

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

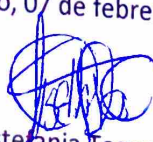
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, Liseth Estefania Toapanta Quinaluisa C.I. 1719008870 autor del trabajo de graduación intitulado: "Análisis de viabilidad para la implementación de una Hostería agroturística en el Barrio Umbría, Parroquia de Aloasí y diseño del plan de negocios", previa a la obtención del grado académico de INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA en la Facultad de Ciencias Humanas:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 07 de febrero del 2020



Liseth Estefania Toapanta Quinaluisa
C.I. 1719008870

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, MBA. Erick Aldas, director de esta disertación, certifico que la Srta. Liseth Estefania Toapanta Quinaluisa ha realizado con mi dirección este trabajo titulado Análisis de viabilidad para la implementación de una Hostería agroturística en el Barrio Umbría, Parroquia de Aloasí y diseño del plan de negocios, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



MBA. Erick Aldas

Quito, 07 de febrero del 2020



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

PLAN DE DISERTACIÓN

Análisis de viabilidad para la implementación de una Hostería agroturística en el
Barrio Umbría, Parroquia de Aloasí y diseño del plan de negocios

LISETH ESTEFANIA TOAPANTA QUINALUISA

QUITO, 2020

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación a mi madre Hilda Quinaluisa y a mi hermano Richard Toapanta, quienes me han forjado como la persona que soy en la actualidad; todos mis logros se los debo a ustedes entre los que les incluye este.

Durante la realización de mi proyecto, ustedes han sido mi mano derecha y quienes me han guiado en el complicado del proceso. Han sido mi pilar fundamental en mi vida enseñándome valores y el camino correcto, apoyándome en cada momento y dándome fuerza ante cada dificultad que se presentaba durante el camino.

Siempre creyeron en mi de principio a fin y tuvieron las palabras correctas para motivarme siempre, gracias a ustedes he llegado a cumplir un gran anhelo en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a mi madre quien es la principal partícipe de esta meta cumplida, gracias por creer y confiar en mí, por tus cuidados, preocupaciones, por la entrega constante, por cada desvelada, y sobre todo por tu compañía, gracias por nunca dejarme sola.

A mi hermano quien me ha apoyado en todo lo largo de mi carrera, por su cariño, su motivación que cada día me inspiraba a seguir adelante. Solo me queda agradecerte por siempre estar a mi lado y creer en mí.

A mis abuelitos, Carlos Quinaluisa Cueva y María Gallo, a mis tías, Rosalva Quinaluisa y Martha Quinaluisa, quienes me han dado su amor incondicional y han estado en todas las etapas de mi vida.

También quiero agradecer a mi director de tesis Erick Aldas, quien desde el primer semestre de Universidad me ha transmitido su conocimiento, confió en mi para el desarrollo de este trabajo. Gracias por ser parte de estos 4 años de carrera.

Por último, quiero agradecer a mis amigos quienes estuvieron para mí en los malos momentos, y festejamos los buenos. Supieron motivarme día a día para culminar la carrera, me brindaron buenos consejos a lo largo de estos 4 años.

Sin todos ustedes nada de esto hubiera sido posible.

Contenido

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTOS | 3 |
| RESUMEN | 12 |
| ABSTRACT | 13 |
| CAPÍTULO I | 14 |
| INTRODUCCIÓN..... | 14 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN..... | 14 |
| 1.3 OBJETIVOS | 16 |
| 1.3.1 General | 16 |
| 1.3.2 Específicos | 16 |
| 1.4 MARCO TEÓRICO..... | 16 |
| 1.5 MARCO REFERENCIAL | 22 |
| CAPÍTULO II..... | 26 |
| GENERALIDADES | 26 |
| 2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA | 26 |
| 2.2 HIDROGRAFÍA..... | 27 |
| 2.2.1 Aguas Subterráneas Manantiales | 27 |
| 2.3 CLIMA | 29 |
| 2.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS..... | 29 |
| 2.4.1. Montaña el Corazón | 30 |
| 2.4.2. Reserva Ecológica los Ilinizas..... | 30 |
| 2.4.3. Bosque Protector Umbría | 31 |
| 2.4.4. La Estación del Tren – Aloasí..... | 31 |
| 2.4 ACTIVIDADES DE LA ZONA | 32 |
| 2.5.1. Agricultura | 33 |

| | |
|--|----|
| 2.5.2. Ganadería | 33 |
| 2.5.3. Piscicultura..... | 33 |
| 2.5.4. Gastronomía..... | 34 |
| 2.5.5. Hospitalidad | 35 |
| 2.6 HISTORIA DEL TURISMO LOCAL..... | 35 |
| 2.7 FESTIVIDADES..... | 36 |
| 2.7.1. Cascaronazo | 37 |
| 2.7.2. Quesoton..... | 37 |
| 2.7.3. Paseo procesional del Chagra..... | 38 |
| 2.7.4. Fiesta de Aloasí | 38 |
| 2.7.5. Virgen de los Dolores..... | 39 |
| 2.7.6. Independencia de Machachi | 39 |
| 2.8 INFRAESTRUCTURA VIAL | 40 |
| 2.8.1. Redes viales y de transporte | 40 |
| 2.8.2. Tipos de Vías | 41 |
| 2.8.2.1. Vía de Primer Orden..... | 41 |
| 2.8.2.2. Vía de Segundo Orden | 41 |
| 2.8.3. Catastro vial área urbana parroquia Aloasí..... | 41 |
| CAPÍTULO III | 43 |
| ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS DE LA OFERTA | 43 |
| 3.1. ESTUDIO DE MERCADO | 43 |
| 3.2. MARCO METODOLÓGICO | 44 |
| 3.3. INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA | 45 |
| 3.3.1. Resultados de la Observación de Campo | 47 |
| 3.4. INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA | 48 |
| 3.4.1. Objetivo de la Encuesta..... | 50 |
| 3.4.2. Diseño de la Encuesta | 50 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4.2.1. Población | 50 |
| 3.4.2.2. Universo | 51 |
| 3.4.2.3. Tamaño de la muestra..... | 51 |
| 3.4.3 Tabulación e Interpretación de Resultados | 52 |
| CAPITULO IV..... | 64 |
| ESTUDIO ADMINISTRATIVO, PLAN DE NEGOCIOS..... | 64 |
| 4.1. MISIÓN | 64 |
| 4.2. VISIÓN | 64 |
| 4.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES..... | 65 |
| 4.4. FODA'S | 65 |
| FORTALEZAS | 66 |
| OPORTUNIDADES | 66 |
| DEBILIDADES..... | 67 |
| AMENAZAS | 67 |
| SOLUCIONES..... | 67 |
| 4.5. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA | 67 |
| 4.6. PERMISOS Y LICENCIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO..... | 69 |
| 4.7. INVERSIÓN INICIAL | 70 |
| 4.8. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y VENTAS | 75 |
| 4.8.1. Ingresos..... | 75 |
| 4.8.2. Proyecciones de Ventas | 78 |
| 4.9. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS | 79 |
| 4.9.1. Costos..... | 79 |
| 4.9.2. Gastos de Administración | 82 |
| 4.9.3. Gastos de Venta | 82 |
| 4.9.4. Gastos Financieros..... | 83 |
| 4.9.5. Depreciaciones | 84 |

| | |
|---|------------|
| 4.9.6. Amortización | 89 |
| 4.10. PLAN DE INVERSIÓN | 89 |
| 4.11. BALANCE DE APERTURA | 89 |
| 4.12. PRESUPUESTO DE CAJA | 91 |
| 4.13. BALANCE GENERAL PROYECTADO | 91 |
| 4.14. RAZONES FINANCIERAS | 93 |
| 4.15. PUNTO DE EQUILIBRIO | 93 |
| 4.16. FLUJO NETO DE EFECTIVO | 94 |
| 4.17. COSTO DE CAPITAL | 95 |
| 4.18. VALOR ACTUAL NETO (VAN) | 95 |
| 4.19. TASA INTERNA DE RETORNO O RENTABILIDAD (TIR) | 96 |
| 4.20. ÍNDICE DE RENTABILIDAD (IR) | 97 |
| 4.21. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | 97 |
| 4.22. RIEGOS | 98 |
| CONCLUSIONES | 99 |
| RECOMENDACIONES | 100 |
| LISTA DE REFERENCIAS | 101 |
| ANEXOS | 105 |

INDICE DE TABLAS

| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Tabla 1: Hidrografía del Cantón Mejía..... | Error! Bookmark not defined. | 7 |
| Tabla 2: Aguas Subterráneas del Cantón Mejía | Error! Bookmark not defined. | 8 |
| Tabla 3: División de la superficie del Cantón Mejía por actividad económica..... | | 32 |
| Tabla 4: Catastro Vial Parroquial Aloasí..... | | 41 |
| Tabla 5: Estructura del mercado | | 43 |
| Tabla 6: Clasificación de categorías de Hoteles según el Cantón | | 46 |
| Tabla 7: Clasificación de establecimientos de alojamiento en el Cantón Mejía | | 47 |
| Tabla 8: Ranking llegadas Vía Aérea año 2018 | | 49 |
| Tabla 9: Género | 5 | Error! Bookmark not defined. |
| Tabla 10: Edad..... | | 53 |
| Tabla 11: Pregunta 1 | | 53 |
| Tabla 12: Pregunta 2 | | 54 |
| Tabla 13: Pregunta 3 | | 55 |
| Tabla 14: Pregunta 4 | | 55 |
| Tabla 15: Pregunta 5 | | 56 |
| Tabla 16: Pregunta 6 | | 57 |
| Tabla 17: Pregunta 7 | | 57 |
| Tabla 18: Pregunta 8 | | 58 |
| Tabla 19: Pregunta 9 | | 59 |
| Tabla 20: Pregunta 10 | | 59 |
| Tabla 21: Pregunta 11 | | 60 |
| Tabla 22: Pregunta 12 | | 61 |
| Tabla 23: Pregunta 13 | | 61 |
| Tabla 24: Pregunta 14 | | 62 |
| Tabla 25: Presupuesto de Inversión..... | | 70 |
| Tabla 26: Ingresos | | 76 |

| | |
|---|--------------------------------------|
| Tabla 27: Proyecciones de Ventas | 78 |
| Tabla 28: Costos | 79 |
| Tabla 29: Gastos de Administración..... | 8Error! Bookmark not defined. |
| Tabla 30: Gastos de Venta | 8Error! Bookmark not defined. |
| Tabla 31: Gastos Financieros | 83 |
| Tabla 32: Depreciaciones | 84 |
| Tabla 33: Amortizaciones | 89 |
| Tabla 34: Balance General | 89 |
| Tabla 35: Balance General Proyectado | 91 |
| Tabla 36: Flujo de Caja | 94 |
| Tabla 37: VAN | 95 |
| Tabla 38: TIR..... | 96 |
| Tabla 39: IR | 97 |

ÍNDICE ANEXOS

| | |
|---|--|
| Anexo 1: Encuestas..... | 105 |
| Anexo 2: Requisitos para Factibilidad por parte del GAD de Mejía Error! Bookmark not defined. | 08 |
| Anexo 3: Requisitos para uso de Suelo | Error! Bookmark not defined.09 |
| Anexo 4: Requisitos para el Permiso de Funcionamiento Error! Bookmark not defined. | 10 |
| Anexo 5: Requerimientos del MINTUR | Error! Bookmark not defined.11 |
| Anexo 6: Formulario 1 x 1000 | Error! Bookmark not defined.12 |
| Anexo 7: Formulario LUAE | Error! Bookmark not defined.113 |
| Anexo 8: Registro de Actividades Turísticas | Error! Bookmark not defined.15 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| Figura 1: Catastro Vial Aloasí 2014..... | 42 |
| Figura 2: Género..... | 52 |
| Figura 3: Edad | 53 |
| Figura 4: Pregunta 1 | 54 |
| Figura 5: Pregunta 2 | 54 |
| Figura 6: Pregunta 3 | 55 |
| Figura 7: Pregunta 4 | 55 |
| Figura 8: Pregunta 5 | 56 |
| Figura 9: Pregunta 6 | 57 |
| Figura 10: Pregunta 7 | 57 |
| Figura 11: Pregunta 8 | 58 |
| Figura 12: Pregunta 9 | 59 |
| Figura 13: Pregunta 10 | 60 |
| Figura 14: Pregunta 11 | 60 |
| Figura 15: Pregunta 12 | 61 |
| Figura 16: Pregunta 13 | 62 |
| Figura 17: Pregunta 14 | 63 |

RESUMEN

Desde hace unos años el Ecuador está enfocándose en ser un destino turístico en el contexto mundial, por lo mismo el Ministerio de Turismo (MINTUR) ha realizado varios programas para fomentar la visita de turistas al país. Sin embargo, según el MINTUR (2018), aún falta inversión para promocionar al país en el exterior, para poder atraer mayores divisas

En Ecuador el turismo ha llegado a ser un gran aporte de la economía para el país, el mismo que está aportando un 9.8% al PIB. De acuerdo con el MINTUR (2018) en el 2017 se registraron un crecimiento del 14% en relación con el 2016, y que en dólares equivale \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% con relación al año 2016.

Según el MINTUR, la preferencia que tiene los turistas nacionales e internacionales al momento de realizar actividades de ocio son por los cantones Quito, Guayaquil, Cuenca, Durán, Daule, Rumiñahui, Mejía, Ibarra, Ambato. Latacunga. (El Universo, 2019)

En el cual, Mejía es cotizado por sus diferentes actividades de agroturismo y aventura, gracias a sus diversos ecosistemas, el cual facilita estos servicios.

Por lo que, en el presente estudio se pretende identificar la viabilidad de la creación de una Hostería agroturística en el Cantón Mejía, en el barrio Umbría, por este motivo se realizaron investigaciones de mercado y campo, para analizar cuales podrán ser sus potenciales clientes, gustos, preferencias, el análisis FODA's, así como la inversión necesaria para el desarrollo de este proyecto.

Palabras Clave: Turismo, agroturística, hostería, Mejía, Umbría

ABSTRACT

For a few years Ecuador has been focusing on being a tourist destination in the world context, for this reason the Ministry of Tourism (MINTUR) has carried out several programs to encourage tourists to visit the country. However, according to MINTUR (2018), there is still a lack of investment to promote the country abroad, in order to attract more foreign currency.

In Ecuador, tourism has become a great contribution of the economy to the country, which is contributing 9.8% to GDP. According to MINTUR (2018) in 2017 there was a growth of 14% compared to 2016, and in dollars it is equivalent to \$ 1,204.5 million, which is equivalent to a growth of 12% compared to the year 2016.

According to MINTUR, the preference national and international tourists have when doing leisure activities are in the municipalities of Quito, Guayaquil, Cuenca, Durán, Daule, Rumiñahui, Mejia, Ibarra, Ambato. Latacunga ("El Universo", 2019).

Mejia is quoted for its different agrotourism and adventure activities, thanks to its diverse ecosystems, which facilitates these services.

Hence, this study aims to identify the feasibility of the creation of an agri-tourist lodge in Mejia, in the Umbria neighborhood, for this reason market and field research were conducted to analyze what their potential client niche, their interests and tastes, preferences. Additionally, the SWOT analysis as well as the required investment for the development of this project have been considered.

Key Words: Tourism, agrotourism, hostel, Mejia, Umbria.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador existen diferentes tipos de hosterías, sin embargo, en el barrio Umbría parroquia de Aloasí, este potencial turístico no ha sido explorado ni potenciado. Umbría cuenta con diversos paisajes turísticos y lugares tradicionales que no han sido explotados adecuadamente, los cuales harían que este sector pueda sobresalir turísticamente, pero no cuenta con una instalación hotelera que permita la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros el cual crearía un fortalecimiento turístico local, puesto que no se han desarrollado estrategias para la dinamización turística que integre a las comunidades, debido a que el turismo se ha concentrado solo en el sector privado, existiendo un turismo sostenible estancado y no participativo. Por este motivo surge la iniciativa de la creación de una Hostería agroturística en la zona, aprovechando de atractivos turísticos que se tiene conjunto a la intervención de pobladores para maximizar la experiencia del turista y al mismo tiempo se pueda desarrollar la economía de este sector.

Por lo tanto, como tema de investigación se plantea la siguiente pregunta:
¿Cómo analizar la factibilidad para la creación de una hostería agroturística en el barrio Umbría, parroquia de Aloasí, que incremente el turismo como factor para una economía sostenible dentro del sector?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Ecuador posee una infinidad de atractivos turísticos, los cuales son destacados por la biodiversidad de fauna y flora que se concentra en sus tres regiones: Costa, Sierra, y Oriente. Hoy en día el turismo es considerado una de las actividades económicas más importantes para una determinada sociedad. La misión del Ministerio de Turismo es ubicar a nuestro país como un atractivo turístico tanto como para personas extranjeras como nacionales, fortaleciendo los lugares, ciudades, tradiciones y la cultura ecuatoriana en general, para que esta sea su principal opción para visitar y conocer, este objetivo ocasiona un reto tanto para el Gobierno, como para las personas que están comenzado con emprendimientos turísticos (Ministerio de Turismo, s.f.)

El turismo es uno de los principales sectores económicos a nivel internacional. Así, desde hace años, se viene trabajando en el desarrollo de nuevas formas de turismo, que se practican de forma sostenible, y tienen como finalidad mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de su potencial cultural, patrimonial y natural, así como mejorar la conservación de los recursos naturales, culturales y patrimoniales (Orgaz, 2013, p.1).

La importancia de este reside en crear oportunidades laborales para la comunidad receptora. El agroturismo se está transformando en la manera de explorar nuevas opciones económicas para comunidades rurales, el cual muestra la producción y las creaciones de nativos de la zona atrayendo a turistas extranjeros y nacionales para que participen de las actividades de los productores. (El Universo, 2010)

El presente proyecto tiene como finalidad investigar la viabilidad de una hostería agroturística, potencializada en la recepción de turistas extranjeros tanto como nacionales, brindándoles nuevas experiencias a través del agroturismo. Márquez (2016) refiere al agroturismo como una forma alternativa del turismo, la cual consiste en que los visitantes puedan convivir con las familias nativas y al mismo tiempo compartan las rutinas y tradiciones que tiene la comunidad.

La creación de una hostería en Umbría sería factible por la falta de establecimientos hoteleros de las características propuestas en el sector mencionado, cubriendo las necesidades del turista que llega a conocer el bosque protector Umbría o también llamado Cumbiteo, poniendo en práctica todos los conocimientos obtenidos durante el tiempo de estudio y la experiencia adquirida en prácticas preprofesionales.

Carlos Quinaluisa antiguo morador del barrio Umbría relata que estas tierras antiguamente pertenecían al General Antonio de Sucre y tenía el nombre de Chisinche del Banco, trascurrido el tiempo Alfredo Escudero Eguiguren compra estos predios los que pasa a posesión de su esposa la señora María Augusta Urrutia, la cual bautiza a este con el nombre actual del sector, puesto que ella vivía en Umbría una de las veinte regiones que conforman la República Italiana, cuando María Augusta Urrutia envejece quiso indemnizar a sus trabajadores con parte iguales de terrenos, los cuales actualmente siguen perteneciendo a herederos de los mismos. (C. Quinaluisa, comunicación personal, 15 de abril de 2019)

Mediante la realización del proyecto se atenderán necesidades que no están siendo satisfechas al momento de realizar turismo en el sector de Umbría y a la vez captar turistas que pasen por la parroquia de Aloasí y estén interesados en poder disfrutar de un ambiente tranquilo y natural, personas que le den gran importancia a características tales como la exclusividad, el lujo y una atención personalizada.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Analizar la factibilidad de la implementación de una hostería agroturística en el sector Umbría, el cual pueda destacar sus atractivos y fomentar el desarrollo económico de la comunidad del sector Umbría.

1.3.2 Específicos

- Investigar factores internos y externos de la parroquia de Aloasí determinando aspectos importantes para el desarrollo de proyectos de actividades turísticas
- Realizar una investigación de mercado y análisis de la oferta turística para la definición de la posible demanda potencial de la Hostería agroturístico en Aloasí, barrio Umbría.
- Proponer el plan de negocios de la Hostería agroturística ubicada en Umbría, Parroquia de Aloasí, buscando desarrollar una alternativa estratégica para el fortalecimiento turístico de los pobladores.

1.4 MARCO TEÓRICO

Para poder entender un poco más sobre la problemática del presente trabajo, se tratará diferentes temas como: turismo de masas, principios del agroturismo, escuelas de pensamiento hotelero y la dinamización territorial.

En las últimas décadas el turismo y la hotelería se han destacado como una de las actividades que contribuyen con el crecimiento económico mundial. Debido a su importancia en la generación de empleo e ingreso (Pinheiro y Pereira, 2010).

Acerenza (2006) dice que el turismo de masas tiene sus inicios a fines del siglo XIX en las regiones industriales de Gran Bretaña, al oeste de Inglaterra, donde como consecuencia de la racionalización del trabajo y de la idea de que salir de vacaciones era bueno para las personas, ya que les permitía restaurar fuerzas.

Sin embargo, de acuerdo con Lavour (1974) el comienzo del turismo de masa organizado se produce en realidad con el inicio de las operaciones de Thomas Cook en 1841, año que es señalado también como el inicio de la modernidad como fenómeno sociológico-geográfico, una de cuyas características son precisamente los cambios producidos en la modalidad de los viajes y el turismo.

Por consiguiente, el turismo se comprende como un fenómeno social complejo que interpreta un sin fin de particularidades en tanto es una acción humana en la que se conjuntan la parte física de la necesidad descanso, la parte económica de clase social y sus necesidades. La parte social conlleva el desarrollo personal, diversión, entretenimiento y la parte cultural que se liga a lo ideológico y la educación. (Guzmán y Garduno, 2009).

Malinowsky, B. (1972) menciona que el consumo y la necesidad están relacionados con los rasgos externos culturales de cada tipo de sociedad y se deduce mediante la observación científica las formas externas de cada cultura y también las necesidades. Según este enfoque, la jerarquía de rasgos culturales externos permitirá considerar las fronteras de las necesidades humanas y, de esta forma, el perímetro de la cultura humana conducirá a discernir su naturaleza y, por consiguiente, las necesidades concebibles creándose formas de mercadeo que compensan los rubros de necesidad y cultura.

Por otra parte, Guzmán y Garduno (2009) señala que el consumo también se relaciona con factores culturales y de comportamiento donde se destaca que mucho del consumo se indica a partir del contexto social o rasgos culturales.

El turismo es, precisamente, una actividad que destaca por ofrecer las cualidades culturales de sus productos turísticos y, al mismo tiempo, propicia intercambios entre personas de diferentes culturas. (Guzmán y Garduno, 2009)

Por ende, a través del tiempo se han ido desarrollando diferentes tipos de turismo como el ecoturismo, turismo gastronómico, aventura, cultural, rural o agroturismo, etc. El presente proyecto trata de rescatar las tradiciones y cultura de la zona de Umbría introduciendo las actividades agroturísticas en la creación de la Hostería. Cedillo (2017) señala que el agroturismo es el contacto que tienen los viajeros con la vida de campo o rural.

Por otra parte, Acerenza (2006) dice que el agroturismo es una actividad turística que se lleva a cabo en espacios o áreas rurales y se da como consecuencia del deseo de la población urbana por escapar de la monotonía y la tensión de la vida cotidiana en las grandes ciudades y del aire puro del campo, como también para familiarizarse con las actividades en el medio rural.

Por el contrario, Molina, Lasso y Moscoso (2013) dicen que el agroturismo a veces llamado también turismo rural refiere a las oportunidades de trabajo que se desarrollan en las zonas rurales, muchas de estas zonas son localidades con atractivos turísticos, estos ambientes son muy interesantes para personas de zonas urbanas que desean realizar turismo de ocio.

Molina, et al. (2013) mencionan que los habitantes urbanos eligen los espacios rurales como una forma alternativa de mejorar su calidad de vida y demandan servicios residenciales, a los que se agregan aquellos que tienen relación con las actividades de esparcimiento y descanso

De acuerdo con Schroeder y Formiga (2012) el aumento del turismo rural es el resultado de una serie de factores interrelacionados que incluye un aumento general de la demanda, y la participación en actividades de ocio; los nuevos gustos de los consumidores, cambios importantes provocados por la reestructuración de la agricultura, una mayor movilidad de las personas de zonas rurales en los medios de comunicación, y los nuevos desarrollos tecnológicos.

El turista demanda hospitalidad del lugar elegido, las dotaciones que posea el destino turístico, su política de precios, entre distintas motivaciones de viaje y que en muchas de las ocasiones tiene relación con el marketing y la publicidad turística. En atención a las necesidades de los turistas se crean empresas que otorgan la accesibilidad a estos para la práctica del turismo. (Vázquez, 2013)

El concepto hospitalidad, por otro lado, puede ser entendido como un conjunto de actividades del sector de servicios relacionadas con la oferta de alimentos, bebidas y hospedaje. Los emprendimientos hoteleros incluyen las tres características de la hospitalidad, que son la oferta de alimentos y bebidas en bares y restaurantes dentro de los hoteles, y la oferta de hospedaje. (Lashley y Morrison, 2004).

En consecuencia, la hospitalidad ha sido analizada y estudiada a partir del siglo XX desde tres corrientes, la primera se originó en Francia, la segunda, en Estados Unidos de América y la tercera en Brasil. (Leme y Rejowski 2011).

Dos escuelas de pensamiento se contraponen en cuanto a lo que es y que significa la hospitalidad y la otra une el pensamiento de estas dos escuelas para formar una nueva ideología, Leme y Rejowski (2010) indican que, a manera general, la escuela anglosajona define a la hospitalidad como una buena acogida al huésped, pero con el menor contacto social y humano posible.

Por otro lado, la francesa postula que la hospitalidad es una marca o una perspectiva que sirve para una exitosa interacción social entre los sujetos. La calidad se considera en la capacidad de cumplir con las expectativas del cliente, al conocerlas, ofrecerlas y satisfacerlas, la calidad en el sector turístico se denomina como un conjunto de características que se han integrado en un producto o servicio para poder satisfacer las necesidades o requerimientos del cliente, existen dos principios uno de ellos es la calidad como rentabilidad que aporta a la empresa una mayor cuota en el mercado con los clientes fieles, brindando un buen uso de los recursos, el segundo es acerca del personal y calidad aquí se enfoca el desarrollo de los colaboradores en sus funciones en el contacto directo e indirecto con los clientes. (Dorado, 2004)

De otra manera la escuela brasileña trata a la Hospitalidad como forma de interacción social y comprensión de la planificación turística, a partir de una nueva ética del acogimiento relacionado con el bienestar.

Leme y Rejowski (2011) mencionan también que, la hospitalidad permite tener una distancia y, al mismo tiempo, una proximidad con el consumidor. Por lo tanto, se requiere transformar los espacios urbanos en lugares de hospitalidad. No en una hospitalidad convencional o artificial, reducida a un ritual de comercio y falsa cortesía, sino una hospitalidad anclada en el amor y en la sensibilidad que sólo pueden ser dados por otra persona, un servicio más personalizado. La intangibilidad que caracteriza al servicio pone de relevancia los aspectos culturales.

Por otro lado, las empresas turísticas globales se caracterizan por la multiculturalidad; empleados de diferentes nacionalidades conviven en ambientes diversos con clientes originarios de diferentes países (Vázquez, 2013).

En consonancia a lo anteriormente mencionado, la creación de iniciativas turísticas o de hospitalidad integradas a la comunidad en este momento resulta muy atractivo. Por lo cual, se precisa desarrollar estrategias para la dinamización turística que integren a las comunidades. En este escenario el aprovechamiento de atractivos naturales y culturales de pequeñas localidades y áreas rurales puede generar una ampliación de la oferta turística local agregando valor a los productos regionales tradicionales y, principalmente, lograr una diversificación de la producción agropecuaria (Schroeder y Formiga 2012).

Por otro lado, y en relación con lo antes ya referido, debido a los cambios operados en las ciudades y sus demandas de espacio, las áreas rurales comienzan a interpretarse como vinculadas a procesos estrechamente relacionados con la urbanización. Schroeder y Formiga (2012) comenta que estamos en presencia de una revalorización de los espacios rurales, tanto como ámbito de residencia, como de turismo y recreación.

Al mismo tiempo y en respuesta a la situación de crisis, muchos productores rurales implementan una reconversión económica e incorporan diferentes estrategias entre ellas, las actividades turísticas y recreativas, con el fin de diversificar su producción, mediante fuentes de ingresos complementarios a las tradicionales (Schroeder V. y Formiga N., 2012)

Otro rasgo del que se debe hablar para la realización de este proyecto es Marketing, el cual Kotler (2002) en su libro Dirección de Marketing expone que es un proceso a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación de la oferta y el libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros.

El propósito fundamental que tiene el marketing, como ciencia empresarial, es conocer y entender al cliente o consumidor de tal manera que el producto o servicio que ofrece la empresa se acople exactamente a sus necesidades, lo cual genera que se venda solo. (Kotler, 2002)

Adicionalmente, para desarrollar la siguiente investigación se desea implementar un plan de negocios para el funcionamiento de dicha hostería. Cardozo (20112) dice que

el plan de negocios es un documento que contiene el resultado de un proceso de planeación de manera clara, precisa y sencilla, el mismo que sirve para guiar un negocio, porque muestra los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollaran para alcanzarlos.

Ante esta definición, se puede decir que el plan de negocios no es solo un documento formal donde se desarrolla una idea empresarial, sino que además este se enfoca en el proceso que se debe seguir para implementar un proyecto, las estrategias para cumplir los objetivos y el tiempo en que el cual deben realizarse.

Cardozo (2012), menciona que además de ser un documento estrictamente organizado mediante determinadas fases, también debe ser comprobado, utilizando como medio un análisis de factibilidad, el cual está directamente vinculado a los proyectos de inversión y tiene gran importancia en el mundo empresarial ya que permite identificar la rentabilidad de un negocio futuro, minimizando los riesgos a los que se somete cualquier tipo de inversión.

Por lo que, como estrategia para poder llegar al mercado neta y tener la rentabilidad necesaria, se emplearan 3 tipos de canales como estrategias de marketing, en primer lugar, los canales de comunicación, o difusión masiva como es correos electrónicos, redes sociales, página web, etc. En segundo lugar, se utilizará canales de distribución con intermediarios, Booking, Expedia, TripAdvisor, etc. Por último, los canales de compra y venta, como ejemplo se pueden citar, proveedores, transporte, etc.

A su vez, para obtener los resultados esperado del segmento de mercado se puede implementar el conjunto de herramienta de marketing, (producto, precio, plaza, promoción) los cuales hacen referencia a las estrategias que se deben aplicar para el logro de los objetivos. (Kotler, 2002)

Finalmente cabe destacar que, el objetivo de la hostería es brindar un servicio personalizado al consumidor y al mismo tiempo tener calidad, por el cual para objeto de este estudio se estará enfocado en la escuela de pensamiento brasileña, debido a que esta presenta una posición intermedia entre la escuela francesa y anglosajona y conviene más para el desarrollo de un proyecto agroturístico. No se va a tratar a la calidad de una manera que este desarticulada con la forma de pensamiento de la comunidad con la cual

se va a trabajar. También se enfocará el estudio en base a la perspectiva de Molina, Lasso y Moscoso (2013) ya que refieren al agroturismo como creación de nuevas oportunidades de trabajo y mencionan también que las personas de zonas urbanas son las más interesadas en realizar este tipo de turismo de ocio y al mismo tiempo demandan servicios de hospitalidad. Por último, al implementar el plan de negocios se contemplará el criterio de Cardozo (2012) el cual este nos ayudará como guía para la creación del proyecto, las estrategias que se debe aplicar para lograr los objetivos establecidos, y analizar la factibilidad de inversión que permita identificar la rentabilidad del negocio futuro.

1.5 MARCO REFERENCIAL

Para poder entender el estado actual del agroturismo se tratará temas como el marco legal de turismo en el Ecuador, en un segundo momento se destacan casos de proyectos de agroturismo, finalmente se presentan datos que competen a la zona de estudio.

Para empezar, según el Ministerio de Turismo (2014) en la Ley de Turismo, se contempla como una actividad turística a todos los establecimientos que cumplan con la función de ofrecer habitualmente servicio de alojamiento a huéspedes mediante un pago, en esta clasificación está inmersa la Hostería agroturística en el sector de Umbría el cual es objeto de estudio de esta investigación.

Además, el Reglamento de alojamiento turístico, art. 12 literal c, (2016) hace referencia a la hostería que es el enfoque del presente proyecto, como un establecimiento hotelero que se encuentra fuera del espacio urbano, el cual pueda estar dotado de jardines, zonas de recreación, y deportes, así mismo presta servicio de alojamiento, alimentos y bebidas, esta deberá tener una capacidad no menos de seis habitaciones.

Hoy en día los emprendimientos son un soporte para abrir posibilidades a nuevos espacios de desarrollo. Se creería que hay una predisposición a la incompatibilidad del medio ambiente y el turismo; este último puede ser una herramienta para desvincular este precedente. (Andrade, 2015).

A pesar de que en el PLANDETUR 2020 (2007) reconoció al agroturismo como modalidad cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios, y se caracteriza por la participación de los turistas y

visitantes en los procesos productivos del campo y por el contacto con la familia de los agricultores, no fue efectivamente ejecutado en los últimos diez años. El cacao, banano, las flores y el café son productos agrícolas cultivados ampliamente en el Ecuador y de gran reconocimiento mundial, razón por la cual se ha identificado a nuestro país, desde estos productos, como impulsor de propuestas agroturísticas innovadoras y tradicionales,

Así mismo, la Asamblea Nacional (2018), menciona al agroturismo como un modelo que está en desarrollo y por explorar, el cual puede contribuir a una economía justificada en diferentes actividades que se realizan en las áreas rurales, así como sus costumbres y la cultura social, por otra parte, genera fuentes de empleo para la zona donde se proceda a realizar actividades agroturísticas.

Al respecto, el MINTUR (2018) indica que el Ministerio de Turismo impulsará las actividades turísticas en zonas rurales, para que se pueda dinamizar este sector en varias provincias. El objetivo de este proyecto es que turistas nacionales y extranjeros puedan disfrutar de las diferentes actividades de agroturismo que se puede encontrar fuera de zonas urbanas. También señala que esta propuesta busca el fomento del turismo rural, para poder desarrollar rutas estratégicas. Además, menciona que para realizar esta actividad se debe considerar la prestación de servicios de hospedaje, alimentos y bebidas con infraestructuras de calidad y facilidades de oferta turística innovadora.

Mientras que, Ecuador Travel (2018) menciona que en el Ecuador existen varios establecimientos hoteleros que optaron por un plan para desarrollar un estilo de turismo con mínimos impactos al medio ambiente, así mismo respetan las culturas y tradiciones que se tiene en cada sector y ofrecen calidad en su servicio. Cabe mencionar que en el turismo de aventura y agroturismo se pueden destacar por las características topográficas y geográficas que tiene el Ecuador los cuales ofrecen un escenario perfecto para la realización de múltiples formas de turismo.

En efecto, en Ecuador por la realización de diferentes tipos de turismo surgen los servicios de hospitalidad especializados, por lo que cada establecimiento está adaptado a los distintos espacios urbanos y rurales. Según la Ley de Turismo, art. 19 (2009), hoteles, hostales, residencias, apartamentos, pensiones, hosterías, moteles, refugios, y cabañas se consideran tipos de alojamientos hoteleros, estos se clasifican según el tipo de servicios que se pueda brindar.

Por otra parte, el agroturismo según Soriano (2018), también se encuentra relacionado con el disfrute de la gastronomía local, como objeto de atracción para la actividad que realizarán las distintas empresas turísticas. Asimismo, el motivo más relevante por el cual los turistas están interesados en el agroturismo es la posibilidad de descubrir nuevos lugares, culturas, tradiciones y están predispuestos de conocer aquello menos relacionado con su vida cotidiana. No solo lo mencionado es importante sino también el alojamiento conjunto a la explotación agrícola.

Por otra parte, Coello (2017) manifiesta que, se debe tener en cuenta que al momento de desarrollar turismo en áreas rurales se requiere llevar un manejo racional y sostenible que genere menos impactos al lugar y permita que las comunidades cercanas puedan participar activamente en el proceso de desarrollo turístico, asimismo preservar su forma de vida, tradiciones y costumbres siendo este un elemento importante para el turista ya que este busca tener nuevas experiencias.

Coello (2017) también dice que el turismo rural es una fuente generadora de ingresos, la cual permite mejorar y reducir los índices de pobreza en las comunidades, es una actividad generadora de empleos que debe estar planificada adecuadamente para la obtención de altos niveles de productividad sin afectar al medio. “En el Ecuador el turismo rural, se ha venido enfocando a un segmento de mercado cuyo nivel económico es alto, razón por la cual las haciendas reciben un 98% de turistas extranjeros” (Coello, 2017).

El incremento de actividades relacionadas con el agroturismo ha sido notable en el país, los turistas buscan hoy en día, la participación en actividades y procesos productivos del campo y sobre todo la interrelación con la población en sus actividades diarias como el ordeño, siembra, alimentación de animales, entre otros. (Coello, 2017).

Además, Jijón (2018) señala que, el agroturismo debe conjugar distintos puntos para poder llegar a ser exitoso, se debe tener en cuenta lo siguientes aspectos: tradiciones, gastronomía, cultura, naturaleza, paisajes, conocimiento histórico de la cultura receptora, la cual tendrá la participación de turistas tanto extranjeros como nacionales, así mismo como la calidad que tendrá que prestar los servicios de hospitalidad, alimentos y bebidas.

De alguna forma, el origen del denominado turismo rural es precisamente el también denominado agroturismo, ya que, en el siglo XIX, las antiguas posadas ofrecían al

caminante y viajante, un lugar donde comer y donde alojarse. En Ecuador no se ha encontrado una fecha determinada de la incursión en el tema del Agroturismo; pero estamos claros que es posterior a la Reforma Agraria de 1964. (Andrade M., 2015).

En consecuencia, el, Ministerio de Turismo (2017) dice que Machachi es un destino para turismo ecuestre y agroturismo donde los visitantes pueden cabalgar y, a la vez disfrutar de la belleza de sus paisajes, donde se encuentran montañas, aguas minerales, cascadas, cultura chagra, haciendas y una exuberante flora y fauna, además de productos agrícolas y ganaderos de alta calidad. Su deliciosa gastronomía deleita a quienes visitan Machachi.

Con todas estas referencias, en octubre del año 2016, la Organización Mundial del Turismo Ecuestre declaró a Mejía como “Destino de Turismo Ecuestre”.

Reconocimiento que se suma al obtenido el año 2014, por parte de CNN Travel, que, en su lista de las quince mejores opciones en el mundo para realizar paseos a caballo, coloca a la “Avenida de los Volcanes” y resalta que el turista conocerá haciendas genuinas y granjas orgánicas, sitios adecuados para que intrépidos jinetes recorran por las laderas más bajas del volcán Corazón, espectacular valle que divide la montaña oriental y occidental de la Cordillera de los Andes (Ministerio de Turismo, 2017).

La comunidad de Umbría es agropecuaria, Jijón (2018) refiere que el turismo es una de las formas más importantes en la economía por el alto crecimiento que ha tenido en estos años, esta puede ser una actividad complementaria que ayude a la economía de ciertas comunidades que realicen actividades agropecuarias, por esta razón sería más fácil que se pueda convertir en la actividad principal del pueblo el agroturismo.

Como se ha mostrado, el agroturismo ha crecido en los últimos años, se han realizado proyectos exitosos sobre hosterías agroturísticas, según El Universo, (2012) la Hostería Papagayo ubicada en Machachi ha sido un éxito por su afluencia de turistas extranjeros gracias a las actividades agroturísticas que esta realiza, ya que el segmento de mercado es de clase alta y buscan salir de la vida cotidiana de ciudades y poder estar en contacto con la naturaleza, teniendo nuevas experiencias con costumbres y tradiciones de diferentes pueblos, en este caso en Umbría donde se encontrará ubicada la hostería que es el objetivo del proyecto.

CAPÍTULO II

GENERALIDADES

2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Cantón Mejía se encuentra al suroriente de la Provincia de Pichincha en la región Sierra, en donde se puede encontrar una gran biodiversidad de flora y fauna que no ha sido explotada adecuadamente para el desarrollo del turismo. El 23 de Julio de 1883, Mejía fue creado a través de un Decreto Oficial y lleva este nombre por el ilustre quiteño José Mejía Lequerica.

El Cantón Mejía Presenta un paisaje natural, el cual invita a disfrutar del turismo de montaña, y al mismo tiempo del agroturismo, ya que este es conocido por su ganadería y agricultura de la zona. Los turistas también los visitan por motivos de salud, gracias a las vertientes naturales de aguas termales y minerales del lugar. (Prefectura de Pichincha, 2002)

Machachi es la cabecera cantonal de 7 parroquias rurales, Alóag, Aloasí. Manuel Cornejo Astorga (Tandapi), Cutuglagua, El Chaupi, Tambillo, Uyumbicho. La misma que tiene una superficie de 1.476 Km², sus límites son: al Norte el Distrito Metropolitano de Quito y el Cantón Rumiñahui al Sur se encuentra la Provincia de Cotopaxi, al este la Provincia de Napo y al Oeste Santo Domingo de los Colorados. (Prefectura de Pichincha, 2002)

La parroquia de Aloasí o también conocido como Santa Ana de Aloasí, pertenece al Cantón Mejía, está ubicada a las faldas del monte Corazón a 2.5 kilómetros de la cabecera cantonal Machachi y a 1 kilómetro al sur de la estación del Ferrocarril llamada “La Estación”. Sus límites son al norte la Parroquia de Alóag, al sur y occidente separa las haciendas Chisinche y Romerillos, y por el oriente la panamericana que separa Aloasí de Machachi.

En la parroquia de Aloasí consta de 22 barrios los cuales son: Culalá Alto, Culalá Bajo, El Falcón, La Estación, La Moya, San Luis, San Roque, Miraflores Alto, Miraflores Bajo, La Carretera, Chisinche, Changallí, El Tambo No. 1, El Tambo No. 2, El Centro, Umbría, Los Potreros Altos, Los Potreros Altos, La Esperanza de Miraflores Alto, El Cisne, Anita Lucía, Simón Bolívar y El Calvario. (Gobierno A. D. Municipal de Machachi, 2014).

Umbría bario perteneciente a Aloasí, se encuentra a 30 minutos de este. Este tiene varios atractivos turísticos que no han sido explotados, uno de estos es el Bosque Protector Umbría donde se puede observar valiosas plantas nativas.

2.2 HIDROGRAFÍA

El Cantón Mejía debido a su ubicación geográfica, está atravesado por varios ríos que tienen su origen en la Cordillera de los Andes. (Gobierno A. D. Municipal del Cantón Mejía, 2014)

En la siguiente tabla se puede observar la división de subcuencas que tiene el Cantón Mejía.

Tabla 1. Hidrografía del Cantón Mejía

| Hidrografía del Cantón Mejía | | |
|---|---|--|
| SUB CUENCA | NOMBRE CUERPO DE AGUA | UBICACIÓN |
| RÍO BLANCO | Río Pilatón, Chictoá, La Esperanza, Santa Ana, Yamboya, Naranjal, Minas Guilca Grande, Quitasol, Negro, Tandapi, verde, Zarapu, Atenas, Zarapullo, Atenas, Napa, Toachi | Noroeste Manuel Cornejo Astorga, Alóag |
| RÍO GUAYLLABAMBA | Río San Pedro, Río Pedregal, Río Jambelí, Río Pita, Río Hualpaloma, Río Tamboyacu | Sur este Alóag, Chaupi, Cutuglagua, Tandapi, Uyumbicho, Aloasí, Machachi |
| Fuente: Instituto Espacial Ecuatoriano | | |
| Elaboración: Equipo PDOT GAD. Mejía 2014 | | |

2.2.1 Aguas Subterráneas Manantiales

El Cantón Mejía tiene un porcentaje de infiltración de aguas lluvias de acuerdo con la naturaleza de las rocas que constituyen la superficie del terreno, además consta

de otras fuentes de producción. La hidrografía no ha sido explotada y esta puede ser la que pueda constituir en la nueva riqueza de la zona, son innumerables fuentes de aguas minerales y termales que forman un gran cordón en la cuenca estrecha del río San Pedro. (Gobierno A. D. Municipal del Cantón Mejía, 2014)

Tesalia – Güitig es la única agua mineral que ha sido explotado, su origen en volcánico, y es aprovechado en el campo turístico e industrial. En las faldas del corazón, se encuentra un número inferior de surtidores, pues la mayoría se encuentra su salida en el cráter o en las rocas adyacentes (Gobierno A. D. Municipal del Cantón Mejía, 2014). Sin embargo, Umbría se pueden encontrar ojos de agua, los cuales ayudan a la población al riego de sus cosechas y a la ganadería.

Tabla 2. Aguas Subterráneas del Cantón Mejía

| Tabla CBI OF 17 | AGUAS SUBTERRÁNEAS DEL CANTÓN MEJÍA | |
|-----------------------------|--|----------------------------|
| NOMBRE DEL MANANTIAL | MONTAÑA DE DONDE BROTA | CAUDALES |
| Palama | Rumiñahui | Sin dato |
| Guápago | | 99 litros / segundo |
| Calupiñi | | 122 litros / segundo |
| Agua de Oro | | 99 litros / segundo |
| Fuentes termales | Pasochoa | Sin dato |
| Tesalia | | 108.000 litros / día |
| Fuentes de Güitig | | Sin dato |
| Fuentes de San Agustín | | Sin dato |
| Fuentes de la Calera | | Sin dato |
| Fuentes de Silluchi Grande | | Sin dato |
| Timbug – Pogyo | Corazón | 250 a 400 litros / segundo |
| Aichapicho | | 165 litros / segundo |

| | | |
|---|--|----------------------------|
| Llugshi | | 160 a 180 litros / segundo |
| Fuente: Consultoría PDyOT 2012 | | |
| Elaboración: EQUIPO PDOT GAD. MEJÍA 2014 | | |

2.3 CLIMA

La provincia de Pichincha tiene un clima muy variable la cual depende de la altura en la que se encuentre, forma parte de la zona tropical, húmedo y tropical monzón al occidente, por otra parte, en el centro y sector oriental el clima es mesotérmico húmedo, semihúmedo mesotérmico seco, de páramo y gélido. (Gobierno de Pichincha, 2015)

El Gobierno A. D. Municipal del Cantón Mejía. (2014) menciona que la temperatura media en el cantón registra valores de 12.8° C, encontrándose los registros más altos en el sector occidental correspondiente en su mayor parte a la Parroquia de Manuel Cornejo Astorga con valores de 18° C a 22° C. Las temperaturas frías se localizan en las altas montañas y el valle registrando valores de 1° C a 14° C.

Adicionalmente existe otro piso climático al que pertenecen las elevaciones que superan los 3.000m las cuales podemos mencionar al cerro Corazón, el Atacazo, la Viudita, los nevados Ilinizas, el Rumiñahui, el volcán Pasochoa y en el límite sur, el volcán Cotopaxi, las cuales proveen agua a toda la zona del Cantón Mejía tanto para uso humano como para riego por medio de los ríos que nacen de ellos.

En Base a la información del plan de desarrollo territorial y de ordenamiento de la parroquia de Aloasí, esta abarca pisos climáticos propios de la región interandina, por otra parte, de acuerdo con los valores de la temperatura los meses más cálidos son agostos, septiembre, octubre y los meses más fríos son noviembre, diciembre y enero. (GAD Parroquial Aloasí, 2019).

Adicionalmente el GAD Parroquial Aloasí. (2019) dice que el clima de la Parroquia de Aloasí genera ecosistemas propicios para la agricultura, ganadería y actividades afines, lo cual es un factor importante para la creación de la hostería ya que está enfocada en actividades agrícolas.

2.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

El Comercio (2017) describe a Machachi como una zona que históricamente atrae turistas por su tradicional Paseo del Chagra, no obstante, la oferta turística que

ofrece este sector es variada, ya que está rodeado por nueve volcanes. El cantón Mejía se ha convertido en el punto central para los turistas que quieren practicar andinismo, y al mismo tiempo actividades agroturísticas, sin embargo el turismo de aventura, es el que más se ha diversificado en esta zona.

Por otra parte, el Cantón Mejía presenta un paisaje natural muy hermoso con gran diversidad de flora, el cual invita a disfrutar de todos los tipos de turismo, el mismo que cuenta con 62 atractivos turísticos identificados de los cuales 6 están en la parroquia de Aloasí.

2.4.1. Montaña el Corazón

Para poder llegar a la montaña el Corazón se debe tomar la Panamericana Sur e ingresar por la Estación Del Tren de la Parroquia Aloasí y avanzar en un vehículo 4 x 4 al menos por 40 minutos y ahí para ascender y hacer cumbre se requiere de 4 horas aproximadamente y alcanzar los 4800m. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2015)

El corazón es un volcán antiguo y extinto, le debe su nombre a la forma de corazón, que dibujan dos de sus quebradas al bajar por la cara nororiental visibles desde la parroquia Alóag.

Esta montaña puede ser escalada por principiantes y se la usa frecuentemente como un paso en la aclimatación para subir montañas más altas. Tiene tres Cumbres: Cumbre sur con 4800 m, Cumbre central y Cumbre norte las dos son de menor altura. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2015)

Desde la Cumbre sur se tiene una magnífica vista de los valles y montañas circundantes, especialmente del Cotopaxi y los Ilinizas. Así mismo, en temporadas lluviosas es un atractivo con manto de nieve, brindando hermosas vistas desde los pueblos circundantes especialmente desde Aloasí, Machachi, Alóag.

Por otro lado, se puede disfrutar de esta montaña por medio de una cabalgata que comienza a las faldas de esta, en la población Umbría, su trayecto es de 2 horas ya comienza en la parte alta de Cumbiteo.

2.4.2. Reserva Ecológica los Ilinizas

La Reserva Ecológica los Ilinizas fue creada el 11 de diciembre de 1996, tiene una extensión de 149900 hectáreas, las cuales se distribuyen en las provincias de Cotopaxi, Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas. Su altitud va desde los 800

msnm hasta los 5263 en la cumbre más alta, por esta variación la convierte en uno de los ecosistemas más ricos del Ecuador. (Ministerio del Ambiente, 2015)

Se puede ingresar desde la carretera Panamericana por el puente de Jambelí, la entrada a esta reserva es gratuita y cuenta con varias actividades de recreación como montañismo, camping, observación de aves, etc.

Adicionalmente el Ministerio del Ambiente (2015) refiere a esta Reserva Ecológica como uno de los principales sitios para la conservación de la biodiversidad del Ecuador, ya que la misma alberga a un sin número de especies, en consecuencia, a su múltiples climas y formaciones vegetales, que abarcan desde bosques tropicales hasta paramos andinos.

2.4.3. Bosque Protector Umbría

Se encuentra ubicado en las parroquias de Aloasí y El Chaupi, con una superficie de 1.726,77 ha. El Bosque Protector “Umbría” fue declarado como tal en 1994. El relicto de Bosque de Cumbiteo es un pequeño remanente de bosque andino de esta área protegida. Aquí se puede disfrutar de los últimos ejemplares de vegetación autóctona andina y de varias especies de aves.

Las especies prominentes son: Achicoria, aliso, arquitecto, arrayán, avena, casca, carrasquillo, cebada cebolla, chilca, chigua, haba, huicuno, melloco, mora, mortiño, ocas, orejuela, paja de cerro, paja de páramo, papas, peralillo, pucachaglla, pujín, pumamaqui, quishuar, romerillo, zig-zig, taraxaco, taxo, trigo y zagallita.

Así mismo se puede encontrar mamíferos como el conejo, lobo, raposa, ratón, venado, zorro. Aves, representadas por el gavián, torcaza, colibríes, gallinazo, gorrión, mirlo, perdiz, guarro y tórtola.

Carlos Quinaluisa (2019) gerente del restaurante Luz de Umbría, esta promocionado este sitio como un atractivo turístico, realizan actividades como senderismo, cabalgatas, camping, etc.

2.4.4. La Estación del Tren – Aloasí

La Estación, lugar antiguamente conocido como Huasinillo, se ubica en la parroquia de Aloasí donde se puede disfrutar de la arquitectura antigua, y es un punto de parada estratégica para las personas que se dirigen desde Chimbacalle. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2015)

Ruta del tren Machachi Festivo así también es llamada la ruta del Tren Quito – Machachi, un trayecto rodeado de hermosos paisajes y diversos ecosistemas en una muestra de la majestuosidad de los Andes. Esta ruta hace su primera parada en la estación de Santa Rosa, para después detenerse finalmente en la estación de Aloasí en Machachi, en donde el turista es recibido con las características amabilidad y calidez de la población. Los turistas que llegan tienen la opción de elegir entre restaurantes que trabajan conjuntamente a Trenes del Ecuador. Como lo es Cafetería Estación del Tren, La Granja, Luz de Umbría Café Restaurante y Ñuca Huasi, al terminar su almuerzo y actividades en cada emprendimiento, los turistas retornan al Tren para el viaje con destino a Quito. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2015)

2.4 ACTIVIDADES DE LA ZONA

El Cantón Mejía es un territorio eminentemente agrícola y ganadero, el cual cuenta con los mejores ejemplares vacunos, por los que le han permitido ocupar un lugar privilegiado entre los primeros y mejores productores de leche, carne y sus derivados.

Por otro lado, también se destacan en el cultivo de hortalizas, legumbres, tubérculos y otros productos agrícolas, que han hecho de este Cantón el granero de la provincia y del país en general.

En la última década, la actividad turística en el Cantón Mejía ha tomado fuerza, gracias a la ubicación geográfica y sus características privilegiadas como son el clima y su variedad de atractivos turísticos.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería registra al año 2000, los siguientes datos:

Tabla 3. División de la superficie del Cantón Mejía por actividad económica

| | |
|---|-------|
| Superficie del cantón destinada a la agricultura. | 10.5% |
| Superficie del cantón destinada a la ganadería | 13% |
| Superficie dedicada al uso forestal | 34.8% |
| Páramos | 6.3% |
| Otros Usos | 5.4% |
| Fuente: Municipio del Cantón Mejía | |
| Elaborado: Ministerio de Agricultura y Ganadería | |

2.5.1. Agricultura

La actividad agrícola es extensiva y está representada principalmente por el cultivo de cebolla, papa, haba, maíz, quinua, cebada, hortalizas ubicadas en el piso climático frío húmedo. La mayor parte de la producción está a cargo de productores pequeños.

En las últimas décadas, se empezó a cambiar el giro de los cultivos, los cuales comenzaron a destinarse al cultivo de productos no tradicionales de exportación, como el brócoli y las flores. De igual manera, las grandes haciendas tradicionales se transformaron en empresas agrícolas de vegetales y flores de exportación.

En consecuencia, a lo antes mencionado, la agricultura es la actividad económica más importante del Cantón Mejía, esto se debe a la existencia de espacios rurales y suelos fértiles sin urbanizar en las parroquias, las cuales son utilizados para la generación de productos agrícolas. Debido a esto la población se dedica a la comercialización de los productos sembrados y cosechados.

2.5.2. Ganadería

El Valle de Machachi se caracteriza por una de sus principales actividades que es la ganadería, y por lo tanto se necesitan de grandes extensiones de pastizales, por este motivo existe principalmente el pasto, trébol blanco, rojo, etc.

Esta actividad es una de las más importantes de este Cantón, ya que son esenciales para el manejo de ganado vacuno, por las cuales se puede obtener carne, lácteos, piel, para poder fabricar vestimenta para los chagras.

2.5.3. Piscicultura

La cría de truchas es una actividad que genera rentabilidad sin ocupar grandes espacios y gente. Varios agricultores han aprovechado sus predios para iniciar esta actividad.

El Universo (2015), asegura que en el Cantón Mejía se tiene 20 piscinas en las que se crían 130.000 animales de los que sacan una producción de tonelada y media al mes, ya que se lo puede obtener gracias a la temperatura del agua.

Para poder comenzar con la crianza de la trucha se debe analizar el agua del sector, al mismo tiempo, es importante clasificarlos por tamaño ya que tiene 3 etapas de crecimiento, el primero son los alevinos, luego los juveniles, para finalmente pasar a la

etapa de engorde. Estos peces tienen capacidad de adaptación y soportan temperaturas frías o templadas las cuales se encuentran en Machachi.

2.5.4. Gastronomía

La cabecera Cantonal Mejía, Machachi, se puede encontrar su mercado central que ofrece una gran variedad gastronómica.

En el 2017, 13 restaurantes reconocidos crearon una guía gastronómica a la cual llamaron Con Sabor a Mejía, buscan deleitar los paladares de turistas nacionales como extranjeros con productos de calidad y tradicionales del Cantón. (MINTUR, 2017)

Esta guía fue distribuida por el Municipio de Mejía, a hoteles, aeropuertos, restaurantes y a través de redes sociales, con una página oficial en Facebook @ConSaboraMejia, se quiere mostrar el potencial gastronómico de este valle.

Con Sabor a Mejía, esta impresa en inglés y español y posee datos importantes de los locales como: historia del emprendimiento, dirección del establecimiento, menú, contactos y horarios de funcionamiento, Además, la guía permitirá que los visitantes disfruten de fabulosas promociones al visitar cada uno de los locales y ser parte de un gran concurso. Los emprendimientos que son parte de esta guía son: Los Cuyes San Pedro del Murco; Rincón de Carlitos; La Posada del Chagra; La Esquina del Sabor; Rincón de la Tía Ly; Luz de Umbría Café-Restaurante; Peperoni Pizzería Restaurant; Steak House; All Limón; Jugos Naturales Merceditas; Sweets; Heladería La Avanzada; y, La Cayatena. (MINTUR, 2017)

Como platos tradicionales más destacado de la zona tenemos, el hornado, el cuy con papas y salsa de mano, el famoso cocinado que está basado en papas cocinadas, habas, choclo, mellocos y un pedazo de queso.

En los últimos años, el Restaurante Luz de Umbría, ubicado en la parroquia de Aloasí se ha destacado por su famoso plato, fritada de cordero, el cual ha hecho que este emprendimiento sea reconocido, por su innovación en el plato, el mismo que está acompañado por cocinadas, o tortillas, mote, empanadas, maduro, y chicharon del mismo cordero. Carlos Quinaluisa (2019) Gerente de este establecimiento dice que, sus recetas provienen de su abuelita la señora Luz María Gallo, y sus productos provienen de los productores de Umbría.

2.5.5. Hospitalidad

En el cantón Mejía, los hacendados han desarrollado sus propiedades en alojamientos para turistas, en donde quieren mostrar la cotidianidad de la vida del campo.

Esta tendencia apareció en los años 90, en donde la hostería La Estación y la hacienda la Alegría fueron las primeras en incursionar en esta actividad.

Actualmente existe 21 propiedades que ofrecen servicio de alojamiento, aclimatación, agroturismo, granjas, etc. Que se pueden encontrar en las 6 parroquias de las 8 que tiene Mejía. (El Comercio, 2018)

La implementación de esta actividad a generado fuentes de trabajo para la comunidad, la calve de estas haciendas ha sido su ubicación geográfica.

En Umbría no existe instalaciones hoteleras donde los turistas que llegan a visitar el Bosque Protector Umbría, y el volcán inactivo el corazón pueda reservar una habitación para poder seguir con sus actividades al día siguiente.

2.6 HISTORIA DEL TURISMO LOCAL

El Cantón Mejía presenta un paisaje natural muy hermoso, que invita a disfrutar de todos los tipos de turismo; turismo de montaña, recreacional, gastronómica, agroturismo, aventura, etc.

Sus principales atracciones para el turismo de Montañana son los Ilinizas, el Cotopaxi, Pasochoa, Viudita, entre otras, también se puede practicar turismo de salud, en los cuales se puede visitar las aguas termales y minerales del lugar.

Además, sus características ecológicas y biológicas permiten la practica conservacionista y la recreación al aire libre, el mismo que cuenta con las áreas de reserva del Bosque Protector Pasochoa, Bosque Protector Umbría, Parque Nacional Cotopaxi y el Área Nacional de Recreación El Boliche.

Al mismo tiempo, ofrece a los turistas nacionales y extranjeros una recreación sana, en donde se puede conectar con la naturaleza en una recreación al aire libre, y poder encontrar una actitud de equilibrio y paz.

El turismo en una de las actividades que, desde los últimos años, se encuentra en constante cambio e innovación en Machachi. La ciudad se encuentra con una creciente

reputación como destino turístico por su privilegiada ubicación. A través de los años, Machachi ha incrementado notablemente su oferta turística.

El turismo de la ciudad se enfoca en su belleza natural, interculturalidad y gastronomía, y deportes de aventura. En cuanto al turismo ecológico, la urbe cuenta con espaciosas áreas verdes a su alrededor, y la mayoría de los bosques y atractivos turísticos cercanos están bajo su jurisdicción.

El turismo de la ciudad se relaciona íntimamente con el resto del cantón; a través de los años ha continuado con su tradición comercial, y actualmente en un proceso fundamentalmente económico, apuesta al turismo, reflejándose en los cambios en la decoración de la ciudad.

2.7 FESTIVIDADES

Las fiestas del cantón Mejía debe ser eventos integradores de la sociedad y reivindicar su contexto intercultural es decir la mezcla de elementos culturales foráneos y propios. Esto permitirá fortalecer los avances que sobre el mestizaje necesita consolidar la sociedad ecuatoriana para desmerecer los pensamientos segregacionistas y fobias raciales que aún persisten.

Siendo un evento que permite la concurrencia masiva de visitantes a Machachi, esto sea convertido en un acto en el que prima el comercio la difusión de productos como licores, cigarrillos; y productos que generan gran cantidad de basura; descuidando la parte de mensaje y difusión cultural que es lo importante. El aspecto folklórico se ha degradado ya que no hay estudios que los fortalezcan y hagan variada su presentación, los temas presentados constituyen repetitivos o simple apreciación.

Las festividades de Mejía dice ser el campo su escenario, pero no fomenta la defensa del medio ambiente, tal es así que se permite los depósitos de chatarra con altos índices de contaminación física y visual.

El turismo sería una actividad fundamental en la economía tanto urbana como rural, pero siempre que la fiesta no se limite a un día sino durante el año haya eventos afines que permitan mantener una afluencia de turistas por varios atractivos como ascenso a montañas.

2.7.1. Cascaronazo

El Cascaronazo es el evento de carnaval en Mejía, su acto principal es el desfile con comparsas tradicionales del pueblo, los cuales recorren las calles principales de Machachi, y al mismo tiempo se programan otras actividades culturales para esta festividad.

Esta fiesta se lo realiza desde el año 2007 su objetivo fue recuperar la tradición al celebrar el carnaval, también como afianzamiento de la identidad ligada a la tradición agropecuario.

El Cascaronazo Carnalero rescata una tradición del cantón Mejía, para la cual se elaboran cascarones de cera en diferentes moldes de papa, chamburo o maracuyá, para luego introducir en su interior agua perfumada. Los cascarones son parte del juego que acompaña las comparsas, carros alegóricos, zanqueros, bandas de pueblo, artistas, deliciosa gastronomía y demás festejos presididos por la imagen del Niño Jesús de Praga, junto a los sacerdotes: el “Taita de la Siembra” y la “Mama de la Cosecha”.

MINTUR (2014)

2.7.2. Quesoton

El Quesoton tiene origen en el 2016 cuyo objetivo fue la innovación y valor agregado a los productos del lugar, ya que Mejía es el productor más fuerte en lácteos del país con 600 mil litros diarios en promedio. (Ultimas Noticias, 2018)

Esta feria se da junto a la celebración de Carnaval en Machachi, tiene duración de 3 días, por lo general se lo realiza de sábado a lunes en el Recinto Ferial del Centro Agrícola del Cantón Mejía.

Con la colaboración de la Alcaldía de Machachi, empresario de eventos locales, productores lácteos, emprendimientos gastronómicos y artesanos, los cuales exponen una variedad de quesos y derivados lácteos, entre otros insumos.

Entre sus principales actividades que se realiza en esta feria, se tiene la presentación del Queso Chagra más grande del Ecuador, que lo sacan de una receta italiana. En este último año los empresarios de lácteos lo innovaron haciendo queso madura con infusión de zunfo, una planta del páramo, la cual identifica al Chagra. Este queso pesa aproximadamente una tonelada donde se usa 10.000 litros de leche.

A esta feria está invitado todo amante del queso.

2.7.3. Paseo procesional del Chagra

Uno de los personajes símbolo del mestizaje en los valles y paramos del Ecuador es el Chagra, la cual proviene de Chacra: terreno donde se cultiva maíz. Es el mestizo de piel cobriza, el mismo que engallada los senderos al son de una tonada, san Juanito, pasillo o pasacalle, todo de acuerdo con el estado de ánimo del chagra

Entre las actividades del chagra está el diario convivir con las montañas, el frío de los páramos, el manejo con el caballo, su incondicional compañero de aventuras. Todo esto arte de la cultura Chagra.

El Paseo procesional del Chagra es la fiesta más tradicional del cantón Mejía, el cual se festeja el 21 de julio de cada año, el mismo que es organizado por el Municipio juntamente con las haciendas que participan en el evento, y la Asociación Cofradía del Chagra (ACOCHA).

Esta celebración tiene origen en el año 1877, en recuerdo a la erupción del volcán Cotopaxi, en esta festividad se realizan desfiles, toros populares tiene duración de 3 días, eventos folclóricos. Una colorida fiesta criolla importante en la provincia de Pichincha, pero a su vez también es festejada en las parroquias como Cayambe, Sangolquí, Pedro Moncayo, Tabacundo y Pintag.

El día del paseo se empieza con una misa campal, luego el desfile el cual abre un toro pregonero tirado por cuatro huascas, manejadas por hábiles Chagras, la música de bandas de pueblo.

2.7.4. Fiesta de Aloasí

En 1971, un grupo de pobladores juntamente con la Junta Parroquial, Raúl Guarderas y en ese entonces el Teniente Político Jorge Pérez, inician una ardua labor investigativa de la cual se obtuvo que la fundación civil de Aloasí se realizó el 29 de mayo de 1861. (GAD Parroquial de Aloasí, 2019)

Es así, que la fiesta de la parroquia de Aloasí se celebra todos los años en el mes de mayo, la misma que comienza con un pregón el primer sábado del mismo mes, donde la Junta Parroquial trae artistas invitadas para que los pobladores puedan disfrutar.

Anterior a este pregón, se realiza la elección de la reina de Aloasí, las cuales participan de un cronograma de actividades educativas, culturales y autóctonas del sector.

En el segundo sábado de mayo, se realiza la celebración donde se enciende en la noche con la serenata a la madre, especialmente para la Virgen de los Dolores, icono de esta parroquia.

Para la tercera semana de mayo, se organiza los tradicionales toros populares, que no puede faltar en la zona chagra, donde los jinetes a caballo tienen la oportunidad de mostrar su habilidad en el manejo de ganado

Por último, el 29 de mayo se realiza un desfile cívico militar donde participan todas las instituciones de Aloasí, el cual se da por las calles principales de esta parroquia. Por la noche se lleva a cabo la sesión solemne donde se cierra formalmente las fiestas de Aloasí.

2.7.5. Virgen de los Dolores

El Santuario de Nuestra Señora de los Dolores, ostenta en Aloasí desde el 15 de septiembre de 1997. Donde el padre Chicaiza quien en 1996 conformaba el comité pastoral parroquial con otros líderes barriales, tomaron la decisión de pedir tal declaratoria, considerando la buena imagen de Aloasí y los milagros que la Virgen de los Dolores habría realizado desde hace unos 300 años. (La hora, 2007)

Existen varias historias donde detallan la llegada de la virgen a la parroquia, una de ellas y la más conocida en el pueblo es el que relata que dos de 3 mulas que transportaban imágenes se perdieron en el sector. La una se quedó en una escuela de Machachi, y ahora lleva el conocido nombre de Señor de la Santa Escuela, y la otra mula fue Aloasí con la Virgen de los Dolores, y la última llegó a Quito el cual era su destino, cargando la efigie del Señor de la Buena Esperanza. (La hora, 2007)

Los pobladores de esta parroquia, y otras comunidades tienen una gran devoción por esta Virgen, la cual se reafirma cada 15 de septiembre donde se realiza una fiesta grande con novenas, misas, rosarios, serenatas a la misma.

2.7.6. Independencia de Machachi

Machachi alcanzó su independencia, el 11 de noviembre de 1820. Los gestores de esta hazaña fueron: el párroco de Machachi Dr. Tadeo Romo y José Camino y los jefes de la

insurrección Tomás Pazmiño y Antonio Benítez. Más de un centenar de personas asaltaron el cuartel y se apoderaron del armamento del ejército realista.

Los panzaleos fueron los primeros en ocupar la zona, habitando las faldas del Rumiñahui y Pasochoa, hubo un asentamiento que dejó de existir durante la colonia; estaba localizado dentro de un triángulo formado por Machachi, Aloasí y Aloag. El levantamiento de Machachi se dio como consecuencia de la Independencia de Cuenca, y coincidió con los levantamientos de Latacunga y Riobamba. (Goraymi, 2018)

En el mes de noviembre se recuerda a los nobles mejienses que dieron su vida para dar la libertad a este pueblo, se desarrollan actividades como obras teatrales, festivales artísticos, rescate de juegos tradicionales y el evento más importante se celebra el 11 de noviembre con un desfile cívico, donde instituciones del Cantón Mejía participan con comparsas, carros alegóricos, bandas de guerras, bastoneras, etc.

2.8 INFRAESTRUCTURA VIAL

La ubicación estratégica del cantón hace que esté dividido por las dos principales vías nacionales: la E35 (troncal de la Sierra) y la E20 (Alóag – Santo Domingo) que se cruzan en la parroquia de Alóag, a través del nuevo intercambiador de tránsito construido por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO). Estas importantes vías se han convertido en las articuladoras de la movilidad del cantón, haciendo la función de vías principales del cantón tanto locales como de paso y desvirtuando su función de vías nacionales en el recorrido por Mejía. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2014)

Debido a su reducido espacio territorial, Aloasí es una de las parroquias más densamente pobladas del cantón; el crecimiento de la parroquia se ha acelerado en los últimos años desplazando las actividades agrícolas y ganaderas. La parroquia de Aloasí al estar situada en las faldas del volcán Corazón, a 2.5 km. al occidente de la cabecera cantonal Machachi, y a 1 Km. al sur de la estación del ferrocarril llamada “La Estación” constituye un nodo importante dentro del cantón pues aprovechar su cercanía a la estación del tren es una verdadera potencialidad para el territorio; así mismo la presencia de la vía Panamericana Sur representa un límite tanto de crecimiento como de relación de la parroquia con Machachi, sin embargo que en los últimos años se creó el paso a desnivel para ingresar a ambas parroquias. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2014)

2.8.1. Redes viales y de transporte

El eje principal de la red en el cantón Mejía es la troncal de la Sierra E-35 – Panamericana Sur, el cual une Tambillo, Sangolquí, Pifo, El Quinche y Santa Rosa de

Cusubamba. Además, cuenta con dos transversales: Alóag – Santo – Santo Domingo (E20) que comunica con las provincias de la costa, y la Sangolquí – Pifo – Baeza (E20) que enlaza con las provincias orientales. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2014)

2.8.2. Tipos de Vías

La carretera pavimentada de dos o más vías representa el 4,4% del sistema vial del cantón, la constituyen las autovías principales, la Troncal de la Sierra; el transversal norte; la Quito - Tambillo; y Tambillo - Sangolquí. La gran mayoría de la red la constituyen los caminos de verano, el 47%, lo que representa un problema ya que dificulta la movilidad especialmente en la época invernal, y disminuye la accesibilidad y conectividad entre las parroquias, dificultando el transporte de personas y mercancías. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2014)

2.8.2.1. Vía de Primer Orden

El cantón está atravesado de norte a sur en su parte central, por la carretera Panamericana, en un tramo que corre a lo largo de 35km, con dos accesos importantes: la vía Alóag – Sto. Domingo con una longitud de 60 km y el tramo Tambillo - Sangolquí con una extensión de 6 km. El nodo vial que conforman las vías Alóag-Santo Domingo y Panamericana Sur, presenta un sistema de flujos de alta intensidad de uso y su estructura no facilita un adecuado servicio vehicular por no tener los anchos debidos de manera continua y principalmente por atravesar zonas pobladas generando conflictividad. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2014)

2.8.2.2. Vía de Segundo Orden

La zona central del valle de Machachi está atravesada por una vasta y anudada red de caminos secundarios que en muchos casos tienen un carácter casi de tramo urbano; en buena parte están empedrados sirviendo de acceso a 45.000 hectáreas de la zona más fértil del cantón. La zona circundante de Machachi se sirve de un tramo que provee accesibilidad a las haciendas ganaderas y para el turismo al refugio del Cotopaxi, en una longitud de 35 km, es un camino de verano. (GAD Municipal del Cantón Mejía, 2014)

2.8.3. Catastro vial área urbana parroquia Aloasí

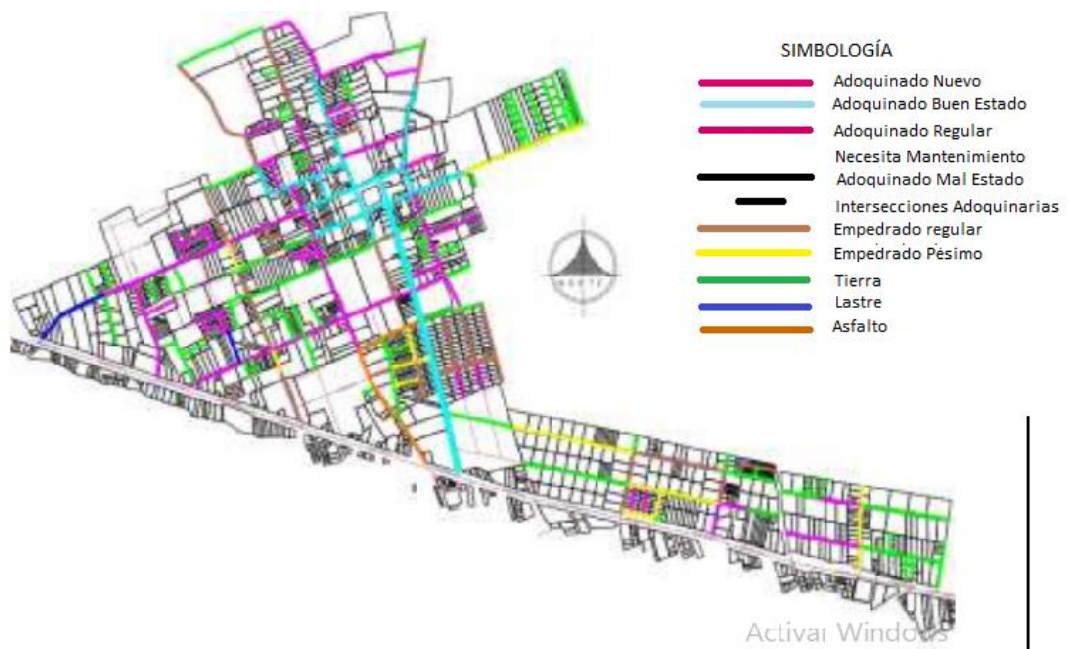
Tabla 4. Catastro Vial Parroquia Aloasí

| CATASTRO VIAL ÁREA URBANA PARROQUIA DE ALOASÍ | | | |
|--|-------------|---------------------|-------|
| Tipos de Calzada | Estado | Long. Levantada (m) | % |
| Adoquinada | Nuevo | 6.855.5 | 25.84 |
| | Buen Estado | 4.334 | 16.34 |
| Empedra | Regular | 4.103.41 | 15.47 |

| | | | |
|---------|-------------|-----------|--------|
| Do | Pésimo | 2.175.96 | 8.20 |
| Tierra | Pésimo | 7.999.45 | 30.16 |
| Lastre | Regular | 370.62 | 1.4 |
| Asfalto | Buen Estado | 687.27 | 2.59 |
| Total | | 26.526.21 | 100.00 |

Fuente: Dirección de Obras Públicas/ Catastro Vial 2014
 Elaboración: Equipo PDOT GAD Mejía 2014

Figura 1. Catastro Vial Aloasí 2014



Fuente: Dirección de Obras Públicas/ Catastro Vial 2014

Elaboración: Equipo PDOT GAD Mejía 2014

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

En el estudio de mercado se analiza la intervención de la oferta y la demanda, en el cual se realizan transacciones de bienes y servicios a precios determinados. Pretende analizar los precios y el estudio de la comercialización. (Camacho C., 2017)

Para poder Realizar el análisis del mercado se deben conocer cuatro variables fundamentales. Tabla 5

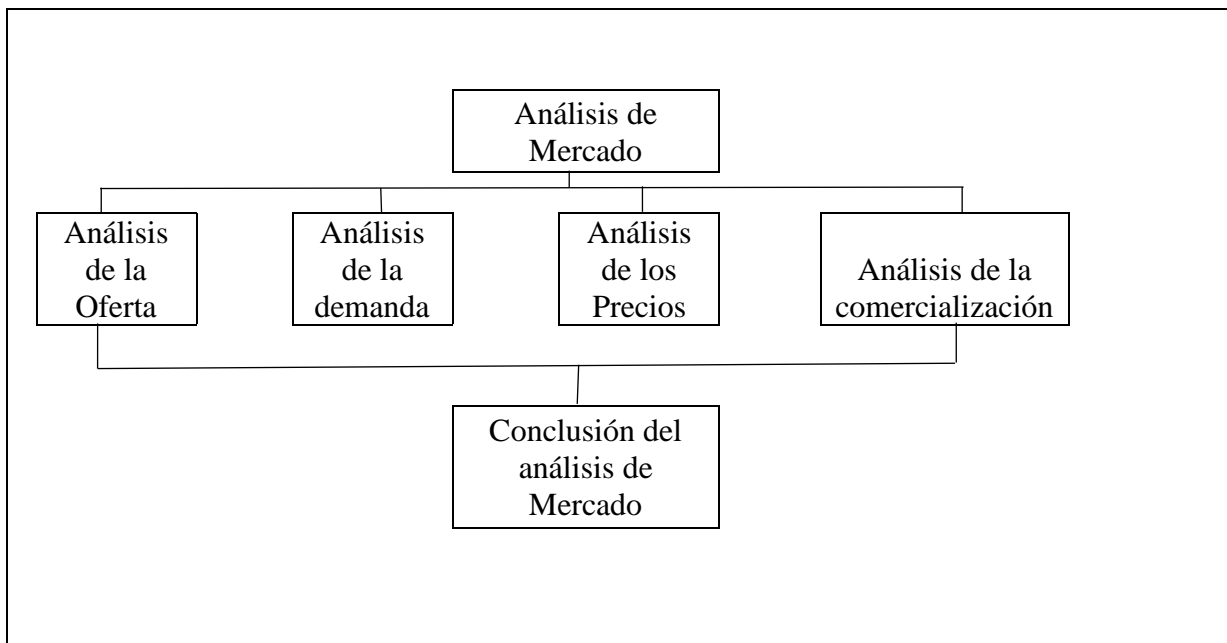


Tabla 5: Estructura del análisis de mercado

Fuente: Catarina Camacho

Análisis de la demanda: La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El análisis de la demanda tiene como objetivo medir los factores que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un servicio y determinar si la existe la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda. (Camacho C., 2017)

Análisis de la oferta: La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se encuentra en el mercado, su objetivo es medir la condición de la economía para poder

en disposición del mercado de un bien o un servicio. Para analizar los cambios de la oferta se toma en cuenta el PIB, la inflación y el índice de precios. (Camacho C., 2017)

Análisis de precios: Es la cantidad monetaria por el cual esta dispuestos a vender y comprar un producto. Se debe tener en cuenta diferentes factores, como costos y gastos de producción y la demanda potencial. (Camacho C., 2017)

Análisis de Comercialización: Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor, poder al producto en el sitio y momento adecuado. (Camacho C., 2017)

3.2. MARCO METODOLÓGICO

El siguiente estudio será de carácter cualitativo y cuantitativo, ya que se requiere formar una base de datos a partir de diversas fuentes que servirá para analizar la factibilidad del presente proyecto.

Se llevará a cabo la investigación de campo, ya que se levantará información primaria mediante las encuestas, observación y entrevistas. Es decir, información para la que generamos soporte en nuestra indagación, se tomarán en cuenta a los principales actores involucrados como lo son: la comunidad local, el potencial consumidor y las distintas autoridades de la parroquia de Aloasí.

Así mismo, se utilizarán fuentes de información secundaria para la elaboración de la investigación, se analizarán tesis con similar tema, además de libros con contexto agroturístico.

En primer lugar, se desarrollará el enfoque cuantitativo, el cual utilizará como herramienta una encuesta para la recolección de datos, de tal forma que determine el segmento de mercado, analizando las preferencias, gusto y necesidades que se tendrán en cuenta al momento de crear la hostería agroturística en Aloasí. Por otra parte, al momento de realizar las encuestas se tomará en consideración las siguientes variables psicográficas de nuestro target, según Araujo y Carril (2012) serán personas de: 25 años en adelante, familias, con gusto por estar en contacto con la naturaleza, clase social media. Adicionalmente como nuestro universo es desconocido se utilizará la siguiente formula: $n = \frac{Gc^2 * P(1-p)}{me^2}$, para la obtención del número exacto de encuestas a realizarse.

El objetivo de estas será la determinación de la factibilidad del proyecto o el interés y preferencias del grupo objetivo. Finalmente, al momento de tabular y sistematizar los datos obtenidos se utilizará la herramienta SPSS, para mayor facilidad al momento de interpretar los resultados.

Por otra parte, se desarrollará un enfoque cualitativo al momento de realizar entrevistas en profundidad, enfocadas a actores involucrados e informantes calificados, se realizará una entrevista semiestructurada, ya que esta proporciona la suficiente flexibilidad dando oportunidad a la recolección de datos y posibilitando la respuesta de diferentes temas propuestos en la investigación. Se entrevistará a guías turísticos de la zona y autoridades de la parroquia de Aloasí, con el fin de analizar factores internos tanto como externos y determinar aspectos importantes para el desarrollo del proyecto.

Adicionalmente, se implementará la observación directa, la cual consistirá en la obtención de datos e información mediante la percepción que se hallará al momento de visitar la competencia que existe en la Ciudad de Machachi, la cual se refleja en las ofertas más demandadas. De modo que se pueda analizar a la competencia que existe para superar las expectativas de los posibles consumidores.

En definitiva, al momento de usar estas metodologías nombradas se podrá analizar si la hostería agroturística ubicada en Umbría será factible al momento de la implementación y qué características deberá reunir para ser atractiva para los potenciales clientes, se planteará un formato de plan de negocios en el cual se observará los detalles de la empresa, mediante los objetivos de la empresa y análisis financiero de la misma.

3.3. INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA

Sowell T. (2012) describe a la oferta como la cantidad reflejada que, por cada precio los vendedores están dispuestos a poner a la venta. Cuanto más elevado sea el precio, mayor será la cantidad ofertada.

Por otro lado, la oferta turística es el conjunto de productos y servicios los cuales están asociados en un determinado espacio geográfico, para el aprovechamiento de los atractivos turísticos que los rodean, y sus vendedores pueden ofertarlo en el mercado a un precio y tiempo determinado, para ser usado o consumido por turistas. (Socatelli P., 2013).

La terminología Marca País, es una estrategia que muchos empresarios y gobiernos tratan de establecer una identidad propia en atesorar el origen de todo el conjunto de elementos del entorno, que comprende cada país en los mercados globales con el fin de llevar a cabo el desarrollo de procesos adecuados de para poder posicionarse o realizar actividades, comerciales y no comerciales, adicional, es un factor crucial y decisivo a la hora de posicionar, y mejorar la percepción que se tiene de los servicios, bienes y productos que una nación produce y desea vender en el mercado internacional, ya que le otorga la posibilidad a todos los bienes que son exportados de esa nación en particular, de gozar de todas las ventajas y características positivas que se asocian con ese país o región, permitiéndoles vender más y obtener mejores ingresos a las empresas exportadoras de bienes o servicios. (Salsas L., 2018)

En Ecuador la Marca País está dando sus primeros pasos, afianzándose primeramente en el turismo, prueba de ello es la última campaña "All you need is Ecuador", enfocada en el turismo receptor. De igual forma en enero del año 2014 se lanzó la campaña "Viaja primero Ecuador", enfocada en el turismo interno y cuyo objetivo es disminuir el porcentaje de divisas, que por turismo emisor salen del país, el momento que el turista nacional viaja al extranjero. (Salsas L., 2018)

Por ello, con el fin de promover la Marca País "Ecuador ama la vida", e impulsar el sector turístico del producto Ecuador se implementaron estrategias de promoción, la cual alcanzó un gran impacto puesto que fortaleció el turismo nacional e internacional.

En los datos de los últimos años se observa un incremento de establecimientos turísticos registrados, con un total de 23.933. En establecimientos hoteleros se encuentran registrados 3658 siendo el 14.9% del total de establecimientos.

En la provincia de Pichincha se encuentran registrados un total de 769 establecimientos hoteleros, los cuales están clasificados de la siguiente forma por cantones.

Tabla 6: Clasificación de categorías de Hoteles según su Cantón

| Cantón | 1ERA | 2DA | 3ERA | 4TA | LUJO | UNICA | TOTAL |
|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|--------------|--------------|
| Cayambe | 1 | 4 | 1 | 2 | | 11 | 19 |
| Distrito Metropolitano de Quito | 191 | 254 | 92 | 37 | 19 | 6 | 599 |

| | | | | | | | |
|--|----|---|----|---|---|---|----|
| Mejía | 10 | 1 | 9 | 8 | 1 | 1 | 30 |
| Pedro Moncayo | 1 | 3 | 1 | 2 | | | 7 |
| Pedro Vicente Maldonado | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | | 12 |
| Puerto Quito | 2 | 3 | 2 | 3 | | 2 | 12 |
| San Miguel de los Bancos | 12 | 5 | 32 | 9 | 2 | 4 | 64 |
| Rumiñahui | 12 | 7 | 4 | 2 | 1 | | 26 |
| Fuente: MINTUR, 2018 Elaboración: Liseth Toapanta | | | | | | | |

Tabla 7: Clasificación de establecimientos de alojamiento en el Cantón Mejía

| Clasificación | Registro |
|--|-----------------|
| Hostal | 12 |
| Hostería | 15 |
| Hotel | 2 |
| Refugio | 1 |
| Fuente: MINTUR, 2018 Elaboración: Liseth Toapanta | |

3.3.1. Resultados de la Observación de Campo

En los años 90 aparecen los destinos turísticos en haciendas en el Cantón Mejía, los pioneros en esta actividad fueron la hostería la Estación y la hacienda La Alegría. Hoy en día el cantón Mejía cuenta con 21 establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento, enfocadas en granjas y aclimatación en el agroturismo, se encuentran en 6 de 8 parroquias. (El Comercio, 2018)

En 1878 la hostería la Estación era una hacienda la cual era administrada por el señor Corolabecho, luego el Ing., Valadezo compra esta propiedad, el cual hoy en día es administrada por su esposa la señora Gladys Revelo, la cual adecuado esta hacienda para ofrecer alojamientos y visitas a la granja. La ubicación geográfica fue una de las motivaciones para incursionar en este ámbito turístico. Así mismo esta actividad turística, genera fuentes de trabajo para la comunidad.

En la parroquia del Chaupi, a las faldas de los Ilinizas en el 2012 se inauguró un nuevo establecimiento hotelero; hostería Huesta Sacha, el cual es administrado por Mayra Muela, es una propiedad de casi 200 hectáreas, esta complementada por actividades agrícolas y ganaderas, su precio es de \$25 la noche, al siguiente año de su apertura lo visitaron 1000 turistas. (El Comercio, 2018)

Adicionalmente, la hacienda Umbría es una de las competencias directas que tendría nuestro proyecto, ya que está ubicado a las faldas del volcán inactivo Corazón, este es un hotel boutique gourmet, con cobijas 100% algodón, paseo a caballo, excursiones para visitar los pastos, animales, cultivos. Cobertizos de ordeño que tiene la hacienda.

Por último, El Rancho Merceditas tiene una extensión de 200.000 metros cuadrados de terreno, ubicado en la parroquia Aloasí, perteneciente al cantón Mejía, este rancho forma parte de la hacienda “La Laurita”, que se encuentra localizada cerca de la estación del tren, el cual ofrece servicio de hospedaje con actividades agroturísticas.

3.4. INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA

Sowell T., (2012) plantea a la demanda como la cantidad que los compradores están dispuestos a adquirir por cada precio, cuanto más alto es este, menor será la cantidad que los demandantes estarían dispuestos a comprar, por otro lado, si el precio baja, los compradores estarían interesados en adquirir mayores cantidades del producto.

La demanda turística es el conjunto de turistas, los cuales están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades, en otras palabras, es la cantidad de producto turístico que los consumidores están dispuestos a adquirir en un periodo determinado a un precio dado.

Según las estadísticas del MINTUR (2018), en el año 2018 el ingreso de extranjeros al país creció un 11% comparado al año 2017, en estos datos no consta la entrada de mercado venezolano.

Uno de los factores claves para el incremento de turistas extranjeros en el Ecuador fue, el inicio de nuevas aerolíneas como Spirit, GOL, Laser Airlines, adicional a esto, Aeroméxico, Aireuropa, Tame y Aerolane, ampliaron las frecuencias de nuevas rutas.

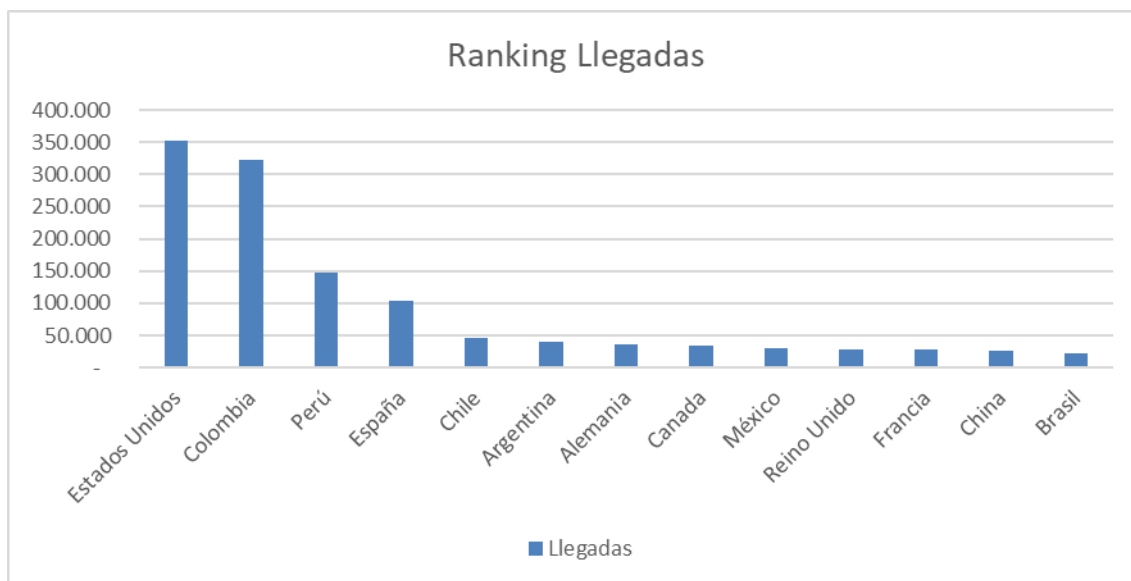
Por el aumento de turistas en el país se pudo reflejar un saldo positivo en los ingresos frente los ingresos en el sector turísticos de un total de 1.332,3, millones de dólares, además el turismo apporto en la economía ecuatoriana, la cual se mantiene en tercer lugar de fuentes de ingresos no petroleros después del banano y el camarón (Banco Central del Ecuador, 2018)

Por último, en el año 2018 se tuvo 8 feriados en donde se realizaron 13.2 millones de viajes en los cuales las principales ciudades destinos fueron: Quito, Guayaquil y Cuenca. En estos feriados el sector turístico tuvo una dinamización económica de 425.8 millones de dólares, en el cual el festejo de carnaval fue el mayor movimiento con 64.7 millones de dólares. (MINTUR, 2018)

Tabla 8: Ranking Llegadas Vía Aérea, año 2018

| Ranking Llegadas | | |
|--|-----------------|----------|
| País | Llegadas | % |
| Estados Unidos | 351.709 | 28,93 |
| Colombia | 322.810 | 26,55 |
| Perú | 146.788 | 12,07 |
| España | 103.008 | 8,47 |
| Chile | 45.860 | 3,77 |
| Argentina | 40.956 | 3,37 |
| Alemania | 35.515 | 2,92 |
| Canadá | 34.335 | 2,82 |
| México | 30.425 | 2,50 |
| Reino Unido | 28.235 | 2,32 |
| Francia | 27.597 | 2,27 |
| China | 26.113 | 2,15 |
| Brasil | 22.488 | 1,85 |
| Fuente: MINTUR, 2018 Elaborado por: Liseth Toapanta | 1.215.839 | |

Gráfico 2. Ranking Llegadas Vía Aérea, año 2018



Fuente: MINTUR, 2018
Elaborado por: Liseth Toapanta

3.4.1. Objetivo de la Encuesta

Identificar los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer un servicio más personalizado y de alta calidad.

Adicional, conocer la aceptación del proyecto, buscar los factores de diferenciación para personalizar la hostería, sabiendo el motivo de viaje acondicionar la idea del proyecto con esos componentes que se conocerán a través de la encuesta que se realizara a turistas nacionales y extranjeros, que llegan Aloasí por medio del Tren Ecuador.

3.4.2. Diseño de la Encuesta

La encuesta está conformada por diez preguntas, enfocadas en obtener información sobre interés, gustos, preferencias del potencial cliente, el cual dedique su tiempo de ocio en actividades de campo en una hostería agroturística ubicada en Aloasí, barrio Umbría.

3.4.2.1. Población

La población de una investigación es generalmente una gran colección de individuos los cuales son focos principales de una indagación, la misma que es conocida por sus características similares. (Alerg M., 2016)

Por el gran tamaño de poblaciones, los investigadores confían en las técnicas del muestreo, para no utilizar demasiados recursos económicos, dinero y tiempo. (Alerg M., 2016)

3.4.2.2. Universo

El universo planteado para el tamaño de la muestra es desconocido ya que no existe información de cuantas personas que visitan el Ecuador – Machachi, gustan de actividades agroturísticas, o preferencias por hosterías al momento de elegir un establecimiento de alojamiento.

Las variables para nuestro segmento de mercado estarán compuestas por personas de:

- 18 años en adelante
- Turista nacional y extranjero
- Gusto en turismo agrícola
- Gusto en el contacto con la naturaleza
- Hombres y mujeres
- Hospedajes rústicos
- Familias
- Clase media alta
- Gustos en orografía
- Gusto por el turismo de aventura

3.4.2.3. Tamaño de la muestra.

Para identificar el tamaño de la muestra se utilizó la formula con universo desconocido que es la siguiente:

$$n = \frac{Gc^2 * P (1 - p)}{me^2}$$

En donde:

Gc: es la constante el cual depende en un nivel de confianza, indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean verdaderos.

P: es la proporción esperada

p: 1

me: Es el margen de error deseado.

El Resultado del tamaño de la muestra sería:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 (1 - 0.5)}{0.051^2}$$

$$n = 367.79$$

$$n = 368$$

3.4.3 Tabulación e Interpretación de Resultados

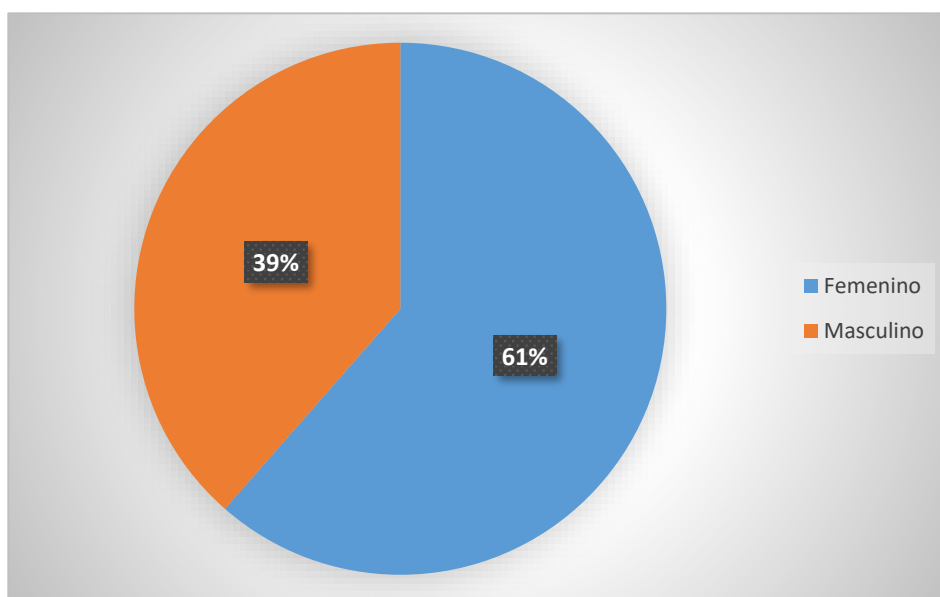
Una vez utilizada la fórmula para obtener el número de encuestas que se necesita, las 368 se formularon con turistas que llegaban a Luz de Umbría Café Restaurante, en la Estación del Tren, y con la facilidad por parte del administrador de la Hacienda el Rejo se pudo formularlas allí.

Género

Tabla 9: Genero.

| Variable | Total | % |
|-----------|-------|-------|
| Femenino | 228 | 61,96 |
| Masculino | 143 | 38,86 |

Figura 2; Género



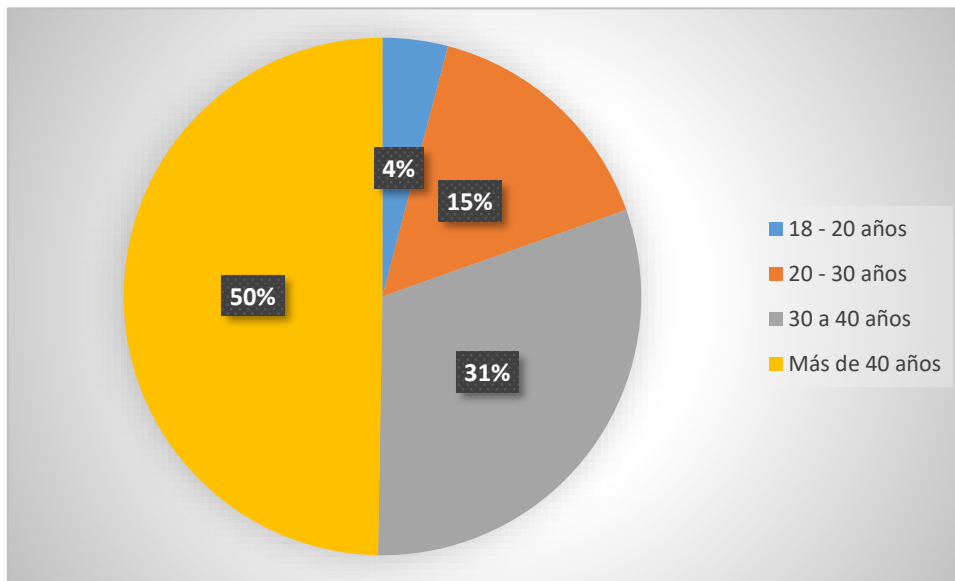
Interpretación de los resultados: El 62 por ciento de los turistas que llegan a Aloasí son mujeres.

Edad

Tabla 10; Edad

| Variable | Total | % |
|----------------|-------|-------|
| 18 - 20 años | 15 | 4,08 |
| 20 - 30 años | 57 | 15,49 |
| 30 a 40 años | 113 | 30,71 |
| Más de 40 años | 183 | 49,73 |

Figura 3: Edad



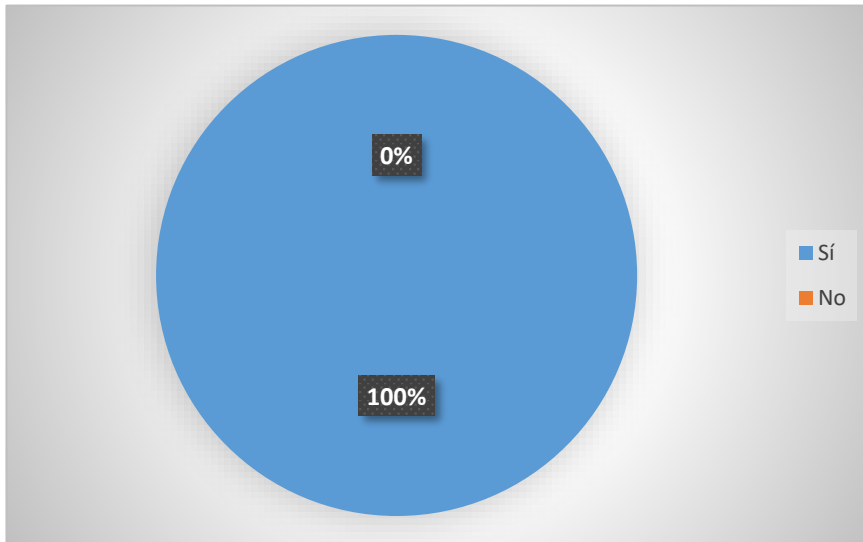
Interpretación de los resultados: Se puede identificar que la edad de los turistas con mas afluencia es de 30 años en adelante, los cuales por lo general buscan tranquilidad en sus viajes.

1. ¿Cuándo tiene tiempo libre o vacaciones le gusta viajar?

Tabla 11; Pregunta 1

| Variable | Total | % |
|----------|-------|-----|
| Sí | 368 | 100 |
| No | 0 | 0 |

Figura 4: Pregunta 1



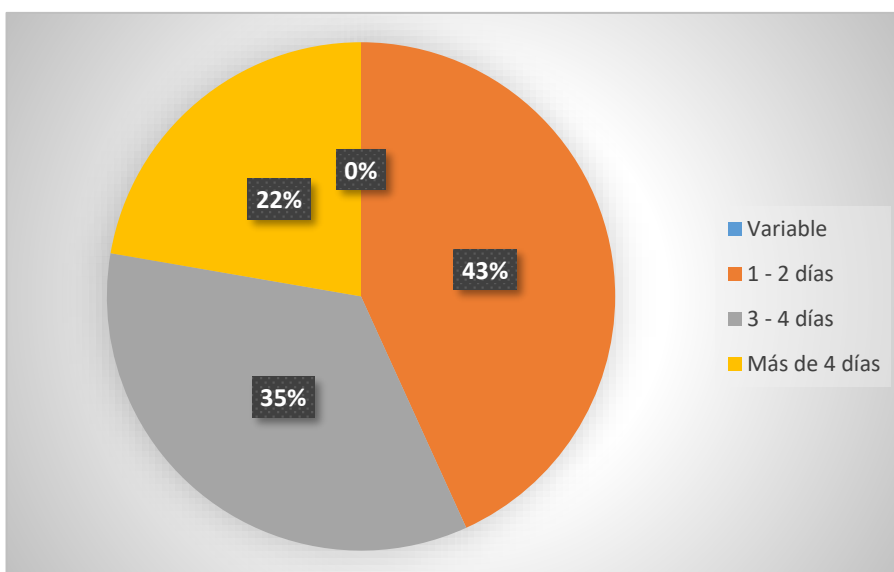
Interpretación de los resultados: El 100% de los encuestados afirmaron viajar cuando tenían tiempo libre, la información levantada se debe aprovechar en la publicidad en las fechas mas importantes, como veranos, vacaciones, fiestas, etc.

2. ¿Cuánto tiempo llevan sus viajes de turismo?

Tabla 12: Pregunta 2

| Variable | Total | % |
|---------------|-------|-------|
| 1 - 2 días | 159 | 43,21 |
| 3 - 4 días | 127 | 34,51 |
| Más de 4 días | 82 | 22,28 |

Figura 5: Pregunta 2



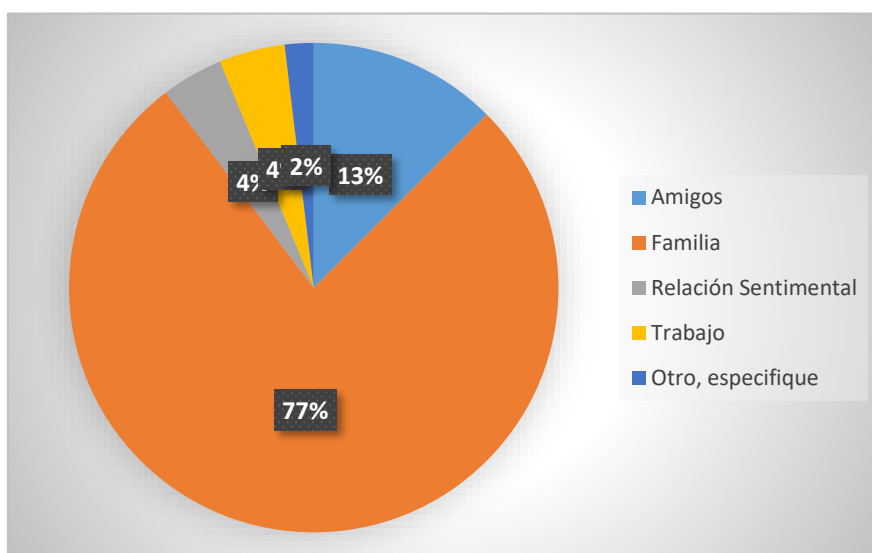
Interpretación de los resultados: El 43% de las personas viajan de 1 a 2 días, y el 35% de 3 a 4 días, donde se puede identificar los días de estadía que podría tener nuestro potencial cliente.

3. ¿Con quién usualmente viaja?

Tabla 13: Pregunta 3

| Variable | Total | % |
|----------------------|-------|-------|
| Amigos | 46 | 12,50 |
| Familia | 284 | 77,17 |
| Relación Sentimental | 15 | 4,08 |
| Trabajo | 16 | 4,35 |
| Otro, especifique | 7 | 1,90 |

Figura 6: Pregunta 3



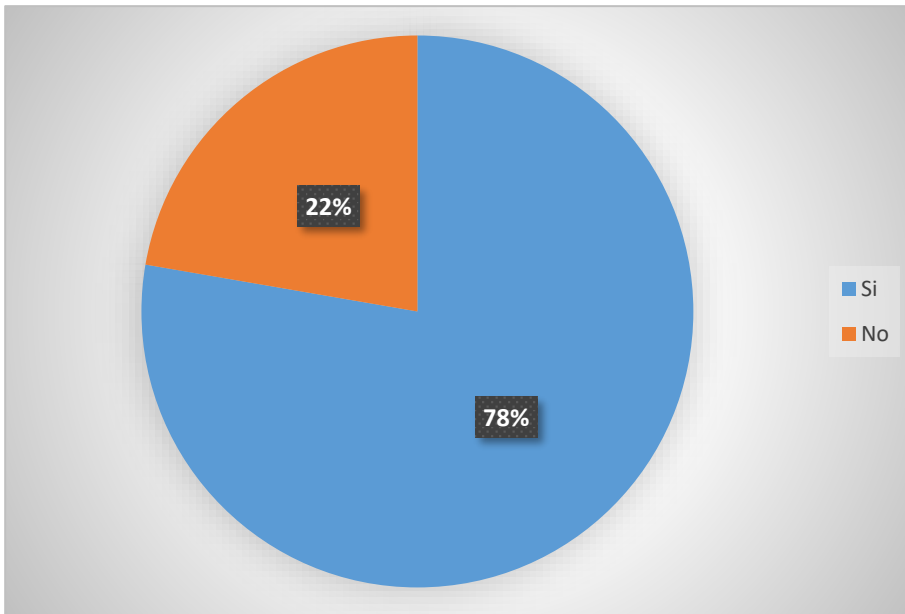
Interpretación de los resultados: El 77.17% de los turistas normalmente viajan con sus familias, información que se aprovechará para la implementación de actividades a fines con niños y padres.

4. ¿Ha Visitado la Parroquia de Aloasí?

Tabla 14: Pregunta 4

| Variable | Total | % |
|----------|-------|-------|
| Sí | 286 | 77,72 |
| No | 82 | 22,28 |

Figura 7: Pregunta 4



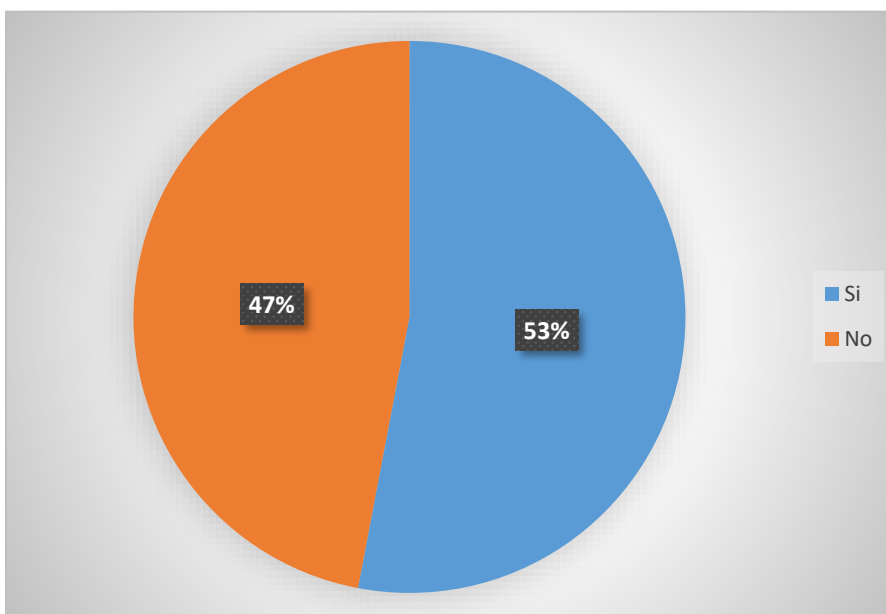
Interpretación de los resultados: El 77.72% de las personas conocían Aloasí, lo cual hará más fácil la localización de la hostería.

5. ¿Conoce el Barrio Umbría? (Si su respuesta es sí pase a la pregunta 7)

Tabla 15: Pregunta 5

| Variable | Total | % |
|----------|-------|-------|
| Sí | 195 | 52,99 |
| No | 173 | 47,01 |

Figura 8: Pregunta 5



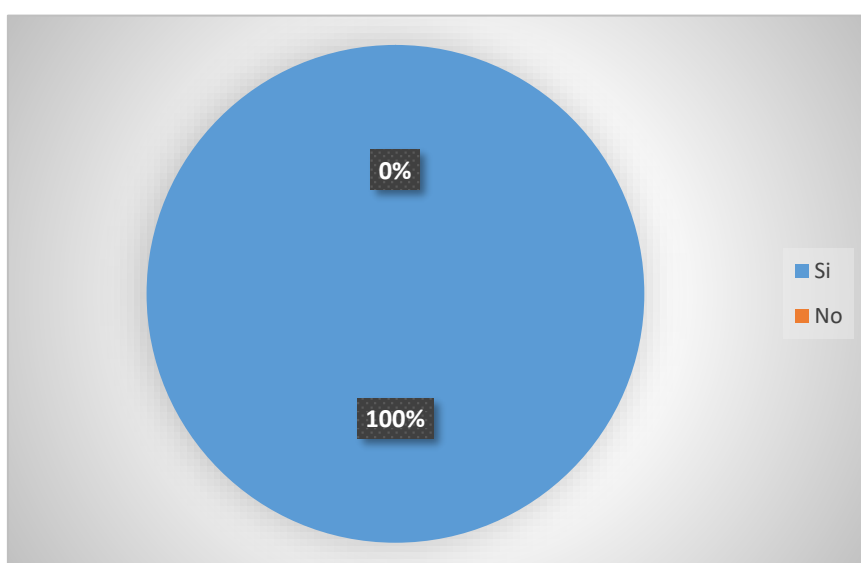
Interpretación de los resultados: La mitad de las personas encuestas conocen Umbría. La información adquirida se utilizará para la implementación de la señalética adecuada para que las personas que no conozcan puedan llegar con facilidad a la hostería

6. ¿Le gustaría conocer el Barrio Umbría y su cultura?

Tabla 16: Pregunta 6

| Variable | Total | % |
|----------|-------|-----|
| Sí | 195 | 100 |
| No | 0 | |

Figura 9: Pregunta 6



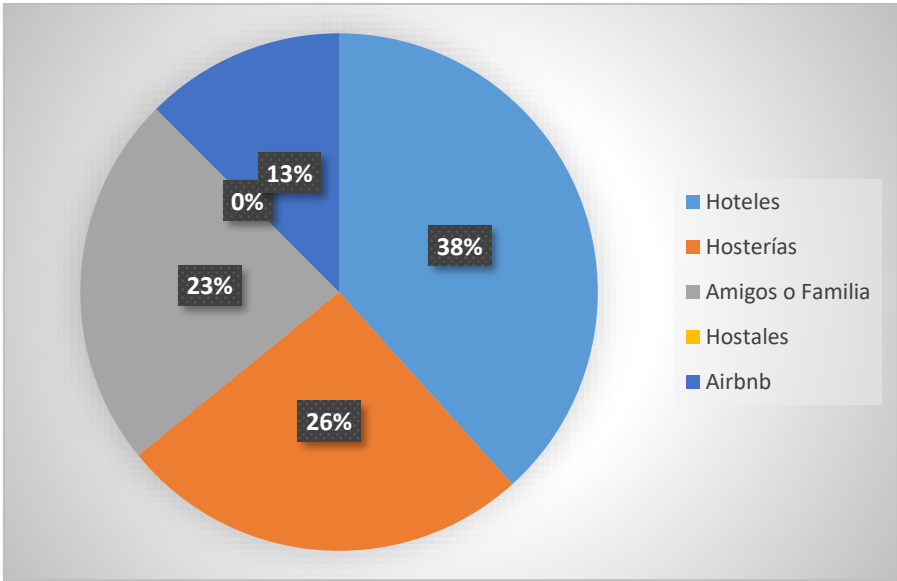
Interpretación de los resultados: El 100% de las personas que contestaron no a la pregunta 5 desea conocer el barrio Umbría. Información importante para la explotación de toda la cultura de Umbría.

7. ¿Cuándo usted viaja donde usualmente se hospeda?

Tabla 17: Pregunta 7

| Variable | Total | % |
|------------------|-------|-------|
| Hoteles | 141 | 38,32 |
| Hosterías | 95 | 25,82 |
| Amigos o Familia | 86 | 23,37 |
| Hostales | 0 | 0,00 |
| Airbnb | 46 | 12,50 |

Figura 10: Pregunta 7



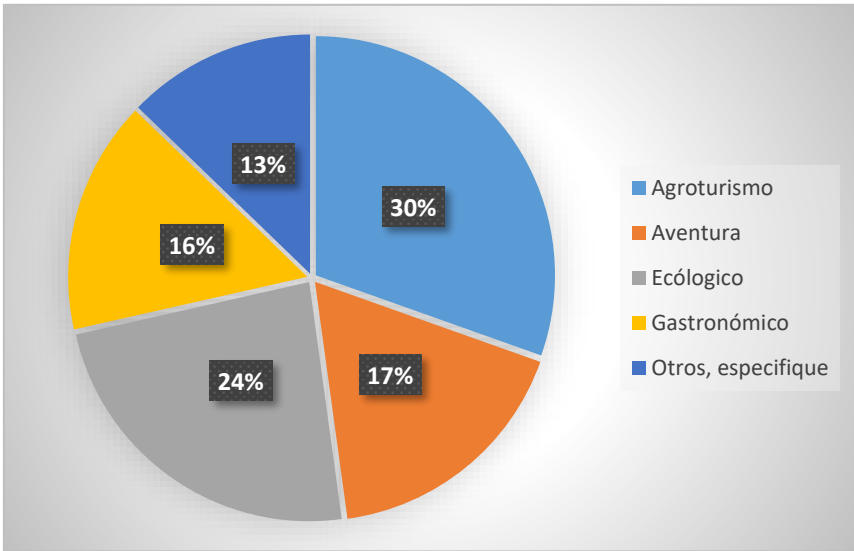
Interpretación de los resultados: Los valores mas significativos es 38.32% los cuales se hospedan en hoteles, y el 25.82% en hostales. Información de gran ayuda ya que como se puede observar en las tabulaciones las nuevas tendencias en hospedaje como Airbnb están desarrollando en el país, lo que la hostería podría incorporarlo.

8. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Tabla 18: Pregunta 8

| Variable | Total | % |
|--------------------|-------|-------|
| Agroturismo | 112 | 30,43 |
| Aventura | 64 | 17,39 |
| Ecológico | 87 | 23,64 |
| Gastronómico | 58 | 15,76 |
| Otros, especifique | 47 | 12,77 |

Figura 11: Pregunta 8



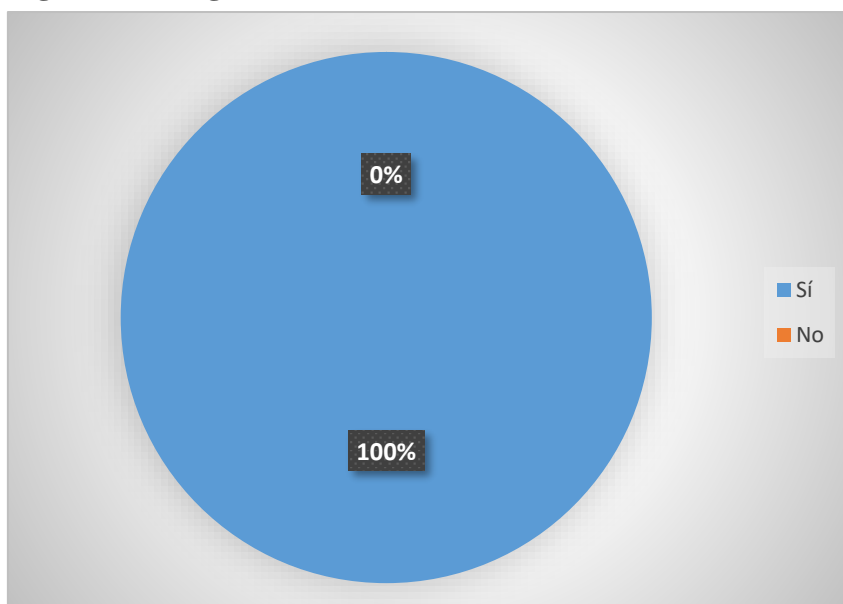
Interpretación de los resultados: El 30.43% desea realizar agroturismo, el 23.64% turismo ecológico, y las personas que respondieron otro, desean experimentar turismo de relajación y todas las anteriores antes ya mencionadas. La información nos ayuda para saber que actividades podremos incorporar en la hostería

9. ¿Le gustaría conocer nuevas culturas de diferentes pueblos?

Tabla 19: Pregunta 9

| Variable | Total | % |
|----------|-------|-----|
| Sí | 368 | 100 |
| No | 0 | 0 |

Figura 12: Pregunta 9



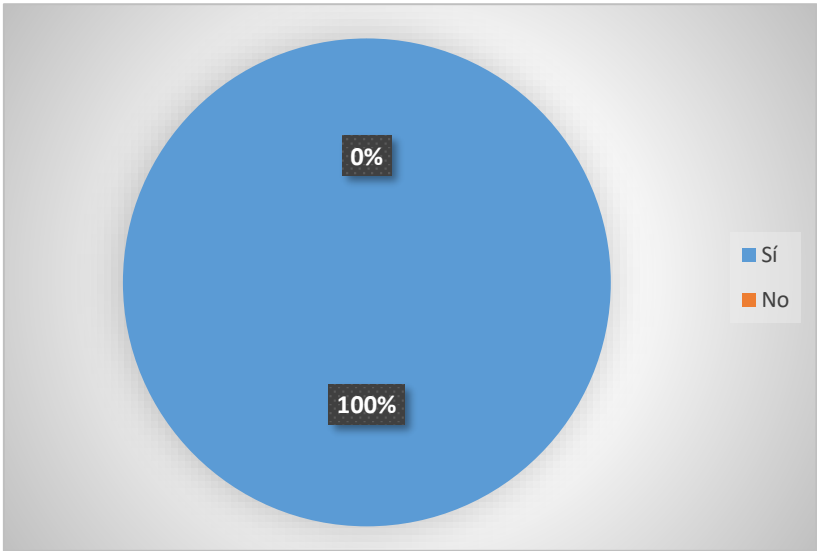
Interpretación de los resultados: El 100% desea conocer diferentes pueblos. Información considerable ya que los pobladores de Umbría tienen muchas costumbres que se puede hacer conocer a los turistas potenciales.

10. ¿Le gusta estar en contacto con la naturaleza?

Tabla 20: Pregunta 10

| Variable | Total | % |
|----------|-------|-----|
| Sí | 368 | 100 |
| No | 0 | 0 |

Figura 13: Pregunta 10



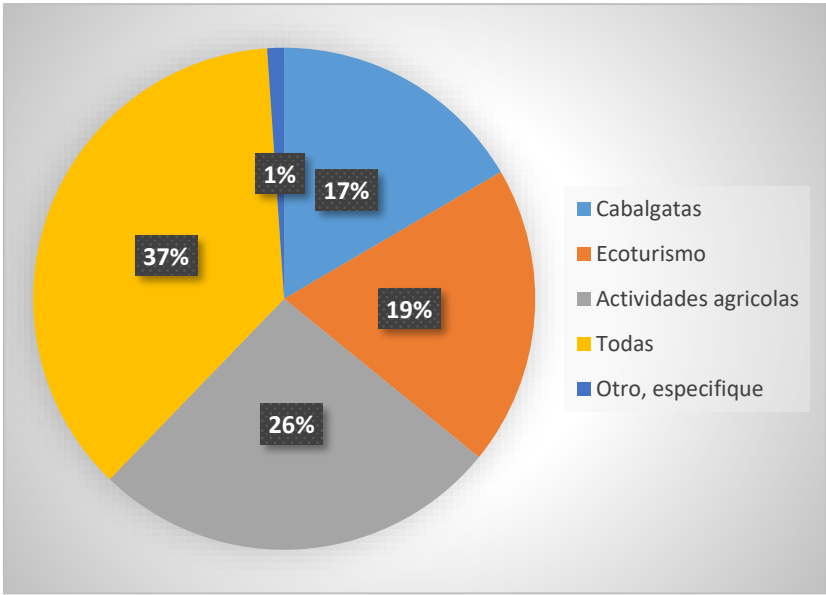
Interpretación de los resultados: El 100% de las personas le gusta estar en contacto con la naturaleza. Información relevante ya que el objetivo de la hostería es la relajación y salir del mundo de la tecnología para encontrarse con la naturaleza.

11. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en una hostería?

Tabla 21: Pregunta 11

| Variable | Total | % |
|-----------------------|-------|-----------|
| Cabalgatas | 61 | 16,576087 |
| Ecoturismo | 71 | 19,293478 |
| Actividades agrícolas | 97 | 26,358696 |
| Todas | 135 | 36,684783 |
| Otro, especifique | 4 | 1,0869565 |

Figura 14: Pregunta 11



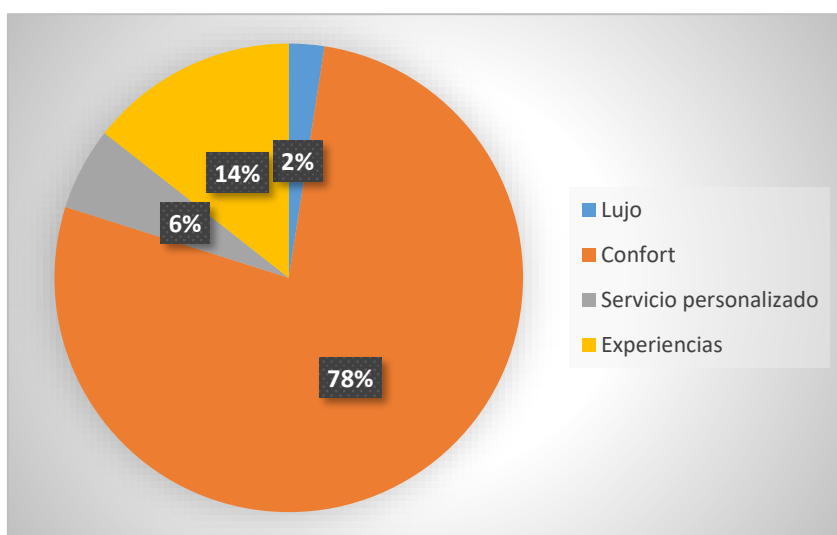
Interpretación de los resultados: El 36.68% de las personas desean realizar todas las actividades antes mencionadas, el 1,08% de las personas que escribieron otros, desean realizar pesca. Información conveniente ya que se puede incorporar todas estas actividades gracias a la geografía de Umbría

12. ¿Qué busca en un lugar de alojamiento?

Tabla 22: Pregunta 12

| Variable | Total | % |
|------------------------|-------|-------|
| Lujo | 9 | 2,45 |
| Confort | 285 | 77,45 |
| Servicio personalizado | 21 | 5,71 |
| Experiencias | 53 | 14,40 |

Figura 15: Pregunta 12



Interpretación de los resultados: El 77.45 de las personas busca confort al momento de buscar un lugar alojamiento. Información que se tomara en cuenta al momento de la construcción de las habitaciones para los huéspedes, en general todas sus instalaciones.

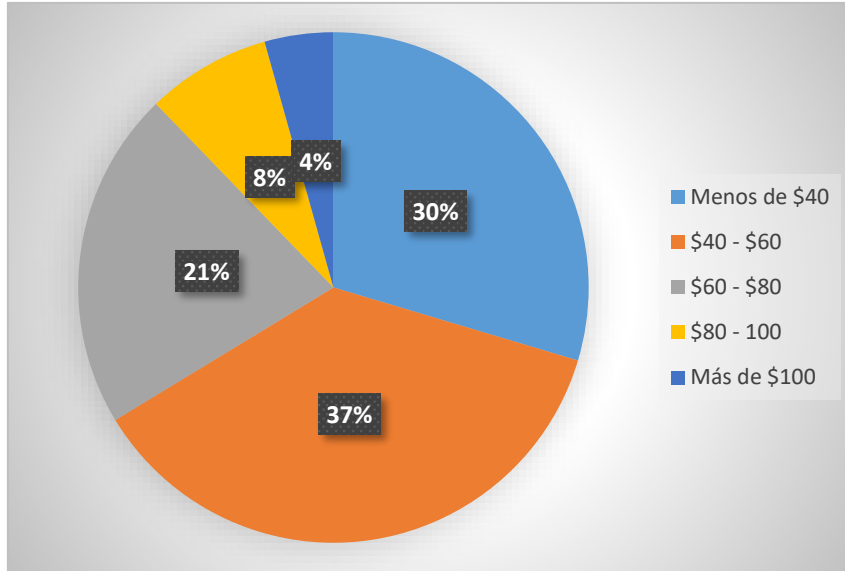
13. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en una hostería ubicada en Machachi parroquia Aloasí, barrio Umbría que ofrece hospedaje, alimentación y actividades de agroturismo?

Tabla 23: Pregunta 13

| Variable | Total | % |
|---------------|-------|-------|
| Menos de \$40 | 109 | 29,62 |
| \$40 - \$60 | 135 | 36,68 |

| | | |
|--------------|----|-------|
| \$60 - \$80 | 79 | 21,47 |
| \$80 – 100 | 29 | 7,88 |
| Más de \$100 | 16 | 4,35 |

Figura 16: Pregunta 13



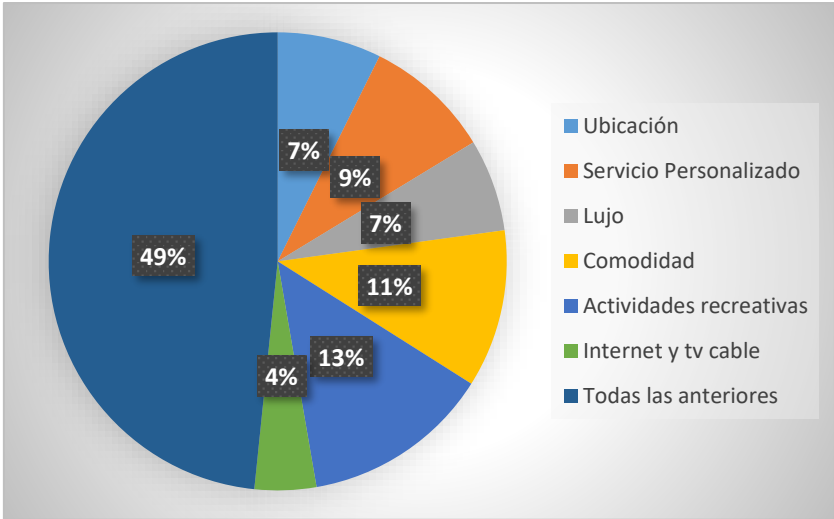
Interpretación de los resultados: Los números más significativos es de 36.68% que desearían pagar entre \$40 – 60\$ 29.62% menos de \$40 y 21.47% que pagaría \$60 - \$80. Información sustancial para para la incorporación de tarifas para nuestros potenciales clientes.

14. ¿Qué busca en un servicio de hospedaje?

Tabla 24: Pregunta 14

| Variable | Total | % |
|-------------------------|-------|-----------|
| Ubicación | 27 | 7,3369565 |
| Servicio Personalizado | 33 | 8,9673913 |
| Lujo | 24 | 6,5217391 |
| Comodidad | 41 | 11,141304 |
| Actividades recreativas | 49 | 13,315217 |
| Internet y tv cable | 16 | 4,3478261 |
| Todas las anteriores | 178 | 48,369565 |

Figura 17: Pregunta 14



Interpretación de los resultados: El 48.36% de las personas buscan todos los servicios antes de elegir un sitio de hospedaje. Información importante para la instauración de los mismo, y así los turistas tengan una mejor experiencia.

CAPITULO IV

ESTUDIO ADMINISTRATIVO, PLAN DE NEGOCIOS

4.1. MISIÓN

Según Jack Fleitman (2000), cataloga a la misión como el motivo, orientación y lo que pretende hacer la empresa para la satisfacción de los clientes potenciales, así como del personal, competencia y comunidad en general.

Por otro lado, American Marketing Association (2019) en su diccionario, hace referencia a la misión como el propósito que tiene la organización, la cual está basada en cinco elementos; la historia, las preferencias de los propietarios, las consideraciones ambientales, los recursos y sus capacidades como empresa.

Del mismo modo se analizó la definición de Simón Andrade (2002), el cual explica que misión es la finalidad pretendida por una empresa, o el papel que desea desempeñar en su entorno.

Finalmente, la Real Academia Española, en su Diccionario cita a la misión como el poder o facultad que se da a alguien de ir a desempeñar algún contenido.

En conclusión, la misión es el motivo o propósito que tiene una empresa de cumplir en su nicho de mercado, los cuales son intervenidos por propietarios, historia de la empresa, y el fin que tiene la empresa de hacerse ver frente a su cliente.

La misión de la hostería enfocándose en estas definiciones será:

“Brindar un servicio de hospedaje con altos estándares de calidad, con productos propios de la zona, con el personal capacitado y motivado, usando una infraestructura adecuada para ofrecer una experiencia al cliente enfocándose al contacto con la naturaleza y el agroturismo.”

4.2. VISIÓN

Jack Fleitman (2000), define a la visión como el camino al cual se está dirigiendo la empresa a largo plazo, el cual sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de la misma en crecimiento conjunto a la competitividad.

Thompson A. y Strickland A. (2008), con la visión se debe considerar que se realizara en un futuro para satisfacer las necesidades de los clientes, así mismo se debe

tomar en cuenta como evolucionara la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar, por lo tanto, los administradores deben analizar estrategias de impacto a las nuevas tecnológicas, necesidades, gustos.

Por consiguiente, la visión se conceptualiza como el sendero que debe seguir la empresa a largo plazo, se debe tomar en cuenta todos los avances tecnológicos, gustos y preferencias de los clientes que están en constante cambio.

Después de analizar las diferentes definiciones, se llega a la siguiente visión para la hostería;

“Para el año 2025 llegar a ser reconocidos a nivel nacional e internacional por medio de la biodiversidad de Umbría y altos estándares de calidad en el servicio de hospedaje.

4.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES

Los objetivos son las actividades que la empresa realizara con el fin de alcanzar su misión y visión propuesta.

Los objetivos de la organización son aquellos aspectos materiales, económicos, comerciales y sociales, en dirección a los cuales las organizaciones dirigen sus energías y sus recursos, esos aspectos son utilidades, rentabilidad, buena imagen, responsabilidad social, productividad, productos o servicios de calidad, buena percepción del cliente, etc. Son los objetivos que desea lograr, con el fin de operar satisfactoriamente dentro del entorno socioeconómico. (Pineida, Osorio y Perez, 2009).

Los objetivos empresariales que se implementara serán los siguientes:

- Satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes.
- Lograr cumplir el plan de ventas anual.
- Ser líder en el mercado
- Control y monitoreo de los procesos de cada departamento.

4.4. FODA'S

EL análisis FODA, tiene como objetivo identificar las Fortalezas, Oportunidad, Debilidad y Amenazas de una organización empresarial o de una persona, los cuales se tomarán para desarrollar estrategias internas tanto como externas para maximizar el

potencial de las Fortalezas y Oportunidades, y al mismo tiempo minimizar el riesgo de las debilidades y las Amenazas. (Secretaria de Salud, 2011)

Las empresas obtienen muchas conclusiones de gran utilidad para la situación de la organización y del mercado en donde se desenvuelve la misma, la cual hace que mejore la competitividad de las estrategias de mercadeo, ya que el FODA es una herramienta esencial que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos proyectos o proyectos de mejora (Codina Jiménez, Alexis 2011)

Esta tiene múltiples aplicaciones, puede ser usado en todos los departamentos de la empresa en sus diferentes funciones, hoy en día el FODA ha involucrado otro factor importante en este análisis el cual es Soluciones, las cuales se enfocan en las debilidades de la organización, para prevenir los riesgos internos a futuro y proponer un plan de mejora para el mismo. (Codina Jiménez, Alexis 2011)

Se ha establecido los siguientes objetivos;

- Ampliar la gama de prestación de servicio y calidad.
- Incrementar el nivel de satisfacción de nuestros huéspedes y clientes.
- Crear y desarrollar nuevos espacios dentro del hotel promoviendo el vanguardismo y el compromiso con el medio ambiente.
- Satisfacer permanentemente los requerimientos de nuestros clientes huéspedes y visitantes.
- Lograr la consecución del plan anual de negocios.
- Posicionar a la hostería en la ciudad en su ocupación, tarifa, promedio calidad de sus servicios de hospedaje, alimentos y bebidas.

FORTALEZAS

- Aprovechamiento del Bosque Protector Umbría.
- Enfoque al Agroturismo y Contacto con la naturaleza.
- Productos (materia prima) fresco de la zona.

OPORTUNIDADES

- Convenios con la empresa Trenes del Ecuador.
- Única Hostería en la parte de Umbría.

- Llegada de turistas por la visita al Bosque Protector Umbría y Montaña el Corazón.
- Convenio con Luz de Umbría Café Restaurante.
- Desarrollo de nuevos productos turísticos aun no aprovechados de la zona.

DEBILIDADES

- Ubicación alejada del centro del Cantón Mejía.
- Ausencia de transporte Público a la zona de Umbría.
- Nuevos en el mercado.
- Personal no capacitado.

AMENAZAS

- Competencias ya posicionadas en el mercado.
- Falta de confianza de futuros clientes por ser nuevos en el mercado.
- Ausencia de apoyo por parte de autoridades.
- Falta de señalética.

SOLUCIONES

- Promociones y Publicidad en redes sociales, y página web.
- Vinculación con OTA´s .
- Generar la hostería como Airbnb.
- Posicionar a Luz de Umbría Café Restaurante como punto de encuentro para salida de buses particulares hacia la hostería.

4.5. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para poder crear una empresa se debe saber que existe varios tipos de compañías en las cuales se pueden enfocar:

Compañía en nombre colectivo: está conformado por dos o más socios, y su razón social se identifica por el nombre de todos los socios o de alguno de ellos seguido por las palabras y compañía. (ARCSA, 2019)

Compañía Anónima: en el cual se debe disponer de un capital de \$800, en el cual el número de socios es ilimitado y el capital es abierto. (ARCSA, 2019)

Compañía Limitada: en este tipo de compañía se debe disponer de \$400, el mínimo de socios será de dos con un máximo de 15 personas, este cuenta con un capital cerrado, sus acciones no pueden ser cotizadas. (ARCOSA, 2019)

Compañía comandita simple y dividida por acciones: al igual que la compañía colectiva su razón social se acatará a los nombres de los socios seguido por la palabra compañía o comandita, se establece con \$80. (ARCOSA, 2019)

Después de conocer en que consiste cada compañía se ha decidido tomar en cuenta la compañía limitada, porque está basada en la participación por el capital social a través de acciones, las mismas que no pueden ser negociadas libremente, todos los socios deberán estar de acuerdo con el momento que algún socio quiera proceder con la venta de sus acciones.

De tal forma después de haber elegido el tipo de compañía con la cual se va a trabajar se debe proseguir a cumplir ciertos pasos para la creación de la empresa:

1. Reservar el nombre de tu empresa: Antes de registrar se debe realizar un formulario para la búsqueda fonética del nombre de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). Luego de esto se procede a registrarlo en la Superintendencia de Compañías.
2. Elaborar los estatutos de la empresa: el contrato de cómo se regirá la empresa donde un abogado deberá constatar esto.
3. Cuenta para la integración de capital en cualquier banco de nuestra preferencia, en el cual deberá constar el capital según la compañía que se creará.
4. Se deberá llevar a una notaría, anexando todos los documentos antes mencionados.
5. Permisos: en este caso se deberá obtener permisos del GAD Municipal y del MINTUR.
6. Registro Mercantil: se debe inscribir a la empresa en dicho registro con los documentos anteriormente detallado.
7. Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC): se lo adquiere en el SRI, en donde se debe llenar el formulario correspondiente, copia de la constitución de la compañía, copia de cédulas y papeletas de votación de los socios

4.6. PERMISOS Y LICENCIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO

Para los permisos y licencias de Funcionamiento se obtienen los papeles que el GAD de Mejía requiere y al mismo tiempo el MINTUR como organización que avala el turismo en el Ecuador.

El GAD de Mejía hace referencia a 3 requisitos importantes para la apertura del establecimiento de alojamiento:

1. **Requisitos para Factibilidad:** en el cual el GAD de Mejía con su respectiva delegación investigan si el emprendimiento que se requiere el ciudadano será posible o no. (Anexo 2)
2. **Requisito para Uso de Suelo:** Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local. (Anexo 3)
3. **Requisitos para el Permiso de Funcionamientos:** es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente. (ARCSA, 2019) (Anexo 4)

Por otro lado, el MINTUR también requiere que se cumpla diferentes puntos para la apertura de dicho establecimiento que son los siguientes: (Anexo 5)

1. Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural. (obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)
2. Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural para el ejercicio de la actividad comercial.
3. Declaración del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales. El cual se puede descargar en la plataforma del MINTUR. (Anexo 6)
4. Obtener el certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se

sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso

5. Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.
6. Registro SIETE (Sistema de Información Estratégica para el Turismo en Ecuador) en la plataforma del MINTUR
7. Formulario para la Licencia Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) (Anexo 7)
8. Registro de Actividades de Alojamiento (Anexo 8)

4.7. INVERSIÓN INICIAL

Las inversiones iniciales son importantes para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa, las cuales se pueden clasificar en:

- Inversiones a largo plazo: activo no corriente como es lo inmaterial, lo constituyente a bienes tangibles que se incorporan a la empresa por más de un año, maquinaria, muebles y enseres, edificios, vehículos, equipo de computación, etc. (Santo T., 2008)
- Inversiones a corto plazo: activo corriente, son aquellos que van participando en el ciclo normal de la empresa como lo es, materia prima, efectivo, otros activos líquidos, los cuales se identifican con la disponibilidad de efectivo. (Santo T., 2008)

Tabla 25: Presupuesto de Inversión

| HOSTERÍA | | | | |
|---------------------------------|-----------------|------------------|-----------------------|--------------------|
| PRESUPUESTO DE INVERSIÓN | | | | |
| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | PROVEEDOR | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| INFRAESTRUCTURA | | | | |
| Construcción | 1 | Arq. | \$ 350.000,00 | \$ 350.000,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
| HABITACIONES | | | | |

| | | | | |
|--|----|----------------------|--------------|-------------------------|
| Camas King | 7 | EL Bosque muebles | \$ 364,00 | \$ 2.548,00 |
| Camas Queen | 12 | EL Bosque muebles | \$ 278,00 | \$ 3.336,00 |
| TV 32´ | 10 | Pycca | \$ 299,00 | \$ 2.990,00 |
| Lámparas | 19 | EL Bosque muebles | \$ 50,28 | \$ 955,32 |
| Almohadas | 38 | EL Bosque muebles | \$ 24,99 | \$ 949,62 |
| Basureros | 20 | EL Bosque muebles | \$ 12,00 | \$ 240,00 |
| Mesas de escritorio | 10 | EL Bosque muebles | \$ 152,65 | \$ 1.526,50 |
| Sillas para escritorio | 10 | EL Bosque muebles | \$ 78,99 | \$ 789,90 |
| Colchones | 19 | EL Bosque muebles | \$ 199,00 | \$ 3.781,00 |
| Veladores | 13 | EL Bosque muebles | \$ 59,00 | \$ 767,00 |
| Baños | 10 | Aurora | \$ 72,00 | \$ 720,00 |
| Armarios | 10 | EL Bosque muebles | \$ 228,99 | \$ 2.289,90 |
| Subtotal | | | | \$ 20.893,24 |
| RESTAURANTE / ALIMENTOS Y BEBIDAS | | | | |
| Mesas | 10 | Muebles Auron | \$ 110,00 | \$ 1.100,00 |
| Sillas | 40 | Muebles Auron | \$ 57,00 | \$ 2.280,00 |
| Cocina | 3 | Mundo de acero | \$ 320,00 | \$ 960,00 |

| | | | | |
|--|----|---------------------|----------------|------------------------|
| Mesas de trabajo | 4 | Vitrinas Buenaño | \$ 175,00 | \$ 700,00 |
| Campana | 2 | Mundo de acero | \$ 220,00 | \$ 440,00 |
| Estantería | 3 | Vitrinas Buenaño | \$ 106,00 | \$ 318,00 |
| Salamandra | 1 | Mundo Frio | \$ 390,00 | \$ 390,00 |
| Refrigerador | 2 | Mundo Frio | \$ 1.400,00 | \$ 2.800,00 |
| Congelador 418 lt | 1 | Mundo Frio | \$ 419,00 | \$ 419,00 |
| Horno | 1 | Mundo Frio | \$ 520,00 | \$ 520,00 |
| Subtotal | | | | \$ 9.927,00 |
| MENAJE DE COCINA Y RESTAURANTE | | | | |
| Bowls | 10 | Boyaca | \$ 7,28 | \$ 72,80 |
| Ollas | 15 | Boyaca | \$ 40,33 | \$ 604,95 |
| Sartenes | 7 | Boyaca | \$ 24,80 | \$ 173,60 |
| Tabla de Picar | 8 | Boyaca | \$ 16,99 | \$ 135,92 |
| Cucharones | 5 | Boyaca | \$ 5,67 | \$ 28,35 |
| Cuchillos | 6 | Boyaca | \$ 3,12 | \$ 18,72 |
| Licuadaora 550 w 10 velocidades | 2 | Boyaca | \$ 47,49 | \$ 94,98 |
| Vasos de cristal | 80 | Boyaca | \$ 8,00 | \$ 640,00 |

| | | | | |
|--|----|----------------------|--------------|----------------------|
| Vajillas 20 piezas | 20 | Boyaca | \$ 49,98 | \$ 999,60 |
| Tazas | 80 | Boyaca | \$ 3,59 | \$ 287,20 |
| Cubiertos | 80 | Boyaca | \$ 8,98 | \$ 718,40 |
| Subtotal | | | | \$ 3.774,52 |
| EQUIPO DE OFICINA | | | | |
| Computador | 3 | Alibaba | \$ 112,50 | \$ 337,50 |
| Mesas | 3 | Mercado Libre | \$ 58,00 | \$ 174,00 |
| Sillas | 3 | Mercado Libre | \$ 129,00 | \$ 387,00 |
| Subtotal | | | | \$ 898,50 |
| BLANCOS PARA HABITACIONES Y RESTAURANTE | | | | |
| Juegos de Sábanas | 19 | Edredones Ecuador | \$ 49,58 | \$ 942,02 |
| Juegos de Almohadas | 38 | Edredones Ecuador | \$ 17,60 | \$ 668,80 |
| Duvet | 19 | Edredones Ecuador | \$ 33,00 | \$ 627,00 |
| Protector de colchón | 19 | Edredones Ecuador | \$ 48,80 | \$ 927,20 |
| Cobertores | 19 | Edredones Ecuador | \$ 45,00 | \$ 855,00 |
| Toallas | 26 | Edredones Ecuador | \$ 19,00 | \$ 494,00 |
| Manteles | 20 | Edredones Ecuador | \$ 60,00 | \$ 1.200,00 |

| | | | | |
|----------------------------|----|----------------------|-----------------|-------------------------|
| Servilletas de tela | 80 | Edredones Ecuador | \$ 3,35 | \$ 268,00 |
| Litos | 20 | Edredones Ecuador | \$ 1,00 | \$ 20,00 |
| Subtotal | | | | \$ 6.002,02 |
| TRANSPORTE | | | | |
| Bus | 1 | | \$ 45.000,00 | \$ 45.000,00 |
| Subtotal | | | | \$ 45.000,00 |
| SOFTWARE | | | | |
| SAMIN PMS | 2 | SAMIN PMS | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Subtotal | | | | \$ 300,00 |
| UNIFORMES | | | | |
| Mujeres (limpieza) | 2 | Muniformes | \$ 27,02 | \$ 54,04 |
| Mujer Recepcionista | 1 | Muniformes | \$ 72,36 | \$ 72,36 |
| Mujer Servicio | 1 | Muniformes | \$ 46,67 | \$ 46,67 |
| Hombre Recepción | 1 | Muniformes | \$ 85,36 | \$ 85,36 |
| Hombre Cocina | 3 | Muniformes | \$ 51,67 | \$ 155,01 |
| Subtotal | | | | \$ 413,44 |
| OBLIGACIONES | | | | |
| Patente | 1 | GAD | \$ 300,00 | \$ 300,00 |

| | | | | |
|---|---|-----|----------------|-------------------------|
| 1 x 1000 | 1 | GAD | \$ 780,00 | \$ 780,00 |
| Patentar el nombre de la empresa | 1 | | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| RUC | 1 | SRI | | \$ - |
| Permiso de Funcionamiento | 1 | GAD | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| Subtotal | | | \$ 1.480,00 | \$ 1.480,00 |
| TOTAL | | | | \$ 438.688,72 |

4.8. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y VENTAS

El presupuesto es el documento que se desarrolla a partir de prevenciones en los ingresos y egresos monetarios para un cierto período de la empresa.

Los ingresos por lo general se crean a partir del desarrollo de la actividad empresarial, productiva, financiera o comercial.

Con esto podemos decir que el presupuesto de ingresos se elabora en base a las ventas logradas en el pasado o en las expectativas de respecto a próximas actividades, se debe tener en cuenta la situación económica del país o los países de los cuales se quiere operar. (Santo T., 2008)

El presupuesto de ingresos es importante ya que de esto dependerán las ganancias de la organización, del ingreso total se debe descontar los costos de producción y diferentes gastos para saber la utilidad de la empresa, y reconocer si la misma será rentable o no, en cuestión podrá ser frente a los montos que aparecen en el presupuesto de gastos. (Santo T., 2008)

4.8.1. Ingresos

Se procedió a tener entrevista con diferentes hosterías que se encuentran en la parroquia de Aloasí y sus alrededores;

Hostería Papagayo se encuentra en la “Avenida de los Volcanes” cerca del volcán Cotopaxi en la Panamericana sur km 26, cuenta de 13 habitaciones de diferentes clases las cuales tiene un rango de precio desde los \$60 a \$120, por lo general su ocupación promedio es de 45%, en los meses de junio a agosto sube a un 75% a igual que en el mes de diciembre, pero desde el 15 hasta el 2 de enero.

La Hacienda el Rejo tiene 13 habitaciones las cuales se dividen en simples, dobles y familiares, por lo general este establecimiento tiene una ocupación del 13%, los meses de julio y agosto sube hasta un 30% en el mes de diciembre a partir del 15 hasta el 30 sube a un 20% su ocupación, su tarifa promedio está en el rango de los \$60, el administrador de esta hacienda nos supo manifestar que a partir del paro nacional por medidas económicas su ocupación bajo bastante lo cual se mantenía en 5% - 10%.

La hostería Merceditas cuenta con 6 habitaciones los cuales tiene un rango de precio de \$60 a \$110 dependiendo el tipo de habitación, al igual que los anteriores servicios de hospedaje tiene los mismos meses de afluencia de huéspedes, no varía mucho con la hacienda el Rejo.

La hostería la Estación no quiso darnos información sobre su promedio de ocupación, mediante la investigación que se tomó por turistas que llegaban a la misma, se sabe que se tiene 12 habitaciones y sus rangos de precios esta desde los \$50 a \$95 según el tipo de habitación.

Después de estas investigaciones se realizó un promedio para los ingresos de la hostería a la cual se está enfocando el documento de investigación, y con las encuestas realizadas se tomará en consideración el precio del que está dispuesto a pagar el turista.

Tabla 26: Ingresos

| Ingresos | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| Habitaciones | | | | | | | | | | | | | |
| | 40% | 25% | 25% | 25% | 25% | 55% | 55% | 55% | 25% | 25% | 25% | 40% | |
| Meses | En ero | Feb rer o | Ma rzo | Ab ril | May o | Jun io | Juli o | Ag ost o | Sep tie mb re | Oct ubr e | No vie mb re | Dic iem bre | TO TA L |
| Simple | \$ 4.2 00, 00 | \$ 2.6 50, 00 | \$ 2.6 50, 00 | \$ 2.6 50, 00 | \$ 2.65 0,00 | \$ 5.8 00, 00 | \$ 5.8 00, 00 | \$ 5.8 00, 00 | \$ 2.6 50, 00 | \$ 2.6 50, 00 | \$ 2.6 50, 00 | \$ 4.2 00, 00 | \$ 44.3 50,0 0 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Doble | \$ 3.120,00 | \$ 1.950,00 | \$ 1.950,00 | \$ 1.950,00 | \$ 1.950,00 | \$ 4.290,00 | \$ 4.290,00 | \$ 4.290,00 | \$ 1.950,00 | \$ 1.950,00 | \$ 1.950,00 | \$ 3.120,00 | \$ 32.760,00 |
| Triple | \$ 2.880,00 | \$ 1.840,00 | \$ 1.840,00 | \$ 1.840,00 | \$ 1.840,00 | \$ 4.000,00 | \$ 4.000,00 | \$ 4.000,00 | \$ 1.840,00 | \$ 1.840,00 | \$ 1.840,00 | \$ 2.880,00 | \$ 30.640,00 |
| SUB TOTAL | | | | | | | | | | | | | \$ 107.750,00 |

Alimentos y Bebidas

| Meses | En ero | Feb rer o | Ma rzo | Ab ril | May o | Jun io | Juli o | Ag ost o | Sep tie mb re | Oct ubr e | No vie mb re | Dic iem bre | TO TA L |
|-------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|------------------------|
| Desayunos | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 2.446,50 | \$ 29.358,00 |
| Postrés | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 225,00 | \$ 2.700,00 |
| Platos a la Carta | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 3.375,00 | \$ 40.500,00 |
| Meriendas | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 2.137,50 | \$ 25.650,00 |
| SUB TOTAL | | | | | | | | | | | | | \$ 98.208,00 |

Actividades

| Meses | En ero | Feb rer o | Ma rzo | Ab ril | May o | Jun io | Juli o | Ag ost o | Sep tie mb re | Oct ubr e | No vie mb re | Dic iem bre | TO TA L |
|-----------|-------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-------------|-------------|----------------|------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|------------------------|
| Cabalgata | \$ 1.000,00 | \$ 600,00 | \$ 600,00 | \$ 600,00 | \$ 600,00 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | \$ 400,00 | \$ 400,00 | \$ 800,00 | \$ 1.000,00 | \$ 9.000,00 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------------|
| Camionatas | \$ 300,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 105,00 | \$ 105,00 | \$ 225,00 | \$ 300,00 | \$ 2.535,00 |
| Cam ping | \$ 300,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 105,00 | \$ 105,00 | \$ 225,00 | \$ 300,00 | \$ 2.535,00 |
| Ciclismo | \$ 300,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 105,00 | \$ 105,00 | \$ 225,00 | \$ 300,00 | \$ 2.535,00 |
| SUB TOTAL | | | | | | | | | | | | | \$ 16.605,00 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | \$ 222.563,00 |

4.8.2. Proyecciones de Ventas

Después de la investigación de campo que se realizó para los ingresos de la hostería, se procedió a utilizar el método aprendido en la carrera para poder obtener nuestra proyección de ventas según datos anteriores.

Tabla 27: Proyecciones de Ventas

| HOSTERÍA | | | |
|--------------------|----------------|--------------|---------------|
| | SIMPLES (7) | DOBLE (4) | TRIPES (3) |
| Enero | 3 | 1 | 1 |
| Febrero | 1 | 1 | 1 |
| Marzo | 1 | 1 | 1 |
| Abril | 1 | 1 | 1 |
| Mayo | 1 | 1 | 1 |
| Junio | 4 | 2 | 1 |
| Julio | 4 | 2 | 1 |
| Agosto | 4 | 2 | 1 |
| Septiembre | 1 | 1 | 1 |
| Octubre | 1 | 1 | 1 |
| Noviembre | 1 | 1 | 1 |
| Diciembre | 3 | 1 | 1 |
| SUBTOTAL | 25 | 16 | 12 |
| TOTAL, OCUP | 25 | 16 | 12 |

| TARIFAS | |
|-----------------|--------------|
| SENCILLA | 50,00 |
| DOBLE | 65,00 |
| TRIPLE | 80,00 |
| PROM. | 65,00 |

| | | | |
|----------------|-------------|------|------|
| TOTAL, DISP | 48 | 36 | 36 |
| FORECAST | 0,52 | 0,43 | 0,33 |
| FORECAST | 0,44 | | |

| PROYECCION DE VENTAS | | | | | | |
|-----------------------------|--------------------|----------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| AREA | TARIFA PROMEDIO | FORECAST | CAPACIDAD MAXIMA | DIAS LABORA LES | # DE HUESPE DES | VENTAS TOTAL ES |
| HABITACIONES | 65,00 | 0,44 | 14 | 335 | 2058 | \$ 133.773,0 1 |

4.9. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Después de haber realizado las inversiones necesarias para poner en marcha el proyecto, se debe desarrollar el presupuesto de costos y gastos para poder analizar las operaciones de este. El mismo que consta de la siguiente clasificación: (Fleitman J., 2000)

1. **Costo de Producción:** son todos los egresos que tendrá la empresa para el desarrollo de sus actividades (Fleitman J., 2000)
 - a. **Costo de y Gasto de fabricación:** son todos los gastos que se realiza en la producción, como lo es la materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta y otros gastos de fabricación. (Fleitman J., 2000)
 - b. **Gastos de Venta:** son todos aquellos que impulsan la venta de los productos o servicios de la empresa, tales como publicidad, promociones, salarios, comisiones, etc. (Fleitman J., 2000)
 - c. **Gastos de Administración:** son los salarios de personal administrativo, depreciación de equipos, servicios básicos, suministros de oficina, etc. (Fleitman J., 2000)
 - d. **Gastos Financiero:** son operaciones con el fin de estimular actividades de la empresa. (Fleitman J., 2000)

4.9.1. Costos

Tabla 28: Costos

| Costos | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|------------------|
| Habitaciones | | | | | | | | | | | | | |
| Costos | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | TOTAL |
| Habitaciones | | | | | | | | | | | | | |
| Shampoo | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 55,25 | 663,00 |
| Acondicionador | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 89,25 | 1.071,00 |
| Jabón de cuerpo | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 63,75 | 765,00 |
| Jabón de manos | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 42,50 | 510,00 |
| Lavandería | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 625,00 | 7.500,00 |
| SUBTOTAL | | | | | | | | | | | | | 10.509,00 |
| Alimentos y Bebidas | | | | | | | | | | | | | |
| Vegetales | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 150,00 | 175,00 | 350,00 | 2.225,00 |
| Carnes | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 650,00 | 700,00 | 500,00 | 400,00 | 400,00 | 500,00 | 650,00 | 5.800,00 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| Papa | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 85,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 1.285,00 |
| Plásticos | 65,00 | 65,00 | 65,00 | 65,00 | 70,00 | 70,00 | 70,00 | 70,00 | 70,00 | 65,00 | 65,00 | 80,00 | 80,00 | 830,00 |
| Frutas | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 1.200,00 |
| Bebidas gaseosas | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 1.200,00 |
| Licores | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 1.800,00 |
| Gas | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 45,00 | 540,00 |
| SUBTOTAL | | | | | | | | | | | | | | 14.880,00 |
| Costos Generales de la Hostería | | | | | | | | | | | | | | |
| Luz | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 115,00 | 1.380,00 |
| Agua | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 300,00 |
| Teléfono | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 29,00 | 348,00 |
| Internet | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 420,00 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| Sueldos | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 1.576,00 | 18.912,00 |
| SUBTOTAL | | | | | | | | | | | | | 21.360,00 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | 46.749,00 |

4.9.2. Gastos de Administración

Tabla 29: Gastos Administración

| Gastos Administración | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-----------------|
| Habitaciones | | | | | | | | | | | | | |
| Detalle | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | TOTAL |
| Sueldos | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 4.800,00 |
| Suministros de Oficina | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 1.440,00 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | 6.240,00 |

4.9.3. Gastos de Venta

Tabla 30: Gastos de Venta

| Gastos de Venta | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-----------------|
| Detalle | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | TOTAL |
| Publicidad | 80,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 100,00 | 100,00 | 80,00 | 80,00 | 990,00 |
| OTA's | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 420,00 |
| Sueldos | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 4.800,00 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | 6.210,00 |

4.9.4. Gastos Financieros

Tabla 31: Gastos Financieros

| Gastos Financieros | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|-----------|-----------|--------------|
| Detalle | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | TOTAL |
| Préstamo Hipotecario | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 8333,33 | 99999,96 |
| Intereses Obligaciones | 3729,17 | 3667,01 | 3604,86 | 3542,71 | 3480,56 | 3418,4 | 3356,25 | 3294,1 | 3231,94 | 3169,79 | 3107,64 | 3045,49 | 40647,92 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | 140647,88 |

4.9.5. Depreciaciones

Las depreciaciones de activos fijos reflejan la pérdida de valor de las maquinarias, equipos, herramientas y vehículos, debido al uso de este. En Ecuador se utiliza el método de línea recta, en la cual se calcula anualmente la depreciación, se emplea la siguiente fórmula: (Flores P., 2012)

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{valor del activo}}{\text{Años vida útil}}$$

Con esta fórmula se obtiene la depreciación acumulado, lo que se está utilizando para los activos cotizados del proyecto.

Tabla 32: Depreciaciones

| DEPRECIACIONES | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Meses | Costo de Adquisición | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | TOTAL |
| Construcción | 350.000,00 | 1.458,33 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 2.916,67 | 33.541,67 |
| HABITACIONES | | | | | | | | | | | | | | |
| Camas King | 364,00 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 3,03 | 36,40 |
| Camas Queen | 278,00 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 2,32 | 27,80 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| TV 32' | 299,00 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 2,49 | 29,90 |
| Lámparas | 50,28 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 5,03 |
| Almohadas | 24,99 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 12,50 |
| Basureros | 12,00 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 0,20 | 2,40 |
| Mesas de escritorio | 152,65 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 1,27 | 15,27 |
| Sillas para escritorio | 78,99 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 0,66 | 7,90 |
| Colchones | 199,00 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 8,29 | 99,50 |
| Veladores | 59,00 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 5,90 |
| Baños | 72,00 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 14,40 |
| Armarios | 228,99 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 1,91 | 22,90 |
| RESTAURANTE / ALIMENTOS Y BEBIDAS | | | | | | | | | | | | | | |
| Mesas | 110,00 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 0,92 | 11,00 |
| Sillas | 57,00 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 5,70 |
| Cocina | 320,00 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 2,67 | 32,00 |
| Mesas de trabajo | 175,00 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 1,46 | 17,50 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Campana | 220,00 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 1,83 | 22,00 |
| Estantería | 106,00 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 0,88 | 10,60 |
| Salamandra | 390,00 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 3,25 | 39,00 |
| Refrigerador | 1.400,00 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 11,67 | 140,00 |
| Congelador 418 lt | 419,00 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 3,49 | 41,90 |
| Horno | 520,00 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 4,33 | 52,00 |
| MENAJE DE COCINA Y RESTAURANTE | | | | | | | | | | | | | | |
| Bowls | 7,28 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 3,64 |
| Ollas | 40,33 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 1,68 | 20,17 |
| Sartenes | 24,80 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 1,03 | 12,40 |
| Tabla de Picar | 16,99 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 0,71 | 8,50 |
| Cucharones | 5,67 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 0,24 | 2,84 |
| Cuchillos | 3,12 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 1,56 |
| Licudora 550 w 10 velocidades | 47,49 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 1,98 | 23,75 |
| Vasos de cristal | 8,00 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 4,00 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Vajillas 20 piezas | 49,98 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 24,99 |
| Tazas | 3,59 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 1,80 |
| Cubiertos | 8,98 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 0,37 | 4,49 |
| EQUIPO DE OFICINA | | | | | | | | | | | | | | |
| Computador | 112,50 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 22,50 |
| Mesas | 58,00 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 0,48 | 5,80 |
| Sillas | 129,00 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 1,08 | 12,90 |
| BLANCOS PARA HABITACIONES Y RESTAURANTE | | | | | | | | | | | | | | |
| Juegos de Sábanas | 49,58 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 2,07 | 24,79 |
| Juegos de Almohadas | 17,60 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 8,80 |
| Duvet | 33,00 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 1,38 | 16,50 |
| Protector de colchón | 48,80 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 2,03 | 24,40 |
| Cobertores | 45,00 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 1,88 | 22,50 |
| Toallas | 19,00 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 0,79 | 9,50 |
| Manteles | 60,00 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 30,00 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| Servilletas de tela | 3,35 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 1,68 |
| Litos | 1,00 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,50 |
| TRANSPORTE | | | | | | | | | | | | | | |
| Bus | 45.000,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 750,00 | 9.000,00 |

4.9.6. Amortización

La amortización del capital social correspondientes a los gastos de constitución de la empresa y cualquier otro gasto en activo nominal tangible, se conoce dividiendo para cinco el valor al inicio del periodo. (Flores P., 2012)

Tabla 33: Amortizaciones

| AMORTIZACIONES | | | | | |
|-----------------------|--------------|---------------|------------|------------|-------------|
| | FECHA | SALDO CAPITAL | CAPITAL | INTERÉS | VALOR CUOTA |
| AÑO 0 | 14/1/2020 | 500.000,00 | | | |
| AÑO 1 | 14/1/2021 | 400.000,00 | 100.000,00 | 44.750,00 | 144.750,00 |
| AÑO 2 | 14/1/2022 | 300.000,00 | 100.000,00 | 35.800,00 | 135.800,00 |
| AÑO 3 | 14/1/2023 | 200.000,00 | 100.000,00 | 26.850,00 | 126.850,00 |
| AÑO 4 | 14/1/2024 | 100.000,00 | 100.000,00 | 17.900,00 | 117.900,00 |
| AÑO 5 | 14/1/2025 | - | 100.000,00 | 8.950,00 | 108.950,00 |
| | TOTAL | | 500.000,00 | 134.250,00 | 634.250,00 |

4.10. PLAN DE INVERSIÓN

El Plan de inversión recoge todos los elementos necesarios para la apertura de la empresa, cuando se lo va a adquirir en que empresa y si los materiales serán necesarios o no. Dentro del plan de inversiones se van a señalar: - Ubicación e Instalaciones. - Inversiones. – Innovación (Andrade S., 2002)

4.11. BALANCE DE APERTURA

El Balance de apertura explica la situación inicial de la empresa, su fin es obtener una radiografía económica de la empresa que permita a los dirigentes tomar decisiones referentes a esta actividad. Se caracteriza porque incluye el saldo de cuentas al final del periodo anterior. (Andrade S., 2002)

Tabla 34: Balance General

HOSTERIA CAMINO AL CORAZÓN**BALANCE GENERAL AL 1 DE ENERO DEL 2020**

| ACTIVO | | PASIVO | |
|---------------------------------|-------------------|---|-------------------|
| Activo Circulante | | Pasivo Circulante | |
| Caja | 2.000,00 | Intereses por pagar | 113739,58 |
| Bancos | 500.000,00 | Total, Pasivo Circulante | 113.739,58 |
| Inventario | 30.669,78 | Pasivo a Largo Plazo | |
| Total, Activo Circulante | 532.669,78 | Hipoteca por pagar | 500.000,00 |
| Activo Fijo | | Total, Pasivo | 613.739,58 |
| Edificios | 350.000,00 | Patrimonio | 378.603,22 |
| Terrenos | 60.000,00 | Total, Capital contable | 378.603,22 |
| Muebles y Enseres | 3.774,52 | SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE | 992.342,80 |
| Equipo de Oficina | 898,50 | | |
| Vehículos | 45.000,00 | | |
| Total, Activo Fijo | 459.673,02 | | |
| SUMA DEL ACTIVO | 992.342,80 | | |

4.12. PRESUPUESTO DE CAJA

El presupuesto de caja, también conocido como flujo de caja, es uno de los principales presupuestos que se manejan en la empresa, su fin es identificar las previsiones de salidas y entradas de efectivo en la organización. (Andrade S., 2002)

Nos faculta prever la disponibilidad futura del efectivo, en el cual sabremos si tendremos un déficit o un excedente – utilidad, para poder tomar decisiones estratégicas en los diferentes departamentos de la empresa. (Andrade S., 2002)

4.13. BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general proyectado se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años.

Se basa en datos de todos los presupuestos realizados con anterioridad, nos da acceso a una visión sobre el futuro de los activos, pasivos y patrimonio. (Santo T., 2008)

Para realizar este documento se necesita:

- Balance general a inicio del período.
- Aumentos de los diferentes balances
- Disminuciones en las cuentas del balance

Para la realización de este balance se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Saldo final} = (\text{saldo inicial}) + (\text{aumentos}) - (\text{disminuciones})$$

Tabla 35: Balance General Proyectado

HOSTERÍA

BALANCE GENERAL AL 1 DE ENERO DEL 2021

| ACTIVO | | PASIVO | |
|---------------------------------|---------------------|---|---------------------|
| Activo Circulante | | Pasivo Circulante | |
| Caja | 222.563,00 | Proveedores | 25.389,00 |
| Inventario | 30.669,78 | Intereses por pagar | 68.989,58 |
| Total, Activo Circulante | \$253.232,78 | Total, Pasivo Circulante | 94.378,58 |
| Activo Fijo | | Pasivo a Largo Plazo | |
| Edificios | 316.458,33 | Hipoteca por pagar | 400.000,00 |
| Terrenos | \$600.000 | SUMA DEL PASIVO | 494.378,58 |
| Muebles y Enseres | 3.402,82 | CAPITAL CONTABLE | |
| Equipo de Oficina | 857,30 | Patrimonio | \$716.563 |
| Vehículos | 36.000,00 | SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE | 1.210.941,23 |
| Total, Activo Fijo | \$956.718 | | |
| Activo diferido | | | |
| Publicidad Prepagada | 990,00 | | |
| Total, Activo Diferido | \$990 | | |
| SUMA DEL ACTIVO | \$1.210.941 | | |

4.14. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son indicadores que se utilizan para poder medir la realidad económica y financiera de la empresa, también la capacidad que tiene para asumir ciertas obligaciones de las que deben hacerse cargo para conseguir desarrollarse en sociedad. Las cifras que se dan a la misma dan como resultado las decisiones futuras de la empresa. (Santo T., 2008)

Así mismo, son útiles para las relaciones comerciales, en el caso de inversionistas, proveedores e inclusive entidades bancarias, las razones financieras se clasifican de la siguiente manera: (Santo T., 2008)

- **Razones de liquidez:** identificar el grado de liquidez que tiene la empresa, donde se analiza el capital neto de trabajo, índice de solvencia, prueba acida, rotación de inventario, cartera, cuentas por pagar.
- **Razón de endeudamiento:** reconoce el grado en que se encuentra sus deudas, y la capacidad de asumir sus pasivos.
- **Razón pasivo capital:** identifica la relación que existe entre los activos que están financiados por los socios y terceros, se obtiene dividiendo el pasivo a largo plazo, entre el capital contable.
- **Razón de rentabilidad:** mide la rentabilidad que tiene la empresa, con respecto a los activos, ingresos y capital de los socios.
- **Razón de cobertura:** determina la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones.

4.15. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es la relación que tiene el nivel de ventas donde los costos fijos, variables y gastos se encuentran cubiertos, donde la empresa tiene un saldo de 0, no gana ni pierde. (Santo T., 2008)

Por lo tanto, quiere decir que la empresa logra cubrir sus costos, esto permitirá que la empresa aun antes de iniciar sus operaciones sepa a qué nivel de ventas debe llegar para poder cubrir su inversión. (Santo T., 2008)

Para lo cual se empleará la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{Pvu - Cvu}$$

| | | | | | |
|------------|-----------|----|-----------|----|---------------|
| Costo Fijo | 38.222,50 | '= | 38.222,50 | '= | 977,56 |
| PVU | 65 | | 39,10 | | |
| CVU | 25,90 | | | | |

Para obtener nuestro punto de equilibrio debemos vender 977.56 habitaciones.

4.16. FLUJO NETO DE EFECTIVO

El flujo neto de efectivo describe los movimientos de efectivo, ingresos y gastos, en un periodo determinado. (Santo T., 2008)

Para poder obtener el flujo neto de efectivo de los siguientes años se utilizó una tasa de crecimiento, que según el MINTUR (2019) es de 11%.

Tabla 36: Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA | | | | | |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INGRESOS | | | | | |
| Habitaciones | 107.750,00 | 119.602,50 | 132.758,78 | 147.362,24 | 163.572,09 |
| Alimentos y Bebidas | 98.208,00 | 109.010,88 | 121.002,08 | 134.312,31 | 149.086,66 |
| Actividades | 16.605,00 | 18.431,55 | 20.459,02 | 22.709,51 | 25.207,56 |
| SUBTOTAL | 222.563,00 | 247.044,93 | 274.219,87 | 304.384,06 | 337.866,30 |
| EGRESOS | | | | | |
| Costos | 46.749,00 | 51.891,39 | 57.599,44 | 63.935,38 | 70.968,27 |
| Gastos de Administración | 6.240,00 | 6.926,40 | 7.688,30 | 8.534,02 | 9.472,76 |
| Gastos de Venta | 6.210,00 | 6.893,10 | 7.720,27 | 8.646,70 | 9.684,31 |

| | | | | | |
|---------------------------|----------------|------------|----------------|----------------|----------------|
| Gastos Financieros | 144.750,0 0 | 135.800,00 | 126.850, 00 | 117.900,0 0 | 108.950,0 0 |
| SUBTOTAL | 203.949,0 0 | 201.510,89 | 199.858, 02 | 199.016,1 0 | 199.075,3 4 |
| TOTAL | 18.614,00 | 45.534,04 | 74.361,8 5 | 105.367,9 5 | 138.790,9 6 |

4.17. COSTO DE CAPITAL

El concepto de costo de capital está muy sujeto al de estructura de capital. Así en función de si una empresa financia sus proyectos en mayor o menor medida con deudas frente a financiación con recursos provenientes de los accionistas su coste de capital será distinto. (Santo T., 2008)

4.18. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Según Mascareñas el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida, véase el segmento esquema temporal. (Santo T., 2008)

Una inversión es efectiva cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial.

. El valor actual neto es la expresión monetaria del valor que se crea hoy por la realización de una inversión, es la rentabilidad de la inversión, la variación de la riqueza o valor del proyecto respecto a otras alternativas posibles representadas por el Costo Marginal del Capital. Dicho de otro modo, puede considerarse como el ahorro sobre la inversión. (Santo T., 2008)

Con los siguientes datos obtenidos mediante el flujo de caja antes ya realizado, la inversión y con una tasa de descuento se podrá obtener el VAN.

Según el Banco Central del Ecuador (2018), la tasa de descuento para proyectos turísticos es del 12%.

Tabla 37: VAN

| INGRESOS | | | | |
|-----------------|-----------|-----------|------------|------------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 18.614,00 | 45.534,04 | 74.361,85 | 105.367,95 | 138.790,96 |

| | |
|--------------------------|-------------|
| INVERSION | -438.688,72 |
| TASA DE DESCUENTO | 0,12 |

16.619,64 36.299,46 52.929,30 66.963,24 78.753,72

| | |
|------------|-------------|
| VAN | -187.123,36 |
|------------|-------------|

El proyecto no es viable ya que en 5 años no se pudo recuperar la inversión para el proyecto.

4.19. TASA INTERNA DE RETORNO O RENTABILIDAD (TIR)

Según Mascareñas, la tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión. (Santo T., 2008)

Por lo que se define la TIR con mayor propiedad que es la tasa de interés compuesto al que permanecen invertidas las cantidades no retiradas del proyecto de inversión.

Tabla 38: TIR

| PERÍODO | FLUJO DE CAJA |
|----------------|----------------------|
| AÑO 0 | -438.688,72 |
| AÑO 1 | 18.614,00 |
| AÑO 2 | 45.534,04 |
| AÑO 3 | 74.361,85 |
| AÑO 4 | 105.367,95 |
| AÑO 5 | 138.790,96 |
| TIR | -4% |

| PERÍODO | FLUJO DE CAJA |
|----------------|----------------------|
| AÑO 0 | -438.388,72 |
| AÑO 1 | -16.836,00 |
| AÑO 2 | 6.184,54 |
| AÑO 3 | 30.683,91 |
| AÑO 4 | 56.885,44 |
| AÑO 5 | 84.975,37 |
| TIR | -20% |

Después de realizar los ejercicios se pueden analizar que no es viable el proyecto ya que su tasa interna de retorno es negativa para que un emprendimiento sea factible su TIR debe ser mayor que la tasa de descuento.

4.20. ÍNDICE DE RENTABILIDAD (IR)

El índice de rentabilidad es el beneficio o pérdida neta que tiene una inversión durante un ciclo de tiempo determinado, expresado como un porcentaje del costo inicial de la inversión. El beneficio de la inversión se define como los ingresos obtenidos más la ganancia recibida por la venta de dicha inversión. (Santo T., 2008)

Tabla 39: IR

| INGRESOS | | | | |
|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 18.614,00 | 45.534,04 | 74.361,85 | 105.367,95 | 138.790,96 |

| | |
|--------------------------|------------|
| INVERSION | 438.688,72 |
| TASA DE DESCUENTO | 0,12 |

| | | | | | | |
|----|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|--|
| | 16.619,64 | 36.299,46 | 52.929,30 | 66.963,24 | 78.753,72 | 251.565,36 |
| IR | | 251.565,36 | | | | |
| | | 438.688,72 | | | | |
| IR | 0,57 | | | | | Por cada dólar se está perdiendo 0.43ctvs. |

4.21. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un método aplicable de igual manera a las inversiones que no sean productos de instituciones financieras (por ejemplo, los bancos), por lo que también se puede usar para casos en que un familiar, amigo o

compañero nos ofrezca una opción de inversión para un negocio o proyecto en específico. El análisis de sensibilidad de un proyecto es una herramienta simple de aplicar y puede proporcionarnos información básica para que se tome una decisión acorde al riesgo que se prefiera asumir. (Santo T., 2008)

El análisis de sensibilidad es un término usado frecuentemente en las empresas para una toma de decisiones acertadas acerca de la inversión de sus capitales, este análisis consiste en el cálculo de los nuevos flujos de caja y el VAN (valor actual neto, indicador para la viabilidad de un proyecto) en proyectos, negocios y otro. Cuando se hace un cambio en la variable (a la inversión inicial, ingresos, tasas de crecimiento, etc.) y obteniendo gracias a esto nuevos flujos de caja y un valor nuevo del VAN, se podrá hacer el cálculo de la sensibilidad y mejorar las estimaciones del proyecto que vaya a realizarse. En caso de que las variables cambien o haya errores en ellas (cuestión de apreciación de la persona que realice el análisis), se debe repetir el proceso utilizando los valores originales (antes del cambio de variable). (Santo T., 2008)

Para el análisis de sensibilidad debe compararse el VAN inicial y el nuevo valor del VAN (obtenido en el cambio de variables) y así obtendremos un valor que, al multiplicarlo por la constante cien, indicara el porcentaje de cambio:

4.22. RIEGOS

Los diez riesgos principales a que las empresas se enfrentarán son los siguientes:

1. Regulación y cumplimiento.
2. La reducción de gastos.
3. La gestión del talento.
4. Las presiones sobre los precios.
5. Las tecnologías emergentes.
6. Los riesgos de mercado.
7. La expansión de la participación de los gobiernos.
8. La recesión con lenta recuperación.
9. La creciente exigencia de responsabilidad social.
10. El acceso a crédito.

CONCLUSIONES

- Como consecuencia de lo investigado nos podemos dar cuenta que el Cantón Mejía en general tiene mucha costumbre y tradiciones que pueden ser explotadas mediante el turismo, por lo general este es conocido por el turismo de aventura ya que gracias a su geografía se pueden realizar fácilmente.
- Sobre la base de las consideraciones anteriores, podemos ver que Umbría tiene muchas tradiciones en su pueblo, pero la falta de compromiso de las autoridades de la parroquia y del GAD, no hace que surja la misma, sería una potencia en el turismo del Cantón, si tuviera más apoyo para realizarlo.
- Los resultados del estudio de mercado y campo nos dieron resultados que en Umbría no existen instalaciones hoteleras para los turistas que llegan a conocer el Bosque Protector Umbría, pero en Aloasí y la Moya existen dos hosterías similares a la propuesta que se está planteando; como lo es los precios, los lugares estratégicos, y convenios con Trenes Ecuador.
- Hecha la observación anterior el terreno donde se realizará el proyecto tiene adecuaciones para ofrecer actividades agroturísticas, donde los potenciales clientes podrán tener un espacio de relajación y contacto con la naturaleza que estos exponían en las encuestas realizadas. Así mismo que podrá ofertar eventos corporativos, sociales, educativos, etc.; tales como ferias, fiestas temáticas, etc.
- De acuerdo con el estudio administrativo, se tendrá una inversión de \$438.688,72 el cual se quiere financiar el 100% por medio de la CFN con un crédito de \$500.000 a un plazo de 5 años. En el cual mediante el flujo de caja que se tiene se puede interpretar que el préstamo es demasiado grande para las ventas que tendrá la hostería en los 5 años de apertura los cuales mediante el Valor Actual Neto (VAN) se puede ver que no será rentable para la empresa. El cual no demuestra la viabilidad de la empresa, se necesita accionistas o inversionistas para continuar con este proyecto.
- El objetivo de la hostería no solamente será brindar experiencias a los turistas sino también generar empleos para la comunidad de Umbría, también que la misma pueda surgir mediante actividades agrícolas conjuntas al turismo.

RECOMENDACIONES

- Para la ejecución de este proyecto se recomienda que el financiamiento sea del 40% de un inversionista y el 60% sea por parte de la CFN para que así se pueda tener ganancias a la empresa, ya que el valor tan elevado de su inversión no asume los ingresos de la hostería
- Gestionar mediante las autoridades del Cantón o la Parroquia señalitas para que los turistas puedan llegar fácilmente a Umbría, así como promocionar sus tradiciones, costumbres, y lugares turísticos que tiene.
- Analizar estrategias diferentes con su competencia, como lo es una ruta privada a Umbría mediante Trenes del Ecuador, facilitado por la alianza estratégica que tiene Luz de Umbría Café Restaurante con el mismo.
- Potenciar a Luz de Umbría Café Restaurante como punto de salida hacia la hostería para las personas que no conozcan el barrio así se solucionará el problema de transporte hacia el mismo lugar.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alerg M. (2016). *Metodología de la Investigación, el protocolo de investigación III: la población de estudio*. Recuperado de file:///C:/Users/Richard/Downloads/181-1339-1-PB.pdf
- American Marketing Association. (2019). *Definitions of Marketing*. Recuperado de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Andrade S. (2002). *Diccionario de Finanzas Economía y Contabilidad*. Recuperado de <http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=3990>
- ARCSA: 2019. *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Recuperado de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Camacho C. (2017). *Estudio de Mercado*. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lat/camacho_o_g/capitulo3.pdf
- Codina Jiménez, Alexis (2011) *DEFICIENCIAS EN EL USO DEL FODA CAUSAS Y SUGERENCIAS*. Revista Ciencias Estratégicas, vol. 19, núm. Universidad Pontificia Bolivariana Medellín, Colombia
<https://www.redalyc.org/pdf/1513/151322413006.pdf>
- El Comercio. (2017). *El turismo en Mejía va más allá del Paseo del Chagra*, Recuperado de <https://www.elcomercio.com/viajar/turismo-mejia-machachi-sierra-rutas.html>
- El Universo. (2015). *La piscicultura en la diversificación agrícola*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/2005/01/01/0001/71/31EE1D61EB744DF783F75D14AE899EA9.html>
- Fleitman J. (2000). *Negocios exitosos: como empezar administrar y operar eficientemente un negocio*. Recuperado de http://virtual.urbe.edu/librotexto/338_7_FLE_1/indice.pdf
- Flores P. (2012). *Análisis y planteamiento financieros para las construcciones de un edificio en la ciudad de Quito en el sector de San Rafael, calle Río Tuputini lote #23 y Río Curaray por la empresa CONSFLO CÍA. LTDA* (Tesis de Grado). Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/2035/1/UDLA-EC-TLF-2012-02.pdf>

- GAD Municipal del Cantón Mejía. (2014). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 – 2025*. Recuperado de <http://www.municipiodemejia.gob.ec/documents/ordenanzas/act-pdot-2015.pdf>
- GAD Municipal del Cantón Mejía. (2015). *Aloasí*. Recuperado de <https://viajapormejia.com/destinations/aloasi/>
- GAD Parroquial Aloasi. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Aloasí*. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/176808624001_PLAN%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20GADPR%20ALOASI_15-08-2015_23-37-02.pdf
- Goraymi. (2018). *Información de las Fiestas por la Independencia de Machachi*. Recuperado de <https://www.goraymi.com/es-ec/mejia/fiestas-de-independencia-de-machachi-ag4s19jhm>
- Gobierno A. D. Municipal de Machachi. (2014). *Santa Ana de Aloasí*. Recuperado de <http://www.municipiodemejia.gob.ec/index.php/mejia/parroquias/aloasi>
- Gobierno A. D. Municipal del Cantón Mejía. (2014). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2025*. Recuperado de <http://www.municipiodemejia.gob.ec/documents/ordenanzas/act-pdot-2015.pdf>
- Gobierno de España – *Ministerio de Industria Energía y Turismo*. (2014). Plan de inversiones económico y financiero. Recuperado de <https://www.ajeasturias.com/wp-content/uploads/2014/04/plan-de-inversiones-economico-financiero.pdf>
- La hora. (2007). *Aloasí, el santuario escondido*. Recuperado de <https://www.lahora.com.ec/noticia/638607/aloasi-el-santuario-escondido>
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador: Reserva Ecológica los Ilinizas*. Recuperado de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-ecol%C3%B3gica-ilinizas>

- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2017). “*Con Sabor a Mejía*”, *el recorrido gastronómico que deleitará tu paladar*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/con-sabor-a-mejia-el-recorrido-gastronomico-que-deleitara-tu-paladar/>
- MINTUR. (2014). *Cascarónazo Carnavalero de Mejía se difunde en novedoso díptico*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/cascarónazo-carnavalero-de-mejia-se-difunde-en-novedoso-diptico/>
- Prefectura de Pichincha. (2002). *Mejía*. Recuperado de <https://www.pichincha.gob.ec/cantones/mejia>
- Pineida M., Osorio B. y Perez L. (2009). *Objetivos Organizacionales Vs Sistema de Compensación*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7082.pdf>
- Sowell T. (2012). *Economía Básica. Un manual de Economía escrito desde el sentido común*. Recuperado de https://www.unebook.es/es/libro/economia-basica_125608
- Socatelli P. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios – Productos y Destinos Turísticos sostenibles*. Recuperado de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>.
- Salsas L. (2018). *Impacto turístico que genera la marca país “Ecuador ama la vida”*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.603-618>.
- Santo T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=KS_04zILe2gC&pg=PA313&dq=inversion+inicial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiPwPTmwerlAhVJLK0KHR74BhMQ6AEILzAB#v=onepage&q=inversion%20inicial&f=false

Secretaria de Salud. (2011). Análisis FODA. Recuperado de

<http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap089/apoyos/m3/analisis.pdf>

Thompson A. y Strickland A. (2008). *Administración Estratégica*, Recuperado de

https://www.academia.edu/30311254/Administracion_Estrategica_Arthur_A._Thompson_and_Gamble

Ultimas Noticias. (2018). **De nuevo, el Quesoton**. Recuperado de

<https://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/quesoton-feria-machachi-productores-cantonmejia.html>

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA

TEMA: Análisis de viabilidad para la implementación de una Hostería agroturística en el Barrio Umbría, Parroquia de Aloasí y diseño del plan de negocios

Género

Femenino

Masculino

Edad

Nacionalidad

1. ¿Cuándo tiene tiempo libre o vacaciones le gusta viajar?

Si

No

2. ¿Cuánto tiempo llevan sus viajes de turismo?

1 – 2 días

3 – 4 días

Más de 4 días

3. ¿Con quién usualmente viaja?

Amigos

Familia

Relación Sentimental

Situación Académica

Trabajo

Otros, especifique

4. ¿Ha Visitado la Parroquia de Aloasí?

Si

No

5. ¿Conoce el Barrio Umbría? (Si su respuesta es sí pase a la pregunta 7)

Si

No

6. ¿Le gustaría conocer el Barrio Umbría y su cultura?

Sí

No

7. ¿Cuándo usted viaja donde usualmente se hospeda?

Hoteles

Hosterías

Amigos o Familia

Hostales

Airbnb

8. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Agroturismo

Aventura

Ecológico

Gastronómico

Otros, especifique

9. ¿Le gustaría conocer nuevas culturas de diferentes pueblos?

Si

No

10. ¿Le gusta estar en contacto con la naturaleza?

Si

No

11. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en una hostería?

Cabalgatas

Ecoturismo

Actividades agrícolas

Otro, especifique

12. ¿Qué busca en un lugar de alojamiento?

Lujo

Confort

Servicio personalizado

Experiencias

13. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en una hostería ubicada en Machachi parroquia Aloasí, barrio Umbría que ofrece hospedaje, alimentación y actividades de agroturismo?

Menos de \$40

\$40 – \$60

\$60 - \$80

\$80 - \$100

Más de \$100

14. ¿Qué busca en un servicio de hospedaje?

Ubicación

Servicio Personalizado

Lujo

Comodidad

Actividades recreativas

Internet y tv cable

Todas las anteriores.

Anexo 2:

Requisito para Factibilidad por parte del GAD de Mejía

**GOBIERNO A.D. MUNICIPAL
DEL CANTÓN MEJÍA**

REQUISITOS PARA FACTIBILIDAD

USTED NECESITA:

OFICIO DIRIGIDO AL SR. ALCALDE SOLICITANDO LA FACTIBILIDAD QUE SE VA A REALIZAR

Nota: (En la solicitud debe constar nombre y n° de cédula del propietario, dirección exacta, n° de teléfono convencional)

- ✓ **CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO.**
- ✓ **CERTIFICADO DE NO ADEUDAR A LA EMPRESA DE AGUA POTABLE (EPAA-MEJIA, EP)**
- ✓ **FORMULARIO DIPLADES- 2. (SOLICITUDES VARIAS)**
- ✓ **COPIA DE CEDULA Y PAPELETA DE VOTACION DEL PROPIETARIO.**
- ✓ **COPIA DE PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL.**
- ✓ **CROQUIS DE UBICACIÓN.**
- ✓ **COPIA DE LAS ESCRITURAS DEL PREDIO.**

Anexo 3:

Requisitos para uso de Suelo

GOBIERNO A.D. MUNICIPAL
DEL CANTÓN MEJÍA

REQUISITOS PARA USO DE SUELO

USTED NECESITA:

- ✓ OFICIO DIRIGIDO AL SR. DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN, SOLICITANDO EL USO DE SUELO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.

NOTA: En la solicitud deberá constar el nombre del local, actividad económica, nombre del propietario, n° de cédula, dirección exacta del local y n° de teléfono convencional.

- ✓ CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO.
- ✓ CERTIFICADO DE NO ADEUDAR A LA EMPRESA DE AGUA POTABLE (EPAA-MEJIA, EP)
- ✓ FORMULARIO DIPLADES-2
- ✓ COPIA DE CEDULA Y PAPELETA DE VOTACION DEL PROPIETARIO DEL NEGOCIO.
- ✓ COPIA DE CARTA DEL IMPUESTO PREDIAL
- ✓ CROQUIS DE UBICACION DEL LOCAL
- ✓ CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL BARRIO Y/O COOPERATIVA "EXPENSAS" (SI EL BARRIO ES JURIDICO)
- ✓ PARA RENOVACION DE USO DE SUELO ADJUNTAR EL INFORME DE Año ANTERIOR (LA PRIMERA HOJA DONDE SE ENCUENTRA EL SELLO DE LA DIR. DE PLANIFICACION)
- ✓ COPIAS DE ESCRITURA SI ES PROPIETARIO DEL PREDIO CONTRATO DE ARRIENDO SI ES ARRENDATARIO.

EN CASO DE DISTRIBUIDORES DE GLP, ADJUNTAR COPIA DE PERMISO DE OPERACION EMITIDO POR LA ARCH

Anexo 4:

Requisitos para el Permiso de Funcionamiento

**GOBIERNO A.D. MUNICIPAL
DEL CANTÓN MEJÍA**

**REQUISITOS PARA EL PERMISO DE
FUNCIONAMIENTO DE:**

**(RESTAURANTES, BARES, KARAOQUES, DISCOTECAS, BILLARES, GALLERAS, SALAS DE
RECEPCIONES Y OTROS AFINES)**

USTED NECESITA:

**OF. DIRIGIDO AL DIRECTOR(A). FINANCIERA SOLICITANDO EL PERMISO DE
FUNCIONAMIENTO. NOTA: En la solicitud deberá constar el nombre del local,
actividad económica, nombre del propietario, n° de cédula, dirección exacta del local
y n° telefónico convencional y celular.**

- **COPIA DE CEDULA Y PAPELETA DE VOTACIÓN(vigente)**
- **COPIA DEL R.U.C y/o R.I.S.E**
- **COPIA DEL INFORME DE USO DE SUELO (gestión ambiental y riesgos/servicios públicos)**
- **COPIA DEL PERMISO DE SALUD (emitido por el ARCSA)**
- **COPIA DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMITIDO POR EL CUERPO DE BOMBEROS**
- **COPIA DEL PERMISO DE LA INTENDENCIA DE POLICIA O MINISTERIO DE TURISMO**
- **1 UNA TASA POR SERVICIOS TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS**

PARA RENOVACIÓN ADJUNTAR:

- **COPIA DE LA RESOLUCIÓN DE USO DE SUELO DEL AÑO ANTERIOR**
- **COPIA DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL AÑO ANTERIOR**

POR PRIMERA VEZ ADJUNTAR:

- **COPIA DEL CERTIFICADO DE FACTIBILIDAD**

Anexo 5:

Requerimientos del MINTUR

DESDECERO INFOGRAFÍA

PASOS PARA ABRIR UN HOTEL

Si desea iniciar un emprendimiento hotelero es necesario tener en cuenta dos trámites importantes: la obtención del Registro de Turismo y Licencia Única Anual de funcionamiento, trámites que se realizan ante Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado, al cual se le haya transferido la competencia, de acuerdo con el Reglamento de Alojamiento Turístico.

A continuación encontrará más detalles:



Obtener el Registro de Turismo
Las personas naturales o jurídicas, previamente al proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán tener los siguientes documentos:



- **En el caso de personas jurídicas**, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, inscrita en el Registro Mercantil.



- **Nombramiento del representante legal**, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.



- **Registro Único de Contribuyentes (RUC)** para persona natural o jurídica.



- **Cédula de identidad** o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía.



- **Certificado de gravámenes** o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la autoridad competente.



- **Inventario valorado de activos fijos** de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal.



- **Para el uso del nombre comercial**, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética. No se exigirán al usuario los documentos físicos cuando puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo.

Obtener la Licencia Única Anual de funcionamiento

Requisitos



Registro de Turismo



Pago del impuesto predial



Activos de la empresa, según lo declarado en el impuesto a la renta.



Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.



Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.



* El documento debe ser exhibido en un lugar del establecimiento visible para el huésped.

HERRAMIENTA EN LÍNEA

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo o de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.



ENLACE GRATIS

En caso de que el Gobierno Autónomo Descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de los establecimientos de alojamiento, la Autoridad Nacional de Turismo otorgará de manera gratuita un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en este reglamento.



Anexo 6:

Formulario 1x1000

| FORMULARIO UNO POR MIL (PERSONAS NATURALES) | | | |
|--|--|---|--|
| <i>FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS BASE LEGAL: Art. 39 Literal "a" Ley de Turismo. Registro Oficial 733-Suplemento de 27 de diciembre de 2002, modificado el 29 de diciembre de 2014. Art. 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004</i> | | | |
| AÑO DE OBLIGACIÓN DE PAGO | | AÑO FISCAL | |
| RAZÓN SOCIAL | | | |
| RUC | | | |
| DIRECCIÓN | | | |
| NÚMERO DE REGISTRO | | | |
| PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS | | ACTIVO FIJO INTANGIBLE * | |
| TERRENOS | | MARCAS, PATENTES, LICENCIAS Y OTROS SIMILARES | |
| INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS) | | (-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES | |
| CONSTRUCCIONES EN CURSO | | TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE (B) | |
| MUEBLES Y ENSERES | | BASE IMPONIBLE CONTRIBUCIÓN UNO POR MIL (A+B) | |
| MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES | | CONTRIBUCIÓN CAUSADA UNO POR MIL | |
| NAVES, AERONAVES, BARCAZAS Y SIMILARES | | RECARGOS POR MORA | |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE | | MULTAS | |
| VEHÍCULOS, EQUIPOS DE TRANSPORTE Y CAMINEROMÓVI | | TOTAL A PAGAR | |
| PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO | | <i>ESPACIO PARA SELLOS</i> | |
| OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO | | | |
| (-) DEPRECIACIÓN ACUMULADO PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO | | | |
| (-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO | | | |
| TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS (A) | | | |
| Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, al tiempo que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en el caso de falsedad o perjurio. | | | |
| Nombre del Declarante | | | |
| C.C. | | | |
| Firma | | | |

* NIC 38 ACTIVOS INTANGIBLES

Versión 2 18-08-2016

Anexo 7:

Formulario LUAE

SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS



| | | |
|-------------------------------|--|---|
| TIPO DE PROCEDIMIENTO: | Emisión LUAE Renovación LUAE Inclusión Autorización Administrativa | Cambio de Actividad Económica Cambio de Propietario Cambio de dirección del establecimiento |
|-------------------------------|--|---|

Denominación o Nombre Comercial: _____ Patente actual No. _____
 RUC No. _____ Fecha inicio actividad económica: _____ dd/mm/aaaa Establecimiento No. _____
 Predio No. _____ Licencia Única de Funcionamiento No. _____ Establecimiento: Principal
 Actividad Económica: _____ Establecimiento: Sucursal

PERSONA NATURAL

Nombres y Apellidos: _____
 C.C. / Pasaporte: _____
 Obligada a llevar contabilidad: SI NO
PARA ARTESANOS CALIFICADOS:
 Acuerdo Ministerial No. _____
 Calificación Artesanal No. _____
 Fecha de expedición: _____

PERSONA JURÍDICA

Razón Social: _____
 Nombres y Apellidos del Repr. Legal: _____
 No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: _____
 Fecha de nombramiento del representante legal: _____ dd/mm/aaaa
 No. Resolución Super Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica): _____
 Fecha Constitución: _____ Fecha Resolución: _____
 Capital suscrito: _____

BOMBEROS (Factores riesgo)

Área del local (m²): _____ Nro. Personas que trabajan: _____
 Material que utiliza o almacena: _____ Aforo: _____
 Madera, papel, ropa, similares Materias Comburentes y Peróxidos orgánicos
 Materiales y objetos explosivos Materias Tóxicas y Materias Infecciosas
 Líquidos o gases inflamables Materiales radiactivos y/o Materias comisivas
 Productos almacenados en palets de madera o cartón corrugado. Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación.
 GLP (Cilindro degas) No. de 15kg _____ No. de 30kg _____ Total cilindros _____

AMBIENTE

Escribir cantidades promedio de
 Consumo de agua _____ m³/mes
 Consumo de energía eléctrica _____ kWh / mes
 Consumo de combustibles líquidos _____ Gal / mes Diesel Bunker Otros
 Almacenamiento de combustibles líquidos _____ Gal / mes Diesel Bunker Otros
 Escribir cantidades de residuos generados:
 Residuos Orgánicos _____ Kg/año
 Aceites vegetales usados generados _____ Kg/año
 Desechos bioinfecciosos generados en atención médica _____ Kg/año
 Aceites, grasas, lubricantes usados _____ Gal / año
 Escorbos _____ Kg / año
 Residuos de sustancias químicas _____ Kg/año

TURISMO

Agencias de viaje _____ Casinos y Salas de juego _____
 Transporte Turístico _____ Intermediación _____
 Alojamiento _____ Recreación, diversión y esparcimiento _____
 Alimentos y bebidas _____ Registro Turístico No: _____
 Categoría Turística: _____ Tipo: _____

SALUD (Competencias A.M. 719 /R.O. 182 /06-01-2006)

Salas de cine _____ Clubes deportivos privados _____
 Salones de juegos electrónicos _____ Plazas de toros _____
 Salones de billa y billares _____ Recolección de Basura _____
 Estadios o Coliseos _____

(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento).

Ubicación del rótulo **Local**

LEYENDA

| Largo | Ancho | Altura sobre el nivel de la acera | Tipo de material | Tamaño de la fachada Adosado a la fachada frontal | Adosado a la pared medianera | Adosado a la pared lateral | m ² | Propio <input type="checkbox"/> | Arendado <input type="checkbox"/> |
|-------|-------|-----------------------------------|------------------|---|------------------------------|----------------------------|----------------|---------------------------------|-----------------------------------|
|-------|-------|-----------------------------------|------------------|---|------------------------------|----------------------------|----------------|---------------------------------|-----------------------------------|

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Parroquia _____ Calle principal _____ Número _____ Calle secundaria _____
 Edificio _____ Piso _____ Oficina / Departamento _____ Sector o Referencia para ubicación _____
 Teléfono 1 _____ Teléfono 2 _____ e-mail _____ Horario de su preferencia para visita de inspecciones _____

***DECLARACIÓN JURADA/PETICIÓN DE INSPECCIÓN**

DECLARO BAJO JURAMENTO, Que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actué de buena fe y que; (i) cumplo con la Ordenanza 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; (ii) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento; y, que constan determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de compatibilidad y uso de suelo); 2 (en materia de sanidad); 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios); 4 (en materia de publicidad exterior "rótulo"); 5 (en materia ambiental); 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico).

Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control,

INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.

Formulario gratuito * El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado; caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinario y Especial se define como una solicitud de inspección y presentación de información respectivamente. Página 1/2

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.



El formulario se puede llenar directamente en Acrobat Reader o con letra impresa y sin borrones cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

TIPO DE PROCEDIMIENTO:

Este registro genera el tipo de acciones administrativas que correspondan a efecto de iniciar el trámite respectivo.

| | |
|---|--|
| Emisión LUAE: | En caso de que el administrado solicita por primera vez la LUAE. |
| Renovación LUAE: | A partir del segundo año de haber obtenido la LUAE y ya tiene asignado un número de LUAE. |
| Inclusión Autorización Administrativa: | En el caso en que luego de haber obtenido su LUAE, requiere que se incluya una nueva autorización administrativa de los ámbitos que contempla la LUAE. |
| Cambio de Actividad Económica: | En caso de variación de actividad económica que implica la generación de una nueva LUAE. |
| Cambio de Propietario: | En caso de cambio de propietario de la actividad económica, esto implica la generación de una nueva LUAE. |
| Cambio de dirección del establecimiento: | Cambio de dirección del negocio, lo que implica la generación de una nueva LUAE. |

INFORMACIÓN GENERAL:

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Patente, Inspecciones de Bomberos, Ambiente, Turismo, Salud y/o Rotulación.

| | |
|--|---|
| Denominación o Nombre Comercial: | Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro. |
| Patente actual No.: | Para el caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento ya cuenta con un Registro de Patente, favor completar este campo. |
| RUC No.: | Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRI. |
| Fecha inicio actividad económica: | Si cuenta con el RUC, registrar la fecha ahí descrita, caso contrario la fecha en que inició su actividad económica. |
| Establecimiento No.: | Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el No. de establecimiento descrito en el RUC. |
| Predio No.: | Este campo debe ser completado con información del predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado. |
| Licencia Única de Funcionamiento No.: | El número de la LUAE del año inmediato anterior. |
| Establecimiento Principal o Sucursal: | Para el caso de contar con varios establecimientos, identificar claramente con una X en el casillero correspondiente si esta solicitud pertenece al local principal o a una sucursal. Recuerde que solo puede tener un local principal y varios sucursales. |
| Actividad Económica: | Registre la descripción de la actividad económica principal que se realiza en este establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes. |

TIPO DE CONTRIBUYENTE

En esta sección se diferenciará a las personas naturales, artesanas y jurídicas u obligadas a llevar contabilidad.

PERSONA NATURAL:

| | |
|--|--|
| Nombres y Apellidos: | Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio. |
| Cédula de ciudadanía o Pasaporte: | Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del Pasaporte. |
| Obligado a llevar contabilidad: | Llenar este campo de acuerdo al dato que consta en el RUC. |

ARTESANOS:

| | |
|------------------------------------|---|
| Acuerdo Ministerial No.: | Registrar el número de acuerdo ministerial que consta en su calificación de artesano. |
| Calificación Artesanal No.: | Registrar el número del camé de la Calificación Artesanal. |
| Fecha de Expedición: | Indicar el día, mes y año que fue calificado como artesano calificado. |

PERSONA JURÍDICA:

| | |
|---|--|
| Razón Social: | Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía. |
| Nombres y Apellidos Representante Legal: | Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal. |
| No.C.I. o Pasaporte Representante Legal: | Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal. |
| Fecha nombramiento Representante Legal: | Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal. |
| No. de Resolución S.I.C. / S.I.B.: | En el caso en que aplique, registrar el número de Resolución de la Superintendencia de Compañías o Bancos. |
| Fecha de Constitución: | Indicar el día, mes y año de la constitución del negocio. |
| Fecha de Resolución: | Indicar el día, mes y año de la resolución de la Superintendencia de Compañías. |
| Capital Suscrito: | Registrar el capital que consta en las escrituras de constitución. |

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Esta sección determina parámetros de categorización de los diferentes componentes de la LUAE con el fin de definir un esquema de inspecciones.

BOMBEROS:

| | |
|---|---|
| Área del local (m²): | En este campo, registre en números claros las dimensiones del establecimiento en metros cuadrados. |
| Número de personas que trabajan: | En este campo, registre el número de trabajadores. |
| Aforo: | En este campo, registre el número de personas estimadas para capacidad de aforo del local. |
| Materiales que utiliza: | En este campo deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o almacena para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda y completar con la información solicitada en el caso de GLP. |
| GLP | Registrar el número de cilindros de 15kg y 30kg y en el total de cilindros la suma de los dos campos. |

AMBIENTE:

Ingresar cantidades de consumo promedio mensual de agua, energía eléctrica, combustible.
Ingresar cantidades generadas anualmente según tipo de residuos.
Ingresar cantidad de combustibles líquidos almacenados y especificar las cantidades según su tipo.
Marcar con una X los días de funcionamiento de la actividad y el tipo de horario que aplica.

TURISMO:

En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada, correspondiente al ámbito dentro del cual ejerce la actividad económica. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos.

SALUD:

En esta sección de ser el caso, deberá registrar el ámbito específico dentro del cual ejerce la actividad económica y que son de competencia del M.D.M.Q. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en casinos y salas de juegos.

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):

En esta sección deberá registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rotulo que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico.

CROQUIS DE UBICACIÓN:

Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.

DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:

El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.

Imprimir

Limpiar

Formulario gratuito. * El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado; caso contrario para

Anexo 8:

Registro de Actividades Turísticas



**SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS**



....., adedel 20....

Yo, en calidad de Representante Legal de La empresa solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Nombre del Establecimiento:.....

Ubicación del establecimiento:

| Provincia | Cantón | Ciudad |
|-----------|--------|--------|
| | | |

| Calle | No. | Transversal | Sector | Teléfono |
|-------|-------|-------------|--------|----------|
| | | | | |

Fecha de Constitución:.....

Fecha de Inicio de Operaciones:.....

Registro Único de Contribuyentes:..... Número de cédula.....

Monto de inversión:.....

Número de empleados:.....

Número de mesas:..... Número de plazas.....

Número de habitaciones:..... Número de plazas.....

Observaciones:.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS

| | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. copia de la cédula de identidad, a color
5. Copia de la última papeleta de votación, a color
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
(Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados