPLEADOS DEL RANCHO LA GUAJIRA

AREA/FUNCIONARIOS	HORARIO	TOTAL HORAS TRABAJADAS MES	TOTAL HORAS EXTRAS TRABAJADAS MES
SECRETARIA.			
Secretaria.	De lúnes a viernes de 8:00 a 17:00	160	
	(1 Hora de almuerzo)		
ADMINISTRACION			
Administrador	De lúnes a viernes de 8:00 a 18:00	160	
	Los sábados laborará en el horario de 9:00 a 17:00		48
	(1 Hora de almuerzo)		
RECEPCION			
Recepcionista 1	De lúnes a viernes de 7:00 a 15:30	160	
Recepcionista 2	De lúnes a viernes de 15:30 a 24:00	160	
	Un fin de semana cada quince días, sábados y domingos en el horario de 8:00 a 18:00		36
	*El horario de lúnes a viernes es rotativo.		
	(Entre semana 1/2 hora de almuerzo o cena y los fines de semana 1 hora para el almuerzo)		
GUIAS			
Guia 1	Cumplirán la exigencia del tour programado en base al itinerario escogido previamente por los turistas		
Guia 2	Cumplirán la exigencia del tour programado en base al itinerario escogido previamente por los turistas		
AREA DE COCINA			
Chef supervisor	De lunes a viernes de 7:00 a 15:30	160	
	Un fin de semana cada quince días, sábados y domingos en el horario de 8:00 a 16:00		28
	(Entre semana 1/2 hora de almuerzo y los fines de semana 1 hora)		
Chef junior	De lunes a viernes de 15:30 a 24:00	160	
	Un fin de semana cada quince días, sábados y domingos en el horario de 8:00 a 16:00		28
	(Entre semana 1/2 hora de cena y los fines de semana 1 hora para el almuerzo)		
MESEROS			
Mesero 1	De lunes a viernes de 7:00 a 15:30	160	
Mesero 2	De lunes a viernes de 15:30 a 24:00	160	
	Un fin de semana cada quince días, sábados y domingos en el horario de 8:00 a 16:00		28
	*El horario de lunes a viernes es rotativo.		
	(Entre semana 1/2 hora de almuerzo o cena y los fines de semana 1 hora para el almuerzo)		
CAMARERAS DE LIMPIEZA			
Mesera 1	De lunes a viernes de 7:00 a 15:30	160	
Mesera 2	De lunes a viernes de 15:30 a 24:00	160	
	Un fin de semana cada quince días, sábados y domingos en el horario de 8:00 a 16:00		28
	*El horario de lunes a viernes es rotativo.		
	(Entre semana 1/2 hora de almuerzo o cena y los fines de semana 1 hora para el almuerzo)		
CONSERJE			
Conserje	De lunes a viernes de 7:00 a 18:00	160	
	Un sábado libre cada quince dias, y el resto de días de fin de semana tiene el horario de 8:00 a 17:00		88
	(1/2 Hora de almuerzo)		
TRANSPORTE			
Chofer	Por la mañana a las 6:00 am recojerá a los empleados desde el Monumento en la Mitad del Mundo hasta las instalaciones del rancho		
	A media tarde 15:30 llevará a los empleados que culminen su turno en el rancho a la Ciudad Mitad del Mundo		
	Por la noche 12:00 pm llevará a los empleados que culminen su turno en el rancho a sus hogares		
	El trabajo es de lunes a domingo debido a su actividad		

Fuente: Estudio de mercado del proyecto
Elaboración: El autor.

- Los colaboradores deberán ser puntuales en su horario, para lo cual deberán registrarse en recepción a la hora de entrada y salida, en caso de irrespetar este horario se realizará el respectivo descuento.

- El personal deberá utilizar el uniforme del rancho durante sus labores.

- El desempeño del personal será evaluado cada tres meses por el Gerente General y el Administrador del rancho, considerando que dicha periocidad de evaluación es prudente para cerciorarse de que las actividades laborales se estén efectuando satisfactoriamente y para tomar acciones en caso de que exista algún inconveniente, excepto casos que requieran de una decisión inmediata.

- Después del reclutamiento y selección, los profesionales serán puestos a prueba mediante la ejecución de sus funciones en el rancho.

FINANZAS.

- Un porcentaje de las utilidades que se generen durante los primeros años del rancho se destinarán a su ampliación, se considerará un valor del 10% inicialmente de dichas utilidades.

- La obtención de recursos externos para el financiamiento del rancho no excederá el 25% del total de la inversión.

- El dinero recaudado diariamente por concepto de ingresos por el pago de los diversos paquetes turísticos escogidos por los turistas, se depositarán al día siguiente en la cuenta bancaria del rancho.

- El Rancho La Guajira mantendrá una reserva legal del 15% para compensar pérdidas que se puedan generar en un futuro.

- El pago de sueldos y salarios se realizará el día primero de cada mes, comisiones y horas extras se cancelarán el 15 de cada mes.

COMPRAS.

- La adquisición de los diversos insumos que se requieren para el funcionamiento del rancho, se realizarán mensualmente con la finalidad de obtener descuentos por el volumen de compras.

- Siempre que sea posible, los pagos de las compras se realizarán en efectivo para evitar recargos y aprovechar los descuentos.

- El administrador del rancho y el chef deberán llevar el control de los diversos bienes e insumos que requiere el funcionamiento del rancho, para conjuntamente realizar las órdenes de requisiciones de nuevos materiales y suministros.

- El Gerente General en coordinación con el Administrador del rancho realizarán quincenalmente un control a los proveedores, para ello se medirán factores tales como:

- Tiempo de entrega de los insumos requeridos
- Calidad y precio de los insumos requeridos
- La forma de pago y posibilidades de pago que ofrezcan los proveedores

3.1.8 VALORES QUE IDENTIFICAN AL RANCHO LA GUAJIRA

- Honestidad: el trabajo debe ser íntegro, se brindará por parte del funcionario del rancho el mayor esfuerzo para lograr que la visita del turista al establecimiento sea una experiencia inolvidable, a un precio justo.

- Lealtad: el personal se debe sentir identificado con el rancho, de tal manera que esté interesado en su crecimiento.

- Higiene: los servicios se realizarán bajo estrictas normas de higiene, proporcionando al turista la seguridad de que el hospedaje en el rancho no será un medio de transmisión de enfermedades.

- Respeto: el personal mantendrá respeto hacia los turistas, los compañeros de labores y el trabajo que se realiza.

- Competitividad: brindar servicios de calidad, optimizando los recursos, con la finalidad de que el rancho se posicione como líder en el turismo de aventura para el segmento de mercado seleccionado.

- Calidad: el personal entregará lo mejor de sí para que los turistas obtengan un servicio de primera.

3.2 MARCO LEGAL

Se pretende determinar cómo la normativa legal vigente afecta a los beneficios y costos del proyecto, pues el Ecuador cuenta con un ordenamiento jurídico fijado por su constitución política, leyes, reglamentos, decretos que pueden afectar directa o indirectamente al rancho.

3.2.1. OBJETIVOS

Objetivo General:

Establecer el marco legal para el funcionamiento del Rancho La Guajira.

Objetivos Específicos:

- Identificar el proceso a seguir para la constitución legal del Rancho La Guajira.
- Conocer los permisos de funcionamiento necesarios establecidos por la Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR) para establecimientos hoteleros con las características del Rancho La Guajira. Esto último se realizará mediante una investigación de campo y también por medio del acceso a las páginas web de las diversas instituciones a las cuales el Rancho La Guajira debe suscribirse, instituciones tales como:
- Superintendencia de Compañías

- Cámara provincial de turismo: CAPTUR (Cámara de Turismo de Pichincha)
- Servicio de Rentas Internas: SRI

3.2.2 CONSTITUCIÓN LEGAL DEL RANCHO LA GUAJIRA

El primer requisito para el funcionamiento del Rancho La Guajira es la constitución legal del establecimiento turístico, la cual se realizará frente a notario público y con la presencia de todos los socios del rancho.

El Rancho La Guajira se constituirá como Compañía de Responsabilidad Limitada y contará con tres socios.

La Ley de Compañías define a La Compañía de Responsabilidad Limitada de la siguiente manera: "es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura."[23]

3.2.2.1 ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA CONSTITUCIÓN DEL RANCHO LA GUAJIRA

Razón Social.

La empresa, o rancho turístico en este caso, se denominará "Rancho La Guajira Cía. Ltda." y su nombre comercial "Rancho La Guajira".

Objeto Social.

Prestación de servicios hoteleros de turismo de aventura en el Rancho La Guajira, en el sector del Cráter del Pululahua, en el cantón Quito, provincia de Pichincha.
El Capital Social.

[23] Ley de Compañías. Sección V. De la Compañía de Responsabilidad Limitada. Art. 92.

El Rancho La Guajira contará con tres socios, uno aportará con $30.000 (valor comercial del terreno) y los dos restantes aportarán con $32.830,38 cada uno, por lo que el capital social será de USD 95.660,76, que representa el 77.89 de la inversión inicial.

Cuadro N°35
CAPITAL SOCIAL
RANCHO LA GUAJIRA

SOCIO	CANTIDAD ($)	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Sr. Guillermo Monzón	$30.000,00	24%
Sr. Fernando Cevallos	$32.830,38	27%
Sra. Esthela Cevallos	$32.830,38	27%
TOTALES	$95.660,76	78%

Elaboración: El autor.

Domicilio Social.

El domicilio del Rancho La Guajira será la ciudad de Quito, en la parroquia La Mariscal, calle Versalles S/N y 18 de Septiembre (esquina), sin perjuicio, de agencias y sucursales que se puedan establecer en el país en el futuro, ésta será la oficina matriz del Rancho La Guajira, puesto que aquí se encuentra la Gerencia General; sin embrago, el rancho propiamente dicho se encuentra en la Reserva Geobotánica del Cráter del Pululahua, ubicada al noroccidente de San Antonio de Pichincha, a 23 kilómetros de la ciudad de Quito, limitada al norte por el río Guayllabamba; al sur, las poblaciones de Calacalí y Caspigasi del Carmen; al este, el cerro Sincholagua, la loma El Lavadero y la quebrada Aguacatal; y al oeste, el río Blanco y la quebrada de Playa.

3.2.2.2 REQUISITOS DE FORMA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

1. Aprobación del nombre (Superintendencia de Compañías)
2. Redacción de los estatutos (escritura), y presentación a la Superintendencia de Compañías
3. Abrir Cuenta de Integración de Capital
4. Resolución de aprobación del Intendente de Compañías

5. Publicación del Extracto en el periódico de mayor circulación: una sola vez (tamaño 12 cm. x 15 cm.)
6. Ingreso de recorte extracto a la Secretaría de la Superintendencia de Compañías, que entrega:
- Resolución de Aprobación (cinco copias)
- Escritura de Constitución
7. Notaría: razones de marginación
8. Registro Mercantil:
- Ingreso de escrituras
- Formulario para municipio
9. Municipio:
- Formularios de datos de Compañía
- Pago de patente
- Certificado de exoneración de un año (con patente)
10. Registro Mercantil: pago de tasa (Se encuentra inscrita la compañía)
11. Redacción del Acta de la Junta General de Socios que nombra Gerente y Presidente
12. Registro Mercantil:
- Acta de Junta General de Socios
- Inscripción de Nombramientos
13. Municipio: Pago de impuestos de registro
14. Registro Mercantil: pago de derecho de registro
15. Superintendencia de Compañías:
- Escrituras inscritas en el Registro Mercantil
- Nombramientos inscritos
- Oficio al Banco para facultar movimiento de recursos
16. Servicio de Rentas Internas:
- Certificado Legal de existencia de la Superintendencia de Compañías
- Copia de la Escritura
- Nombramiento de Gerente
- Copia de cédula y papeleta de votación (gerente)
- Comprobante de pago (agua potable, energía eléctrica y servicio telefónico)
- Dirección de la Compañía
- Entrega Registro Único de Contribuyentes (faculta hacer facturas)

3.2.2.3 **INSCRIPCIÓN EN LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO**

Es obligación de la empresa afiliarse a la Cámara de Turismo de Pichincha, CAPTUR.

Para los establecimientos hoteleros corresponde afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo del domicilio principal de la empresa; en caso de no existir Cámara en su localidad deberá afiliarse a la matriz que se encuentra en la provincia de Pichincha, ciudad de Quito.

Requisitos:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal de la empresa.
- Copia de la última papeleta de votación del representante legal de la empresa
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento).
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil. (formulario del ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos, firmado baja la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

3.2.2.4 **NORMATIVIDAD***

NORMATIVA SANITARIA TÉCNICA Y COMERCIAL:

BASE LEGAL, DE LA NATURALEZA Y CLASES DE ALOJAMIENTO HOTELERO SEGÚN EL REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR.
Según el Art. 1. Son establecimiento de alojamiento los dedicados de modo habitual mediante precio a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

Según el Art. 2 La categoría de los establecimientos hoteleros se determinará por medio del distintivo de la estrella, se clasificará igualmente por la estrella en atención a las características, calidad de sus instalaciones y por los servicios que presten de la siguiente manera:

* Vademécum 1996 o Normativa Legal y Reglamentaria. Establecimientos Turísticos – Ministerio de Turismo. DEPARTAMENTO PLANIFICACIÓN.

CABAÑAS (DE 3 A 1 ESTRELLAS PLATEADAS).

Según el Art. 3. CABAÑAS.- Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por sus construcciones decorativas están acordes con la zona de ubicación y cuya capacidad no sea menor de 6 cabañas.

Según el Art. 4.- 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 corno las estrellas que indiquen su categoría.

La Dirección Nacional de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pacto de su valor.

Según el Art. 5.- La nomenclatura que se usará para los establecimientos hoteleros tipo cabañas es de Primera Categoría, CAPTUR.

Según el Art. 6.- En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentos de los establecimientos deberán indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Según el Art. 7.- Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le corresponden por su grupo y subgrupo ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Según el Art. 8.- Toda modificación en la estructura características o sistemas de administración de los establecimientos que pueda afectar a su clasificación deberá ser modificada previamente para su aprobación a la Dirección Nacional de Turismo o Direcciones Regionales.

Según el Art. 9.- De la clasificación otorgada por la Dirección Nacional de Turismo, los establecimientos que presten servicios de alojamiento podrán recurrir a través de su respectiva Asociación ante el Ministerio de Industrias Comercio e Integración en el término de 15 días.

AUTORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.

Según el Art.10.- Para la autorización de los proyectos de establecimientos de alojamiento hotelero a construirse con posterioridad a la vigencia del presente Reglamento deberá presentarse la siguiente documentación:

1. Antecedentes de la Empresa y de los empresarios a promotores.
2. Proyectos de inversión y Financiamiento.
3. Anteproyecto 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 revisarlo y a dar visto bueno. De no cumplirse con este requisito los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades.

3.2.2.5 **PATENTE MUNICIPAL**

El Municipio de la localidad otorga un permiso a la empresa en base a sus activos, que se renueva cada año en función al crecimiento de los activos.

3.2.2.6 **PERMISO SANITARIO**

Se lo obtiene en la Dirección de Higiene del Municipio y se entregará en dos días laborables previa presentación de los siguientes requisitos:

1. Solicitud de inspección.
2. Copia de la Patente Municipal actualizada.
3. Copia de la Hoja de inscripción al R.U.C.
4. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
5. Copia de certificados de salud de los empleados que laboran en la empresa.

3.2.2.7 **IMPUESTO A LA SOCIEDAD DE AUTORES Y COMPOSITORES ECUATORIANOS SAYCE**

Se presentará el Registro Único de Contribuyentes, copia de la cédula de identidad del propietario y la categorización dada por CETUR. Este impuesto se paga anualmente según la categoría del establecimiento y la capacidad de alojamiento.

3.2.2.8 **IMPUESTO A LOS BOMBEROS**

Se presentará una solicitud de inspección dirigida al Primer Jefe del Cuerpo de Bomberos de su localidad. La secretaria de dicha institución señalará la fecha de inspección de la empresa luego de ser realizada la inspección se presenta el informe

y se pagará el impuesto correspondiente de acuerdo a la categoría del establecimiento.

Finalmente se recibe un certificado de inspección y pago que debe realizar anualmente la empresa.

3.2.2.9 **PERMISO DE LA INTENDENCIA DE POLICÍA**

Para solicitar el permiso se debe presentar los siguientes requisitos:

1. Registro Único de Contribuyentes.
2. Copia de la cédula de identidad.
3. Certificado de Propiedad o de Arrendamiento.

En caso de no tener R.U.C. se presentará únicamente la cédula del propietario y el mencionado certificado consiguiendo así un permiso provisional que le permitirá al establecimiento iniciar su actividad, caso contrario la Intendencia de Policía lo clausura.

3.2.3 **PERMISO PARA OBTENER EL REGISTRO Y LA LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

La Corporación Ecuatoriana de Turismo proporciona una solicitud de registro y a ésta se debe adjuntar lo siguiente:

1. Copia certificada de la Escritura Pública de Constitución.
2. Nombramiento del Representante Legal debidamente inscrito en e! Registro Mercantil, tratándose de persona jurídica.
3. Copia de Registro Único de contribuyentes RU.C.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Lista de precios firmado por el interesado.
6. Copia del contrato de compra - venta del negocio tratándose de cambio de propietario con la autorización de utilización de razón social.
7. Copia del título de Propiedad o contrato de Arrendamiento (registrado).

8. Certificado de Propiedad Industrial si es que no se encuentra registrada la razón social.

3.2.4 PRESTACIÓN DE SERVICIOS HOTELEROS EN LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN SU CATEGORÍA.[24]

Para la categorización y control de las actividades turísticas la Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR, establece lo siguiente:

PARA EL ALOJAMIENTO.

En referencia a las instalaciones y servicios que presten los hoteles se clasificarán en las categorías:

- Cinco estrellas (Lujo).
- Cuatro estrellas (Primera).
- Tres estrellas (Segunda).
- Dos estrellas (Tercera).
- Una estrella (Cuarta).

HOTEL DE LUJO (5 ESTRELLAS):

- Deberá tener un mínimo de 30 habitaciones.
- Hall de entrada.
- Comedores, cafetería (el servicio de comida y bebidas a las habitaciones será permanente diurno y nocturno room - service).
- Recepción y consejería: Jefe de Recepción, primer conserje, portero exterior, ascensorista, mozos de equipaje, botones y mensajeros.
- Servicio médico.
- Servicio telefónico en las habitaciones.
- Servicio de pisos a cargo de una Ama de Llaves y una camarera para cada doce habitaciones.

[24] VADEMÉCUM. 1996. NORMATIVA REGLAMENTARIA PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO. DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN.

- Servicio de comedor atendido por el Maitre, capitán de meseros y el respectivo personal de meseros acorde con el requerimiento del establecimiento.
- Estacionamiento.
- Salas de fiestas.
- Tiendas.
- Incineradores y depósitos de basura.
- El personal del hotel deberá mostrar su capacidad profesional mediante título o certificado o por comprobación de los servicios de la Dirección de Turismo, y en su mayoría poseerá además del español, dos idiomas más, uno de los cuales deberá ser el inglés.

HOTEL DE PRIMERA (4 ESTRELLAS):

- Deberán prestar el servicio de recepción y consejería.
- Hall de entrada.
- Salas de fiestas.
- Servicio médico.
- Servicio telefónico.
- Restaurante, cafetería (servicio a las habitaciones).
- Lavandería.
- Servicio de pisos.
- Incineradores y depósitos de basura.
- Tiendas.
- El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones funcionará entre las 6:00 y las 22:00. Los Jefes de comedores y recepcionistas hablarán inglés además del español.

HOTEL DE SEGUNDA CATEGORÍA (3 ESTRELLAS):

- Deberán prestar el servicio de recepción y conserjería.
- Estacionamiento.
- Hall de entrada.
- Sala de fiestas.
- Servicio telefónico.

- Servicio de primeros auxilios.
- Restaurante.
- Lavandería.
- Servicio de pisos.
- Incineradores y depósitos de basura.
- Los servicios de comidas y bebidas operan entre las 6:00 y las 21:00 horas. Los Jefes de comedores y recepcionistas hablarán inglés además del español.

HOTEL DE TERCERA CATEGORÍA (2 ESTRELLAS)

- Estacionamiento.
- Hall de entrada.
- Servicio telefónico.
- Servicio de recepción.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Servicio de pisos.
- Restaurante.
- Lavandería.
- Incineradores y depósitos de basura.
- El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones funcionará entre las 6:00 y las 20:00.

HOTEL DE CUARTA CATEGORÍA (1 ESTRELLAS):

- Hall de entrada.
- Teléfono público.
- Servicio de pisos.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Restaurante.
- Incinerador o depósito de basura.
- No es obligatorio que el comedor sea atendido por el Jefe de comedor. Ni es obligación el servicio de alimentos y bebidas en las habitaciones.

HOTELES APARTAMENTOS:

- Un mínimo de 30 apartamentos.
- Se clasifican en: primera, segunda, tercera y cuarta categoría.
- Prestar servicios igual que hoteles de su categoría, excepto servicios de restaurante, servicio a las habitaciones, deberá acatar las disposiciones siguientes:
- Funcionar en edificios diseñados específicamente para este tipo de servicios.
- Deberá contar el establecimiento con servicio de conserjería.
- La tarifa por uso de los Apartamentos será liquidada por día, semana o mes, la misma que incluye el servicio de limpieza por parte del establecimiento.

HOSTALES, RESIDENCIAS Y PENSIONES:

- Se clasifican en: primera, segunda y tercera categoría.
- Hostales y Residencias:
- Deberán tener entre 12 a 20 habitaciones.
- Servicio de recepción.
- Servicio de pisos.
- Botiquín de primeros auxilios.
- En si deben reunir los servicios que correspondan a su respectiva categoría.

PENSIONES:

- Deben tener entre 6 a 11 habitaciones.
- Servicio de restaurante.
- Servicio de pisos.
- Botiquín de primeros auxilios.

CABAÑAS:

De acuerdo a las instalaciones y servicios que presten se clasifican en tres, dos y una estrella que corresponden a la primera, segunda y tercera categoría respectivamente.

- CABAÑAS DE TRES ESTRELLAS (PRIMERA CATEGORÍA):

- "Servicio de recepción las 24 horas del día atendido por personal bilingüe.
- Restaurante.
- Servicio de pisos.
- Mozos de equipaje, botones y mensajeros.
- Servicio de primeros auxilios.
- Central telefónica móvil - convencional para llamadas locales e interprovinciales."

El Rancho La Guajira debido a sus características es un centro de cabañas de primera clase (tres estrellas):

- Posee servicio de restaurante, recepción y bar las 24 horas del día, durante los 365 días del año.
- El servicio de limpieza a las cabañas se brinda durante las 24 horas del día, los 365 días del año.
- En recepción se tiene servicio de Walkie-Talkie y telefonía celular durante las 24 horas del día.

3.2.5 COSTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Cuadro N°36
COSTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Honorarios de abogado	1	500,00	500,00
Gastos de notaria	1	80,00	80,00
Aprobación del nombre (Superintendencia de Compañías)	1	30,00	30,00
Cuenta de integración de capital (PRODUBANCO)	1	400,00	400,00
Trámites en Registro Mercantil	1	60,00	60,00
Trámites en Municipio (patente, impuestos)	1	20,00	20,00
Trámites en SRI (Servicio de Rentas Internas)	1	5,00	5,00
Inscripción en la Cámara Provincial de Turismo	1	60,00	60,00
Permiso Sanitario (Dirección de Higiene del Municipio)	1	4,00	4,00
Impuesto a la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos SAYCE	1	32,00	32,00

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Impuesto a los Bomberos	1	10,00	10,00
Permiso de la Intendencia de Policía	1	15,00	15,00
Licencia Anual de Funcionamiento (Corporación Ecuatoriana de Turismo)	1	120,00	120,00
TOTAL			1.336,00

Fuente: Investigación de Campo, Entrevista Ab. Galo Yépez, y consultas en el Ministerio de Salud, Intendencia de Policía Y Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR.

Elaboración: El autor.

CAPÍTULO IV
ESTUDIO FINANCIERO

4.1 **OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

Objetivo General

Conocer la inversión que se requiere para crear un rancho turístico dedicado al turismo de aventura en la región del cráter del Pululahua; estimar el tiempo de retorno del dinero invertido en el proyecto.

Objetivos Específicos

- Determinar la fuente de financiamiento que se requiere para la implantación del Rancho La Guajira, ubicado en la región del cráter del Pululahua.

- Aplicar las variables de evaluación financiera como el VAN (Valor Actual Neto), el TIR (Tasa Interna de Retorno), para establecer la situación financiera del Rancho La Guajira en la región del cráter del Pululahua.

4.2 **GENERALIDADES**

El estudio financiero de este proyecto permitirá conocer la inversión que se requiere para la implementación del rancho turístico y los costos operativos indispensables para el funcionamiento de dicho centro turístico. El estudio financiero, señalará las necesidades totales de capital para las inversiones, permitirá estimar la rentabilidad que el negocio generará, además permitirá evaluar el proyecto mediante diversos indicadores de evaluación como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, entre otros.

4.3 **PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**

El presupuesto de inversión determina los desembolsos que se realizarán por diversos conceptos como la infraestructura, maquinaria y equipos, gastos constitución y otros; los cuales permitirán la ejecución del proyecto.

4.3.1 **DETERMINACIÓN DE COSTOS DE INVERSIÓN**

Los costos de inversión comprenden todos los desembolsos necesarios a realizar previa la ejecución del proyecto, intervienen tres factores básicos como: activos fijos que son todos los bienes tangibles sujetos a depreciación, los activos intangibles son aquellos bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa sujetos a amortizaciones, y el capital de trabajo.

A continuación se indica los rubros que intervienen en cada uno de factores mencionados que determinarán la inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto. Además se considerará una cuenta llamada imprevistos que tendrá un porcentaje del 10% del total de la inversión.

4.3.2 **PLAN DE INVERSIONES ACTIVOS FIJOS**

El capítulo de inversiones del Proyecto Turístico Rancho La Guajira corresponde a la inversión que en forma de capital requiere el proyecto turístico para materializarse y de esta manera poder realizar sus operaciones.

El proyecto turístico ha permitido agrupar su presupuesto en cuatro apartados específicos como son:

- Construcciones
- Mobiliario y decoración
- Proyecto de factibilidad
- Imprevistos

En el plan de inversiones del proyecto turístico se establecen los recursos financieros que se necesitan para la etapa de funcionamiento del proyecto turístico, también llamado capital de trabajo o de operación, mismo que es vital para la operación inicial del proyecto turístico y su adecuado funcionamiento, como se detalla continuación:

- COSTEO DE LAS OBRAS.

Los costos de construcción del proyecto turístico han sido proporcionados por el Arquitecto Nicolás Mena, el cual presta sus servicios profesionales en el Consejo Provincial de Pichincha, quien colabora con la cotización de las diferentes áreas del proyecto. Hay que destacar que se consideran las condiciones de los activos fijos, como en el caso concreto de la construcción es de 20 años de vida útil, con un porcentaje del 3% de mantenimiento y un 2% que constituye el porcentaje de seguros.

Cuadro N°37
OBRA FÍSICA
PARA EL RANCHO

RANCHO LA GUAJIRA						
DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	AREA	UNIDADES	TOTAL CONSTRUCCION (m2)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cabaña simple	m^2	25	6	150	70	10.500
Cabaña doble	m^2	30	2	60	70	4.200
TOTAL	m^2	55	8	210 m2		14.700

Fuente: Arq. Nicolás Mena
Elaboración: El autor.

Cuadro N°38
INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA

RUBRO	**COSTO UNITARIO USD**	**COSTO TOTAL USD**
Fontanería	2.000	2.000
Divisiones	1.500	1.500
Arreglos de infraestructura	3.000	3.000
Accesorios de baños	1.500	1.500
COSTO TOTAL EN INFRAESTRUCTURA		**8.000**

Fuente: Arq. Nicolás Mena
Elaboración: El autor.

- COSTEO DEL TERRENO DEL PROYECTO TURÍSTICO.

La extensión del terreno prevista es de 12 hectáreas, cuyo precio por hectárea es de 2.500 USD., dando un presupuesto de costo de 30.000 USD.; dicho valor es referencial para el cálculo del patrimonio de la empresa, puesto que el terreno ha sido cedido por uno de los accionistas del Rancho La Guajira; el rancho también tiene una vida útil de 20 años, esto último según los clásicos criterios contables, mas de acuerdo a la LORTI (Ley Organica de Regimen Tributario Interno, artículo 24) los terrenos no sufren depreciación sino que van ganando plusvalia a traves de los años; se considera también un porcentaje del 3% de mantenimiento y un 2% que constituye el porcentaje de seguros.

Cuadro N°39
COSTO DEL TERRENO DEL PROYECTO TURÍSTICO

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	AREA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
			(m2)	
Terreno en el Cráter del Pululahua	hectárea	12 hectáreas	2.500	30.000

Elaboración: El autor.

- MOBILIARIO Y DECORACIÓN PARA EL PROYECTO TURÍSTICO

El mobiliario y decoración para el proyecto turístico es de vital importancia por cuanto su categoría de primera clase así lo requiere, se ha dado mucha importancia al diseño lo cual es factor importante para la penetración en el mercado; hay que destacar que las condiciones de los activos fijos en este caso de mobiliario y decoración es de 10 años vida útil (de acuerdo a la LORTI), con un porcentaje del 3% de mantenimiento mensual y un 2% que constituye el porcentaje de seguros.[25]

[25] Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI)
www.sri.gov.ec

Cuadro N°40
INVERSIÓN EN MUEBLES Y EQUIPOS
(CABAÑAS SIMPLES Y DOBLES)

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Literas	18	160	2.880
Muebles de dormitorio (armarios)	8	90	720
Muebles de cocina (taburetes)	8	45	360
Televisiones	8	180	1.440
DVD´S	8	80	640
Cocinas	8	40	320
TOTAL			6.360

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°41
INVERSIÓN EN MUEBLES
Y EQUIPOS. (CABAÑA CENTRAL)

PISO/ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PLANTA BAJA				
Recepción	Archivador	1	80	80
	Escritorio	1	110	110
	Sillas	4	24	96
			Sub-total	286
Oficina de administración	Archivador	1	80	80
	Escritorio	2	110	220
	Sillas	3	24	72
			Sub-total	372
Comedor	Mesas grandes	2	260	520
	Mesas pequeñas	6	140	840
	Sillas	40	24	960
			Sub-total	2.320
Salón de juegos	Mesas de pin-pon	1	90	90
	Mesas de billar	2	350	700
	Mesas de naipe	1	150	150
	Sillas	10	24	240
			Sub-total	1.180
Bar	Mueble de bar	1	330	330
	Mesas	4	140	560
	Sillas	22	24	528
			Sub-total	1.418
			Sub-total Piso 1	5.576
PISO 1				
Sala de reuniones	Escritorios grandes	6	220	1.320
	Escritorio individual	1	110	110
	Sillas	36	24	864
	Pizarra	1	65	65

PISO/ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Proyector de computadora	1	1200	1.200
			Sub-total	3.559
Sala de televisión	Sillones	3	340	1.020
	Mesa central	1	120	120
	Sillas	6	24	144
	Modulo de televisión	1	210	210
			Sub-total	1.494
			Sub-total Piso 2	5.053
TOTAL				10.629

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

- EQUIPO DE OFICINA.

Las condiciones de los activos fijos en este caso de equipo de oficina es de 10 años de vida útil (de acuerdo a la LORTI), con un porcentaje del 3% de mantenimiento mensual y un 2% que constituye el porcentaje de seguros.

Cuadro N°42
INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	OFICINA QUITO			RANCHO: CABAÑA CENTRAL		
	COSTO	CANTIDAD	SUBTOTAL 1	CANTIDAD	SUBTOTAL 2	TOTAL
Teléfonos de escritorio	25	2	50	0	0	50
Teléfonos celulares	110	2	220	2	220	440
Televisiones	180	1	180	1	180	360
Dvd	80	1	80	1	80	160
Calculadoras	15	3	45	3	45	90
Caja fuerte	600	1	600	0	0	600
Fax	150	1	150	0	0	150
TOTAL						**1.850**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

- EQUIPO DE COMPUTACIÓN.

Las condiciones de los activos fijos en este caso de equipo de computación es de 3.33 años de vida útil (de acuerdo a la LORTI), con un porcentaje del 3% de mantenimiento mensual y un 2% que constituye el porcentaje de seguros.

Cuadro N°43
INVERSIÓN EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	OFICINA QUITO			RANCHO: CABAÑA CENTRAL			
	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	SUBTOTAL 1	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL 2	TOTAL
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	400	3	1.200	3	400	1.200	2.400
COMPUTADORAS PORTATILES	800	1	800	0	0	0	800
TOTAL							**3.200**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

- IMPLEMENTOS ADICIONALES.

Las condiciones de los activos fijos en este caso de los implementos adicionales requeridos para llevar a cabo las diversas actividades en el rancho es de 10 años de vida útil (de acuerdo a la LORTI), con un porcentaje del 3% de mantenimiento mensual y un 2% que constituye el porcentaje de seguros.

Cuadro N°44
INVERSIÓN EN IMPLEMENTOS ADICIONALES Y EQUIPO DE OPERACIONES DE TURISMO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kits de raquetas y pelotas de ping pong	10	9	90
Tacos de billar	10	45	450
Juego de pelotas de billar	4	30	120
Espejos	20	10	200
Adornos	40	10	400
Suministros de limpieza	20	15	300
Suministros de oficina	10	30	300
Películas de DVD	20	2	40
Juego de toallas	50	12	600
Cobijas, almohadas, sabanas	60	30	1.800
Carpas	5	90	450
Linternas	24	8	192
Equipo de walky-talky	3	120	360
Bicicletas	10	140	1.400
Kit de menaje de excursión	3	35	105
Juego de utensilios de excursión	24	10	240
Kit de instrumentos varios (navaja, rompevientos, etc)	24	45	1.080
TOTAL			**8.127**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°45
PLATERÍA Y CRISTALERÍA DEL PROYECTO:
ÁREA DE RESTAURANTE, BAR Y AUDITORIO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
VAJILLA BLANCA			
Plato base	60	2,67	160,20
Plato postre	60	1,86	111,60
Plato pan	60	1,80	108,00
Cebichero	60	0,65	39,00
Plato hondo	60	2,37	142,20
Taza	60	1,26	75,60
Plato de taza	60	1,20	72,00
Taza tinto	60	1,50	90,00
Plato de taza tinto	60	1,25	75,00
VAJILLA MODELO RECEPCIÓN			
Plato base	50	2,67	133,50
Plato postre	50	1,86	93,00
Plato pan	50	1,80	90,00
Cebichero	50	0,65	32,50
Plato hondo	50	2,37	118,50
Taza	50	1,26	63,00
Plato de taza	50	1,20	60,00
Taza tinto	50	1,50	75,00
Plato de taza tinto	50	1,25	62,50
COPAS MODELO RECEPCIÓN			
Copa flauta	50	1,40	70,00
Copa gran vino	50	1,56	78,00
Copa de agua	50	1,37	68,50
Copa vino tinto	50	1,31	65,50
Copa vino blanco	50	1,20	60,00
Copa crema	50	1,10	55,00
VASO LABRADO ALEMÁN			
Vaso alto 30lt	50	1,95	97,50
Vaso alto 28lt	50	1,89	94,50
SET DE CUBIERTOS			
Cuchillos	100	1,25	125,00
Tenedor	100	1,50	150,00
Cuchara sopera	100	1,20	120,00
Cucharita	100	0,90	90,00
Tenedor de postre	100	0,80	80,00
Trinche grande carnes	12	2,04	24,48
Charol labrado alemán 50 cm	12	7,39	88,68
Bandeja oval llano alemas 45cm	8	6,15	49,20
Bandeja oval llano alemán 60.28cm	8	5,60	44,80
Salseras 10cl	5	7,40	37,00
Coltera alemana	5	10,24	51,20
Olla 24 H acero inox	5	39,00	195,00
Olla 15 H acero inox	14	7,40	103,60
Salsera 12cl	5	9,20	46,00

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Salsera 11cl	5	13,00	65,00
Cocinero equipado	15	40,00	600,00
Florero labrado alemán	15	1,16	17,40
TOTAL LENCERÍA Y CRISTALERÍA			**4077,96**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

- OTROS EQUIPOS DEL PROYECTO TURÍSTICO.

Se ha considerado como maquinaria a todos los instrumentos mecánicos adaptables, los mismos que serán imprescindibles para la producción del servicio directo a los clientes y en el funcionamiento general del centro turístico. Hay que destacar que las condiciones de la maquinaria del proyecto turístico son de 10 años de vida útil (de acuerdo a la LORTI), con un porcentaje del 3% de mantenimiento y 2% de seguros mensual.

Cuadro N°46
OTROS EQUIPOS DEL PROYECTO TURÍSTICO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tina de hidromasaje	1	1.500,00	1.500,00
Calefón para baño sauna	1	680,00	680,00
TOTAL MAQUINARIA			**2.180,00**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES

El plan de inversiones en activos intangibles está constituido por los gastos legales y de constitución de la empresa.

- GASTOS LEGALES Y DE CONSTITUCION.

Cuadro N°47
GASTOS LEGAL Y DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
Honorarios de abogado	500,00
Gastos de Notaría	80,00
Aprobación del nombre (Superintendencia de Compañías)	30,00
Cuenta de integración de capital (PRODUBANCO)	400,00

DETALLE	VALOR
Trámites en Registro Mercantil	60,00
Trámites en Municipio (patente, impuestos)	20,00
Trámites en SRI (Servicio de Rentas Internas)	5,00
Inscripción en la Cámara Provincial de Turismo	60,00
Permiso Sanitario (Dirección de Higiene del Municipio)	4,00
Impuesto a la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos SAYCE	32,00
Impuesto a los Bomberos	10,00
Permiso de la Intendencia de Policía	15,00
Licencia Anual de Funcionamiento (Corporación Ecuatoriana de Turismo)	120,00
TOTAL	**1.336,00**

Fuente: Investigación de Campo, Entrevista Ab. Galo Yépez, y consultas en el Ministerio de Salud, Intendencia de Policía y Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR.
Elaboración: El autor.

4.3.4 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Para el proyecto turístico se considera como capital de trabajo el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto, la mano de obra y los insumos; la mayor parte del capital del trabajo para el primer semestre de funcionamiento del rancho estará cubierto por el crédito a largo plazo.[26]

[26] BACA URBINA, Gabriel. "Evaluación de Proyectos". Cuarta edición. Editorial McGraw-Hill. México. 2001. Pág. 168.

Cuadro N°48
MANO DE OBRA
PRIMER SEMESTRE:
JULIO 2009 – DICIEMBRE 2009

CARGO	# EMPLEADOS	julio/diciembre 2009	enero/junio 2010	julio/diciembre 2010	enero/junio 2011	julio/diciembre 2011
Gerente General	1	6.000,00	6.129,60	6.262,00	6.397,26	6.535,44
Secretaria/Contadora	1	2.700,00	2.758,32	2.817,90	2.878,77	2.940,95
Administrador del rancho	1	3.600,00	3.677,76	3.757,20	3.838,36	3.921,26
Recepcionista/cajero	3	5.400,00	5.516,64	5.635,80	5.757,53	5.881,90
Chef Supervisor	1	3.600,00	3.677,76	3.757,20	3.838,36	3.921,26
Chef Junior	1	2.400,00	2.451,84	2.504,80	2.558,90	2.614,18
Meseros	2	3.360,00	3.432,58	3.506,72	3.582,46	3.659,85
Camareras de limpieza	2	3.360,00	3.432,58	3.506,72	3.582,46	3.659,85
Conserjes	1	1.680,00	1.716,29	1.753,36	1.791,23	1.829,92
Sueldos		32.100,00	32.793,36	33.501,70	34.225,33	34.964,60
Aporte del IESS		1.950,08	1.992,20	2.035,23	2.079,19	2.124,10
Fondos de reserva		0,00	0,00	1.395,35	1.425,49	1.456,28
Décimo Tercero		1.337,50	1.366,39	1.395,90	1.426,06	1.456,86
Décimo Cuarto		1.560,00	1.593,70	1.628,12	1.663,29	1.699,21
Vacaciones		0,00	0,00	697,95	713,03	728,43
TOTAL		36.947,58	37.745,64	40.654,25	41.532,38	42.429,48
TOTAL SUELDOS		**36.947,58**	**37.745,64**	**40.654,25**	**41.532,38**	**42.429,48**

Fuente: Ministerio de Trabajo
Elaboración: El autor

Cuadro N°49
INSUMOS*

ITEM	PRECIO UNITARIO	MENSUAL OFICINA			MENSUAL RANCHO				
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	TOTAL MENSUAL	SEMESTRE 1: JULIO 2009 - DICIEMBRE 2009
Limpieza								**404,60**	**2.427,60**
Escoba	1,50	1,00	1,50	1,50	4,00	6,00	24,00	25,50	153,00
Trapeador	2,20	1,00	2,20	2,20	4,00	8,80	35,20	37,40	224,40
Balde plástico	2,50	1,00	2,50	2,50	4,00	10,00	40,00	42,50	255,00
Detergente	1,20	2,00	2,40	4,80	8,00	9,60	76,80	81,60	489,60
Cloro	1,60	2,00	3,20	6,40	8,00	12,80	102,40	108,80	652,80
Esponjas	0,40	4,00	1,60	6,40	16,00	6,40	102,40	108,80	652,80
Kits suministros de oficina								**502,70**	**3.016,20**
Esferos	0,40	4,00	1,60	6,40	6,00	2,40	14,40	20,80	124,80
Lápices	0,30	4,00	1,20	4,80	6,00	1,80	10,80	15,60	93,60
Resaltadores	1,60	1,00	1,60	1,60	1,00	1,60	1,60	3,20	19,20
Tinta correctora	2,45	1,00	2,45	2,45	2,00	4,90	9,80	12,25	73,50
Borrador de lápiz	0,30	1,00	0,30	0,30	2,00	0,60	1,20	1,50	9,00
Sacapuntas	0,25	1,00	0,25	0,25	2,00	0,50	1,00	1,25	7,50
Grapadora	5,00	1,00	5,00	5,00	3,00	15,00	45,00	50,00	300,00
Perforadora	6,50	1,00	6,50	6,50	3,00	19,50	58,50	65,00	390,00
Caja de clips	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	6,00	18,00	20,00	120,00
Caja de grapas	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00	9,00	27,00	30,00	180,00
Caja de disquetes (10 unidades)	5,20	1,00	5,20	5,20	3,00	15,60	46,80	52,00	312,00
Cartucho de tinta negra (recarga)	2,50	1,00	2,50	2,50	2,00	5,00	10,00	12,50	75,00
Cartucho de tinta color (recarga)	4,50	1,00	4,50	4,50	2,00	9,00	18,00	22,50	135,00
Papel bond (resma)	4,80	1,00	4,80	4,80	3,00	14,40	43,20	48,00	288,00
Cinta adhesiva	1,80	1,00	1,80	1,80	3,00	5,40	16,20	18,00	108,00
Folders	3,30	1,00	3,30	3,30	6,00	19,80	118,80	122,10	732,60
Regla	0,80	1,00	0,80	0,80	3,00	2,40	7,20	8,00	48,00
Alimentos	1,69				2.730,00	4.613,70		**4.613,70**	**27.682,20**
Bebidas	0,84				1.456,00	1.223,04		**1.223,04**	**7.338,24**
Varios salón de juegos								**303,50**	**1.821,00**
Kit de billar (bolas + 4 tacos + 1 tiza)	140,00	0,00	0,00	0,00	1,00	140,00	140,00	140,00	840,00
Naipe	2,00	0,00	0,00	0,00	6,00	12,00	72,00	72,00	432,00
Kit de ping-pong (bolas + 2 raquetas + red)	14,00	0,00	0,00	0,00	2,00	28,00	56,00	56,00	336,00
Monopolio	12,00	0,00	0,00	0,00	1,00	12,00	12,00	12,00	72,00
Ajedrez	15,00	0,00	0,00	0,00	1,00	15,00	15,00	15,00	90,00
Juego piramidal de madera	8,50	0,00	0,00	0,00	1,00	8,50	8,50	8,50	51,00

ITEM	PRECIO UNITARIO	MENSUAL OFICINA			MENSUAL RANCHO				
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	TOTAL MENSUAL	SEMESTRE 1: JULIO 2009 - DICIEMBRE 2009
Varios cuarto de sauna							0,00	**298,00**	**1.788,00**
Escencia de olor (envase 40 gramos)	4,00	0,00	0,00	0,00	8,00	32,00	256,00	256,00	1.536,00
Manguera (4 metros)	10,00	0,00	0,00	0,00	1,00	10,00	10,00	10,00	60,00
Eucalipto (libra)	0,50	0,00	0,00	0,00	8,00	4,00	32,00	32,00	192,00
Varios sala de televisión							0,00	**60,00**	**360,00**
Pelicula (dvd)	1,50	0,00	0,00	0,00	20,00	3,00	60,00	60,00	360,00
TOTAL								6.498,24	**44.433,24**

Fuente: Investigación de campo, Cheff Carlos Caluquí
Elaboración: El autor.

* Para los alimentos se toma como referencia el Cuadro N°32 del Estudio Técnico: Programa de Producción Alojamiento – Restaurante, el cual indica que en el primer semestre de funcionamiento del rancho se comercializarán 16.380 menús (2.730 menús mensuales), dicho valor se multiplica por el valor de $3,28, valor que según la fuente de consulta del cheff Carlos Caluquí, es el costo que implicaría en promedio preparar un menú de desayuno, almuerzo y merienda (Cuadro N°68 del presente capítulo).

De igual manera para las bebidas se obtiene la cuarta parte de la cantidad de comensales mensuales según el Cuadro N°32 del Programa de Producción, lo que da un valor de 1.456 potenciales consumidores de bebidas alcohólicas en el rancho durante el primer semestre, este se multiplica por $3,10 que según el Cheff Carlos Caluquí, es el costo promedio de preparar una bebida alcohólica(Cuadro N°69 del presente capítulo) ; en el presente cuadro se refiere a los insumos a ser usados durante el primer semestre de funcionamiento del rancho turístico.

4.4 CUADRO RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Cuadro N°50*
INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

DETALLE	APORTE DE CAPITAL	INVERSIONES	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009
ACTIVOS FIJOS			
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
Obra física para el rancho		14.700,00	14.700,00
Infraestructura para el rancho		8.000,00	8.000,00
Inversión en muebles y equipos (cabañas simples y dobles)		6.360,00	6.360,00
Inversión en muebles y equipos (cabaña central)		10.629,00	10.629,00
Equipo de oficina		1.850,00	1.850,00
Equipo de computación		3.200,00	3.200,00
Implementos adicionales y equipo de operaciones de turismo		8.127,00	8.127,00
Platería y cristalería del proyecto		4.077,96	4.077,96
Otros equipos del proyecto turístico		2.180,00	2.180,00
Terreno	30.000,00	30.000,00	30.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		89.123,96	89.123,96
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			
Gastos legales y de constitución		1.336,00	1.336,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES		1.336,00	1.336,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Mano de obra		6.157,93	6.157,93
Insumos		15.036,80	15.036,80
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		21.194,73	21.194,73
SUB TOTAL		111.654,69	111.654,69
IMPREVISTOS Y COMISIONES (10%)		11.165,47	11.165,47
TOTAL	30.000,00	122.820,16	122.820,16

Elaboración: El autor.

El monto de inversión inicial es de $ 122.820,96, de los cuales los activos fijos ascienden a $ 89.123,96dólares, los activos fijos intangibles ascienden a 1.336,00, el valor del capital de trabajo que se requiere durante el primer mes de funcionamiento del rancho es de $ 21.194,73, valor que incluye: materia prima, insumos y mano de obra; además está incluido un rubro de imprevistos con un porcentaje del 10% de la inversión, que asciende a $ 11.165,47.

De ahí que el capital por parte de los socios es de $ 95.660,76, que se constituye tanto de las aportaciones en dinero ($65.660,76), como del activo físico del terreno ($30.000), por tanto el préstamo requerido para cubrir la inversión será de $ 27.159,40 dólares. Este dinero se adquirirá mediante un crédito en el Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés vigente del 9.25% anual; a cinco años plazo. [27]

* En el cuadro N°50 se incluye el rubro de comisiones a las que tienen derecho los guías del rancho turístico, y que en el primer mes de funcionamiento del rancho suman $ 8.631,60, que son resultado de multiplicar los ingresos en ventas de los paquetes turísticos por el porcentaje de comisión de los guías ($86.316 x 10% = 8.631,60, este último valor se divide para seis y nos da el valor de comisión mensual de los guías).

4.5 DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y VALOR LIBRO

El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización solo se aplica en los activos intangibles, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.[28]

En el siguiente esquema se toman las cuentas del Cuadro N°51, con sus respectivos costos relacionados con los activos fijos y los activos intangibles; con los datos

[27] Corporación Financiera Nacional.
Préstamos para medianas y pequeñas empresas.
http://www.cfn.gov.ec
[28] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 122.

obtenidos en la inversión inicial se determinó los años de vida útil y el porcentaje de depreciación y amortización semestral para cada cuenta, por tanto se tiene los siguientes datos:

Cuadro N°51
DETALLE DE LA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

DEPRECIACIÓN

Detalle	Aporte de Capital	Año 0 (Semestre 0)	Vida Útil (Años)	% Depreciación	Depreciación julio/diciembre 2009	Valor residual semestre 1	Depreciación enero/junio 2010	Valor residual semestre 2	Depreciación julio/diciembre 2010	Valor residual semestre 3	Depreciación enero/junio 2011	Valor residual semestre 4	Depreciación julio/diciembre 2011	Valor residual semestre 5	Saldo Libros
Activos Fijos Tangibles															
Obra física para el rancho		14.700,00	10	10,00%	735,00	13.965,00	698,25	13.266,75	663,34	12.603,41	630,17	11.973,24	598,66	11.374,58	11.374,58
Infraestructura para el rancho		8.000,00	10	10,00%	400,00	7.600,00	380,00	7.220,00	361,00	6.859,00	342,95	6.516,05	325,80	6.190,25	6.190,25
Inversión en muebles y equipos (cabañas simples y dobles)		6.360,00	10	10,00%	318,00	6.042,00	302,10	5.739,90	287,00	5.452,91	272,65	5.180,26	259,01	4.921,25	4.921,25
Inversión en muebles y equipos (cabaña central)		10.629,00	10	10,00%	531,45	10.097,55	504,88	9.592,67	479,63	9.113,04	455,65	8.657,39	432,87	8.224,52	8.224,52
Equipo de oficina		1.850,00	3	33,00%	305,25	1.544,75	254,88	1.289,87	212,83	1.077,04	177,71	899,33	148,39	750,94	750,94
Equipo de computación		3.200,00	3	33,33%	533,28	2.666,72	444,41	2.222,31	370,35	1.851,96	308,63	1.543,33	257,20	1.286,14	1.286,14
Implementos adicionales y equipo de operaciones de turismo		8.127,00	10	10,00%	406,35	7.720,65	386,03	7.334,62	366,73	6.967,89	348,39	6.619,49	330,97	6.288,52	6.288,52
Platería y cristalería del proyecto		4.077,96	10	10,00%	203,90	3.874,06	193,70	3.680,36	184,02	3.496,34	174,82	3.321,52	166,08	3.155,45	3.155,45
Otros equipos del proyecto turístico		2.180,00	10	10,00%	109,00	2.071,00	103,55	1.967,45	98,37	1.869,08	93,45	1.775,62	88,78	1.686,84	1.686,84
Total		59.123,96			3.542,23	55.581,73	3.267,81	52.313,93	3.023,26	49.290,66	2.804,42	46.486,24	2.607,76	43.878,47	43.878,47

Autor: Fernando Cevallos

AMORTIZACIÓN

Detalle	Aporte de Capital	Año 0 (Semestre 0)	Vida Útil (Años)	% Depreciación	Amortización julio/diciembre 2009	Valor residual semestre 1	Amortización enero/junio 2010	Valor residual semestre 2	Amortización julio/diciembre 2010	Valor residual semestre 3	Amortización enero/junio 2011	Valor residual semestre 4	Amortización julio/diciembre 2011	Valor residual semestre 5	Saldo Libros
Activos Fijos Intangibles															
Gastos de constitución		1.336,00	5	20,00%	133,60	1.202,40	120,24	1.082,16	108,22	973,94	97,39	876,55	87,65	788,89	788,89
Total depreciación anual		1.336,00			133,60	1.202,40	120,24	1.082,16	108,22	973,94	97,39	876,55	87,65	788,89	788,89

Autor: Fernando Cevallos

En el Cuadro N°51 se realizaron las operaciones respectivas para determinar el valor de depreciación de cada activo fijo tangible e intangible correspondiente a los cinco semestres, además se puede apreciar el saldo en libros al final del periodo, el cual refleja $42.220,82.

4.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para la ejecución del proyecto se requiere una inversión de $ 122.820,16 dólares; para lo cual se debe estructurar el tipo de financiamiento que se divide en dos partes:

- Financiamiento por fondos propios
- Financiamiento por crédito

Cuadro N°52
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

FINANCIAMIENTO		
Capital social	95.660,76	77,89%
Crédito (C.F.N.)	27.159,40	22,11%
Total financiamiento	122.820,16	100,00%

Elaboración: El autor.

El capital propio corresponde al aporte de los accionistas cuyo monto total asciende a $ 95.660,76 dólares como capital propio, mientras que el financiamiento restante del proyecto se obtendrá mediante un préstamo de $ 27.159,40 dólares, otorgado por la Corporación Financiera Nacional, valor que será cancelado en 5 años calendario con cuotas mensuales de $ 567,09 dólares, a un interés fijo del 9.25% anual.

4.6.1 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Debido a que se requiere financiamiento por parte de una institución financiera para el desarrollo del presente proyecto, es necesario considerar a cuánto va a ascender el importe por el pago de dicho financiamiento, de esta manera se contempla tener egresos mensuales iguales de $567.09 por los cinco años de plazo del préstamo que se obtendrá con la Corporación Financiera Nacional CFN. El valor que debe ser financiado asciende a $27.159,40 USD, a una tasa de interés fija anual del 9.25%.

Cálculo de la cuota fija mensual de pago del préstamo.

Para calcular la cuota fija mensual del préstamo a obtener de la Corporación Financiera Nacional por el valor de $27.159,40, se utiliza la siguiente fórmula.[29]

Cuadro N°53
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

MES	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	PAGO	SALDO
0	27159,4				27159,4
1	27159,4	209,35	357,74	567,09	26.801,66
2	26.801,66	206,60	360,49	567,09	26.441,17
3	26.441,17	203,82	363,27	567,09	26.077,90
4	26.077,90	201,02	366,07	567,09	25.711,82
5	25.711,82	198,20	368,89	567,09	25.342,93
6	25.342,93	195,35	371,74	567,09	24.971,19
7	24.971,19	192,49	374,60	567,09	24.596,59
8	24.596,59	189,60	377,49	567,09	24.219,10
9	24.219,10	186,69	380,40	567,09	23.838,70
10	23.838,70	183,76	383,33	567,09	23.455,36
11	23.455,36	180,80	386,29	567,09	23.069,07
12	23.069,07	177,82	389,27	567,09	22.679,81
13	22.679,81	174,82	392,27	567,09	22.287,54
14	22.287,54	171,80	395,29	567,09	21.892,25
15	21.892,25	168,75	398,34	567,09	21.493,91
16	21.493,91	165,68	401,41	567,09	21.092,51
17	21.092,51	162,59	404,50	567,09	20.688,00
18	20.688,00	159,47	407,62	567,09	20.280,38
19	20.280,38	156,33	410,76	567,09	19.869,62
20	19.869,62	153,16	413,93	567,09	19.455,69
21	19.455,69	149,97	417,12	567,09	19.038,57
22	19.038,57	146,76	420,33	567,09	18.618,24
23	18.618,24	143,52	423,57	567,09	18.194,67
24	18.194,67	140,25	426,84	567,09	17.767,83
25	17.767,83	136,96	430,13	567,09	17.337,70
26	17.337,70	133,64	433,45	567,09	16.904,25
27	16.904,25	130,30	436,79	567,09	16.467,47
28	16.467,47	126,94	440,15	567,09	16.027,31
29	16.027,31	123,54	443,55	567,09	15.583,77
30	15.583,77	120,12	446,97	567,09	15.136,80

[29] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 133.

MES	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	PAGO	SALDO
31	15.136,80	116,68	450,41	567,09	14.686,39
32	14.686,39	113,21	453,88	567,09	14.232,51
33	14.232,51	109,71	457,38	567,09	13.775,13
34	13.775,13	106,18	460,91	567,09	13.314,22
35	13.314,22	102,63	464,46	567,09	12.849,76
36	12.849,76	99,05	468,04	567,09	12.381,72
37	12.381,72	95,44	471,65	567,09	11.910,07
38	11.910,07	91,81	475,28	567,09	11.434,79
39	11.434,79	88,14	478,95	567,09	10.955,84
40	10.955,84	84,45	482,64	567,09	10.473,20
41	10.473,20	80,73	486,36	567,09	9.986,85
42	9.986,85	76,98	490,11	567,09	9.496,74
43	9.496,74	73,20	493,89	567,09	9.002,85
44	9.002,85	69,40	497,69	567,09	8.505,16
45	8.505,16	65,56	501,53	567,09	8.003,63
46	8.003,63	61,69	505,40	567,09	7.498,23
47	7.498,23	57,80	509,29	567,09	6.988,94
48	6.988,94	53,87	513,22	567,09	6.475,73
49	6.475,73	49,92	517,17	567,09	5.958,55
50	5.958,55	45,93	521,16	567,09	5.437,39
51	5.437,39	41,91	525,18	567,09	4.912,22
52	4.912,22	37,87	529,22	567,09	4.382,99
53	4.382,99	33,79	533,30	567,09	3.849,69
54	3.849,69	29,67	537,42	567,09	3.312,27
55	3.312,27	25,53	541,56	567,09	2.770,71
56	2.770,71	21,36	545,73	567,09	2.224,98
57	2.224,98	17,15	549,94	567,09	1.675,04
58	1.675,04	12,91	554,18	567,09	1.120,86
59	1.120,86	8,64	558,45	567,09	562,41
60	562,41	4,34	562,75	567,09	-0,34

Elaboración: El autor.

4.7 PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN

4.7.1 PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN. (EGRESOS)

Los costos de operación son los costos necesarios en los que se incurre para producir un bien o servicio, el mismo que está compuesto por tres elementos que son: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.[30] Estos elementos son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del servicio.

[30] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 135.

4.7.1.1 COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN

4.7.1.1.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

En el rancho turístico La Guajira, para cada paquete turístico se utilizan diferentes insumos, a continuación se presenta un cuadro donde se especifican todos los materiales con los costos totales mensual y semestral respectivamente, requeridos para el normal funcionamiento del rancho.

Cuadro N°54
MATERIA PRIMA DIRECTA*

ITEM	MENSUAL RANCHO			TOTALES	
	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	MENSUAL	SEMESTRAL
Limpieza				380,80	2.284,80
Kits suministros de oficina				447,50	2.685,00
Alimentos	2.730,00	3,28	8.954,40	8.954,40	53.726,40
Bebidas	1.456,00	3,10	4.513,60	4.513,60	27.081,60
Varios salón de juegos				303,50	1.821,00
Varios cuarto de sauna				298,00	1.788,00
Varios sala de televisión				60,00	360,00
TOTAL				**14.957,80**	**89.746,80**

Elaboración: El autor.
*En el anexo financiero se encuentra detallado el desglose de los insumos de la materia prima directa.

4.7.1.1.2 MANO DE OBRA DIRECTA

En el caso del Proyecto Turístico, el rubro correspondiente a la mano de obra directa, es la que participa directamente en el proceso de prestación del servicio, este personal estará bajo la directa supervisión del administrador del rancho.

Cuadro N°55
MANO DE OBRA DIRECTA*

Cargo	# Empleados	julio/diciembre 2009	enero/junio 2010	julio/diciembre 2010	enero/junio 2011	julio/diciembre 2011
Administrador del rancho	1	3.600,00	3.677,76	3.757,20	3.838,36	3.921,26
Recepcionista/cajero	3	5.400,00	5.516,64	5.635,80	5.757,53	5.881,90
Chef Supervisor	1	3.600,00	3.677,76	3.757,20	3.838,36	3.921,26
Chef Junior	1	2.400,00	2.451,84	2.504,80	2.558,90	2.614,18
Meseros	2	3.360,00	3.432,58	3.506,72	3.582,46	3.659,85
Camareras de limpieza	2	3.360,00	3.432,58	3.506,72	3.582,46	3.659,85
Conserjes	1	1.680,00	1.716,29	1.753,36	1.791,23	1.829,92
Sueldos		23.400,00	23.905,44	24.421,80	24.949,31	25.488,21
Aporte del IESS		1.421,55	1.452,26	1.483,62	1.515,67	1.548,41
Fondos de reserva		0,00	0,00	1.017,17	1.039,14	1.061,58
Décimo Tercero		975,00	996,06	1.017,57	1.039,55	1.062,01
Décimo Cuarto		1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Vacaciones		0,00	0,00	508,79	519,78	531,00
TOTAL		27.356,55	27.913,76	30.008,95	30.623,45	31.251,22
TOTAL SUELDOS		**27.356,55**	**27.913,76**	**30.008,95**	**30.623,45**	**31.251,22**

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: El autor.

*En el anexo financiero se encuentra detallado el desglose de la nomina de empleados del rancho.

4.7.1.2 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

4.7.1.2.1 MANO DE OBRA INDIRECTA

En el caso del Rancho La Guajira la mano de obra indirecta, se considera aquella que no participa de manera directa en los procesos productivos de la prestación del servicio en el proyecto turístico.

Cuadro N°56
MANO DE OBRA INDIRECTA*

CARGO	# EMPLEADOS	SEMESTRE 1	APORTE IESS	FONDO DE RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL
Gerente General	1	6.000,00	364,50	0,00	250,00	1.440,00	0,00	8.055,50
Secretaria/Contadora	1	2.700,00	164,03	0,00	112,50	1.440,00	0,00	4.417,53
TOTAL		8.700,00	528,53	0,00	362,50	2.880,00	0,00	12.473,03

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: El autor.

*En el anexo financiero se encuentra detallado el desglose de la nomina de empleados del rancho€.

4.7.1.2.2 SERVICIOS

Este rubro trata del consumo promedio en que se incurrirá por los servicios básicos tales como: agua potable, luz, teléfono.

Cuadro N°57
SERVICIOS

SERVICIOS BASICOS (RANCHO)					
	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	**SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010**	**TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010**	**CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011**	**QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011**
Agua (entubada)	480,00	490,37	500,96	511,78	522,84
Energía Eléctrica	900,00	919,44	939,30	959,59	980,32
Servicio Telefónico (PORTA)	360,00	367,78	375,72	383,84	392,13
SERVICIOS BASICOS (RANCHO)	**1.740,00**	**1.777,58**	**1.815,98**	**1.855,20**	**1.895,28**
SERVICIOS BASICOS (QUITO)					
Agua	150,00	153,24	156,55	159,93	163,39
Energía eléctrica	120,00	122,59	125,24	127,95	130,71
Servicio telefónico	300,00	306,48	313,10	319,86	326,77
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS (QUITO)	**570,00**	**582,31**	**594,89**	**607,74**	**620,87**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.1.2.3 MANTENIMIENTO Y SEGUROS

Toda vez que parte del proyecto será financiado por la CFN, y en consideración a los parámetros que ellos utilizan, sumado a las investigaciones efectuadas, tenemos que el valor correspondiente a este rubro es del 3% en mantenimiento y 2% sobre seguros en cuanto tiene que ver al costeo de las obras y a los otros equipos del proyecto; para el resto de activos fijos se tiene un porcentaje del 3% en cuanto al mantenimiento semestral.

Cuadro N°58
MANTENIMIENTO Y SEGUROS

MANTENIMIENTO/SEGUROS					
	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	**SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010**	**TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010**	**CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011**	**QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011**
Costeo de las obras	735,00	750,88	767,09	783,66	800,59
Inversiones en infraestructura	400,00	408,64	417,47	426,48	435,70
Costeo del terreno	1.500,00	1.532,40	1.565,50	1.599,31	1.633,86
Mobiliario y decoración	849,45	867,80	886,54	905,69	925,25
Inversión en equipos de oficina	92,50	94,50	96,54	98,62	100,75
Inversión en equipos de computación	160,00	163,46	166,99	170,59	174,28
Implementos adicionales	406,35	415,13	424,09	433,25	442,61
Platería y cristalería del proyecto	203,90	208,30	212,80	217,40	222,09
Otros equipos del proyecto	109,00	111,35	113,76	116,22	118,73
TOTAL SEGURO/MANTENIMIENTO	**4.456,20**	**4.552,45**	**4.650,78**	**4.751,24**	**4.853,87**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.1.2.4 DEPRECIACIÓN

En el Proyecto Turístico se refiere al desgaste propio de los bienes físicos que se encuentran en el rancho.

Cuadro N°59
DEPRECIACIÓN

Detalle	Aporte de Capital	Año 0 (Semestre 0)	Vida Útil (Años)	% Depreciación	Depreciación julio/diciembre 2009	Valor residual semestre 1	Depreciación enero/junio 2010	Valor residual semestre 2	Depreciación julio/diciembre 2010	Valor residual semestre 3	Depreciación enero/junio 2011	Valor residual semestre 4	Depreciación julio/diciembre 2011	Valor residual semestre 5	Saldo Libros
Activos Fijos Tangibles															
Obra física para el rancho		14.700,00	10	10,00%	735,00	13.965,00	698,25	13.266,75	663,34	12.603,41	630,17	11.973,24	598,66	11.374,58	11.374,58
Infraestructura para el rancho		8.000,00	10	10,00%	400,00	7.600,00	380,00	7.220,00	361,00	6.859,00	342,95	6.516,05	325,80	6.190,25	6.190,25
Inversión en muebles y equipos (cabañas simples y dobles)		6.360,00	10	10,00%	318,00	6.042,00	302,10	5.739,90	287,00	5.452,91	272,65	5.180,26	259,01	4.921,25	4.921,25
Inversión en muebles y equipos (cabaña central)		10.629,00	10	10,00%	531,45	10.097,55	504,88	9.592,67	479,63	9.113,04	455,65	8.657,39	432,87	8.224,52	8.224,52
Equipo de oficina		1.850,00	3	33,00%	305,25	1.544,75	254,88	1.289,87	212,83	1.077,04	177,71	899,33	148,39	750,94	750,94
Equipo de computación		3.200,00	3	33,33%	533,28	2.666,72	444,41	2.222,31	370,35	1.851,96	308,63	1.543,33	257,20	1.286,14	1.286,14
Implementos adicionales y equipo de operaciones de turismo		8.127,00	10	10,00%	406,35	7.720,65	386,03	7.334,62	366,73	6.967,89	348,39	6.619,49	330,97	6.288,52	6.288,52
Platería y cristalería del proyecto		4.077,96	10	10,00%	203,90	3.874,06	193,70	3.680,36	184,02	3.496,34	174,82	3.321,52	166,08	3.155,45	3.155,45
Otros equipos del proyecto turístico		2.180,00	10	10,00%	109,00	2.071,00	103,55	1.967,45	98,37	1.869,08	93,45	1.775,62	88,78	1.686,84	1.686,84
Total		59.123,96			3.542,23	55.581,73	3.267,81	52.313,93	3.023,26	49.290,66	2.804,42	46.486,24	2.607,76	43.878,47	43.878,47

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

Cuadro N°60
AMORTIZACIÓN

Detalle	Aporte de Capital	Año 0 (Semestre 0)	Vida Útil (Años)	% Depreciación	Amortización julio/diciembre 2009	Valor residual semestre 1	Amortización enero/junio 2010	Valor residual semestre 2	Amortización julio/diciembre 2010	Valor residual semestre 3	Amortización enero/junio 2011	Valor residual semestre 4	Amortización julio/diciembre 2011	Valor residual semestre 5	Saldo Libros
Activos Fijos Intangibles															
Gastos de constitución		1.336,00	5	20,00%	133,60	1.202,40	120,24	1.082,16	108,22	973,94	97,39	876,55	87,65	788,89	788,89
Total depreciación anual		1.336,00			133,60	1.202,40	120,24	1.082,16	108,22	973,94	97,39	876,55	87,65	788,89	788,89

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

4.7.1.3 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración en el rancho turístico son básicamente dos: el de remuneraciones y el de gastos de oficina.

Cuadro N°61
GASTO SUMINISTRO DE OFICINA (QUITO)*

SUMINISTROS OFICINA					
	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	**SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010**	**TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010**	**CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011**	**QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011**
Limpieza	2.284,80	2.334,15	2.384,57	2.436,08	2.488,70
Kits suministros de oficina	2.685,00	2.743,00	2.802,24	2.862,77	2.924,61
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	**4.969,80**	**5.077,15**	**5.186,81**	**5.298,85**	**5.413,30**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

*En el anexo financiero se encuentra detallado el desglose de los suministros de oficina.

Cuadro N°62
GASTO ADMINISTRATIVO (QUITO)

CARGO	# EMPLEADOS	SEMESTRE 1	APORTE IESS	FONDO DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL
Gerente General	1	6.000,00	364,50	0,00	250,00	1.440,00	0,00	8.055,50
Secretaria/Contadora	1	2.700,00	164,03	0,00	112,50	1.440,00	0,00	4.417,53
TOTAL		8.700,00	528,53	0,00	362,50	2.880,00	0,00	12.473,03

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

*En el anexo financiero se encuentra detallado el desglose de la nomina de empleados del rancho.

4.7.1.4 GASTO DE VENTAS

El gasto de venta en el rancho turístico se refiere a la publicidad requerida semestralmente, para dar a conocer el rancho.

Cuadro N°63
GASTO PUBLICIDAD

PUBLICIDAD					
	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	**SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010**	**TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010**	**CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011**	**QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011**
Publicidad escrita	400,00	408,64	417,47	426,48	435,70
Internet	50,00	51,08	52,18	53,31	54,46
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	**450,00**	**459,72**	**469,65**	**479,79**	**490,16**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.1.5 GASTO DE SEGURIDAD/TRANSPORTE

El gasto de seguridad/transporte en el rancho turístico se refiere al gasto requerido en los guardias de seguridad y los honorarios del chofer del rancho semestralmente.

Cuadro N°64
GASTO SEGURIDAD/TRANSPORTE*

SEGURIDAD/TRANSPORTE					
	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	**SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010**	**TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010**	**CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011**	**QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011**
Guardias	4.800,00	4.903,68	5.009,60	5.117,81	5.228,35
Honorarios chofer profesional	1.200,00	1.225,92	1.252,40	1.279,45	1.307,09
TOTAL	6.000,00	6.129,60	6.262,00	6.397,26	6.535,44

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.
*En el anexo financiero se detalla una investigación de los precios que ofrece el mercado en cuanto la prestación del servicio de seguridad.

4.7.1.6 **RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE COSTO DE OPERACIÓN**

Los siguientes cuadros muestran los presupuestos de egresos debidamente detallados así como también la estructura del financiamiento a utilizar.

Cuadro N°65
PRESUPUESTO DE EGRESOS

Concepto	SEMESTRES					TOTAL
	PRIMER SEMESTRE: julio 2008 - diciembre 2008	SEGUNDO SEMESTRE: enero 2009 - junio 2009	TERCER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	CUARTO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010	QUINTO SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010	
Insumos						
Limpieza	2.284,80	2.334,15	2.384,57	2.436,08	2.488,70	
Kits suministros de oficina	2.685,00	2.743,00	2.802,24	2.862,77	2.924,61	
Alimentos	53.726,40	54.886,89	56.072,45	57.283,61	58.520,94	
Bebidas	27.081,60	27.666,56	28.264,16	28.874,67	29.498,36	
Varios salón de juegos	1.821,00	1.860,33	1.900,52	1.941,57	1.983,51	
Varios cuarto de sauna	1.788,00	1.826,62	1.866,08	1.906,38	1.947,56	
Varios sala de televisión	360,00	367,78	375,72	383,84	392,13	
Sub - total	89.746,80	91.685,33	93.665,73	95.688,91	97.755,79	**468.542,57**
Mano de Obra						
Sueldos y Salarios(personal operativo)	28.247,58	28.857,72	31.574,35	32.256,35	32.953,09	
Sub - total	28.247,58	28.857,72	31.574,35	32.256,35	32.953,09	**153.889,09**
Servicios básicos						**12.059,85**
GASTO SERVICIOS BASICOS (RANCHO)						9.084,05
Agua (entubada)	480,00	490,37	500,96	511,78	522,84	
Energía Eléctrica	900,00	919,44	939,30	959,59	980,32	
Servicio Telefónico (PORTA)	360,00	367,78	375,72	383,84	392,13	

Concepto	SEMESTRES					TOTAL
	PRIMER SEMESTRE: julio 2008 - diciembre 2008	SEGUNDO SEMESTRE: enero 2009 - junio 2009	TERCER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	CUARTO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010	QUINTO SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010	
Sub - total	1.740,00	1.777,58	1.815,98	1.855,20	1.895,28	
GASTO SERVICIOS BASICOS (QUITO)						2.975,81
Agua	150,00	153,24	156,55	159,93	163,39	
Energía eléctrica	120,00	122,59	125,24	127,95	130,71	
Servicio telefónico	300,00	306,48	313,10	319,86	326,77	
Sub - total	570,00	582,31	594,89	607,74	620,87	
Depreciación y Amortización						
Gto. Depreciación y Amortización	3.675,83	3.388,05	3.131,48	2.901,82	2.695,42	
Sub - total	3.675,83	3.388,05	3.131,48	2.901,82	2.695,42	**15.792,59**
Gastos Financieros						
Pago préstamo	567,09	567,09	567,09	567,09	567,09	
Sub - total	567,09	567,09	567,09	567,09	567,09	**2.835,45**
TOTAL	124.547,29	126.858,09	131.349,52	133.877,12	136.487,54	**653.119,56**
Imprevistos 3%	3.736,42	3.805,74	3.940,49	4.016,31	4.094,63	**19.593,59**
TOTAL + IMPREVISTOS	**128.283,71**	**130.663,83**	**135.290,01**	**137.893,43**	**140.582,16**	**672.713,14**

Elaboración: El autor.

4.7.2 COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

En el Rancho Turístico La Guajira se tiene una línea de cuatro servicios básicos a ofrecer al cliente: el servicio de hospedaje en cabañas, el servicio de restaurante, el servicio de bar y el servicio del auditorio, de estos debemos obtener el costo unitario de producción, para así poder determinar el precio de venta de los mismos.

4.7.2.1 SERVICIO DE RESTAURANT

Los costos requeridos para la elaboración del presupuesto de menús está en función de las ventas proyectadas para esta línea, se espera que el volumen de ventas de esta línea tenga la siguiente distribución: 5% desayunos, 80% almuerzos, 15% meriendas.

Para la determinación de los insumos a utilizar y su costo es necesario realizar una estimación en base a una muestra de estos productos y para el efecto se ha considerado un menú estándar que refleje en promedio lo que cuesta preparar un desayuno o una comida completa como el almuerzo o la merienda:

- Menú 1: Desayuno estándar
- Menú 2: Sopa, plato fuerte y jugo

Para determinar una mayor precisión en el cálculo de costos se agrega un margen de un 5% de variabilidad de costos en la preparación de diversos menús; a continuación se muestra el cuadro resumen del costo unitario de los platos de la línea menús.

Cuadro N°66
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN,
MENÚ 1: DESAYUNO

Menú 1:	Desayuno Standart		
Plato:	Desayuno Standart	Porciones:	1
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
1	Taza	Leche	0,25
2	Unidades	Pan	0,40
2	Unidades	Huevos	0,40
1	Unidad	Jugo de Tomate de Árbol	0,25
1	Rodaja	Queso	0,25

		Costo Total	1,55
		Costo Unitario	1,55
		5% Margen de Variabilidad	0,08
		Costo Promedio Unitario Desayuno	1,63

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°67
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN,
MENÚ 2: ALMUERZO/MERIENDA

Menú 2:	Almuerzo/Merienda Standart						
Plato:	**Sopa**	**Porciones:**	**8**	**Plato:**	**Plato fuerte**	**Porciones:**	**8**
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo	Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
1	Libra	Costilla de res	1,80	3	Libra	Carne de Res	7,50
1	Cucharada	Cebolla blanca	0,25	2	Unidades	Tomate	0,50
1	Unidad	Tomate	0,25	1	Unidades	Paiteña	0,40
1	Cucharada	Perejil	0,05	1	Diente	Ajo	0,10
1	Cucharadita	Ajo	0,05	1	Cucharadita	Comino	0,05
1	Taza	Choclo	0,50	1	Cucharadita	Sal	0,05
0,5	Taza	Arvejas	0,50	0,5	Taza	Aceite	0,30
0,5	Taza	Zanahoria	0,20	1	Cucharada	Salsa de Tomate	0,20
1	Libra	Papas	0,80	1	Rama	Culantro	0,05
0,25	Taza	Arroz	0,25	2	Libra	Arroz	2,00
1	Cucharada	Sal	0,05				
		Costo Total	4,70			Costo Total	11,15
		Costo Unitario	0,59			Costo Unitario	1,39
		5% Margen de Variabilidad	0,03			5% Margen de Variabilidad	0,07
		Costo Promedio Unitario Sopa	**1,64**			Costo Promedio Unitario Plato Fuerte	1,46
Bebida:	**Jugo**	**Porciones:**	**10**				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo				
8	Unidades	Naranjilla	1,50	**Costo Promedio Unitario de Menú =**		**3,28**	
1	Taza	Azúcar	0,20				
		Costo Total	1,70	**Costo Promedio Unitario de Menú =**		**3,28**	
		Costo Unitario	0,17				
		5% Margen de Variabilidad	0,01				
		Costo Promedio Unitario Bebida	**0,18**				

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.2.2 **SERVICIO DE BAR**

En el Rancho La Guajira inicialmente se ofrecerá en el Bar cinco clases de cócteles (mojito cubano, cuba libre, padrino, destornillador y el strawberry daiquiri), cerveza, colas y aguas; para el caso de los cócteles se ha considerado una bebida estándar que refleje en promedio lo que cuesta preparar un cóctel.

Para determinar una mayor precisión en el cálculo de costos se agrega un margen de un 5% de variabilidad de costos en la preparación de los cocteles; a continuación se muestra el cuadro resumen del costo unitario en la preparación de las bebidas:

Cuadro N°68
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN, COCTELES

Cóctel 1	Strawberry Daiquiri			Cóctel 2	Mojito Cubano		
		Porciones:	1			Porciones:	1
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo	Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
1/4	Vaso	Daiquiri	0,36	1/2	Vaso	Cola blanca	0,10
5	Unidades	Fresas	0,50	1/4	Vaso	Ron blanco	0,30
1/8	Vaso	Ron blanco	0,15	2	Cucharadita	Azúcar	0,10
2	Cucharadita	Azúcar	0,10	1	Unidad	Hoja de menta	0,10
1	Unidad	Hielo	0,05	1	Unidad	Hielo	0,05
		Costo Total	1,16			Costo Total	0,65
		Costo Unitario	1,16			Costo Unitario	0,65
		5% Margen de Variabilidad	0,06			5% Margen de Variabilidad	0,03
		Costo Promedio Unitario Bebida	1,22			Costo Promedio Unitario Bebida	0,68
Cóctel 3	Cuba libre			Cóctel 4	Padrino		
		Porciones:	1			Porciones:	1
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo	Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
1/2	Vaso	Cola negra	0,10	1/8	Vaso	Amaretto	0,21
1/4	Vaso	Ron obscuro	0,30	1/4	Vaso	Whisky	0,84
1/4	Unidad	Limón	0,05	1/8	Vaso	Jugo de naranja	0,25
1	Unidad	Hielo	0,05	1	Unidad	Hielo	0,05
		Costo Total	0,50			Costo Total	1,35
		Costo Unitario	0,50			Costo Unitario	1,35
		5% Margen de Variabilidad	0,03			5% Margen de Variabilidad	0,07
		Costo Promedio Unitario Bebida	0,53			Costo Promedio Unitario Bebida	1,42
Cóctel 5	Destornillador						
		Porciones:	1				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo				

1/4	Vaso	Vodka	0,30				
1/2	Vaso	Jugo de naranja	0,50				
1	Unidad	Hielo	0,05				
		Costo Total	0,85				
		Costo Unitario	0,85				
		5% Margen de Variabilidad	0,04				
		Costo Promedio Unitario Bebida	0,89				

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°69
COSTO UNITARIO: BEBIDAS

Costos Unitarios: Bebidas	
Bebida	Costo unitario
Gaseosas	0,30
Agua Embotellada	0,25
Cerveza	0,75

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.2.3 **PAQUETES TURÍSTICOS**

COSTO UNITARIO PAQUETE 1.

Cuadro N°70*
COSTO UNITARIO: PAQUETE 1

ACTIVIDADES	COSTO
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	0,92
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	0,00
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	5,00
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15,00
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	0,00
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Caminata por los alrededores del rancho, para conocer la belleza del sitio	0,00
Tiempo de descanso en las instalaciones del rancho	0,00
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	0,00
SUB-TOTAL	25,92
5% Margen de Variabilidad	1,30
Costo Promedio Unitario Paquete	27,22

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

* El costo unitario de transporte por turista se obtiene de la proyección de turistas que ingresarían a la ciudad de Quito durante el año 2009, que son en número de 458.073 de acuerdo al Cuadro N°3, a este valor multiplicamos por la tasa de tendencia de turismo de aventura en el mundo, que según la Organización Mundial de Turismo (OMT) es del orden del 14%, esto da un valor de 59.558, estos últimos serían los potenciales turistas a la ciudad de Quito, de los cuales se toma al menos el 1% de posibles visitantes al rancho, esto da un valor de 596 turistas, así se divide entonces el sueldo del chofer que es de $500 para el número de turistas, esto daría un valor de $ 0.92 el costo unitario por transporte de cada turista en los diferentes paquetes de turismo que posee el rancho.

COSTO UNITARIO PAQUETE 2.

Cuadro N°71
COSTO UNITARIO: PAQUETE 2

ACTIVIDADES	COSTO
DÍA 1	
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	0,92
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	0,00
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	5,00
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15,00
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	0,00
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	0,00
Reconocimiento de los alrededores del rancho y sus instalaciones	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Actividades varias por la tarde (uso de las instalaciones, caminatas cortas)	0,00
Hora de la cena	5,00
DÍA 2	
Desayuno	2,50
Caminata hacia el sector de las aguas termales	15,00
Se toma un refrigerio y un leve descanso en el sector de las aguas termales	2,50
Regreso al rancho desde el sector de las aguas termales	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Viaje a la región del Niebli	0,00
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	0,00
SUB-TOTAL	55,92
5% Margen de Variabilidad	2,80
Costo Promedio Unitario Paquete	58,72

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

COSTO UNITARIO PAQUETE 3.

Cuadro N°72
COSTO UNITARIO: PAQUETE 3

ACTIVIDADES	MÍNIMO
DÍA 1	
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	0,92
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	0,00
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	5,00
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15,00
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	0,00
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	0,00
Reconocimiento de los alrededores del rancho y sus instalaciones	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Actividades varias por la tarde (uso de las instalaciones, caminatas cortas)	0,00
Hora de la cena	5,00
DIA 2	0,00
Desayuno	2,50
Viaje a la región del Niebli	15,00
Recreación y reconocimiento de la naturaleza en el sector del Niebli	0,00
Viaje a la región del Infiernillo	0,00
Refrigerio, excursión y descanso en la región del Infiernillo	2,50
Regreso al rancho La Guajira	0,00
Almuerzo y descanso	5,00
Visita al Museo Templo del Arte en la región de Ventanilla	6,00
Coctel y refrigerio en el restaurante Pululahua en el sector de Ventanilla	13,50
Regreso al rancho La Guajira y hora de cena	5,00
DIA 3	
Desayuno	2,50
Caminata hacia el sector de las aguas termales	15,00
En el sector de las aguas termales se toma un refrigerio y un leve descanso	2,50
Regreso al rancho desde el sector de las aguas termales	0,00
Hora de almuerzo y actividades de dispersión	5,00
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	0,00
SUB-TOTAL	105,42
5% Margen de Variabilidad	5,27
Costo Promedio Unitario Paquete	110,69

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.3 **PRECIO UNITARIO DE VENTA**

El precio es el valor monetario que se asignará al servicio con el fin de cubrir la totalidad de los costos de operación (fabricación, administrativo – financiero y ventas), y adicionalmente obtener una utilidad como respuesta a la gestión total de la empresa; es decir una rentabilidad. El precio unitario de venta se calcula de la siguiente manera:[31]

= ÷	Costos Totales Unidades Producidas
= *	Total Utilidad o Margen de Contribución (20%)
=	Precio de Venta

En el caso del Rancho La Guajira se ha determinado un margen de utilidad del 30% para los menús (desayuno, almuerzo, merienda); 200% para las bebidas y un 30% para los paquetes turísticos, a continuación se muestra los precios unitarios de venta en los servicios de restaurante, bar, hospedaje y auditorio.

4.7.3.1 **PRECIO UNITARIO DE VENTA: SERVICIO DE RESTAURANTE**

Cuadro N°73
PRECIO DE VENTA,
MENÚ 1: DESAYUNO

Menú 1:	Desayuno Standart		
Plato:	Desayuno Standart	Porciones:	1
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
1	Taza	Leche	0,25
2	Unidades	Pan	0,40
2	Unidades	Huevos	0,40
1	Unidad	Jugo de Tomate de Árbol	0,25
1	Rodaja	Queso	0,25
		Costo Total	1,55
		Costo Unitario	1,55
		5% Margen de Variabilidad	0,08
		Costo Promedio Unitario Desayuno	1,63
		50% Margen de utilidad	0,81

[31] BACA URBINA., Gabriel. "Evaluación de Proyectos". Cuarta edición. McGraw - Hill. México. Pág. 225.

		Precio de venta	2,44
		Precio de venta redondeado	2,50

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°74
PRECIO DE VENTA
MENÚ 2: ALMUERZO/MERIENDA

Menú 2:	Almuerzo/Merienda Standart						
Plato:	**Sopa**	Porciones:	8	Plato:	**Plato fuerte**	Porciones:	8
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo	Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
1	Libra	Costilla de res	1,80	3	Libra	Carne de Res	7,50
1	Cucharada	Cebolla blanca	0,25	2	Unidades	Tomate	0,50
1	Unidad	Tomate	0,25	1	Unidades	Paiteña	0,40
1	Cucharada	Perejil	0,05	1	Diente	Ajo	0,10
1	Cucharadita	Ajo	0,05	1	Cucharadita	Comino	0,05
1	Taza	Choclo	0,50	1	Cucharadita	Sal	0,05
0,5	Taza	Arvejas	0,50	0,5	Taza	Aceite	0,30
0,5	Taza	Zanahoria	0,20	1	Cucharada	Salsa de Tomate	0,20
1	Libra	Papas	0,80	1	Rama	Culantro	0,05
0,25	Taza	Arroz	0,25	2	Libra	Arroz	2,00
1	Cucharada	Sal	0,05				
		Costo Total	4,70			Costo Total	11,15
		Costo Unitario	0,59			Costo Unitario	1,39
		5% Margen de Variabilidad	0,03			5% Margen de Variabilidad	0,07
		Costo Promedio Unitario Sopa	1,64			Costo Promedio Unitario Plato Fuerte	1,46
Bebida:	**Jugo**	Porciones:	10				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo				
8	Unidades	Naranjilla	1,50	Costo Promedio Unitario de Menú =		3,28	
1	Taza	Azúcar	0,20				
		Costo Total	1,70	Costo Promedio Unitario de Menú =		3,28	
		Costo Unitario	0,17				
		5% Margen de Variabilidad	0,01	50% Margen de utilidad =		1,64	
		Costo Promedio Unitario Bebida	0,18	Precio de venta =		4,93	
				Precio de venta redondeado =		5,00	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.3.2 **PRECIO UNITARIO DE VENTA: SERVICIO DE BAR**

Cuadro N°75
PRECIO DE VENTA: COCTELES

Cóctel 1	Strawberry Daiquiri			Cóctel 2	Mojito Cubano		
		Porciones:	1			Porciones:	1
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo	Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
¼	Vaso	Daiquiri	0,36	1/2	Vaso	Cola blanca	0,10
5	Unidades	Fresas	0,50	1/4	Vaso	Ron blanco	0,30
1/8	Vaso	Ron blanco	0,15	2	Cucharadita	Azúcar	0,10
2	Cucharadita	Azúcar	0,10	1	Unidad	Hoja de menta	0,10
1	Unidad	Hielo	0,05	1	Unidad	Hielo	0,05
		Costo Total	1,16			Costo Total	0,65
		Costo Unitario	1,16			Costo Unitario	0,65
		5% Margen de Variabilidad	0,06			5% Margen de Variabilidad	0,03
		Costo Promedio Unitario Bebida	1,22			Costo Promedio Unitario Bebida	0,68
		200% Margen de utilidad	2,44			200% Margen de utilidad	1,36
		Precio de venta	3,66			Precio de venta	2,04
		Precio de venta redondeado	4,00			Precio de venta redondeado	2,00
Cóctel 3	Cuba libre			Cóctel 4	Padrino		
		Porciones:	1			Porciones:	1
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo	Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo
½	Vaso	Cola negra	0,10	1/8	Vaso	Amaretto	0,21
¼	Vaso	Ron obscuro	0,30	1/4	Vaso	Whisky	0,84
¼	Unidad	Limón	0,05	1/8	Vaso	Jugo de naranja	0,25
1	Unidad	Hielo	0,05	1	Unidad	Hielo	0,05
		Costo Total	0,50			Costo Total	1,35
		Costo Unitario	0,50			Costo Unitario	1,35
		5% Margen de Variabilidad	0,03			5% Margen de Variabilidad	0,07
		Costo Promedio Unitario Bebida	0,53			Costo Promedio Unitario Bebida	1,42
		200% Margen de utilidad	1,06			200% Margen de utilidad	2,84
		Precio de venta	1,59			Precio de venta	4,26
		Precio de venta redondeado	2,00			Precio de venta redondeado	4,50
Cóctel 5	Destornillador						
		Porciones:	1				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	Costo				
¼	Vaso	Vodka	0,30				
½	Vaso	Jugo de naranja	0,50				
1	Unidad	Hielo	0,05				
		Costo Total	0,85				
		Costo Unitario	0,85				
		5% Margen de Variabilidad	0,04				
		Costo Promedio Unitario Bebida	0,89				

		200% Margen de utilidad	1,78				
		Precio de venta	2,67				
		Precio de venta redondeado	3,00				

Fuente: Investigación de Campo, Chef Carlos Caluquí /
Elaboración: El autor.

Cuadro N°76
PRECIO DE VENTA,
BEBIDAS

Costos Unitarios: Bebidas			
Bebida	Costo unitario	200% Margen de utilidad	Precio de venta
Gaseosas	0,30	0,60	0,90
Agua Embotellada	0,25	0,50	0,75
Cerveza	0,75	1,50	2,25

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor.

4.7.3.3 PRECIO UNITARIO DE VENTA: SERVICIO CABAÑAS, TOURS Y AUDITORIO

Para determinar el precio de venta del servicio de cabañas y de auditorio en el Rancho La Guajira, se debe tomar en cuenta dos factores: no se tiene competencia directa en el sector del Cráter del Pululahua y, se debe considerar los precios de hosterías o complejos similares al proyecto presente, los cuales ya se analizo en el estudio de mercado (Cuadro Nº12).

Cuadro N°77
PRECIO DE VENTA
CABAÑAS/AUDITORIO

HABITACIONES/ ESTABLECIMIENTO	**HOSTERIAS**			
	Rancho alegre	Alemania	Sol y luna	Precio promedio
SIMPLES	26,00	30,00	28,00	28,00
DOBLES	36,00	38,00	40,00	38,00
MATRIMONIALES	58,00	56,00	60,00	58,00
PLAZAS DISPONIBLES	45	50	45	
AUDITORIO	0,00	20,00	10,00	10,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°78
PRECIO DE VENTA
PAQUETE TURÍSTICO 1

ACTIVIDADES	COSTO
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	0,92
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	0,00
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	5,00
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15,00
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	0,00
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Caminata por los alrededores del rancho, para conocer la belleza del sitio	0,00
Tiempo de descanso en las instalaciones del rancho	0,00
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	0,00
SUB-TOTAL	25,92
5% Margen de Variabilidad	1,30
Costo Promedio Unitario Paquete	27,22
30% Margen de utilidad	8,16
Precio de venta	**35,38**
Precio de venta redondeado	**36,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°79
PRECIO DE VENTA
PAQUETE TURÍSTICO 2

ACTIVIDADES	COSTO
DÍA 1	
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	0,92
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	0,00
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	5,00
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15,00
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	0,00
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	0,00
Reconocimiento de los alrededores del rancho y sus instalaciones	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Actividades varias por la tarde (uso de las instalaciones, caminatas cortas)	0,00
Hora de la cena	5,00
DÍA 2	
Desayuno	2,50
Caminata hacia el sector de las aguas termales	15,00
Se toma un refrigerio y un leve descanso en el sector de las aguas termales	2,50
Regreso al rancho desde el sector de las aguas termales	0,00
Hora de almuerzo	5,00

Viaje a la región del Niebli	0,00
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	0,00
SUB-TOTAL	55,92
5% Margen de Variabilidad	2,80
Costo Promedio Unitario Paquete	58,72
30% Margen de utilidad	17,61
Precio de venta	**76,33**
Precio de venta redondeado	**76,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: El autor.

Cuadro N°80
PRECIO DE VENTA
PAQUETE TURÍSTICO 3

ACTIVIDADES	MÍNIMO
DÍA 1	
Recoger al turista de su hotel o recepción del turista en las oficinas del rancho	0,92
Viaje de Quito al valle de la Mitad del Mundo	0,00
Se realiza una parada de turismo en el monumento de la Mitad del Mundo	5,00
Viaje desde la Mitad del Mundo al mirador de Ventanilla en el Pululahua	15,00
Se realiza una parada de turismo en el mirador de Ventanilla	0,00
Caminata desde el mirador de Ventanilla hacia el rancho La Guajira	0,00
Reconocimiento de los alrededores del rancho y sus instalaciones	0,00
Hora de almuerzo	5,00
Actividades varias por la tarde (uso de las instalaciones, caminatas cortas)	0,00
Hora de la cena	5,00
DIA 2	0,00
Desayuno	2,50
Viaje a la región del Niebli	15,00
Recreación y reconocimiento de la naturaleza en el sector del Niebli	0,00
Viaje a la región del Infiernillo	0,00
Refrigerio, excursión y descanso en la región del Infiernillo	2,50
Regreso al rancho La Guajira	0,00
Almuerzo y descanso	5,00
Visita al Museo Templo del Arte en la región de Ventanilla	6,00
Coctel y refrigerio en el restaurante Pululahua en el sector de Ventanilla	13,50
Regreso al rancho La Guajira y hora de cena	5,00
DIA 3	
Desayuno	2,50
Caminata hacia el sector de las aguas termales	15,00
En el sector de las aguas termales se toma un refrigerio y un leve descanso	2,50
Regreso al rancho desde el sector de las aguas termales	0,00
Hora de almuerzo y actividades de dispersión	5,00
Regreso a la ciudad de Quito (oficinas del rancho)	0,00
SUB-TOTAL	105,42
5% Margen de Variabilidad	5,27
Costo Promedio Unitario Paquete	110,69
30% Margen de utilidad	33,21

Precio de venta	**143,90**
Precio de venta redondeado	**144,00**

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: El autor.

4.7.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El nivel de ventas del proyecto turístico está determinado en los servicios a comercializar, que tendrá disponibles en el mercado el proyecto, entre los que se destacan:

1. Servicio de cabañas simples.
2. Servicio de cabañas dobles.
3. Servicio de alimentación: desayunos, almuerzos, meriendas y bebidas.
4. Servicio de Recreación: servicio para convenciones y auditorio.

A continuación se muestra el presupuesto de ingresos de las ventas proyectadas. Los ingresos de las ventas proyectadas en el programa de evaluación financiera de proyectos turísticos CFN determina el porcentaje de desperdicios en cuanto se refiere a las cabañas simples y corresponde al 1% de desperdicio del total de ventas; en cabañas dobles se considera el 2% de desperdicio; en el servicio de alimentación se considera el 4%, y en el de servicios varios como el auditorio y el servicio de bar se considera el 4% de desperdicio.[32]

Cuadro N°81
PORCENTAJE DE DESPERDICIO

PORCENTAJE DE DESPERDICIO	Cabaña simple	Cabaña doble	Alimento	Servicio
% ventas en el mercado local	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
% ventas en el mercado externo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
% de desperdicios (prod. neta/prod. bruta)	1,00%	2,00%	4,00%	4,00%

Fuente: Corporación Financiera Nacional (CFN)
Elaboración: El autor.

Para calcular el presupuesto de ingresos se consideran los programas de producción de los diferentes servicios que presta el rancho turístico (Capítulo II, Estudio

[32] Corporación Financiera Nacional.
Evaluación financiera de proyectos.
http://www.cfn.gov.ec

Técnico, Cuadros 32 y 33), además se toma en cuenta los precios unitarios de venta de los cuadros 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81 del presente estudio.

Cuadro N°82
PRESUPUESTO DE INGRESOS.*

PORCENTAJE DE DESPERDICIO	Hab. doble/simple	Hab.matrimonial	alimento	servicio	
% ventas en el mercado local	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	
% ventas en el mercado externo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
% de desperdicios (prod. neta/prod. bruta)	1,00%	2,00%	4,00%	4,00%	
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
PRODUCTOS					
Alojamiento hab. Simple					
Producción bruta por período	546,00	601,00	655,00	710,00	764,00
Producción neta total	541,00	595,00	648,00	703,00	756,00
Precios promedio mercado local	32,00	32,69	33,40	34,12	34,86
Ventas mercado local	17.312,00	19.451,26	21.641,47	23.985,45	26.350,89
Total ventas	17.312,00	19.451,26	21.641,47	23.985,45	26.350,89
Alojamiento hab. Doble					
Producción bruta por período	182,00	200,00	218,00	237,00	255,00
Producción neta total	180,00	198,00	216,00	235,00	252,00
Precios promedio mercado local	42,00	42,91	43,83	44,78	45,75
Ventas mercado local	7.560,00	8.495,63	9.468,14	10.523,49	11.528,51
Total ventas	7.560,00	8.495,63	9.468,14	10.523,49	11.528,51
paquetes turísticos					
paquete 1					
Producción bruta por período	161,00	164,00	167,00	170,00	173,00
Producción neta total	161,00	164,00	167,00	170,00	173,00
Precios	36,00	36,78	37,57	38,38	39,21
Ventas mercado local	5.796,00	6.031,53	6.274,52	6.525,20	6.783,79
Total ventas	5.796,00	6.031,53	6.274,52	6.525,20	6.783,79
paquete 2					
Producción bruta por período	366,00	373,00	380,00	388,00	396,00
Producción neta total	366,00	373,00	380,00	388,00	396,00
Precios	76,00	77,64	79,32	81,03	82,78
Ventas mercado local	27.816,00	28.960,32	30.141,09	31.440,39	32.781,76
Total ventas	27.816,00	28.960,32	30.141,09	31.440,39	32.781,76
paquete 3					
Producción bruta por período	366,00	373,00	380,00	388,00	396,00
Producción neta total	366,00	373,00	380,00	388,00	396,00
Precios	144,00	147,11	150,29	153,53	156,85
Ventas mercado local	52.704,00	54.872,18	57.109,43	59.571,27	62.112,82
Total ventas	52.704,00	54.872,18	57.109,43	59.571,27	62.112,82
TOTAL VENTAS HOSPEDAJE	111.188,00	117.810,91	124.634,66	132.045,81	139.557,77
Alimentación					
Desayunos					
Producción bruta por período	5.460,00	6.006,00	6.552,00	7.098,00	7.644,00
Producción neta total	5.241,60	5.765,76	6.289,92	6.814,08	7.338,24
Precios mercado local	2,50	2,55	2,61	2,67	2,72
Ventas mercado local	13.104,00	14.725,75	16.411,45	18.163,10	19.982,76
Total ventas desayuno	13.104,00	14.725,75	16.411,45	18.163,10	19.982,76

Almuerzos					
Producción bruta por período	6.825,00	7.508,00	8.190,00	8.873,00	9.555,00
Producción neta total	6.552,00	7.207,68	7.862,40	8.518,08	9.172,80
Precios mercado local	5,00	5,11	5,22	5,33	5,45
Ventas mercado local	32.760,00	36.816,83	41.028,62	45.410,30	49.956,90
Total ventas almuerzo	32.760,00	36.816,83	41.028,62	45.410,30	49.956,90
Meriendas					
Producción bruta por período	5.460,00	6.006,00	6.552,00	7.098,00	7.644,00
Producción neta total	5.241,60	5.765,76	6.289,92	6.814,08	7.338,24
Precios mercado local	5,00	5,11	5,22	5,33	5,45
Ventas mercado local	26.208,00	29.451,50	32.822,90	36.326,19	39.965,52
Total ventas merienda	26.208,00	29.451,50	32.822,90	36.326,19	39.965,52
TOTAL VENTAS ALIMENTACION	72.072,00	80.994,08	90.262,96	99.899,59	109.905,18
otros servicios					
bar bebidas alcoholicas					
Producción bruta por período	1.456,00	1.602,00	1.747,00	1.893,00	2.038,00
Producción neta total	1.397,76	1.537,92	1.677,12	1.817,28	1.956,48
Precios mercado local	3,10	3,17	3,24	3,31	3,38
Ventas mercado local	4.333,06	4.870,53	5.426,10	6.006,57	6.606,34
Total ventas	4.333,06	4.870,53	5.426,10	6.006,57	6.606,34
bar otras bebidas					
Producción bruta por período	1.456,00	1.602,00	1.747,00	1.893,00	2.038,00
Producción neta total	1.397,76	1.537,92	1.677,12	1.817,28	1.956,48
Precios mercado local	1,30	1,33	1,36	1,39	1,42
Ventas mercado local	1.817,09	2.042,48	2.275,46	2.518,88	2.770,40
Total ventas	1.817,09	2.042,48	2.275,46	2.518,88	2.770,40
TOTAL VENTAS BAR	6.150,14	6.913,01	7.701,56	8.525,45	9.376,73
Auditorio					
Producción bruta por período	123,00	129	136	142	150
Producción neta total	118,08	123,98	130,18	136,69	143,53
Precios mercado local	15,00	15,32	15,65	15,99	16,34
Ventas mercado local	1.771,20	1.899,93	2.038,02	2.186,14	2.345,03
TOTAL VENTAS AUDITORIO	1.771,20	1.899,93	2.038,02	2.186,14	2.345,03
TOTAL VENTA MERCADO LOCAL	191.181,34	207.617,94	224.637,20	242.656,99	261.184,71
TOTAL ESTIMADOS POR VENTAS	**191.181,34**	**207.617,94**	**224.637,20**	**242.656,99**	**261.184,71**

Elaboración: El autor.

* Los precios de venta se incrementan en un 2,16%, este es el porcentaje acumulado de inflación del año 2009 divido para dos (4,32% fue la tasa anual acumulada de inflación en el 2009), pues el presente estudio es semestral, porcentaje referencial según el INEC.

4.7.5 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Del análisis de inversiones y costos en los cuales va a incurrir la empresa se deduce que la empresa trabajará con un préstamo de la Corporación Financiera Nacional (CFN), debiendo indicar que los recursos que dispone la CFN están en el orden del 9.25% anual, el monto asciende a $ 27.159,40, a cinco años plazo.

Cuadro N°83
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO		
Capital social	95.660,76	77,89%
Crédito (C.F.N.)	27.159,40	22,11%
Total financiamiento	122.820,16	100,00%

Fuente: Corporación Financiera Nacional (CFN)
Elaboración: El autor.

4.7.6 PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL

En el proyecto turístico el punto de equilibrio indica el volumen de ventas correspondiente a una situación en la cual no se obtienen ganancias ni pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos fijos como los costos variables.[33]

En este análisis vale considerar que la operación de un establecimiento turístico existe fundamentalmente dos tipos de costos que son:

COSTOS FIJOS: Son aquellos obligaciones contraídas por la empresa a corto plazo, son independientes de la cantidad de producción de la empresa como por ejemplo Mano de Obra Directa, Depreciaciones, Amortizaciones, Gastos Administrativos, Gastos Financieros, etc.

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que dependen del número de unidades producidas como: Materia Prima, Mano de Obra Indirecta, Suministros, Mantenimiento y Reparación, Gastos Ventas, etc.

Los costos fijos, variables y totales para el primer semestre se presentan a continuación:

[33] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 154.

Cuadro N°84
CLASIFICACIÓN DE COSTOS *

	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Materia prima directa		
Insumos		9.412,80
Alimentos y bebidas		80.808,00
Mano de obra directa	28.247,58	
Subtotal	28.247,58	90.220,80
Costos indirectos de fabricación		
Seguridad/transporte	6.000,00	
Servicios básicos (rancho)	1.740,00	
Depreciación	3.542,23	
Amortización	133,60	
Subtotal	11.415,83	
Mantenimiento y seguros		
Costeo de las obras	735,00	
Inversiones en infraestructura	400,00	
Costeo del terreno	1.500,00	
Mobiliario y decoración	849,45	
Inversión en equipos de oficina	92,50	
Inversión en equipos de computación	160,00	
Implementos adicionales	406,35	
Platería y cristalería del proyecto	203,90	
Otros equipos del proyecto	109,00	
Subtotal	4.456,20	
Gasto administrativos		
Sueldos (gerente/secretaria-contador)	12.473,03	
Suministros de oficina	474,00	
Subtotal	12.947,03	
Gasto de ventas		
Publicidad	450	
Subtotal	450	
TOTALES	**57.516,63**	**90.220,80**

Elaboración: El autor.

Para el proyecto se determinó el punto de equilibrio para cada semestre, mediante la siguiente fórmula:

$$P.EQ. = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Volumen Total de Ventas}} \right)}$$

Donde:

CF costo fijo

CV costo variable

P x Q ventas totales

El resultado obtenido se interpreta como el monto por concepto de ventas necesario para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del proyecto en el primer semestre están por debajo de $108.914,89 la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

* Por la clase de proyecto que representa el rancho turístico, al brindar los servicios de paquetes turísticos, hospedaje en las cabañas, servicio de bar y restaurant y servicio de auditorio, hace que la representación gráfica del punto de equilibrio sea complicada de presentarla manualmente e irreal por su contraparte práctica, pues el servicio no se puede medir perfectamente en unidades como para el caso de un producto.

4.8 **ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

El estado de resultados es conocido también como estado de pérdidas y ganancias. Es un informe contable en el que se presenta en forma ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, preparado a fin de medir los medios y la situación económica de una empresa durante un periodo determinado.[34]

[34] CANELOS S., Ramiro. Econ. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito-Ecuador. Oct.2003. Pág. 157.

En el estado de resultados se resume los ingresos y los gastos que generará la empresa; proyectado para cinco semestres y determina la utilidad neta del proyecto luego de los impuestos.

Cuadro N°85
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO CON RECURSOS PROPIOS

DETALLE	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010	TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010	CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011	QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011
VENTAS	191.181,34	207.617,94	224.637,20	242.656,99	261.184,71
COSTO DE VENTAS	128.283,71	130.663,83	135.290,01	137.893,43	140.582,16
UTILIDAD BRUTA	62.897,63	76.954,11	89.347,19	104.763,56	120.602,55
GASTO ADMINISTRATIVO	12.473,03	12.742,44	13.017,68	13.298,86	13.586,12
GASTO DE VENTAS	2.700,00	2.758,32	2.817,90	2.878,77	2.940,95
GASTO SEGURIDAD Y TRANSPORTE	6.000,00	6.129,60	6.262,00	6.397,26	6.535,44
MANTENIMIENTO Y SEGUROS	4.456,20	4.552,45	4.650,78	4.751,24	4.853,87
IMPREVISTOS	11.165,47	11.406,64	11.653,03	11.904,73	12.161,87
UTILIDAD OPERATIVA	26.102,94	39.364,65	50.945,80	65.532,70	80.524,30
15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	3.915,44	5.904,70	7.641,87	9.829,90	12.078,65
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	22.187,50	33.459,95	43.303,93	55.702,79	68.445,66
25% IMPUESTO A LA RENTA	5.546,87	8.364,99	10.825,98	13.925,70	17.111,41
UTILIDAD NETA	16.640,62	25.094,97	32.477,95	41.777,10	51.334,24

Elaboración: El autor.

Cuadro N°86
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO

DETALLE	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010	TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010	CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011	QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011
VENTAS	191.181,34	207.617,94	224.637,20	242.656,99	261.184,71
COSTO DE VENTAS	128.283,71	130.663,83	135.290,01	137.893,43	140.582,16
UTILIDAD BRUTA	62.897,63	76.954,11	89.347,19	104.763,56	120.602,55
GASTO ADMINISTRATIVO	12.473,03	12.742,44	13.017,68	13.298,86	13.586,12
GASTO DE VENTAS	2.700,00	2.758,32	2.817,90	2.878,77	2.940,95
GASTO SEGURIDAD Y TRANSPORTE	6.000,00	6.129,60	6.262,00	6.397,26	6.535,44
MANTENIMIENTO Y SEGUROS	4.456,20	4.552,45	4.650,78	4.751,24	4.853,87
IMPREVISTOS	11.165,47	11.406,64	11.653,03	11.904,73	12.161,87
INTERES	1.214,33	1.111,16	1.003,12	889,98	771,51
UTILIDAD OPERATIVA	24.888,61	38.253,49	49.942,68	64.642,72	79.752,79
15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	3.733,29	5.738,02	7.491,40	9.696,41	11.962,92
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	21.155,32	32.515,47	42.451,28	54.946,31	67.789,87
25% IMPUESTO A LA RENTA	5.288,83	8.128,87	10.612,82	13.736,58	16.947,47
UTILIDAD NETA	15.866,49	24.386,60	31.838,46	41.209,73	50.842,40

Elaboración: El autor.

4.8.1 **FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO**.

El Flujo de Caja es muy importante puesto que permite evaluar el proyecto, además se pronostica los ingresos y egresos en efectivo sin tomar en cuenta las depreciaciones ni amortizaciones ya que no representa una salida de efectivo.

En el siguiente cuadro se pondrá a consideración los resultados del flujo de caja de proyecto y de los accionistas para los cinco años de duración del proyecto, por lo tanto se tiene los siguientes valoeres:

Cuadro N°87
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON RECURSOS PROPIOS

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON RECURSOS PROPIOS		SEMESTRE 0	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010	TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010	CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011	QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011
+	RECUPERACION DE VENTAS		191.181,34	207.617,94	224.637,20	242.656,99	261.184,71
+	RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO						21.194,73
+	RECUPERACION DE VALOR DE DESECHO						44.667,37
=	**TOTAL INGRESOS**		**191.181,34**	**207.617,94**	**224.637,20**	**242.656,99**	**327.046,81**
-	INVERSIONES	90.459,96					
-	CAPITAL DE TRABAJO	21.194,73					
-	IMPREVISTOS	11.165,47	11.406,64	11.653,03	11.904,73	12.161,87	12.424,57
-	MANTENIMIENTO Y SEGUROS		4.456,20	4.552,45	4.650,78	4.751,24	4.853,87
-	COSTO DE PRODUCCIÓN		128.283,71	130.663,83	135.290,01	137.893,43	140.582,16
-	GASTO DE ADMINISTRACIÓN		12.473,03	12.742,44	13.017,68	13.298,86	13.586,12
-	GASTO DE VENTAS		2.700,00	2.758,32	2.817,90	2.878,77	2.940,95
-	GASTO SEGURIDAD Y TRANSPORTE		6.000,00	6.129,60	6.262,00	6.397,26	6.535,44
-	IMPUESTOS		9.462,32	14.269,69	18.467,85	23.755,60	29.190,06
=	**TOTAL EGRESOS**	**-122.820,16**	**16.399,45**	**24.848,58**	**32.226,24**	**41.519,95**	**116.933,64**
=	**FLUJO NETO DE CAJA**	**-122.820,16**	**16.399,45**	**24.848,58**	**32.226,24**	**41.519,95**	**116.933,64**

Elaboración: El autor.

Cuadro N°88
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	SEMESTRE 0	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010	TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010	CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011	QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011
+	RECUPERACION DE VENTAS		191.181,34	207.617,94	224.637,20	242.656,99	261.184,71
+	RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO						21.194,73
+	RECUPERACION DE VALOR DE DESECHO						44.667,37
=	**TOTAL INGRESOS**		**191.181,34**	**207.617,94**	**224.637,20**	**242.656,99**	**327.046,81**
-	INVERSIONES	90.459,96					
-	CAPITAL DE TRABAJO	21.194,73					
-	IMPREVISTOS	11.165,47	11.406,64	11.653,03	11.904,73	12.161,87	12.424,57
-	MANTENIMIENTO Y SEGUROS		4.456,20	4.552,45	4.650,78	4.751,24	4.853,87
-	COSTO DE PRODUCCIÓN		128.283,71	130.663,83	135.290,01	137.893,43	140.582,16
-	GASTO DE ADMINISTRACIÓN		12.473,03	12.742,44	13.017,68	13.298,86	13.586,12
-	GASTO DE VENTAS		2.700,00	2.758,32	2.817,90	2.878,77	2.940,95
-	GASTO SEGURIDAD Y TRANSPORTE		6.000,00	6.129,60	6.262,00	6.397,26	6.535,44
-	IMPUESTOS		9.022,12	13.866,89	18.104,22	23.432,99	28.910,39
-	PAGO DEL CREDITO		3.402,54	3.402,54	3.402,54	3.402,54	3.402,54
=	**TOTAL EGRESOS**	**-122.820,16**	**13.437,10**	**21.848,84**	**29.187,34**	**38.440,03**	**113.810,78**
=	**FLUJO NETO DE CAJA**	**-122.820,16**	**13.437,10**	**21.848,84**	**29.187,34**	**38.440,03**	**113.810,78**

Elaboración: El autor.

4.8.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera tiene como principal objetivo mostrar si el proyecto será económicamente rentable o no, para lo cual se evaluará mediante dos técnicas como son Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa Interna de Retorno (TIR); en primera instancia se calculará la tasa de descuento como la primera herramienta para determinar el VAN.

4.8.2.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) es necesario determinar la tasa de descuento; la forma para determinar la tasa de descuento es la sumatoria de las tasas de interés de la institución financiera, de la tasa de inflación del país y la tasa del riesgo país; para motivos de estudio se calculan dos tasas de descuento, una optimista y otra negativa, en ésta última se hace variar un 20% la tasa de inflación y la tasa del riesgo país. [35]

Cuadro N°89
CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO
ESCENARIO OPTIMISTA

TASA DE DESCUENTO (=)	TASA DE INFLACIÓN	+	TASA DE INTERES	+	RIESGO PAÍS
	1,96%	+	4,63%	+	4,82%
TASA DE DESCUENTO (=)	11,41%				

Elaboración: El autor.

Cuadro N°90
CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO
ESCENARIO PESIMISTA

TASA DE DESCUENTO (=)	TASA DE INFLACIÓN	+	TASA DE INTERES	+	RIESGO PAÍS
	2,35%	+	4,63%	+	5,78%
TASA DE DESCUENTO (=)	12,76%				

Elaboración: El autor.

[35] La tasa de inflación se obtiene de los datos estadísticos ofrecidos por el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas, INEC (www.inec.gov.ec), mientras que los datos de la tasa de riesgo país se obtiene de los datos estadísticos ofrecidos por el Banco Central del Ecuador (www.bce.fin.ec).

4.8.2.2 CÁLCULO DEL VAN (VALOR ACTUAL NETO)

El valor presente neto es una propuesta de inversión, un VAN de cero significaría que los flujos de efectivo del proyecto son suficientes para recuperar el capital invertido y proporcionar la tasa requerida de rendimiento sobre el capital; a continuación se calcula el VAN con recursos propios y a continuación el VAN con financiamiento.

Fórmula para el Cálculo del VAN.

$$Valor\ \ Actual\ \ Neto\ (VAN) = -I_0 + \sum \frac{FNC_1}{(1-i)^1} + \frac{FNC_2}{(1-i)^2} + \frac{FNC_3}{(1-i)^3} + \cdots + \frac{FNC_n}{(1-i)^n}$$

Donde:

I_0 = Inversión inicial

FNC = Flujo neto de caja

i = Tasa de descuento

Cálculo de VAN con Recursos Propios: (Escenario optimista)

VAN =	-122.820,16	+	∑ 16.399,45/(1 - 0,11)	+	24.848,58/(1 - 0,11)^2	+	32.226,24/(1 - 0,11)^3	+	41.519,95/(1 - 0,11)^4	+	116.933,64/(1 - 0,11)^5
VAN =	27.197,38										

Cálculo de VAN con Financiamiento: (Escenario optimista)

VAN =	-122.820,16	+	∑ 13.437,10/(1 - 0,11)	+	21.848,84/(1 - 0,11)^2	+	29.187,34/(1 - 0,11)^3	+	38.440,03/(1 - 0,11)^4	+	113.810,78/(1 - 0,11)^5
VAN =	17.241,47										

Cálculo de VAN con Recursos Propios: (Escenario pesimista)

VAN =	-122.820,16	+	∑ 16.399,45/(1 - 0,13)	+	24.848,58/(1 - 0,13)^2	+	32.226,24/(1 - 0,13)^3	+	41.519,95/(1 - 0,13)^4	+	116.933,64/(1 - 0,13)^5
VAN =	20.904,14										

Cálculo de VAN con Financiamiento: (Escenario pesimista)

VAN =	-122.820,16	+	∑ 13.437,10/(1 - 0,13)	+	21.848,84/(1 - 0,11)^2	+	29.187,34/(1 - 0,13)^3	+	38.440,03/(1 - 0,13)^4	+	113.810,78/(1 - 0,13)^5
VAN =	11.393,53										

Una vez calculado el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto tanto con recursos propios $27.197,38 como con financiamiento $17.241,47 en un escenario optimista, así como también el Valor Actual Neto (VAN) con recursos propios $20.904,14 como con financiamiento $11.393,53 en un escenario pesimista , se puede indicar teóricamente que en el presente proyecto los flujos de efectivo traídos a valor presente resultan mayores a cero o positivos, lo cual indica rentabilidad del proyecto, tanto en un escenario optimista como pesimista, ya que a mas de recuperar la inversión, es rentable durante los cinco primeros semestres de funcionamiento del mismo.

4.8.2.3 **CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**.

La tasa interna de retorno es la tasa que iguala al valor presente a los valores futuros flujos netos de efectivo del proyecto incluyendo la inversión inicial. El criterio de aceptación utilizado por lo general es comparar con la tasa de rendimiento requerida.

Para calcular la tasa interna de retorno se tomará en cuenta el flujo neto de caja desde el semestre cero, además de la tasa de la descuento. Por lo tanto tenemos:

Fórmula para el Cálculo de la TIR.

$$Tasa\ \ Interna\ \ de\ \ \mathrm{Re}\,torno\ (TIR) = -\ I_0 + \sum \frac{FNE_1}{(-i)^1} + \frac{FNE_2}{(-i)^2} + \frac{FNE_3}{(-i)^3} + \cdots + \frac{FNE_n}{(-i)^n}$$

Donde:

I_0 = Inversión inicial

FNC = Flujo neto de caja

i = Tasa de descuento

Cálculo de la TIR con Recursos Propios.

TIR =	-122.820,16	+	∑ 16.399,45/(1 - i)	+	24.848,58/(1 - i)^2	+	32.226,24/(1 - i)^3	+	41.519,95/(1 - i)^4	+	116.933,64/(1 - i)^5
TIR =	18%										

Cálculo de la TIR con Financiamiento.

TIR =	-122.820,16	+	∑ 13.437,10/(1 - i)	+	21.848,84/(1 - i)^2	+	29.187,34/(1 - i)^3	+	38.440,03/(1 - i)^4	+	113.810,78/(1 - i)^5
TIR =	16%										

El resultado de la tasa interna de retorno sin financiamiento es del 18%, lo cual indica que por cada dólar invertido se gana $ 0.18 centavos de dólar en cada semestre; mientras que con financiamiento la tasa interna de retorno del 16%, lo cual indica que por cada dólar invertido se gana $ 0.16 centavos de dólar en cada semestre

4.8.2.4 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Una vez conocida la inversión los ingresos del proyecto se procede a calcular el tiempo en que los inversionistas recuperarán el capital invertido por lo tanto se tiene:

Cuadro N°91
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL
(ESCENARIO OPTIMISTA)

RECUPERACION DE CAPITAL						
	FLUJO DE EFECTIVO		TASA DE DESCUENTO			ACUMULADO
	-122.820,16				-122.820,16	-122.820,16
+	13.437,10	/	(1-11,41%)	=	15.167,74	-107.652,42
+	21.848,84	/	(1-11,41%)^2	=	27.839,34	-79.813,08
+	29.187,34	/	(1-11,41%)^3	=	41.979,80	-37.833,28
+	38.440,03	/	(1-11,41%)^4	=	62.408,67	24.575,39
+	113.810,78	/	(1-11,41%)^5	=	208.573,87	233.149,26

Elaboración: El autor.

PRC (=) 1 + 38.440,03 / 38.440,03 + 37.883,28
PRC (=) 1,57
0,57 * 6 = 3,02

PRC (=) 3 SEMESTRES Y TRES MESES

Cuadro N°92
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL
(ESCENARIO PESIMISTA)

RECUPERACIÓN DE CAPITAL						
	FLUJO DE EFECTIVO		TASA DE DESCUENTO			ACUMULADO
	-122.820,16				-122.820,16	-122.820,16
+	13.437,10	/	(1-12,76%)	=	15.402,45	-107.417,71
+	21.848,84	/	$(1-12,76\%)^2$	=	28.707,61	-78.710,10
+	29.187,34	/	$(1-12,76\%)^3$	=	43.958,97	-34.751,13
+	38.440,03	/	$(1-12,76\%)^4$	=	66.362,25	31.611,12
+	113.810,78	/	$(1-12,76\%)^5$	=	225.219,05	256.830,17

Elaboración: El autor.

PRC (=) 1 + 38.440,03 / 38.440,03 + 34.751,13
PRC (=) 1,53
0,53 * 6 = 3,18

PRC (=) 3 SEMESTRES Y TRES MESES

Al realizar el cálculo de la recuperación de capital se determina que la inversión inicial se recuperara a los tres semestres y tres semestres de funcionamiento del rancho, tanto en un escenario optimista como pesimista.

4.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El Balance General del proyecto es una fotografía de la empresa, es una forma de organizar y resumir lo que posee (sus activos), lo que adeuda (sus pasivos), y la diferencia entre estos dos conceptos (el capital de la empresa) en un momento determinado en el tiempo.

Los balances generales del proyecto a finales de los cinco semestres se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N°93
BALANCE GENERAL PROYECTADO

RUBROS						
SEMESTRE	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Activo Corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Caja-Bancos	32.360,20	60.072,43	70.858,14	79.891,35	91.849,16	104.121,81
Total Activo Corriente	32.360,20	60.072,43	70.858,14	79.891,35	91.849,16	104.121,81
Activos Fijos						
Obra física para el rancho	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00	14.700,00

RUBROS						
SEMESTRE	0	1	2	3	4	5
Infraestructura para el rancho	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Inversión en muebles y equipos (cabañas simples y dobles)	6.360,00	6.360,00	6.360,00	6.360,00	6.360,00	6.360,00
Inversión en muebles y equipos (cabaña central)	10.629,00	10.629,00	10.629,00	10.629,00	10.629,00	10.629,00
Equipo de oficina	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00
Equipo de computación	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
Implementos adicionales y equipo de operaciones de turismo	8.127,00	8.127,00	8.127,00	8.127,00	8.127,00	8.127,00
Platería y cristalería del proyecto	4.077,96	4.077,96	4.077,96	4.077,96	4.077,96	4.077,96
Otros equipos del proyecto turístico	2.180,00	2.180,00	2.180,00	2.180,00	2.180,00	2.180,00
Terreno	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Total Activos Fijos	89.123,96	89.123,96	89.123,96	89.123,96	89.123,96	89.123,96
Otros Activos						
Gasto legal y de constitución	1.336,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Otros Activos	1.336,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Depreciación y Amortización Acumulada		3.675,83	3.388,05	3.131,48	2.901,82	2.695,42
TOTAL ACTIVOS	122.820,16	145.520,56	156.594,06	165.883,83	178.071,30	190.550,35
PASIVOS						
Pasivo Corriente						
15% Participación de Trabajadores		3.733,29	5.738,02	7.491,40	9.696,41	11.962,92
25% Impuesto a la Renta		5.288,83	8.128,87	10.612,82	13.736,58	16.947,47
Total Pasivo Corriente		9.022,12	13.866,89	18.104,22	23.432,99	28.910,39
Pasivo a Mediano Plazo						
Préstamo Bancario	27.159,40	24.971,19	22.679,81	20.280,38	17.767,83	15.136,80
Total Pasivo a Mediano Plazo	27.159,40	24.971,19	22.679,81	20.280,38	17.767,83	15.136,80
TOTAL PASIVOS	27.159,40	33.993,31	36.546,70	38.384,61	41.200,81	44.047,19
Capital Social	95.660,76	95.660,76	95.660,76	95.660,76	95.660,76	95.660,76
Utilidad/Pérdida del Período		15.866,49	24.386,60	31.838,46	41.209,73	50.842,40
TOTAL PATRIMONIO	95.660,76	111.527,25	120.047,36	127.499,22	136.870,49	146.503,16
Total Pasivo + Patrimonio	122.820,16	145.520,56	156.594,06	165.883,83	178.071,30	190.550,35

Elaboración: El autor.

4.10 INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- Índice de Liquidez

- Razón Corriente

Este índice permite encontrar importantes pautas para detectar la capacidad financiera en el corto plazo.

$$Razón\ Corriente = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

Cuadro N°94
RAZÓN CORRIENTE

SEMESTRES	1	2	3	4	5
ACTIVO C.	60.072,43	70.858,14	79.891,35	91.849,16	104.121,81
PASIVO C.	9.022,12	13.866,89	18.104,22	23.432,99	28.910,39
	6,66	5,11	4,41	3,92	3,60

Elaboración: El autor.

Este incide nos indica la capacidad de pago de la empresa para atender las diferentes obligaciones en el corto plazo. El resultado del primer semestre es de 6,66, esto indica que en el primer semestre para cada dólar de deuda u obligaciones de corto plazo se dispone de una capacidad de 6,66 dólares para cubrir cada dólar de deuda adquirido.

- Capital de Trabajo

La capacidad financiera de la empresa para continuar con sus operaciones bajo el supuesto de que todas sus obligaciones a corto plazo se hayan cubierto con recursos del activo corriente se detalla a continuación.

$$Capital\ de\ Trabajo = Activo Corriente\ -\ Pasivo Corriente$$

Cuadro N°95
CAPITAL DE TRABAJO

SEMESTRE	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	CAPITAL DE TRABAJO
1	60.072,43	9.022,12	51.050,31
2	70.858,14	13.866,89	56.991,25
3	79.891,35	18.104,22	61.787,12
4	91.849,16	23.432,99	68.416,18
5	104.121,81	28.910,39	75.211,42

Elaboración: El autor.

La cantidad de dinero para poder operar con normalidad en el primer semestre de funcionamiento del proyecto es de $ 51.050,31, con dicha cantidad se podrá efectuar los desembolsos necesarios en lo referente a mano de obra e insumos.

- Índice de Endeudamiento

$$Endeudamiento = \frac{Total\ Pasivo}{Total\ Activo}$$

Cuadro N°96
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO

SEMESTRE	TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO
1	145.520,56	33.993,31	0,23
2	156.594,06	36.546,70	0,23
3	165.883,83	38.384,61	0,23
4	178.071,30	41.200,81	0,23
5	190.550,35	44.047,19	0,23

Elaboración: El autor.

Indica la parte de los activos que fueron financiados por terceros; para el presente proyecto los acreedores poseen un 23% de los activos totales y el resto constituyen propiedad de la empresa en el primer semestre.

- Índice de Apalancamiento Financiero
-

Cuadro N°97
ÍNDICE DE APALANCAMIENTO

SEMESTRE	TOTAL ACTIVO	PATRIMONIO	APALANCAMIENTO
1	145.520,56	111.527,25	0,77
2	156.594,06	120.047,36	0,77
3	165.883,83	127.499,22	0,77
4	178.071,30	136.870,49	0,77
5	190.550,35	146.503,16	0,77

Elaboración: El autor.

Demuestra la concentración que tienen los pasivos totales con entidades financieras sobre el patrimonio, para el caso del presente proyecto en el primer semestre es del orden del 23%, esto es atractivo para el inversor o acreedor, debido a que la conformación del patrimonio de la empresa en su gran mayoría, 77%, nace del aporte de los accionistas de la empresa.

- Índices de Rentabilidad

- Rentabilidad Simple

La rentabilidad simple es un índice muy sencillo que permite informar a los inversionistas cual será el porcentaje de rentabilidad sobre su inversión o con cuanto podrán contar cada año por unidad de capital que hayan invertido.

Para calcular la rentabilidad simple del proyecto tomaremos un promedio de las utilidades proyectadas para los 5 semestres de vida útil sobre la inversión.

$$\text{Rentabilidad Simple} = \frac{\text{Promedio de la Sumatoria Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

Cuadro N°98
RENTABILIDAD SIMPLE

SEMESTRE	UTILIDAD	CAPITAL	RENTABILIDAD SIMPLE
0		122.820,16	
1	15.866,49		
2	24.386,60		
3	31.838,46		
4	41.209,73		

SEMESTRE	UTILIDAD	CAPITAL	RENTABILIDAD SIMPLE
5	50.842,40		
PROMEDIO UTILIDAD	32.828,74		
FACTOR RENT.SIMPLE			0,27

Elaboración: El autor.

La tasa de rentabilidad simple para el presente proyecto es del 27% sobre el capital total invertido, sin considerar la variación del dinero a través del tiempo, esto quiere decir que por cada dólar invertido a lo largo del proyecto, los inversionistas ganaran 0.27 dólares.

- Rentabilidad Sobre Activos

Mide la razón de la utilidad neta a los activos totales después de intereses y de impuestos.

$$\text{Re}\,ntabilidad\ Sobre\ Activos = \frac{Utilidad\ \ Neta}{Activos\ Totales}$$

Cuadro N°99
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

SEMESTRE	UTILIDAD NETA	ACTIVO TOTAL	RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS
1	15.866,49	145.520,56	0,11
2	24.220,62	156.333,69	0,15
3	31.504,01	165.359,20	0,19
4	40.724,48	177.310,12	0,23
5	50.221,63	189.576,58	0,26

Elaboración: El autor.

Indica el porcentaje de utilidad neta que se ha logrado al invertir en el proyecto, así tenemos un rendimiento del 11% por cada dólar invertido en el primer semestre, esto quiere decir que por cada dólar invertido en activos por parte de los inversionistas les representara una ganancia de 0,11 dólares.

- Rentabilidad sobre Patrimonio

Este indicador muestra el rendimiento del patrimonio, es decir el beneficio logrado en función de la propiedad neta de los accionistas.

$$Rentabilidad\ del\ Patrimonio = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio}$$

Cuadro N°100
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO

SEMESTRE	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO	RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO
1	15.866,49	111.527,25	0,14
2	24.386,60	120.047,36	0,20
3	31.838,46	127.499,22	0,25
4	41.209,73	136.870,49	0,30
5	50.842,40	146.503,16	0,35

Elaboración: El autor.

Determina que el proyecto obtiene una rentabilidad sobre el capital invertido del 14% en el primer semestre, pero este porcentaje se incrementa al 35% en el quinto semestre.

- Margen de Ganancia sobre Ventas

Proporciona la utilidad por cada dólar de ventas.

Cuadro N°101
MARGEN DE GANANCIA SOBRE VENTA

SEMESTRE	UTILIDAD NETA	VENTAS	RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS
1	15.866,49	191.181,34	0,08
2	24.386,60	207.617,94	0,12
3	31.838,46	224.637,20	0,14
4	41.209,73	242.656,99	0,17
5	50.842,40	261.184,71	0,19

Elaboración: El autor.

Indica el margen de utilidad del proyecto sobre las ventas, en el primer semestre de funcionamiento del proyecto por cada dólar de venta, el 8% se convierte en utilidad para los accionistas, es decir por cada dólar vendido se ganan 0,08 dólares; el 8% de utilidad sobre las ventas es bueno siendo este el primer semestre del proyecto.

4.11 RELACIÓN COSTO/BENEFICIO

Esta relación representa la rentabilidad en términos de valor actual neto que origina el proyecto en relación a cada dólar invertido. Para el cálculo se aplicará la siguiente fórmula:

Cálculo de la Relación Costo/Beneficio

Donde:

FE Flujo de efectivo

Cuadro N°102
RELACIÓN COSTO BENEFICIO

SEMESTRE	FLUJO DE EFECTIVO	INVERSION PROPIA	BENEFICIO/COSTO
0		88.000,00	
1	13.437,10		
2	21.848,84		
3	29.187,34		
4	38.440,03		
5	113.810,78		
PROMEDIO FLUJO	43.344,82		
FACTOR			0,49

Elaboración: El autor.

La relación beneficio costo representa a 0,49 dólares, es decir que se tiene 0,49 dólares por cada dólar invertido de ingresos netos y que le corresponde a cada accionista.

CAPITULO V
ESTUDIO DE IMPACTO

5.1 ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

El análisis de impacto tiene como propósito evaluar los efectos positivos y negativos de la creación de un Rancho Turístico en el sector del Cráter del Pululahua, en el entorno o contexto económico, social y ambiental.

Con la finalidad de realizar la evaluación del proyecto en los aspectos económico, social y ambiental se utilizará una matriz que medirá el nivel de impacto de los factores o indicadores más relevantes en cada caso. Posteriormente se aplicará la siguiente fórmula, que mide el impacto del proyecto:

Si el impacto es positivo, entonces el proyecto es viable en lo social y económico, caso contrario debe ser analizado desde dicho punto de vista; en lo ambiental es todo lo contrario al impacto social y económico, es decir si el impacto es negativo, se tiene una afectación ambiental positiva del proyecto, valores positivos en este impacto implicarían afectaciones ambientales al proyecto.

En el presente estudio se debe considerar dos aspectos básicos, el impacto ambiental que tendrá la creación del rancho turístico en el Cráter del Pululahua, el cual es el más delicado de manejar; y el impacto socioeconómico que se tendrá en el cráter con la creación del rancho.

5.1.2 IMPACTO AMBIENTAL

El proyecto de turismo especializado en la región del Cráter del Pululahua considera que actualmente resulta prácticamente imposible realizar una actividad hotelera sin un marco ambiental adecuado que pueda desentenderse de su relación con la conservación del medio ambiente.

“El impacto ambiental es la alteración del ambiente provocada directa o indirectamente por las actividades humanas, para lo cual los establecimientos hoteleros deben tomar medidas de conciencia ecológicas en las acciones y en el comportamiento para conservar los recursos naturales, culturales y tradicionales”.[36]

El Ecuador cuenta con una gran variedad de recursos naturales, tanto en paisajes, como en flora y fauna, todos los cuales son considerados como el principal atractivo para los visitantes.

La creación de un rancho turístico en la región del Cráter del Pululahua presentará muchos efectos, los más importantes en el aspecto ambiental son:

a. Escasa generación de contaminación sonora y de basura en el área del rancho en el cráter por parte de los turistas.
b. Leve desequilibrio de la relación hombre-fauna-flora en la región del cráter.
c. Alta generación de sentido de pertenencia de los colonos de la región del cráter, con lo cual hacen suyo la región, cuidándola y mejorándola en todo sentido.
d. Concientización para la conservación, a fin de lograr una ordenación en los recursos y mejorar así las condiciones ambientales de la región del Cráter del Pululahua.
e. Lograr atraer las miradas del Ministerio de Ambiente hacia la región del cráter del Pululahua, con el objetivo de que las condiciones de vida ambientales y de salud del sector en general se mejoren con la ayuda y capacitación de dicho ministerio.

[36] Organización Mundial del Turismo.
Situación actual del turismo en el mundo.
http://www.world-tourism.org

Cuadro N°103
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Posible escasa generación de contaminación sonora y de basura en el área del rancho en el cráter por parte de los turistas.							X				
Leve desequilibrio de la relación hombre-fauna-flora							X				
Alta generación de sentido de pertenencia de los colonos de la región del cráter, con lo cual hacen suyo la región, cuidándola y mejorándola en todo sentido		X									
Concientización para la conservación, a fin de lograr una ordenación en los recursos y mejorar así las condiciones ambientales de la región del Cráter del Pululahua			X								
Lograr atraer las miradas del Ministerio de Ambiente hacia la región del cráter del Pululahua, con el objetivo de que las condiciones de vida ambientales y de salud del sector en general se mejoren con la ayuda y capacitación de dicho ministerio					X						

Fuente: Estimación particular
Elaboración: El autor.

Impacto = (7)/5

Impacto = -1,4

Aunque el impacto ambiental es mínimo, el proyecto sería un aporte efectivo a la comunidad, por lo tanto el proyecto es ecológicamente viable; el establecimiento del rancho en la región del cráter no altera las condiciones de flora y fauna en la región, por ende el proyecto presente respeta la naturaleza circundante al rancho, la cual se constituye en un valor agregado de alto valor en el presente estudio.

5.1.3 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

Se considera que el proyecto de turismo especializado en la región del cráter del Pululahua va a alterar la situación socio económica de la población que habita la región en cuestión; entre los principales efectos socioeconómicos que se tendrá en la región del cráter del Pululahua tenemos los siguientes:

a. En el ámbito del turismo, la provincia de Pichincha tendrá una nueva alternativa de turismo, la cual será llamativa y novedosa, por lo cual se constituirá en un enganche para lograr que el turista tome destino de viaje a la provincia de Pichincha.
b. La población que habita la región del cráter del Pululahua podrá tener la oportunidad de generar un ingreso extra a sus ingresos normales, ya sea con el establecimiento de tiendas y pequeños comedores, el alquiler de caballos y bicicletas, y/o prestando sus conocimientos en la zona como guías improvisados.
c. Algunas personas de la región del cráter (Pomasqui, San Antonio de Pichincha, Mindo) con conocimientos de cocina y de turismo podrían tener una oportunidad de laborar en el rancho, ya sea como meseros, recepcionistas o chefs de cocina.
d. La creación del rancho generará al fisco por concepto de impuesto a la renta durante los dos primeros años en promedio la cifra de $11.000, con lo cual de una manera indirecta el rancho aporta a la sociedad ecuatoriana en general.

Cuadro N°104
MATRIZ DE IMPACTO SOCIOECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO SOCIOECONOMICO											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
La provincia de Pichincha tendrá una nueva alternativa de turismo, la cual será llamativa y novedosa, por lo cual se constituirá en un enganche para lograr que el turista tome destino de viaje a la provincia de Pichincha									x		
La población que habita la región del cráter del Pululahua podrá tener la oportunidad de generarse un ingreso extra a sus ingresos normales, ya sea con el establecimiento de tiendas y pequeños comedores; el alquiler de caballos y bicicletas; prestando sus conocimientos en la zona como guías improvisados							x				

NIVEL DE IMPACTO SOCIOECONOMICO											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Una pequeña parte de la población aledaña a la región del cráter (Pomasqui, San Antonio de Pichincha, Mindo) con conocimientos de cocina y de turismo podrían tener una oportunidad de laborar en el rancho, ya sea como meseros, recepcionistas o chefs de cocina							x				
La creación del rancho generará al fisco por concepto de impuesto a la renta durante los dos primeros años en promedio la cifra de $11.000, con lo cual de una manera indirecta el rancho aporta a la parte social en general de toda la sociedad ecuatoriana							x				

Fuente: Estimación particular
Elaboración: El autor.

Impacto = 6/4

Impacto = 1.25

El impacto socioeconómico aunque es mínimo, es un aporte efectivo a la comunidad, por lo tanto el proyecto es socioeconómicamente viable; si bien la creación del rancho en la región del cráter no va a ser la alternativa que genere los grandes cambios económicos en la región, si será la que abra las puertas a nuevas inversiones en el futuro, con lo cual más adelante dicha población si podría verse económicamente favorecida.

CONCLUSIONES

- La región del cráter del Pululahua posee atractivos turísticos y naturales muy importantes para el desarrollo económico de la zona, los mismos que carecen de apoyo gubernamental, lo cual está reflejado en la deficiente infraestructura hotelera que no permite satisfacer las necesidades del turista, a esto hay sumarle la reducida información actualizada que posee el Ministerio de Turismo sobre los atractivos de la zona.

- La investigación realizada acerca de los atractivos turísticos con los que cuenta la región del Cráter del Pululahua, ha permitido considerar que son diversos y que a la vez pueden ser explotados con una visión de protección y conservación de la naturaleza y del medio ambiente, sin que se afecte al desarrollo de los ecosistemas como lo hacen otras actividades que se realizan dentro de la reserva del Pululahua, como son la tala indiscriminada de la madera, el tráfico de especies endémicas, la invasión de suelos, etc. Con la cristalización del proyecto se ayudará a un mejor aprovechamiento turístico aportando al fortalecimiento de la infraestructura deficiente existente y a un mejor manejo y control dentro de la reserva.

- Una vez realizado el estudio de mercado mediante las encuestas aplicadas a los turistas, se observa la necesidad de crear un establecimiento turístico que cuente con servicios integrados especializados, los mismos que permitirán satisfacer las necesidades de conocimiento y esparcimiento de los diferentes grupos de turistas a captar en el presente y en el futuro, relacionando continuamente la salud, la recreación y la cultura.

- El proyecto requiere un segmento de mercado selectivo cuyas características correspondan a un nivel académico superior o de nivel intermedio en adelante, profesionales, cuyos gustos y preferencias sean motivados principalmente por encuentros con la naturaleza y sus manifestaciones, hiperactivos que gusten de la conservación ambiental, investigación y de aventuras dirigidas especializadas.

- El Rancho de Turismo especializado en la región del cráter del Pululahua no solo es un proyecto viable sino también rentable, como lo demuestra el estudio financiero, además que sirve de ejemplo para la creación de centros turísticos similares, tomando en cuenta que el destino turístico de aventura actual es ahora: ecosistemas, reservas naturales y similares, que estén acorde con el medio ambiente, donde se tome en cuenta la filosofía del respeto a la naturaleza, donde la política empresarial y estilos gerenciales estén relacionados directamente con estrategias sustentables de conservación del medio ambiente.

- De las entrevistas realizadas a los establecimientos y por observación directa se determina que los establecimientos turísticos no cuentan con una atención de primera categoría, el personal que labora en los diferentes departamentos es empírico en su mayoría, concluyendo de lo anterior la falta de preparación del personal y la deficiencia del desarrollo turístico.

- El proyecto turístico que se propone estará dotado con los siguientes servicios: contará con ocho cabañas, seis simples con capacidad para cuatro personas y dos cabañas dobles con capacidad para seis personas, cada cabaña cuenta con chimenea y servicio de habitación. También el proyecto cuenta con la cabaña central, en la cual en el primer piso se encontrará la recepción, la oficina de administración, el bar y restaurant, y el cuarto de juegos, mientras que en el segundo piso se encontrarán el sauna e hidromasaje, la sala de televisión y la sala de reunión o conferencias.

- El proyecto turístico contará con una planta de auditorio, lo cual se toma muy significativo para la realización de conferencias, seminarios, exposiciones de información ecológica con disponibilidad de macrodiapositivas, videos etc., siendo esto muy importante para fortalecer la conservación y aprovechamiento sustentable de la biodiversidad de la región del cráter del Pululahua, con estos mecanismos se estaría consolidando una conciencia turística en la participación de la sociedad en el cuidado del medio ambiente.

- De acuerdo al balance de la oferta y la demanda del estudio de mercado, se concluye que en la provincia de Pichincha, específicamente en el sector del Pululahua, se presenta un déficit de infraestructura turística que no cubre la demanda insatisfecha.

- Con el estudio de impacto socioeconómico, se considera que el proyecto ubicado en el sector del cráter del Pululahua, a través de la comercialización de sus servicios y atractivos paquetes turísticos permitirá por una parte mayores ingresos de divisas y turistas hacia la zona y por otra parte la integración de las poblaciones de San Antonio (los habitantes de San Antonio de Pichincha y todos aquellos que habitan en el tramo vial entre San Antonio y la región del cráter del Pululahua) y del cráter del Pululahua (tanto los que habitan en el mirador como los habitantes del valle o zona del cráter propiamente dicha) al servicio del Turismo.

- Del análisis técnico, de mercado así como del análisis financiero, se concluye que el proyecto es factible, ya que determinan que la rentabilidad económica y social del proyecto es significativa, pues por un lado financieramente el proyecto brinda una tasa interna de retorno del orden del 18% con recursos propios y del 16% con financiamiento, de igual manera la inversión inicial se recupera en apenas los primeros cuatro semestres de funcionamiento del rancho, todo esto hace muy rentable y atractivo el proyecto para los inversionistas; por otro lado la utilidad social de este proyecto a la comunidad afincada en el cráter del Pululahua así como en los alrededores del mismo es positiva, pues generará empleo, mayores ingresos y mayor preocupación del gobierno por medio del Ministerio de Ambiente y de Turismo hacia la zona.

- Los índices financieros obtenidos demuestran que el proyecto tendrá suficientes recursos para cubrir sus obligaciones corrientes y contará con un adecuado capital de trabajo para el normal desenvolvimiento en sus operaciones, así por ejemplo se puede indicar que el índice de rentabilidad simple del proyecto indica que por cada dólar invertido los accionistas ganan 0,27 dólares, lo que significa un 27% de utilidad neta por dólar invertido; de igual manera el índice de razón corriente nos indica que por cada dólar de

deuda, el proyecto dispone de $6,66 para cubrirla, esto y lo anterior son un ejemplo claro de la solvencia financiera del proyecto.

- La estructura del financiamiento se muestra aceptable, los resultados de operación proyectada y los índices de rentabilidad se encuentran en niveles satisfactorios, que justifican la ejecución del proyecto y están acorde con las expectativas de interés.

- La capacidad de pago del proyecto es adecuada según los balances proyectados del rancho, así tenemos que el índice de endeudamiento es del orden del 23%, es decir los acreedores poseen apenas un 23% de los activos de la empresa, la otra parte es de los accionistas; por lo expuesto anteriormente el monto del préstamo con la CFN considerado, asegura el cumplimiento de la obligación crediticia, el cual no se verá afectado en el futuro ante posibles eventualidades que influyan negativamente en el resultado de las operaciones.

- Después de haber realizado los respectivos estudios económicos, se establece que la inversión inicial es de USD. 122.820,16, teniendo una consideración, que se financiara el 22,11% de la inversión total, y la diferencia es decir el 77,89% será aportado por los fundadores del establecimiento cuyo aporte personal es de USD. 95.660,76.

- La tabla de ingresos de los diferentes servicios del establecimiento turístico permite observar que los mismos irán aumentándose progresivamente cada año; los servicios del rancho que mayoritariamente aportan al ingreso del proyecto son los relacionados con el hospedaje y la alimentación, mientras que los servicios del bar y auditorio aportan minoritariamente al ingreso del proyecto; se concluye que los ingresos totales del rancho permiten obtener utilidades razonables para los inversionistas, las mismas que se reflejan en los estados de Resultados y Balances generales.

- Al analizar la tasa interna de Retorno se observa que dicho valor presenta un resultado del 16 % (considerando el financiamiento), la cual en comparación

con la tasa pasiva del sistema financiero que es del orden del 4,87% a marzo del 2010 (según los estudios del Banco Central del Ecuador, http://www.bce.fin.ec/) se halla con varios puntos porcentuales a su favor, concluyéndose que la inversión es atractiva para el proyecto y por ende para los fundadores o inversionistas, ya que además el proyecto tendrá un vida útil total de diez años incluidos los ya analizados; se muestra entonces atractiva y rentable la inversión, a más de que está fortaleciendo la infraestructura turística de la reserva del Cráter del Pululahua y del sector en general.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda la implantación de este rancho turístico especializado de una manera inmediata, con el fin de atraer al turista nacional y extranjero, e incrementar la infraestructura turística hotelera de la zona y genere divisas a la provincia de Pichincha.

- Se considera necesario que el personal encargado de la realización de inventarios turísticos del Ministerio de Turismo con su área de planificación, conjuntamente con el Ministerio de Ambiente, realicen un trabajo más amplio en la reserva del Pululahua con el fin de dar a conocer los diversos atractivos turísticos que posee la región y que en la actualidad han sido sino menospreciados y poco promocionados, pero que cuentan con características suficientes para ser tomados en cuenta.

- Emprender un programa de promoción a nivel local, nacional e internacional de todos los atractivos con los que cuenta la Reserva del Pululahua.

- Las entidades del estado Ecuatoriano, públicas y privadas, deben aunar esfuerzos con la finalidad de brindar a los turistas un adecuado sistema de seguridad, sobre todo en lo que concierne a parques, refugios, reservas naturales, los cuales muchas veces no cuentan con los suficientes guarda parques, ni con guías especializados.

- En el futuro inmediato del proyecto, durante los primeros dos o tres semestres de funcionamiento del rancho, se requerirá la intervención del Ministerio de Obras Públicas para mejorar la carretera de entrada al sector del cráter del Pululahua, pues la que se posee actualmente es de segundo orden, lo que genera inconvenientes para que el turista acceda a la zona y a medida que la demanda al rancho crezca se necesitará mejorar la imagen del rancho y obviamente eso conlleva inicialmente tener un buen acceso vial al mismo.

- De igual manera haciendo relación a la recomendación precedente, el rancho turístico a mediano plazo deberá incrementar su capacidad de hospedaje, con la construcción de al menos dos o tres cabañas simples más, pues la demanda a futuro irá en crecimiento de acuerdo al estudio de mercado previamente realizado.

BIBLIOGRAFÍA

ACERANZA, Miguel Angel. *Administración del Turismo Planificación y Dirección.* 2da. Edición. Editorial Trillas. México 1999.

ALLIONI, Miguel. *Lavida del Pueblo de Oyacachy*. 1ra.Ediciones Mundo cultural. Ecuador 1.987

BACA Urbina, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Cuarta edición. Editorial McGraw-Hill. México 2001.

BENITEZ, Lilian. *Culturas Ecuatorianas Ayer Y Hoy*. 5ta. Edición. Editorial Abya Ayala, Ecuador 1990.

BOTTASSO, Juan. *La Laguna de Papallacta*. Serie "B", Ediciones Mundo cultural, Ecuador 2001.

BOULLON, Roberto C. *Actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista,* Editorial Trillas. México D.F. 1983.

BURBANO, Jorge. *Presupuestos, Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos*.

CANELOS S., Ramiro. Econ. *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Primera edición. Universidad Internacional del Ecuador. Quito – Ecuador 2003.

CAPTUR. *Guía Turística del Ecuador*. 1999

CARDENAS, Fabio. *Proyectos Turísticos, Localización e Inversión*. 1ra. Edición 1991, México. Reim, 1994.

CARDENAS T., Fabio. *Producto Turístico: Aplicación de la Estadística y del Muestreo para su Diseño*. 2da. Edición. Editorial Trillas. México 1990.

CARDENAS T., Fabio. *Comercialización del Turismo: Determinación y Análisis de Mercados.* Editorial Trillas. México 1990.

CASOLA, Luis. *Turismo y Ambiente.* Editorial Trillas. México 1990.

CEVALLOS, Héctor. *Propuestas de Políticas de Impacto Ambiental en las Áreas del País.* Quito, Proyecto INEFAN / GEF, 1995.

CETUR. *Metodología para la Realización DE Inventarios Turísticos*. Quito – Ecuador, 1992.

DAHDA, Jorge. *Publicidad Turística*. Editorial Trillas. México 1992.

FOSTER, Dennis. *Introducción a los Viajes y al Turismo.* Editorial Mc. Graw Hill. México 1994.

FUNDACIÓN Natura. *Acciones de Desarrollo y Áreas NATURALES* Publicado con el aporte financiero, Del World Wild Life. Quito – Ecuador. 1992.

MENESES, Ediberto. *Preparación y Evaluación de Proyectos,* 1era.edición.

SAPAG CHAIN Nassar y SAPAG CHAIN Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos.* Universidad de Chile. Mc.Graw. Hill. Año 2000.

STANTON William y ETZEL Michael. *Fundamentos de Marketing,* Decima edición. Mc.Graw Hill, año.1998.

MANUAL DE FUNCIONES RANCHO LA GUAJIRA CRÁTER DEL PULULAHUA	
DEPARTAMENTO: **ADMINISTRATIVO**	
Cargo: **Junta General de Socios**	
Descripción del cargo:	Es el máximo organismo del rancho. Se encargará de tomar decisiones y formular resoluciones en beneficio del mismo y de los turistas. Está conformada por los tres socios participantes del Rancho La Guajira Compañía Limitada, quienes responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales
Funciones específicas:	- Designar y remover al Gerente General.
	- Receptar informes de cuentas y balances.
	- Resolver sobre destino de utilidades.
	- Consentir en cesión la admisión de nuevos socios.
	- Resolver sobre aumento o disminución de capital.
	- Tomar decisiones para el rancho procurando su mejoramiento y crecimiento.
	- Establecer reuniones para conocer la situación del rancho (por lo menos una vez al año).
	- Aprobar normas, políticas y planes diseñados por el administrador.
DEPARTAMENTO: **ADMINISTRATIVO**	
Cargo: **Gerente General**	
Descripción del cargo:	Es la persona que estará a cargo del control y supervisión de todas las actividades del rancho, tanto las administrativas como las operativas, estas últimas en coordinación con el administrador del rancho, y pondrá en ejecución las resoluciones tomadas por los socios.
Perfil:	- Título profesional en Ingeniería Comercial o Ingeniería Financiera, reconocido por el CONESUP.
	- Excelente manejo de Microsoft Office.
	- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Libreta militar actualizada y record policial
	- Experiencia mínima de dos años en el cargo de gerente de centros turísticos, de preferencia en lo que se refiere a la actividad del ecoturismo y/o turismo de aventura.
	- Preferiblemente de sexo masculino.
	- Edad entre 30 a 40 años.
Funciones Específicas:	- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.
	- Diseñar e implantar normas, políticas y procedimientos administrativos que regulen el funcionamiento del rancho.
	- Elaborar informes periódicos para los socios de la empresa.

	- Determinar las obligaciones y responsabilidades de cada uno de los integrantes de la organización y evaluar su desempeño, esta última actividad en estrecha coordinación con el administrador del rancho.
	- Organizar los equipos de trabajo, los turnos, permisos y otros relacionados.
	- Controlar la ejecución de las actividades operativas y administrativas del rancho.
	- Supervisar la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y financieros del rancho.
	- Autorizar la compra de bienes necesarios para el normal desarrollo de las actividades del rancho.
	- Dirigir, controlar y evaluar al personal tanto administrativo como operativo del Rancho La Guajira.
	- Realizar el reclutamiento y selección del personal administrativo y operativo del rancho.
	- Comunicar sobre resoluciones, planes y objetivos institucionales al personal administrativo y operativo del rancho.
	- Llevar a cabo la gestión de ventas del rancho, es decir de abrir mercado.
	- Representar a la empresa en cada uno de los actos en que se requiera de su presencia, es decir manejar las relaciones, publicidad e imagen de la empresa.
	- Administrar las finanzas de la empresa, en coordinación directa con la secretaria/contadora del rancho.
	- Planificar la situación administrativa de la empresa y supervisar la parte operativa del rancho.
DEPARTAMENTO: **ADMINISTRATIVO**	
Cargo: **Administrador**	
Descripción del cargo:	Es la persona que estará a cargo de la supervisión del personal operativo que labora en el Rancho La Guajira, con el fin de poder establecer el normal funcionamiento del rancho en cuanto la atención a los turistas.
Perfil:	- Título profesional en Ingeniería Comercial o Administración de Empresas, reconocido por el CONESUP.
	- Excelente manejo de Microsoft Office.
	- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Libreta militar actualizada y record policial.
	- Licencia de conducir indispensable.
	- Experiencia mínima de dos años en el cargo de administrador de centros turísticos, especialmente en lo que se refiere a la

	actividad del ecoturismo y/o turismo de aventura.
	- Preferentemente del sexo masculino.
	- Edad entre 25 y 45 años.
	- Buena presencia.
	- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
Funciones Específicas:	- Dirigir, controlar y evaluar al personal operativo (recepcionistas, guías turísticos, camarera de limpieza, meseros, chefs, y guardias).
	- Realizar el reclutamiento y selección del personal operativo del rancho.
	- Comunicar sobre resoluciones, planes y objetivos institucionales al personal operativo del rancho.
	- Realizar periódicamente en coordinación con el Gerente General elaborará los informes de actividades de las diversas áreas que se manejan en el Rancho La Guajira, además de reportar periódicamente el accionar y conducta de todos los empleados de operaciones del rancho a la Gerencia General.
	- Establecer, exigir y controlar que todas las políticas de trabajo y de disciplina se cumplan en el rancho.
DEPARTAMENTO: **ADMINISTRATIVO**	
Cargo: **Secretaria**	
Descripción del cargo:	Brindar soporte y asistencia al Gerente General de llevar la contabilidad de la empresa
Perfil:	- Estudiante universitario que haya cursado al menos el tercer año en carreras de Contabilidad o Auditoria.
	- Carné de Contador Público Autorizado (CPA).
	- Excelente manejo de Microsoft Office.
	- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- De sexo femenino.
	- Edad entre 22 y 35 años.
	- Buena presencia.
	- Contar con dos años de experiencia.
Funciones Específicas:	- Dar soporte al Gerente General, siendo su asistente.
	- La elaboración de la correspondencia del establecimiento turístico.
	- Realizar eficientemente los contratos de trabajo y todas las funciones que en calidad de profesional y a cargo del Gerente General pueda realizar.

	- Brindar información turística del Rancho La Guajira y de ser necesario coordinar con la recepción del mismo la reserva de cupos para las cabañas del rancho.
	- Determinar la situación económica de la empresa, mediante los diferentes balances contables (balance general, estado de resultados y flujo de caja).
	- Controlar eficientemente el manejo de la caja chica en la oficina central de Quito y la de las instalaciones del rancho, mediante un cruce de información semanal con el Administrador del rancho, este último entregará un detalle de gastos semanal a la Secretaria/Contadora, con los sustentos físicos (facturas, notas de venta, etc) y un sustento magnético (un reporte de gastos en una hoja de Excel), este detalle físico deberá cuadrar con el detalle magnético, lo cual reflejará el buen manejo o no de la caja chica.
	- Enviar el reporte diario de ingresos y egresos del establecimiento turístico a la Gerencia General.
	- Pagar las remuneraciones y demás beneficios laborales al personal tanto administrativo como operativo del rancho; es encargado también de cancelar las diversas obligaciones económicas a terceros como: proveedores, agencias de viajes, comisiones etc.
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Recepcionista**	
Descripción del cargo:	Cajero (a) de recepción, servicio al cliente, registros de los clientes en el Rancho La Guajira.
Perfil:	- Al menos haber cursado dos años en alguna carrera administrativa (Ingeniería Comercial, Contabilidad, Auditoria o Finanzas).
	- Que tenga una excelente aptitud de servicio al cliente y demuestre que le gusta trabajar con gente.
	- Sexo femenino exclusivamente.
	- Edad: entre 22 y 35 años.
	- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Al menos experiencia de un año en cargos similares.
	- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
Funciones Específicas:	- Atender directamente a los turistas nacionales y extranjeros que acuden al rancho.
	- Llevar el respectivo registro de entrada y salida de los turistas,

	conjuntamente con los reportes de los consumos y servicios y sus respectivas liquidaciones.
	- Observar la reservación de las habitaciones disponibles y promover la venta del servicio de alojamiento.
	- Atender el servicio de correo, telefax, y mensajes para los huéspedes, durante y después de su permanencia en el establecimiento turístico.
	- Controlar el servicio de financiamiento y crédito a los turistas, en cuanto tiene que ver el pago del paquete turístico que escojan.
	- Realizar los reportes de arqueo de caja diariamente a su jefe inmediato superior (Administrador del rancho).
	- Aplicar la revisión y verificación de los cheques de viajero, tarjetas de crédito y monedas extranjeras y nacionales, conjuntamente con el manejo de caja chica para gastos imprevistos de su departamento.
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Guías Turísticos**	
Descripción del Cargo:	Guías encargados de prestar los servicios de tour, ganarán por comisión, un 10% del total del paquete de turismo escogido por cada uno de los turistas
Funciones Específicas:	- Guiar al turista por los distintos senderos que están preestablecidos en cada uno de los paquetes turísticos..
	- Dar cumplimiento al cronograma de trabajo de cada uno los respectivos paquetes turísticos escogidos por los turistas.
	- Velar en todo momento del tour por la vida e integridad física de los turistas y reportar inmediatamente por radio al rancho si sucediera cualquier emergencia mientras se brinda el servicio de aventura.
	- Dar soporte a las diversas expectativas de los turistas que acudan al rancho, quienes ocasionalmente sin hacer uso del itinerario escogido en el paquete turístico, deseen recorrer algún sendero, para ello necesitarán del conocimiento y trabajo de los guías
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Chef Supervisor**	
Descripción del Cargo:	Administración a la gastronomía del Rancho La Guajira, planificación, dirección, control y evaluación del Recurso Humano a su cargo.
Perfil:	- Administrador Gastronómico o Licenciado en Gastronomía, reconocido por CONESUP.
	- Contar con cuatro años de experiencia y al menos dos en el sector hotelero.
	- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.

	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Libreta militar actualizada y record policial.
	- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
	- Que tenga una excelente aptitud de servicio al cliente y demuestre que le gusta trabajar con gente.
	- Edad: entre 25 y 40 años. Sexo masculino preferentemente.
Funciones Específicas:	- Dirigir y mantener el orden del funcionamiento de la cocina.
	- Controlar el cumplimiento de las vacaciones, días laborables, feriados que disponga la administración para el personal bajo su cargo (chef junior, meseros).
	- Controlar la limpieza de los empleados a su cargo en la elaboración de alimentos y bebidas.
	- Realizar los menús y asignar los precios.
	- Vigilar el cumplimiento en el horario de entrada y salida del personal a su cargo.
	- Control de calidad y rendimiento de los géneros de cocina, conjuntamente con la capacitación continúa del personal a su cargo, y es por tanto el encargado directo de los banquetes y sugerencias contratadas.
	- Tener conocimiento de todas las bebidas simples y compuestas utilizadas en el bar, conjuntamente con las botanas más comunes y la cristalería a utilizarse para servir cada bebida.
	- Realizar inventarios y requisiciones al almacén o bodega de los insumos del bar, elaborar el control de botellas y entregar el informe a la caja del departamento de recepción del restaurante.
	- Controlar los artículos del bar.
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Chef Junior**	
Descripción del Cargo:	Apoyar al administrador de la gastronomía del Rancho La Guajira, colaborar en todos los aspectos relacionados a la cocina.
Perfil:	- Administrador Gastronómico o Licenciado en Gastronomía, reconocido por CONESUP, o al menos egresado de una institución universitaria reconocida.
	- Contar con cuatro dos de experiencia y al menos uno en el sector hotelero.
	- Dominio del idioma Inglés en un 90% al menos, escrito y hablado.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Libreta militar actualizada y record policial.
	- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de

	Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
	- Que tenga una excelente aptitud de servicio al cliente y demuestre que le gusta trabajar con gente.
	- Edad: entre 25 y 40 años. Sexo masculino preferentemente.
Funciones Específicas:	- Brindar apoyo directo al responsable del área de cocina que es el Chef Supervisor.
	- Dirigir y mantener el orden del funcionamiento de la cocina.
	- Tener conocimiento de todas las bebidas simples y compuestas utilizadas en el bar, conjuntamente con las botanas más comunes y la cristalería a utilizarse para servir cada bebida.
	- Lavar la vajilla, y controlar el menaje en general utilizado tanto en la cocina como en el servicio.
	- Realizar la limpieza general de la cocina y áreas relacionadas, adicionalmente deberá colaborar en los trabajos de cocina sencillos
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Camarera**	
Descripción del Cargo:	Mantener limpias todas las instalaciones del Rancho La Guajira, estar a las órdenes del administrador del Rancho en cualquier situación relevante a sus funciones.
Perfil:	- Bachiller de la República del Ecuador.
	- Edad: entre 20 y 35 años.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Experiencia de dos años en actividades similares.
	- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
Funciones Específicas:	- Velar por la limpieza de habitaciones, baños, corredores, áreas públicas.
	- Supervisar las llaves utilizadas en el establecimiento turístico.
	- Emitir reportes diarios para el departamento de Recepción del uso de habitaciones y notificar al cajero de recepción los materiales dañados por el huésped para que sean cargados a su cuenta.
	- Reportar a la administración sobre objetos perdidos, u otras novedades para su debito trato.
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Meseros**	
Descripción del Cargo:	Atención al cliente en lo referente a sus solicitudes de comida, y preparación de las mesas del restaurante. Brindar apoyo y estar a disposición de los requerimientos del administrador de la

MANUAL DE FUNCIONES RANCHO LA GUAJIRA CRÁTER DEL PULULAHUA	
	gastronomía (Chef Supervisor)
Perfil:	
Funciones Específicas:	- Preparar las mesas para el servicio de alimentación.
	- Atender directamente en el área del restaurante, tiene conocimiento perfecto de los platos del menú, ofrece el servicio de alimentos y bebidas solicitados por los comensales, sugiere al comensal aperitivos, cócteles y bebidas después de las diferentes comidas o durante ellas.
	- Realizar el montaje para las recepciones; cumplir todas las órdenes asignadas por el capitán de restaurante, siendo en este caso el chef supervisor.
	- Brindar el servicio de alimentos y bebidas a los huéspedes en las habitaciones.
	- Emitir el reporte de consumo de alimentos y bebidas de los huéspedes en las habitaciones a Caja- Recepción.
	- Lavar la vajilla, y controlar el menaje en general utilizado tanto en la cocina como en el servicio.
	- Realizar la limpieza general de la cocina y áreas relacionadas, adicionalmente deberá colaborar en los trabajos sencillos de cocina.
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Conserje**	
Descripción del Cargo:	Colaborar con todos los empleados del Rancho La Guajira en las solicitudes que ellos requieran, atender y ayudar a los clientes en la localización del Rancho.
Perfil:	- Bachiller de la República del Ecuador.
	- Edad: entre 30 y 50 años.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Libreta militar actualizada y record policial.
	- Experiencia de dos años en actividades similares.
	- Preferentemente que su lugar de residencia sea en el sector de Pomasqui, o en una de las zonas aledañas a la misma (Cotocollao, San Antonio, Mindo).
Funciones Específicas:	- Dar asistencia a todo el personal administrativo y operativo del rancho, tanto al administrador, al recepcionista/cajero, a los meseros, al chef, a las camareras de limpieza, es decir, es un soporte auxiliar en cualquier proceso del rancho.
	- Guiar al turista a cualquiera de las instalaciones del rancho: al salón de juegos, al salón de televisión, a la sala de sauna e hidromasaje, al salón de reuniones, al bar o al restaurante, incluso realizará encomiendas que le encarguen los turistas (en el sector del cráter del Pululahua existen dos tiendas de

	abarrotes, en caso de ser necesario el conserje se trasladará a las mismas a comprar algún insumo que requiera el turista).
	- Registrar el ingreso y egreso de los productos de bodega.
	- Recibir las mercaderías evaluando la cantidad, calidad y precio.
	- Almacenar y ordenar los alimentos perecibles y no perecibles, realizar las adquisiciones de los productos solicitados por cada uno de los departamentos, y enviar un reporte de existencias a su jefe inmediato.
	- Cuidar del aseo de todas y cada una de las instalaciones del rancho, conjuntamente con las camareras de limpieza.
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Chofer**	
Descripción del Cargo:	Brindar el servicio de recorrido de los empleados de operaciones del rancho
Perfil	- Licencia de conducir profesional.
	- Poseer una buseta para recorridos de personal en buenas condiciones y con capacidad de al menos 14 personas.
	- Persona con experiencia de al menos 5 años en recorridos de personal de empresas.
	- Edad: entre 35 y 45 años.
	- Cédula de identidad original y actualizada.
	- Libreta militar actualizada y record policial.
Funciones Específicas:	- Realizar los recorridos diariamente para todo el personal de operaciones del Rancho
DEPARTAMENTO: **OPERACIONES**	
Cargo: **Guardias de Seguridad**	
Descripción del Cargo:	Los servicios de seguridad serán contratados a una empresa especializada en el campo
Funciones Específicas:	- Vigilar el ingreso y salida de los usuarios, huéspedes y empleados del establecimiento turístico.
	- Cuidar los automóviles de los turistas y de los huéspedes.
	- Cuidar la integridad de los huéspedes que se alojan en el establecimiento turístico e intervenir directamente si ocurriese cualquier altercado al interior de las instalaciones del rancho.

ANEXOS AL ESTUDIO TECNICO.

PROGRAMA DE PRODUCCION.

PROGRAMA DE PRODUCCION CABAÑAS SIMPLES.

RANCHO LA GUAJIRA

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN CABAÑAS SIMPLES

SEMESTRE	PORCENTAJE DEL PROYECTO	CABAÑAS SIMPLES	PLAZAS POR CABAÑA	NÚMERO DE PLAZAS	DEMANDA INSATISFECHA	% COBERTURA
	POR HABITACIONES	OCUPADAS SEMESTRALMENTE		OCUPADAS POR HABITACION	CAPTADA POR EL PROYECTO	DEMANDA INSATISFECHA
julio/diciembre 2009	50%	546	4	2.184	60.428	0,90%
enero/junio 2010	55%	601	4	2.404	64.034	0,94%
julio/diciembre 2010	60%	655	4	2.620	67.928	0,96%
enero/junio 2011	65%	710	4	2.840	72.053	0,99%
julio/diciembre 2011	70%	764	4	3.056	76.421	1,00%

Fuente: Estudio de mercado del proyecto
Elaboración: El autor

En este cuadro se refleja la producción bruta por período, por concepto de alojamiento específicamente en las cabañas simples, los resultados obtenidos por razón de hospedaje están de acuerdo al porcentaje de ocupación que existirá cada semestre. Para obtener la producción bruta por períodos se aplicó la siguiente fórmula:

$$Co = \frac{PoxCM}{100}$$

DONDE:

CM = Capacidad Máxima (Número de Habitaciones del complejo por días)

PO = Porcentaje de Ocupación

Co = Número de Habitaciones Ocupadas

CM = No. De cabañas simples X No de días de estadía

CM= 6 cabañas simples X 182 días. = 1.092 habitaciones semestralmente

Co = (50% x 1.092)/100
Co = 546 HABITACIONES

ANÁLISIS:

El Rancho La Guajira dispondrá de 6 cabañas simples, el horizonte del proyecto se considera en cinco semestres, se inicia en el primer semestre con un porcentaje de ocupación del 50%, a partir del segundo semestre se considerará un crecimiento del 5%, hasta llegar al 70% en el quinto semestre.

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN CABAÑAS DOBLES.

RANCHO LA GUAJIRA

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN CABAÑAS DOBLES

SEMESTRE	PORCENTAJE DEL PROYECTO	CABAÑAS DOBLES	PLAZAS POR CABAÑA	NÚMERO DE PLAZAS	DEMANDA INSATISFECHA	% COBERTURA
	POR HABITACIONES	OCUPADAS SEMESTRALMENTE		OCUPADAS POR HABITACION	CAPTADA POR EL PROYECTO	DEMANDA INSATISFECHA
julio/diciembre 2009	50%	182	6	1.092	60.428	0,30%
enero/junio 2010	55%	200	6	1.200	64.034	0,31%
julio/diciembre 2010	60%	237	6	1.422	67.928	0,35%
enero/junio 2011	65%	255	6	1.530	72.053	0,35%
julio/diciembre 2011	70%	255	6	1.530	76.421	0,33%

Fuente: Estudio de mercado del proyecto
Elaboración: El autor

En este cuadro se refleja la producción bruta por período, por concepto de alojamiento específicamente en las cabañas dobles, los resultados obtenidos por razón de hospedaje están de acuerdo al porcentaje de ocupación que existirá cada semestre. Para la producción bruta por períodos se aplicó la siguiente fórmula:

$$Co = \frac{PoxCM}{100}$$

CM = No. De cabañas dobles X No de días de estadía

CM= 2 cabañas dobles X 182 días.

CM= 364

Co = (50% x 364)/100

Co = 182 HABITACIONES

ANÁLISIS:

El Rancho La Guajira dispondrá de 2 cabañas dobles, el horizonte del proyecto es de 5 semestres, se inicia en el primer semestre con un porcentaje de Ocupación del 50%, a partir del tercer semestre se tendrá un crecimiento conservador de un 5%, hasta llegar al 70% en el quinto semestre.

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN RESTAURANT.

RANCHO LA GUAJIRA

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN RESTAURANT

SEMESTRE	CAPACIDAD DEL PROYECTO MESAS RESTAURANTE	NUMERO DE PLAZAS / CLIENTES HUEPEDES	Nº CLIENTES / HUESPEDES DIARIOS	CLIENTES PARTICULARES / 25%	Nº CLIENTES / PARTICULARES DIARIOS
julio/diciembre 2009	50%	5.460	30	1.365	8
enero/junio 2010	55%	6.006	33	1.502	8
julio/diciembre 2010	60%	6.552	36	1.638	9
enero/junio 2011	65%	7.098	39	1.775	10
julio/diciembre 2011	70%	7.644	42	1.911	11

Fuente: Estudio de mercado del proyecto

Elaboración: El autor

ANÁLISIS:

El restaurante contara con 15 mesas con una capacidad de cuatro personas por mesa (60 personas), lo que quiere decir que se dispondrá al en cada semestre con una capacidad de 10.920 plazas, el primer semestre iniciará con el 50% de la capacidad (5.460 plazas al año), y se estima que un 25% (1.365 personas) corresponderá a usuarios o clientes particulares. A lo largo del horizonte del proyecto se incrementará un 5% la capacidad del restaurante. Para determinar los clientes totales se utilizara la siguiente fórmula.

$$Co = \frac{PoxCM}{100}$$

DONDE:

CM = Capacidad Máxima

PO = Porcentaje de Ocupación

Co = Número de Mesas Ocupadas

CM = No. De Mesas x Número de puestos X No de días de estadía

CM= 15 mesas X 4 puestos cada una X 182 días = 10.920 puestos

Co = (50% x 10.920)/100
Co = 5.460 puestos

SERVICIO DE DESAYUNO/ALMUERZO/MERIENDA.

SEMESTRE	CLIENTES DIARIOS	CLIENTES DIARIOS
	HUÉSPEDES	SEMESTRALES
julio/diciembre 2009	30	5.460
enero/junio 2010	33	6.006
julio/diciembre 2010	36	6.552
enero/junio 2011	39	7.098
julio/diciembre 2011	42	7.644

Fuente: Estudio de mercado del proyecto
Elaboración: El autor

ANÁLISIS:

Se ha tomado en cuenta el número de plazas correspondiente a los clientes huéspedes (5.460 en el primer semestre) del programa de producción del restaurante, este valor se ha divido para los 182 días de apertura permanente del restaurante durante un semestre de funcionamiento, dando como resultado en el primer semestre 30 clientes diarios.

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SERVICIO DE BAR.

RANCHO LA GUAJIRA

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SERVICIO DE BAR

SEMESTRE	CAPACIDAD DEL PROYECTO / AREA DE BEBIDAS	CLIENTES HUESPEDES SEMESTRALES	CLIENTES HUESPEDES DIARIOS	CLIENTES PARTICULARES SEMESTRALES	CLIENTES PARTICULARES DIARIOS
julio/diciembre 2009	50%	1.456	8	364	2
enero/junio 2010	55%	1.602	9	400	2
julio/diciembre 2010	60%	1.747	10	437	2
enero/junio 2011	65%	1.893	10	473	3
julio/diciembre 2011	70%	2.038	11	510	3

Fuente: Estudio de mercado del proyecto
Elaboración: El autor

ANÁLISIS

Se toma en cuenta la capacidad máxima del bar (16 plazas, cuatro mesas con capacidad de cuatro personas cada una), los resultados obtenidos por razón del servicio están de acuerdo al porcentaje de ocupación del horizonte del proyecto; se considera el 25% de clientes particulares.

$$Co = \frac{PoxCM}{100}$$

DONDE:

CM = Capacidad Máxima

PO = Porcentaje de Ocupación

Co = Número de huéspedes que consumen bebidas.

CM= 16 plazas en el bar x 182 días = 2.912

Co = (50% x 2.912)/100

Co = 1.456

Con el coeficiente Co (1.456) obtenido se lo divide para los 182 días de apertura permanente del bar durante un semestre de funcionamiento, dando como resultado en el primer semestre 8 clientes diarios.

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SERVICIO DE AUDITORIO.

RANCHO LA GUAJIRA

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SERVICIO DE AUDITORIO

SEMESTRE	CAPACIDAD DEL PROYECTO/ AUDITORIO	OCUPACION ALQUILER/ AUDITORIO
julio/diciembre 2009	60%	123
enero/junio 2010	60%	123
julio/diciembre 2010	60%	124
enero/junio 2011	60%	125
julio/diciembre 2011	60%	126

Fuente: Estudio de mercado del proyecto
Elaboración: El autor

ANÁLISIS

El auditorio tiene capacidad para 48 personas, se toma en consideración el alquiler del auditorio semestralmente estableciéndose una capacidad máxima de 288 puestos semestralmente (al menos un alquiler del auditorio cada tres meses), se considera un porcentaje de ocupación del 60%, añadiendo la cantidad de clientes particulares que por diversas razones asisten al rancho y se hospedan.

$$Co = \frac{PoxCM}{100}$$

DONDE:

CM = Capacidad Máxima

PO = Porcentaje de Ocupación

Co = numero de huéspedes del servicio de auditorio.

CM= 192 plazas

CO = 60% * 192 / 100 = 115 clientes húespedes

Número de Clientes Totales= Clientes Huéspedes + Clientes Particulares

Número de Clientes Totales = 115 + 8 = 123 clientes totales.

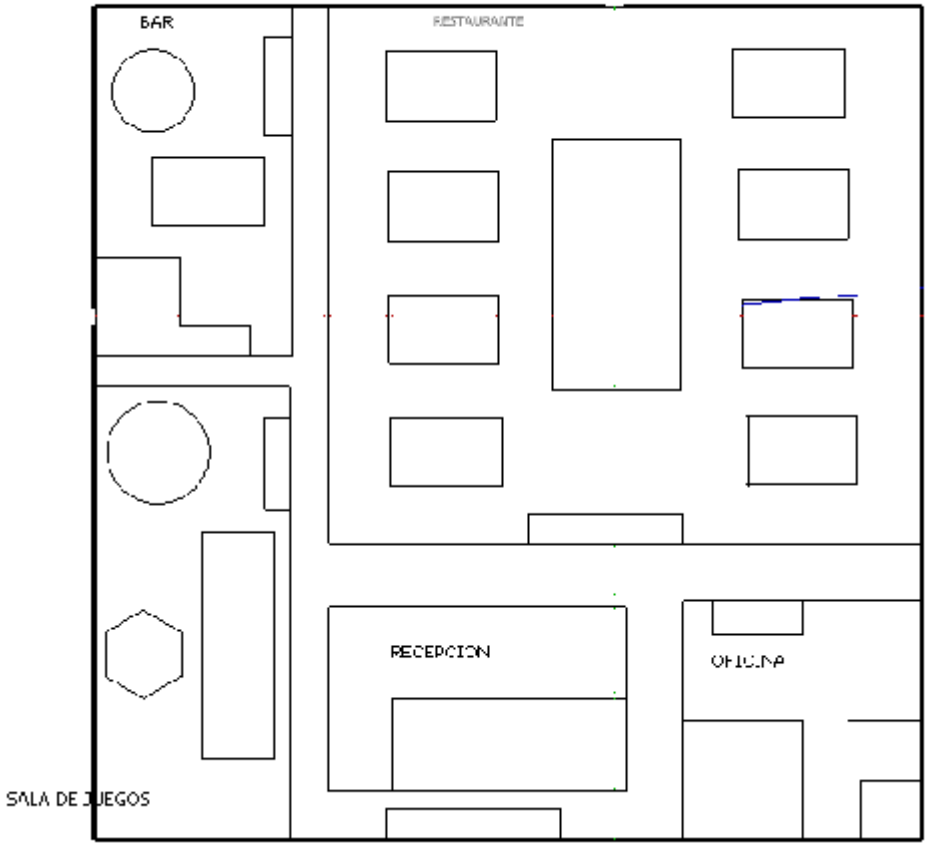
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN PAQUETES TURISTICOS.

Para calcular la producción de paquetes turísticos durante el primer semestre de funcionamiento del rancho turístico, se considerará los potenciales clientes que ingresarían a la ciudad de Quito en dicho periodo, los cuales son en número de 458.073 según el Cuadro N°3 del estudio de mercado; de dicho valor se considerará para nuestro estudio el 14%, el cual es el valor que refleja la tendencia hacia el turismo de aventura, según la Organización Mundial de Turismo; del valor resultante precedente se tomará inicialmente el 1,4% para el presente estudio como posibles clientes del proyecto en cuanto a la compra de paquetes turísticos; de dicho resultado se distribuirá de acuerdo a lo que el estudio de mercado señala en cuanto a preferencia de días de estadía en un viaje (18% de los entrevistados tomaría vacaciones de 1 a 7 días y el 82% tomaría vacaciones de 8 días en adelante).

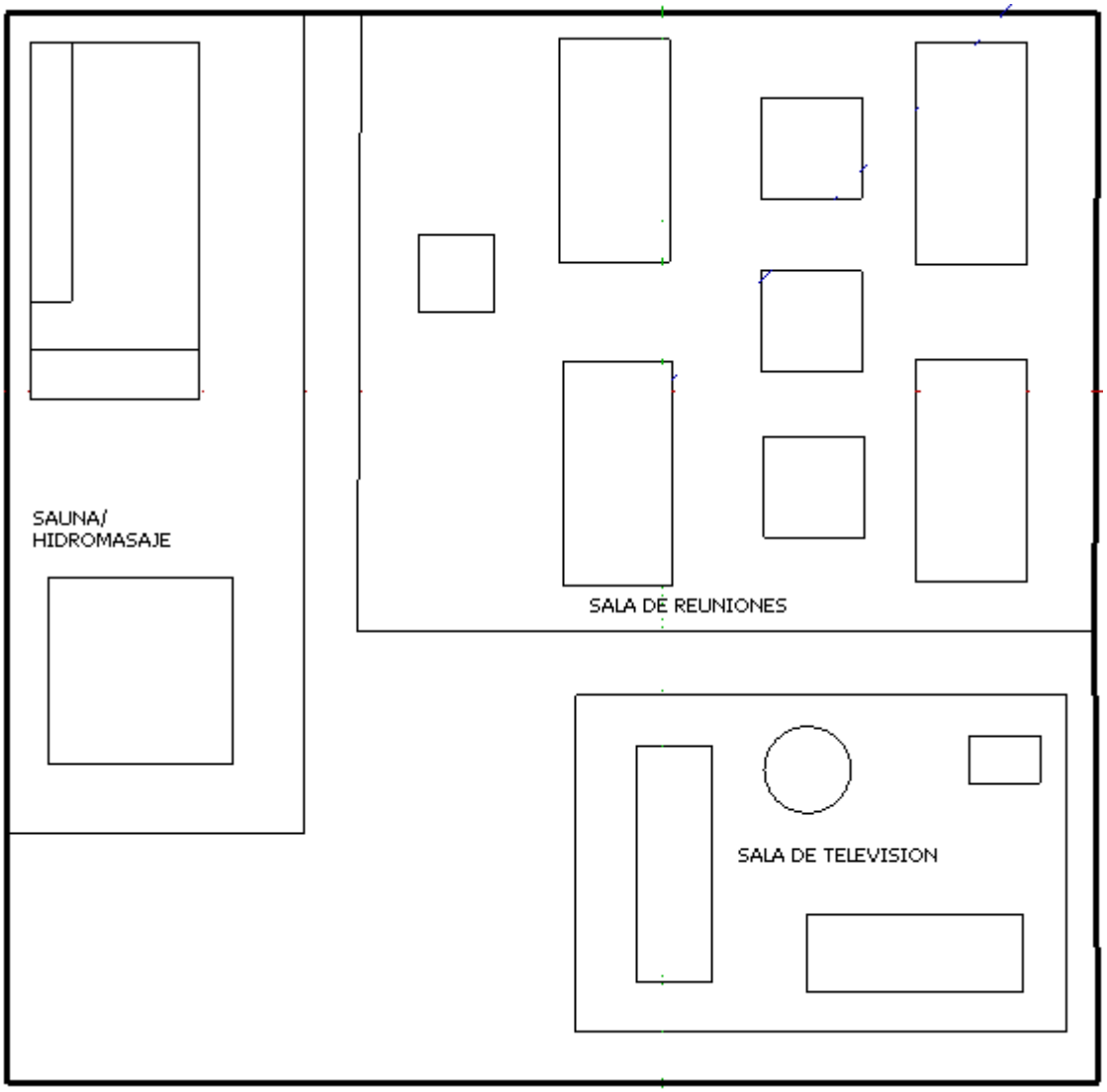
	(DE ACUERDO AL CUADRO N°6 DEL ESTUDIO DE MERCADO)
PROYECCION TURISTAS PRIMER SEMESTRE AÑO 2009 HACIA LA CIUDAD DE QUITO	458.073
TENDENCIA MUNDIAL AL TURISMO DE AVENTURA(7%) X PROYECCION TURISTAS PRIMER SEMESTRE 2009	64.130,22
POTENCIALES PAQUETES TURISTICOS DE AVENTURA EN RANCHO LA GUAJIRA PRIMER SEMESTRE 2009	897
De acuerdo al estudio de mercado de consumo, el 18% de los entrevistados tomarian vacaciones de 1 a 7 dias, y el resto, es decir el 82% tomaría vacaciones desde 8 días en adelante.	
paquete 1	162
paquete 2	367
paquete 3	368

DISTRIBUCION DE LA PLANTA.

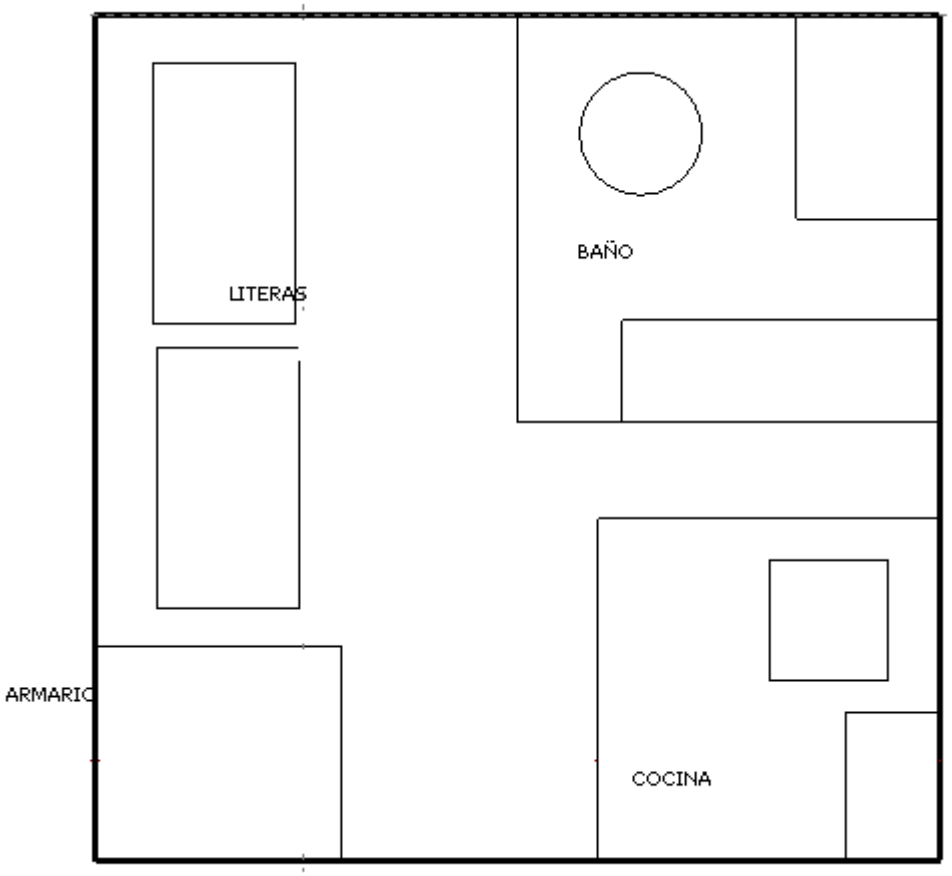
CABAÑA CENTRAL: PLANTA BAJA.



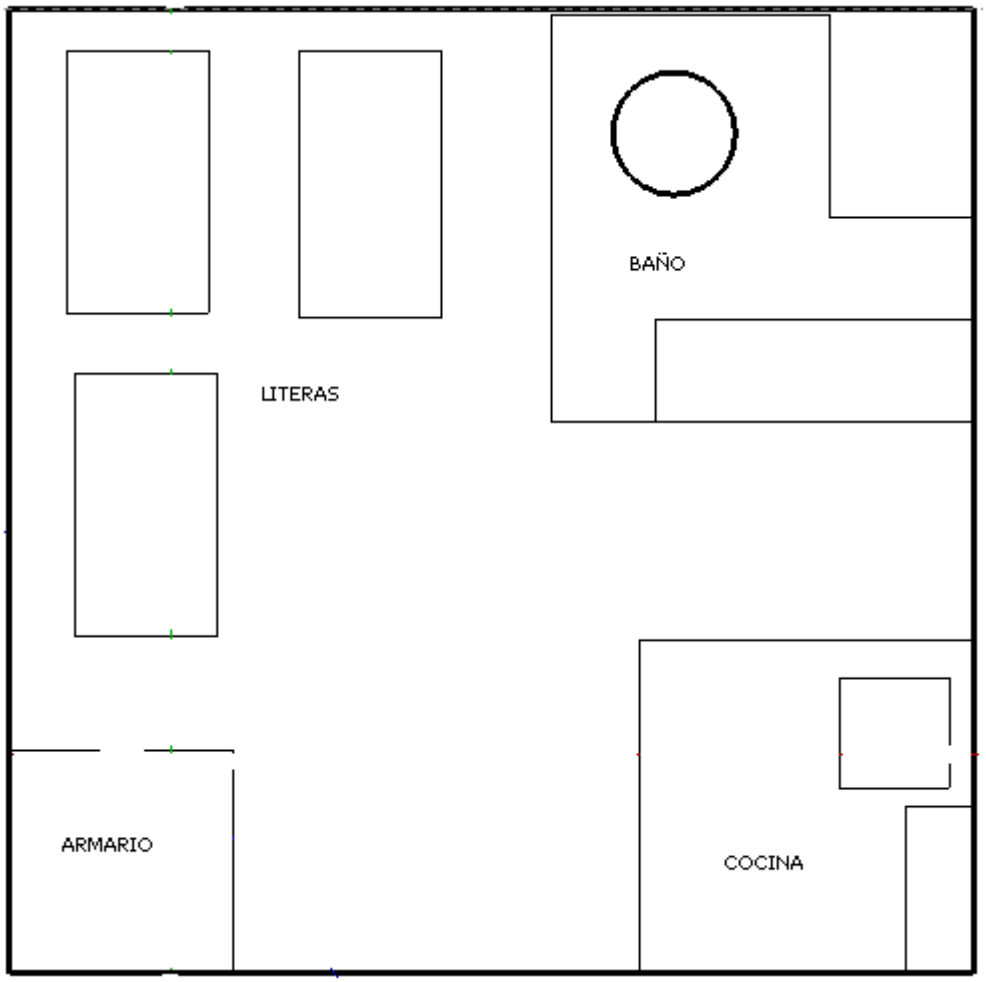
CABAÑA CENTRAL: PRIMER PISO.



CABAÑAS SIMPLES.



CABAÑAS DOBLES.



ANEXOS AL ESTUDIO FINANCIERO.

GASTO SEGURIDAD.

En el presente cuadro se detallan los precios a los que las empresas de seguridad ofrecen sus servicios:

SEGURIDAD PRIVADA

EMPRESA	MONTO
HALSEG CIA. LTDA.	440
SEGURBANC CIA. LTDA.	380
FUERSEPRI CIA. LTDA.	390
PROMEDIO	403

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

NOMINA DE EMPLEADOS.

CARGO	# EMPLEADOS	SUELDO	DECIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA: SEM. 1 - 2	VACACIONES: SEM. 1 - 2	FONDOS DE RESERVA: SEM. 3	VACACIONES SEM. 3
					8,33%		8,33%	
Gerente General	1	1.000,00	41,67	240,00	0,00	0,00	43,45	21,73
Secretaria/Contadora	1	450,00	18,75	240,00	0,00	0,00	19,55	9,78
Administrador del rancho	1	600,00	25,00	240,00	0,00	0,00	26,07	13,04
Recepcionista/cajero	3	300,00	12,50	240,00	0,00	0,00	13,03	6,52
Chef Supervisor	1	600,00	25,00	240,00	0,00	0,00	26,07	13,04
Chef Junior	1	400,00	16,67	240,00	0,00	0,00	17,38	8,69
Meseros	2	280,00	11,67	240,00	0,00	0,00	12,17	6,09
Camareras de limpieza	2	280,00	11,67	240,00	0,00	0,00	12,17	6,09
Conserjes	1	280,00	11,67	240,00	0,00	0,00	12,17	6,09
SUB-TOTAL		4.190,00	174,58	2.160,00	0,00	0,00	182,05	91,06
TOTAL		32.100,00	1.337,50	18.720,00	0,00	0,00	1.394,72	697,64

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: El autor

MANTENIMIENTO/SEGUROS

MANTENIMIENTO/SEGUROS	VALOR TOTAL	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009		ACUMULADO MANTENIMIENTO + SEGURO
ITEM		MANTENIMIENTO 3%	SEGUROS 2%	
Costeo de las obras	14.700,00	441,00	294,00	735,00
Inversiones en infraestructura	8.000,00	240,00	160,00	400,00
Costeo del terreno	30.000,00	900,00	600,00	1.500,00
Mobiliario y decoración	16.989,00	509,67	339,78	849,45
Inversión en equipos de oficina	1.850,00	55,50	37,00	92,50
Inversión en equipos de computación	3.200,00	96,00	64,00	160,00
Implementos adicionales	8.127,00	243,81	162,54	406,35
Platería y cristalería del proyecto	4.077,96	122,34	81,56	203,90
Otros equipos del proyecto	2.180,00	65,40	43,60	109,00
TOTAL		**2.673,72**	**1.782,48**	**4.456,20**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

MATERIA PRIMA DIRECTA.

	MENSUAL RANCHO			TOTALES	
ITEM	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	MENSUAL	SEMESTRAL
Limpieza				**380,80**	**2.284,80**
Escoba	4,00	6,00	24,00	24,00	
Trapeador	4,00	8,80	35,20	35,20	
Valde plástico	4,00	10,00	40,00	40,00	
Detergente	8,00	9,60	76,80	76,80	
Cloro	8,00	12,80	102,40	102,40	
Esponjas	16,00	6,40	102,40	102,40	
Kits suministros de oficina				**447,50**	**2.685,00**
Esferos	6,00	2,40	14,40	14,40	
Lapices	6,00	1,80	10,80	10,80	
Resaltadores	1,00	1,60	1,60	1,60	
Tinta correctora	2,00	4,90	9,80	9,80	
Borrador de lapiz	2,00	0,60	1,20	1,20	
Sacapuntas	2,00	0,50	1,00	1,00	
Grapadora	3,00	15,00	45,00	45,00	
Perforadora	3,00	19,50	58,50	58,50	
Caja de clips	3,00	6,00	18,00	18,00	
Caja de grapas	3,00	9,00	27,00	27,00	
Caja de diskets (10 unidades)	3,00	15,60	46,80	46,80	
Cartucho de tinta negra (recarga)	2,00	5,00	10,00	10,00	
Cartucho de tinta color (recarga)	2,00	9,00	18,00	18,00	
Papel bond (resma)	3,00	14,40	43,20	43,20	
Cinta adhesiva	3,00	5,40	16,20	16,20	
Folders	6,00	19,80	118,80	118,80	
Regla	3,00	2,40	7,20	7,20	
Alimentos	2.730,00	3,28	8.954,40	**8.954,40**	**53.726,40**
Bebidas	1.456,00	3,10	4.513,60	**4.513,60**	**27.081,60**
Varios salón de juegos				**303,50**	**1.821,00**
Kit de billar (bolas + 4 tacos + 1 tiza)	1,00	140,00	140,00	140,00	
Naipe	6,00	12,00	72,00	72,00	
Kit de ping-pong (bolas + 2 raquetas + red)	2,00	28,00	56,00	56,00	
Monopolio	1,00	12,00	12,00	12,00	
Ajedrez	1,00	15,00	15,00	15,00	
Juego piramidal de madera	1,00	8,50	8,50	8,50	
Varios cuarto de sauna				**298,00**	**1.788,00**
Escencia de olor (envase 40 gramos)	8,00	32,00	256,00	256,00	
Manguera (4 metros)	1,00	10,00	10,00	10,00	
Eucalipto (libra)	8,00	4,00	32,00	32,00	
Varios sala de televisión				**60,00**	**360,00**
Pelicula (dvd)	20,00	3,00	60,00	60,00	
TOTAL				14.957,80	**89.746,80**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

SUMINISTROS DE OFICINA.

MATERIALES DIRECTOS					
	PRIMER SEMESTRE: julio 2009 - diciembre 2009	**SEGUNDO SEMESTRE: enero 2010 - junio 2010**	**TERCER SEMESTRE: julio 2010 - diciembre 2010**	**CUARTO SEMESTRE: enero 2011 - junio 2011**	**QUINTO SEMESTRE: julio 2011 - diciembre 2011**
Limpieza	**2.284,80**	**2.334,15**	**2.384,57**	**2.436,08**	**2.488,70**
Escoba	144,00	147,11	150,29	153,53	156,85
Trapeador	211,20	215,76	220,42	225,18	230,05
Valde plástico	240,00	245,18	250,48	255,89	261,42
Detergente	460,80	470,75	480,92	491,31	501,92
Cloro	614,40	627,67	641,23	655,08	669,23
Esponjas	614,40	627,67	641,23	655,08	669,23
Kits suministros de oficina	**2.685,00**	**2.743,00**	**2.802,24**	**2.862,77**	**2.924,61**
Esferos	86,40	88,27	90,17	92,12	94,11
Lapices	64,80	66,20	67,63	69,09	70,58
Resaltadores	9,60	9,81	10,02	10,24	10,46
Tinta correctora	58,80	60,07	61,37	62,69	64,05
Borrador de lapiz	7,20	7,36	7,51	7,68	7,84
Sacapuntas	6,00	6,13	6,26	6,40	6,54
Grapadora	270,00	275,83	281,79	287,88	294,09
Perforadora	351,00	358,58	366,33	374,24	382,32
Caja de clips	108,00	110,33	112,72	115,15	117,64
Caja de grapas	162,00	165,50	169,07	172,73	176,46
Caja de diskets (10 unidades)	280,80	286,87	293,06	299,39	305,86
Cartucho de tinta negra (recarga)	60,00	61,30	62,62	63,97	65,35
Cartucho de tinta color (recarga)	108,00	110,33	112,72	115,15	117,64
Papel bond (resma)	259,20	264,80	270,52	276,36	282,33
Cinta adhesiva	97,20	99,30	101,44	103,64	105,87
Folders	712,80	728,20	743,93	759,99	776,41
Regla	43,20	44,13	45,09	46,06	47,06
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	**4.969,80**	**5.077,15**	**5.186,81**	**5.298,85**	**5.413,30**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor