



## **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL UBICADO EN  
LA PARROQUIA DE LA MERCED, CANTÓN QUITO, PROVINCIA  
DE PICHINCHA”**

**MARTHA ELIZABETH QUIMBIULCO QUISAGUANO**

**Tesis presentada como requisito previo a la obtención del título  
de:**

**INGENIERA COMERCIAL**

**DIRECTORA: ING. JENNY SUAREZ**

**CODIRECTOR: ECO. GUSTAVO MONCAYO**

**ABRIL 2013**

# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Martha Elizabeth Quimbiulco Quisaguano

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio para la creación de un hotel ubicado en la parroquia de la Merced, Cantón Quito, Provincia de Pichincha”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan en el pie de páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, abril del 2013

---

Martha Elizabeth Quimbiulco Quisaguano

# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

## **DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

### **INGENIERÍA COMERCIAL**

#### **CERTIFICADO**

Ing. Jenny Suarez

Ec. Gustavo Moncayo

#### **CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “Estudio para la creación de un hotel ubicado en la parroquia de la Merced, Cantón Quito, Provincia de Pichincha” realizado por Martha Elizabeth Quimbiulco Quisaguano, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple las normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que la tesis ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva y mediante dirección calificada se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos CD's, los cuales contienen los archivos en formato portátil de Adobe PDF y en presentación de PowerPoint. Autorizan a Martha Elizabeth Quimbiulco Quisaguano, que lo entregue al Ec. Juan Carlos Erazo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, abril del 2013

---

Ing. Jenny Suarez

DIRECTOR

---

Ec. Gustavo Moncayo

CODIRECTOR

# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, Martha Elizabeth Quimbiulco Quisaguano

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución el trabajo “Estudio para la creación de un hotel ubicado en la parroquia de la Merced, Cantón Quito, Provincia de Pichincha” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, abril 2013

---

Martha Elizabeth Quimbiulco Quisaguano

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico a Dios por la oportunidad de vivir, cuidarme y darme la fortaleza para continuar con el cumplimiento de mis objetivos.

A mis padres por su amor y todo el apoyo incondicional durante el transcurso de mi vida, quienes están junto a mí y me han enseñado que con esfuerzo, sacrificio y perseverancia los sueños se convierten en realidad.

A mi familia por estar siempre apoyándome día a día y toda su comprensión para que cumpla mis metas.

Martha Elizabeth

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme el privilegio de la vida y poder compartirla con todas las personas que me rodean, por la oportunidad de seguir superándome con el transcurso del tiempo.

A mis padres y a mi familia por estar junto a mí en todo momento, ser mi apoyo, mi fuente de energía para continuar día a día cumpliendo mis objetivos y por aportar en mi formación personal.

A mi gran amiga Irene por estar junto a mí y compartir buenos y malos momentos día a día durante todos estos años de la carrera, quien ha sido y es un gran apoyo en el cumplimiento de nuestros objetivos. Gracias Ire por todo tu apoyo y en especial por tu amistad.

A los docentes quienes me enseñaron durante toda la carrera sus conocimientos y experiencias laborales, aportando en mi crecimiento profesional.

A la Ing. Jenny Suárez Directora y Ec. Gustavo Moncayo Codirector de tesis, por el tiempo, dedicación y aporte en la elaboración de éste proyecto.

A todas las personas que aportaron en la realización de este proyecto.

Martha Elizabeth

## RESUMEN

El estudio para la creación de un hotel ubicado en la Parroquia de la Merced, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, se realizó con el objetivo de satisfacer las necesidades de servicio de alojamiento y alimentación dirigido a turistas nacionales y extranjeros a través de un análisis que permita visualizar la factibilidad del proyecto.

Se inició con el análisis del turismo en el Ecuador, Quito y Parroquia de la Merced.

Posteriormente se elaboró un análisis de los aspectos importantes para el establecimiento en base a los análisis de micro y macroambiente.

Se determinó la estructura organizacional que tendrá el establecimiento para su funcionamiento.

En el estudio técnico se determinó la ubicación del hotel, elaboración del plano por áreas y descripción de los servicios que ofertará el establecimiento.

Se realizó una investigación de mercado para establecer las necesidades y preferencias de los futuros clientes potenciales y determinar el mercado meta.

Se elaboró un estudio legal para conocer el proceso y gestiones legales que se debe realizar para el funcionamiento del establecimiento.

En el análisis ambiental se determinó los efectos que causa el establecimiento en el ambiente y las buenas prácticas ambientales que se debe realizar para disminuir el impacto ambiental.

Finalmente se analizó la viabilidad financiera del proyecto, el monto de inversión para la creación del hotel y su puesta en marcha, la estructura de financiamiento, los presupuestos de ventas y costo de ventas, punto de equilibrio y evaluación financiera.

## **ABSTRACT**

The study for the creation of a hotel located in the La Merced City, Canton Quito, Pichincha Province, was performed with the target of satisfying the needs of accommodation and food service directed at domestic and foreign tourists through an analysis, allows visualizing the feasibility of the project. It began with the analysis of tourism in Ecuador, Quito and La Merced City.

Then prepared an analysis of the important aspects for the establishment based on the analysis of micro and macro environment.

Organizational structure was determined to be the setting for operation.

The technical study determined the location of the hotel, making the plane by area and description of the services that will be offered on site.

We conducted market research to identify the needs and preferences of potential customers and identify the target market.

Developed a legal study to know the process and legal steps to be performed for the operation of the establishment.

In environmental analysis determined the effects caused by the establishment in the environment and good environmental practices should be performed to reduce the environmental impact.

Finally, was analyzed the financial viability of the project, the amount of investment for building the hotel and its implementation, the financing structure, budgets, sales and cost of sales, breakeven and financial evaluation.



## INTRODUCCIÓN

Previa a la creación de este proyecto de inversión, es necesario llevar a cabo todos los estudios pertinentes, para determinar su factibilidad.

La idea de crear un hotel en la Parroquia de la Merced surgió de la necesidad de satisfacer los servicios de alojamiento a los turistas.

Otro motivo importante para que se desarrolle esta idea son los atractivos naturales y culturales de La Merced, la misma que es conocida por sus famosas aguas termales, consideradas medicinales, que brindan un acogedor ambiente en el sector, sin embargo estas características no han sido aprovechadas para promocionar el turismo.

La propuesta del establecimiento hotelero es brindar servicios de alojamiento y alimentación bajo estándares de calidad para fortalecer el turismo en la Parroquia más joven del Distrito Metropolitano de Quito “La Merced”.

## ÍNDICE

Índice .....	1
Índice de fotos .....	V
Índice de gráficos .....	VI
Índice de mapas .....	VII
Índice de tablas .....	VIII
CAPITULO I .....	1
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1. Generalidades del Ecuador.....	1
1.1.1. Ubicación geográfica.....	1
1.1.2. El turismo en el país.....	3
1.2. Generalidades del Cantón Quito .....	9
1.2.1. Ubicación geográfica.....	9
1.2.2. El turismo en el Cantón Quito.....	11
1.3. Generalidades de la parroquia de la Merced .....	16
1.3.1. Ubicación geográfica.....	16
1.3.2. El turismo en la parroquia de la Merced .....	18
1.4. Historia de la hotelería .....	19
1.4.1. Reseña histórica .....	19
1.4.2. Servicios de alojamiento .....	30
CAPITULO II .....	34
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	34
2.1. Análisis del macroambiente.....	34
2.1.1. Estudio económico .....	34
2.1.1.1. Análisis del PIB.....	35
2.1.1.2. Ingresos per cápita .....	36
2.1.1.3. Balanza de pagos.....	36

2.1.1.4.	Inflación .....	37
2.1.1.5.	Tasas de interes .....	38
2.1.2.	Estudio social .....	40
2.1.2.1.	Población.....	40
2.1.2.2.	Natalidad .....	41
2.1.2.3.	Migración.....	43
2.1.2.4.	Educación.....	44
2.1.2.5.	Pobreza .....	45
2.2.	Análisis del microambiente.....	47
2.2.1.	Sustento económico parroquia de la merced .....	47
2.2.1.1.	Atractivos turísticos.....	50
2.2.2.	Clientes .....	61
3.2.3.	Proveedores.....	61
2.2.4.	Competencia .....	62
2.2.5.	Servicios .....	62
2.2.6.	Formato de encuesta.....	63
2.2.7.	Tabulación de la encuesta .....	66
2.3.	Conclusiones del diagnóstico.....	87
CAPITULO III .....		88
3.	PROPUESTA.....	88
3.1.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	88
3.1.1.	Tipo de empresa .....	88
3.1.2.	Nombre de la empresa.....	89
3.1.3.	Filosofía de la empresa .....	90
3.1.4.	Organigramas .....	91
3.1.4.1.	Organigrama estructural .....	91
3.1.4.2.	Organigrama funcional .....	91
3.1.5.	Personal.....	92
3.1.5.1.	Descripción y perfil de puestos .....	92

3.2.	ESTUDIO TÉCNICO .....	101
3.2.1.	Planos e infraestructura .....	101
3.2.1.1.	Terreno.....	101
3.2.1.2.	Áreas del hotel.....	105
3.2.1.2.1.	Área de administración .....	105
3.2.1.2.2.	Área operativa.....	105
3.2.2.	Diagramas de servicios .....	108
3.2.3.	Especificación del menú.....	110
3.3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	113
3.3.1.	Análisis de la oferta .....	115
3.3.2.	Análisis de la demanda .....	117
3.3.3.	Análisis de los precios.....	118
3.3.4.	Comercialización .....	119
3.3.5.	Marketing .....	119
3.3.5.1.	Publicidad .....	119
3.3.5.1.1.	Internet.....	119
3.3.5.1.2.	Teléfono.....	120
3.3.5.1.3.	Página web .....	120
3.3.5.1.4.	Comunicación directa.....	120
3.4.	ESTUDIO LEGAL.....	121
3.4.1.	Inscripción del registro único de contribuyentes .....	121
3.4.2.	Patente municipal .....	122
3.4.3.	Licencia metropolitana de funcionamiento municipal.....	122
3.4.4.	Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.....	123
3.4.5.	Registro turístico – Quito Turismo.....	124
3.5.	ESTUDIO AMBIENTAL.....	125
3.5.1.	Buenas prácticas ambientales.....	125
	CAPITULO IV.....	130

4.	ESTUDIO FINANCIERO .....	130
4.1.	Inversiones.....	130
4.2.	Presupuesto de ventas .....	138
4.3.	Presupuesto de costos .....	138
4.4.	Punto de equilibrio .....	139
4.5	Estados financieros .....	141
4.6.	Evaluación financiera .....	144
4.6.1.	Determinación de la tasa de descuento .....	144
4.6.2.	Valor actual neto.....	145
4.6.3.	Tasa interna de retorno .....	146
4.6.4.	Relación beneficio/costo .....	147
4.6.5.	Periodo de recuperación .....	148
4.6.6.	Análisis de sensibilidad .....	149
	CAPITULO V.....	150
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	150
5.1	Conclusiones.....	150
5.2	Recomendaciones.....	151
	BIBLIOGRAFÍA .....	152
	ANEXOS .....	153

## ÍNDICE DE FOTOS

Foto N° 1. Turismo en el Ecuador .....	2
Foto N° 2. Ecuador ama la vida.....	3
Foto N° 3. Ministerio de Turismo - Ecuador .....	4
Foto N° 4. Turismo Ecuador ama la vida .....	5
Foto N° 5. Balneario Termas La Merced .....	8
Foto N° 6. Panecillo, Cruz y fachada de la Iglesia de la Compañía .....	11
Foto N° 7. Calle la Ronda, Mitad del Mundo, Centro Histórico, Capilla del Hombre .....	12
Foto N° 8. En la Ronda, el pregonero (personaje típico) .....	13
Foto N° 9. Iglesia de la Merced, Los morenos de la Merced, Desfile de la Confraternidad .....	18
Foto N° 10. Balneario Ilaló (aguas termales) .....	19
Foto N° 11. Hotel Rossiya .....	22
Foto N° 12. Gran Hotel Continental de Pérez y Proaño.....	23
Foto N° 13. Vista general del comedor y del bar del Hotel Royal .....	24
Foto N° 14. Hotel Metropolitano de Isaac J. Aboab .....	24
Foto N° 15. Gran Victoria Hotel de Lujo L. Baquero .....	25
Foto N° 16. Gran Hotel París de Monclus & Co.....	26
Foto N° 17. Gran Salón 9 de Octubre de Suárez & Cía.....	27
Foto N° 18. Casa Pallares o 'Cueva del Oso' .....	28
Foto N° 19. Feria local Barrio San Francisco.....	48
Foto N° 20. Locales de cuyes y hornado .....	49
Foto N° 21. Balneario Termas La Merced (aguas termales).....	51
Foto N° 22. Balneario Ilaló (aguas termales) .....	52
Foto N° 23. Tentadero Cordovez.....	53
Foto N° 24. Piscinas Quinta Kamila.....	54
Foto N° 25. Tentadero Las Parambas .....	55
Foto N° 26. Campamento Nueva Vida.....	56
Foto N° 27. Club Naval.....	57
Foto N° 28. Centro Turístico La Cocha.....	58
Foto N° 29. Mirador Virgen de Lourdes .....	59
Foto N° 30. Sendero Paso Ilaló .....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Producto Interno Bruto .....	36
Gráfico N° 2. Población del Ecuador .....	41
Gráfico N° 3. Tasa de Natalidad .....	42
Gráfico N° 4. Edad .....	66
Gráfico N° 5. Género.....	68
Gráfico N° 6. Ingresos .....	69
Gráfico N° 7. ¿Por qué motivo usted visita la Parroquia de La Merced?.....	70
Gráfico N° 8. ¿Con qué frecuencia usted visita la Parroquia de la Merced? .....	72
Gráfico N° 9. ¿Cuándo usted visita la Parroquia de la Merced? .....	73
Gráfico N° 10. ¿Cuál de los siguientes lugares usted conoce y visita con frecuencia? .....	75
Gráfico N° 11. ¿Nombre los establecimientos hoteleros en los que se ha hospedado cuándo visita la Parroquia de La Merced?.....	76
Gráfico N° 12. ¿Con cuántas personas visita y se aloja en un establecimiento hotelero? .....	78
Gráfico N° 13. ¿Cuántos días promedio permanece hospedado en el establecimiento hotelero?.....	79
Gráfico N° 14. ¿Cuál es el promedio de gastos realizado en su última visita a un establecimiento hotelero?.....	80
Gráfico N° 15. ¿Cómo califica la atención y el servicio que ha recibido en el establecimiento hotelero?.....	81
Gráfico N° 16. ¿Cuál de los siguientes servicios usted considera importante para hospedarse en un establecimiento hotelero? .....	83
Gráfico N° 17. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios de alojamiento que le oferten en el hotel? .....	84
Gráfico N° 18. ¿Considera usted que se debe construir un hotel en la Parroquia de la Merced que brinde servicios de alojamiento de calidad? .....	85
Gráfico N° 19. Diagrama de hospedaje .....	108
Gráfico N° 20. Diagrama de restaurante.....	109
Gráfico N° 21. Punto de Equilibrio .....	140
Gráfico N° 22. TMAR Ponderada .....	144
Gráfico N° 23. Periodo de Recuperación.....	148

## ÍNDICE DE MAPAS

Mapa N° 1. Ubicación del Ecuador en América Latina .....	1
Mapa N° 2. Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito .....	9
Mapa N° 3. Quito Urbano y Parroquias Rurales .....	16
Mapa N° 4. Pobreza en el Ecuador .....	45
Mapa N° 5. Parroquia de La Merced .....	47



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Nomenclatura Alojamientos Hoteleros.....	32
Tabla N° 2. Variación del PIB.....	35
Tabla N° 3. Inflación.....	38
Tabla N° 4. Tasa de Interés Activa.....	39
Tabla N° 5. Tasa de Interés Pasiva.....	39
Tabla N° 6. Población del Ecuador.....	41
Tabla N° 7. Tasa de Natalidad.....	42
Tabla N° 8. Lista de proveedores.....	61
Tabla N° 9. Edad.....	66
Tabla N° 10. Género.....	67
Tabla N° 11. Ingresos.....	68
Tabla N° 12. ¿Por qué motivo usted visita la Parroquia de La Merced?.....	70
Tabla N° 13. ¿Con qué frecuencia usted visita la Parroquia de la Merced?.....	71
Tabla N° 14. ¿Cuándo usted visita la Parroquia de la Merced?.....	73
Tabla N° 15. ¿Cuál de los siguientes lugares usted conoce y visita con frecuencia?.....	74
Tabla N° 16. ¿Nombre los establecimientos hoteleros en los que se ha hospedado cuándo visita la Parroquia de La Merced?.....	76
Tabla N° 17. ¿Con cuántas personas visita y se aloja en un establecimiento hotelero?...	77
Tabla N° 18. ¿Cuántos días promedio permanece hospedado en el establecimiento hotelero?.....	79
Tabla N° 19. ¿Cuál es el promedio de gastos realizado en su última visita a un establecimiento hotelero?.....	80
Tabla N° 20. ¿Cómo califica la atención y el servicio que ha recibido en el establecimiento hotelero?.....	81
Tabla N° 21. ¿Cuál de los siguientes servicios usted considera importante para hospedarse en un establecimiento hotelero?.....	82
Tabla N° 22. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios de alojamiento que le oferten en el hotel?.....	84
Tabla N° 23. ¿Considera usted que se debe construir un hotel en la Parroquia de la Merced que brinde servicios de alojamiento de calidad?.....	85
Tabla N° 24. Lista de personal.....	92
Tabla N° 25. Perfil del Gerente General.....	93
Tabla N° 26. Perfil del Contador.....	94
Tabla N° 27. Perfil de Recepcionista/ Cajera.....	95

Tabla N° 28. Perfil de Camareras.....	96
Tabla N° 29. Perfil del Cocinero .....	97
Tabla N° 30. Perfil del Ayudante de Cocina/ Mesero .....	98
Tabla N° 31. Perfil de la lavandera/planchadora.....	99
Tabla N° 32. Perfil del Guardia .....	100
Tabla N° 33. Detalle área de administración.....	105
Tabla N° 34. Detalle área operativa.....	106
Tabla N° 35. Desayunos .....	110
Tabla N° 36. Entradas .....	110
Tabla N° 37. Platos a la carta .....	111
Tabla N° 38. Bebidas .....	111
Tabla N° 39. Detalle de oferentes Parroquia La Merced.....	115
Tabla N° 40. Detalle servicio de alojamiento competencia .....	116
Tabla N° 41. Detalle de precios habitaciones Hotel Pumamaqui.....	118
Tabla N° 42. Inversión del Proyecto .....	130
Tabla N° 43. Detalle Inversión Total del Proyecto .....	131
Tabla N° 44. Activos Intangibles.....	133
Tabla N° 45. Depreciaciones y Amortizaciones .....	134
Tabla N° 46. Estructura de Financiamiento .....	134
Tabla N° 47. Gastos por Intereses .....	135
Tabla N° 48. Amortización Préstamo.....	135
Tabla N° 49. Nómina de empleados.....	136
Tabla N° 50. Gastos de Operación.....	137
Tabla N° 51. Presupuesto de Ventas .....	138
Tabla N° 52. Presupuesto Costo de Ventas .....	139
Tabla N° 53. Punto de Equilibrio .....	140

## CAPÍTULO I

### 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 1.1. GENERALIDADES DEL ECUADOR

##### 1.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Mapa N° 1. Ubicación del Ecuador en América Latina



Fuente: <http://perso.wanadoo.es>

El Ecuador se encuentra ubicado, con relación al primer meridiano o Meridiano de Greenwich; bajo el hemisferio occidental al suroeste del continente americano y al noroeste de América del Sur.

El territorio ecuatoriano está atravesado de este a oeste por el paralelo cero, Ecuador o línea equinoccial, éste pasa por San Antonio de Pichincha, conocida por este hecho geográfico como la Mitad del Mundo,

sigue por la parte sur del Cayambe y por las costas de Manabí; quedando la mayor parte del país en el hemisferio sur y una pequeña parte en el hemisferio norte.

La República del Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y este con el Perú y al oeste con el Océano Pacífico. El archipiélago de Colón o Islas Galápagos, localizado en el Pacífico, a 965 km de la costa, pertenecen a Ecuador. El país tiene una superficie de 256.370 km<sup>2</sup>. Tiene una población de 14'483.499 millones de habitantes según el censo del 2010 y su moneda actual es el dólar americano. La capital es Quito, que constituye un Distrito Metropolitano.

El Ecuador cuenta con una fascinante variación de paisajes, los contrastes que se operan en el ámbito físico tienen su correspondencia en el cuadro humano, porque su gente vive íntimamente ligada al medio ambiente geográfico, ya que sus condiciones naturales han sido poco alteradas por las transformaciones industriales y la organización moderna del espacio.

**Foto N° 1. Turismo en el Ecuador**



Fuente: <http://economia.ucuenca.edu.ec/economia/plantillas/New2009>

## 1.1.2. EL TURISMO EN EL PAÍS

Foto N° 2. Ecuador ama la vida



Fuente: <http://www.turismo.gob.ec/>

El Ecuador es considerado un país con mayor diversidad en flora y fauna en América Latina, sustentado en una gran variedad de condiciones ambientales, la misma que genera diversidad de hábitats y diferentes tipos de vegetación como óptimos escenarios para el desarrollo del turismo como actividad económica.

Según el Ministerio de Turismo “A dos meses de concluir el 2012, Ecuador rompe la barrera del millón de llegadas de turistas extranjeros a Ecuador, cifra histórica dentro de la evolución del turismo ecuatoriano; así lo informó, el Viceministro de Turismo, Luis Falconí Tello”.

De acuerdo con las cifras provisionales entregadas por la Dirección Nacional de Migración al Ministerio de Turismo, octubre cerró con la llegada de 1'049.493 turistas, lo que representa un crecimiento del 12,23% con relación a igual periodo de 2011 que registró un ingreso de 935.165 arribos.

Cabe recordar que a diciembre 2008 el país superó, por primera vez, la cifra del millón al recibir a 1'005.297 turistas; no obstante la crisis económica que afectó al mundo en el 2009, provocó que ese año Ecuador cerrara con 968.499, arribos; posteriormente el 2010 mostró una discreta recuperación al cerrar con 1'047.098 arribos y el 2011 concluyó con la llegada de 1'141.037 visitantes.

Al 31 de octubre de este año Ecuador recibió 1'049.493 turistas manteniendo un crecimiento promedio del 12,23 comparado con igual período del año anterior.

## LOS TURISTAS QUE VISITAN EL PAÍS

Foto N° 3. Ministerio de Turismo - Ecuador



Fuente: <http://www.ecuador.travel>

De acuerdo con el Ministerio de Turismo, Colombia con 285.306 arribos a octubre de este año se mantiene en el primer lugar como mercado emisor de turistas, seguido de Estados Unidos con 207.808 y de Perú con 114.281.

De Europa, España con 55. 210 tiene el primer lugar, le sigue Argentina con 39.855, Chile 35.741, Venezuela 31.673, Alemania 24.744, Canadá 21.807, Cuba 17.721, Gran Bretaña 17.574, Francia 16.440, México 16.059, Brasil 15.101, Italia 12.207; y, China Popular que con 10.141 cierra el grupo de los países que aportan con cifras de cinco dígitos.

**Foto N° 4.** Turismo Ecuador ama la vida



**Fuente:** <http://somosdelmismobarro.blogspot.com/2012/09>

Este crecimiento sostenido de ingreso de turistas a Ecuador es el resultado de estrategias de promoción y difusión que el Ministerio de Turismo ejecuta desde el 2011, pasando de la participación en 12 ferias y eventos turísticos al año a más de 60 que se han desarrollado en 26 países, bajo el paraguas del Turismo Consciente, una nueva propuesta de hacer turismo que fue planteada por Ecuador al mundo y que en la World Travel Market, realizada en días pasados en Londres, altas autoridades y expertos de turismo del mundo como Talef Rifai, el secretario general de la OMT y Anna Pollock, mentora del 'viaje consciente' plantearon la posibilidad de organizar una reunión de alto nivel, con el fin de delinear el

Plan Maestro de Turismo Consciente', esto como resultado de los Congresos Internacionales de Turismo que se realizaron en Quito, en el mes de septiembre del 2012.

De acuerdo con el Barómetro Turístico de la Organización Mundial del Turismo OMT, las llegadas de turistas internacionales crecieron en un 4 % en 2011 hasta alcanzar los 980 millones, mientras que los movimientos turísticos actuales van camino de alcanzar el hito de los mil millones durante este año.

“Para el sector (turístico) que es responsable directamente del 5% del PIB mundial, del 6% de las exportaciones totales y del empleo de una de cada 12 personas tanto en las economías avanzadas como en las emergentes, los resultados son alentadores, especialmente al llegar en un momento en el que necesitamos urgentemente actividades que estimulen el crecimiento y la creación de empleo”, asegura el Secretario General de la OMT, Talef Rifai.

Con el pasar del tiempo el turismo en el Ecuador ha tomado fuerza, interés y prioridad en las diferentes regiones, provincias y cantones, principalmente a través del turismo, que trata de aprovechar paisajes propios de sectores que jamás han sido visitados, sin embargo no se puede elaborar demos olvidar que el crecimiento turístico va a la par con la calidad de vida de los habitantes.

El turismo en el Ecuador está basado en la política del “Buen Vivir” el “sumak kawsay” expresado en la Constitución del 2008, y por lo tanto es considerado como un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías.



El turismo manejado eficientemente contribuye a mejorar el crecimiento de divisas, que diversifica la economía con la generación de nuevas ocupaciones en sectores que no han tenido un desarrollo de la actividad turística, convirtiéndose de esta manera en un sector básico y estratégico en la economía nacional.

Actualmente, se trabaja en el impulso de varios programas de inclusión social, uno de ellos es el denominado: “Pequeños Turistas” y “Viaje Fácil”, programas creados para invitar al turismo nacional a conocer su país. Bajo estos principios se busca reducir la pobreza y fomentar el desarrollo del sector turístico.

En el Ecuador hay lugares que no cuentan con suficiente infraestructura hotelera para dar a conocer sus lugares atractivos para con ello fomentar el turismo y el crecimiento económico de éstos lugares.

El Gobierno de la “Revolución Ciudadana” ha declarado al turismo como eje central de las políticas del Estado, sin embargo no se cuenta con presupuesto suficiente y una estructura eficaz para consolidar la promoción turística del Ecuador en los principales mercados emisores, que permitan hacer del turismo una de las principales actividades socioeconómicas del país.

El turismo como eje central de las políticas de Estado, propone la formulación de políticas integrales, intersectoriales y la movilización de recursos de varias instancias estatales en coordinación con la empresa privada y las organizaciones de la sociedad civil.

Estas acciones están consagradas en la Constitución del 2008, en donde se refiere a los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades en su Art. 57 en el que permite que los pueblos a “Mantener, proteger, desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas”.

**Foto N° 5.** Balneario Termas La Merced

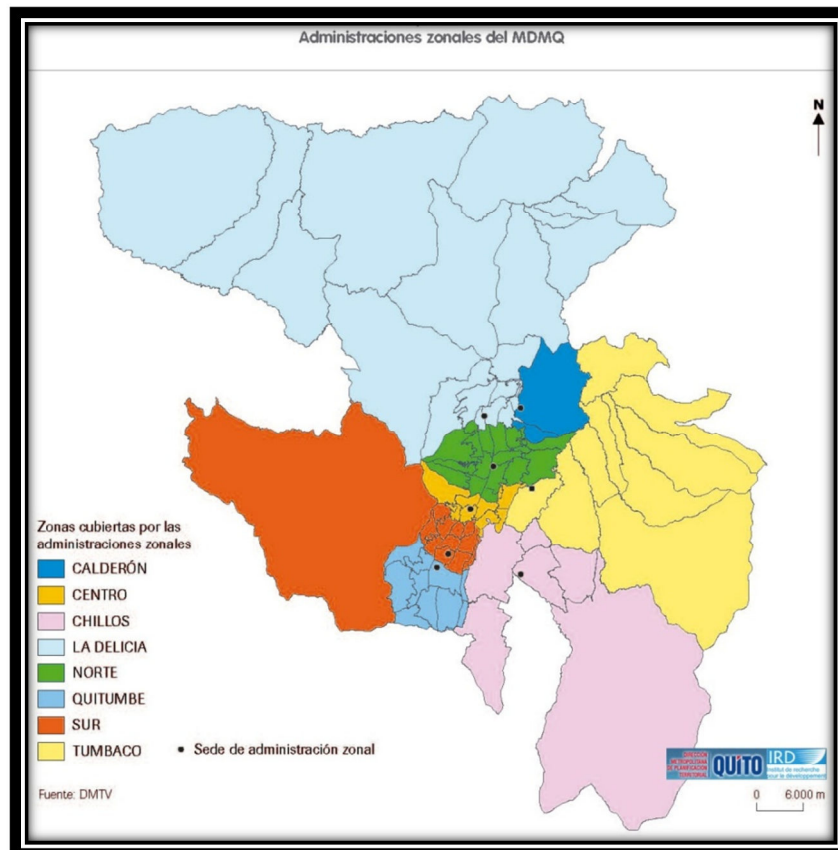


**Fuente:** Autora

## 1.2. GENERALIDADES DEL CANTÓN QUITO

### 1.2.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

**Mapa N° 2.** Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito



**Fuente:** Distrito Metropolitano de Quito

El Cantón Quito se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, en la zona norte de la Región Sierra del Ecuador. Su nombre se deriva de su cabecera, se divide en 8 administraciones zonales, las cuales contienen a parroquias urbanas, rurales y suburbanas. Las Administraciones zonales son: Zona Equinoccial (La Delicia), Zona Calderón, Zona Norte (Eugenio Espejo), Zona Centro (Manuela Sáenz), Zona Sur (Eloy Alfaro), Zona de Tumbaco, Zona Valle de Los Chillos, Zona Quitumbe.

Quito tiene una extensión de 421.498 (4.215 km<sup>2</sup>), con una temperatura de 8° a 24° (Promedio 15°). Sus límites geográficos son: al Norte: Provincia de Imbabura; al Sur: Cantones Rumiñahui y Mejía; al Este: Cantones Pedro Moncayo y Provincia de Napo y al Oeste: Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Según el censo 2010 la provincia de Pichincha tiene una población de 2'576.287 millones de habitantes y el Cantón Quito una población de 2'239.191 millones de habitantes.

Las parroquias urbanas son: Eloy Alfaro, Cotocollao, San Blas, Chimbacalle, El Batán, El Inca, La Magdalena, Villaflora, San Roque, El Beaterio, La Concepción, Santa Prisca, Chillogallo, Guamaní, Las Cuadras y Carcelén.

Las parroquias rurales (suburbanas) son: Alangasí, Calacalí, Cumbayá, El Quinche, Guayllabamba, Lloa, Nayón, Perucho, Pomasqui, San Antonio de Pichincha, Tumbaco, Amaguaña, Calderón, Chavespamba, Gualea, La Merced, Nanegal, Nono, Pifo, Puembo, San José de Minas, Yaruquí, Atahualpa, Conocoto, Checa, Guangopolo, Llano Chico, Nanegalito, Pacto, Pintag, Puéllaro, Tababela, Zámiza.

## 1.2.2. EL TURISMO EN EL CANTÓN QUITO

**Foto N° 6.** Panecillo, Cruz y fachada de la Iglesia de la Compañía



Fuente: <http://quito.olx.com.ec/casa-en-el-centro-historico-quito-ecuador>

Quito está rodeado de montañas, algunas de las cuales son volcanes y nevados, y es reconocida mundialmente por tener un tesoro colonial de pinturas, esculturas y tallados. Los interiores de sus templos y conventos son verdaderos museos en los cuales se puede ver piezas maestras de la Escuela Quiteña de escultura y tallados de madera, lo cual ha hecho que Quito merezca el nombre “Florenxia de América”. En 1978 la UNESCO la declaró como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Diferentes publicaciones turísticas, organizaciones de viajes y asociaciones de operadores turísticos, reconocidos internacionalmente por su autoridad y criterio en esta materia, recomiendan a viajeros de todo el mundo a elegir a Ecuador un destacado destino turístico para los años 2012 y 2013.

Quito brinda joyas del arte colonial en contraste con paisajes emblemáticos de la modernidad. Es una ciudad milenaria; su misterio está en todo lugar, en su gente, sus fachadas, su cielo y su sol; en donde se puede recorrer las calles del Centro Histórico junto a los personajes de la ciudad.

En Quito se puede disfrutar de todos y cada uno de sus atractivos como:

- ✓ Centro Histórico
- ✓ Iglesia San Francisco
- ✓ Iglesia la Compañía
- ✓ Basílica
- ✓ Calle de la Ronda
- ✓ Mitad del Mundo
- ✓ Jardín Botánico
- ✓ Panecillo
- ✓ Itchimbia
- ✓ Teleférico
- ✓ Capilla del Hombre
- ✓ Museo del Agua

**Foto N° 7.** Calle la Ronda, Mitad del Mundo, Centro Histórico, Capilla del Hombre



**Fuente:** <http://www.viajandox.com/pichincha/quito-canton-municipio-distrito.htm>

## EL BUEN TRATO AL TURISTA EN QUITO SE PREMIA CON EL DISTINTIVO Q

oto N° 8. En la Ronda, el pregonero (personaje típico)



Fuente: <http://www.elcomercio.com>

De acuerdo al Diario EL COMERCIO (2012) “Un ambiente acogedor, una buena atención al turista, el aseo, las buenas condiciones laborales y un trabajo amigable con el medioambiente son características necesarias para que un establecimiento obtenga el Distintivo Q”.

Se trata de un reconocimiento que Quito otorga a restaurantes, cafeterías y hoteles luego de cumplir con un proceso que los cataloga como sitios con calidad de servicio al turismo nacional y extranjero. Actualmente 64 establecimientos tienen el distintivo Q actualmente. El reconocimiento se entrega desde el 2011. En diciembre de ese año se acreditó a 20 locales. En abril del 2012 fue otorgado a 18 y en noviembre se reconoció a 26, tras un proceso de evaluación.

Cien negocios están en el proceso para obtener el Distintivo Q. Los requisitos para acceder al beneficio son contar con el Registro Turístico en regla y con la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE). Luego se hace una verificación.

El restaurante El Criollo ofrece comida típica, en donde cada visitante se asegura de que los yahuarlocros, caldos de patas, chugchucaras o secos de chivo sean preparados con aseo. Debido a su cercanía con el Teatro Nacional Sucre, El Criollo recibe constantemente a músicos y varias compañías de teatro y de danza del país y del extranjero como comensales.

Otro sitio con el Distintivo Q es el Patio Andaluz, que es un sofisticado hotel boutique que tiene capacidad para 70 huéspedes, aproximadamente, en sus 32 habitaciones.

Es una construcción de finales del siglo XVI, en cuyo patio principal funciona un restaurante. En el centro está una pileta adornada por grandes arreglos florales. Cuenta con una cava-bar, salas de lectura y en lo alto, un solar. Las habitaciones mantienen ese aire histórico, con madera tallada en las camas y mesas de noche y rosarios en la pared.

Según Paulina Tacuri, técnica de Calidad Q, el distintivo se entrega por el momento a los locales que voluntariamente se han acercado para participar. El trabajo se inició en el 2011, como un reconocimiento a lugares que ofrecen alimentos, bebidas o alojamiento. Luego de revisar que los documentos estén en regla, se hace una verificación.

De acuerdo con los resultados, el dueño del local firma una carta de compromiso, por las mejoras que se deban realizar. El proceso incluye cursos para contar con auditores internos, quienes deben hacer un seguimiento para garantizar que se cumpla lo acordado.



Finalmente se hace una nueva verificación en la que constan 116 items para analizar. La certificación se entrega a quienes satisfagan al menos un 80% de ellos. Tacuri precisa que allí se evalúan cinco parámetros: calidad en atención, conservación ambiental, políticas internas (misión, visión), lo social (trato justo a los empleados) y la seguridad. Tacuri afirma que si algún local no llega a ese 80%, se analiza dónde están las falencias y se brinda apoyo para superarlas.

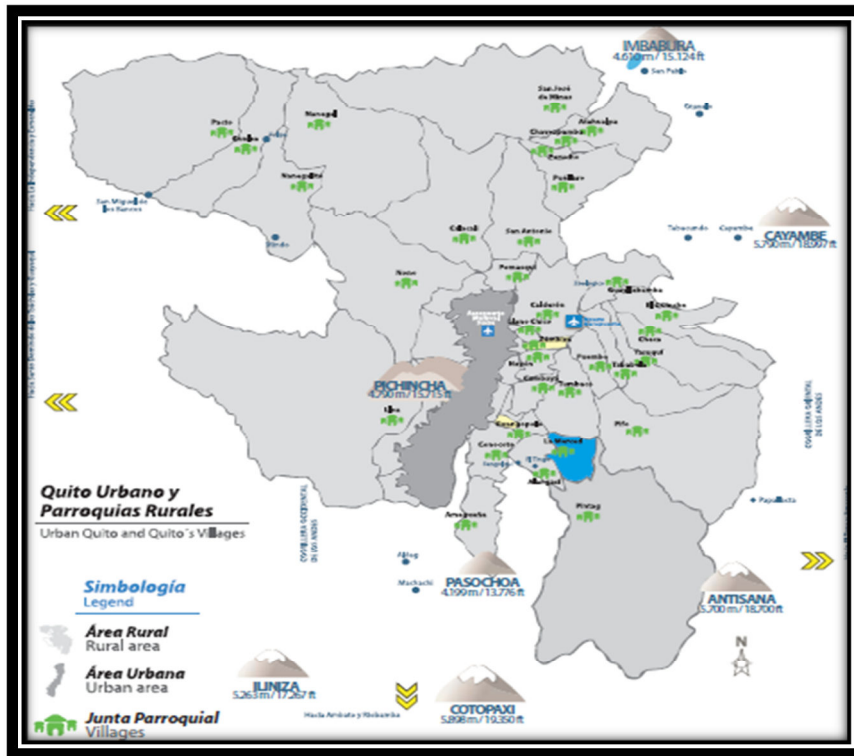
En las calles Juan Rodríguez y Reina Victoria, está el restaurante El Achiote, desde hace dos años y medio. Felipe Groner, su dueño, dice que se trata de un lugar con comida ecuatoriana gourmet, con un toque sano, diferente, de evolución. Su objetivo es dar una opción frente a la oferta de platos típicos del mercado, quitando la idea de que la comida nacional puede ser pesada. Uno de sus platos estrella es el cebiche con un toque de maracuyá. También ofrece sopa de bolas de verde, cazuela, locro, hornado, seco de chivo.

Una opción de alojamiento es el Hotel Boutique Anahí, en las calles Tamayo y Wilson. Tiene capacidad para 32 personas, en 16 dormitorios. Allí, los turistas pueden comprar obras de Eduardo Vega, Édgar Carrasco o Mónica Terán. El hotel tiene ahorradores de energía y paneles solares, como un aporte para la conservación ambiental.

### 1.3. GENERALIDADES DE LA PARROQUIA DE LA MERCED

#### 1.3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Mapa N° 3. Quito Urbano y Parroquias Rurales



Fuente: Plan de Desarrollo Edición La Merced

De acuerdo con el PLAN DESARROLLO GPP EDICION LA MERCED (2012) “La parroquia de La Merced se encuentra ubicada en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, situada al sureste de Quito”.

Sus límites son:

**Norte:** Parroquia Tumbaco

**Sur:** Parroquia Alangasí

**Este:** Parroquia Pintag

**Oeste:** Parroquia Alangasí

La Parroquia de La Merced tiene una altura de 2.598 msnm, con una superficie de 31.76 km<sup>2</sup> y tiene un clima templado. La población al 2010 es de 8394 habitantes.

La Merced fue fundada el 4 de mayo de 1964 y constituye la parroquia más joven del Distrito Metropolitano de Quito, está ubicada al sur oriente de la capital. Luego de las investigaciones arqueológicas realizadas en el volcán inactivo Ilaló, se han identificado antiguos asentamientos humanos y de fauna pleistocénica (restos de mastodontes y milodontes).

Su nombre se determinó en honor a la Virgen de La Merced. Uno de los pocos elementos patrimoniales con los que cuenta la parroquia desde los años cuarenta, es su Iglesia Matriz, levantada por los moradores en mingas, a partir de la antigua capilla que existía en la zona. Las actividades principales a las que se dedican los pobladores de La Merced son la agricultura y la manufactura.

Es importante destacar que uno de los principales atractivos de esta parroquia son las aguas termales.

### 1.3.2. EL TURISMO EN LA PARROQUIA DE LA MERCED

**Foto N° 9.** Iglesia de la Merced, Los morenos de la Merced, Desfile de la Confraternidad



Fuente: <http://www.gobiernolamerced.blogspot.com/>

La Merced de clima cálido, con sus famosas aguas termales, consideradas medicinales, y un recurso natural de huellas arqueológicas, que brindan un acogedor ambiente del sector, generando el desarrollo de la parroquia.

Este ecosistema estratégico de la parroquia, enriquecido de especies nativas propias de la zona, pastos, flora y fauna silvestre, que tienen un valor universal excepcional; es un paisaje integral; raíz biológica de nuestro pueblo. Posee una zona de protección del Ilaló en un 9.82%.

La parroquia es muy visitada por turistas, ya sea por sus balnearios de aguas termales, atractivos culturales como la pintura, la artesanía en telares, la escultura, la música ya sea ésta manifestada por bandas o el tradicional pinguillero. Estas son actividades que directa o indirectamente dinamizan la economía de la parroquia.

**Foto N° 10.** Balneario Ilaló (aguas termales)



Fuente: Autora

#### **1.4. HISTORIA DE LA HOTELERÍA**

##### **1.4.1. RESEÑA HISTÓRICA**

Según reportaje del Diario El Comercio “El hospedaje entendido como servicio y atención, es algo que se conoce desde hace más de dos mil años”.

De la antigua Roma se conserva evidencia, tanto en pinturas como en escritos, de la existencia de hosterías llamadas "Mansiones", las cuales estaban estratégicamente situadas en su red de caminos, con el fin de recibir a funcionarios en sus viajes y así atender asuntos del gobierno.

## **POSADAS Y HOSTERÍAS DE LA EDAD MEDIA**

El resurgimiento del comercio en la Edad Media, estimuló un amplio desarrollo de posadas y hosterías. Muchas de ellas operaban en monasterios y otras instituciones religiosas.

En el siglo XIII mientras Marco Polo viajaba rumbo a Mongolia, sorpresivamente se encontró con un sistema extensivo de numerosas residencias acondicionadas para dar albergue a viajeros. Remansos de descanso y de alimentación, que ofrecían asistencia a aquellos que fungían como mensajeros postales.

Lo mismo ocurría en las regiones islámicas, en donde los albergues se encontraban tácticamente colocados para dar servicio a mercaderes. En ellos, los dueños actuaban en forma semi-oficial como guardianes de mercancías y dinero, por una módica comisión adicional.

## **EUROPA, CUNA DE LA HOTELERÍA**

Lo que hoy se conoce como "Hotelería" tiene su origen en la Edad Media, con la aparición de Posadas y Hospederías en varios países de Europa.

La Revolución Industrial fue un gran estímulo al progreso de los albergues, especialmente en Inglaterra, en donde dichos lugares llegaron a ser un ejemplo mundial por su limpieza, confort, excelente servicio y la abundante alimentación que se ofrecía al usuario.

Mientras tanto, cruzando el Atlántico, Los Estados Unidos creaban "estándares" al construir hoteles que ofrecían un número mayor de servicios y comodidades.

Así, para 1800 contaban con los hoteles más grandes del mundo. Uno de ellos, "The City Hotel" en Nueva York, fue el primero en obtener una fama enorme. Debido a su tamaño, fue descrito en su inauguración, como un "inmenso establecimiento con 73 cuartos".

## **EL PRINCIPIO DE LA HOTELERÍA SISTEMATIZADA**

El concepto moderno de hotel surgió, con toda seguridad, en el siglo pasado, cuando se construyeron los primeros edificios con el fin específico de albergar viajeros en medio de grandes comodidades.

Uno de los mayores desarrollos en la historia de la hotelería, ocurrió en el año 1908, con la apertura del Hotel Statler en Buffalo, Nueva York, después conocido simplemente como "The Buffalo".

En la concepción de este Hotel, fueron instituidas muchas innovaciones de carácter hotelero por Ellworth Milton Statler, quien se encargó de su construcción y operación. Este tipo de servicio hotelero fue ideado, primariamente, para la conveniencia de una creciente clase acomodada de viajeros, que eran en su mayoría hombres de negocios. De ahí surgió una de las primeras grandes cadenas hoteleras del mundo.

## **EL DESARROLLO HOTELERO EN LA POSGUERRA**

Después de la Primera Guerra Mundial se encontró con un auge sin precedente en la construcción de Hoteles, lo cual, le brindó a esta industria un crecimiento vertiginoso.

En gran parte, este desarrollo fue la respuesta al crecimiento diario de las vías y los sistemas de comunicación que permitían el traslado rápido de mayor número de viajeros, desde distantes partes del orbe.

Entre 1920 y 1930 se construyeron nuevos hoteles, más que en ninguna otra época de la historia.

## **LOS HOTELES NO SÓLO CRECIERON EN NÚMERO, TAMBIÉN EN TAMAÑO**

La cadena hotelera The Stevens (después llamada Conrad Hilton), inauguró en la ciudad de Chicago un hotel de más de tres mil cuartos. Este fue el hotel más grande del mundo hasta los años sesentas, fecha en que se construyó en Moscú, el Hotel Rossiya con un mayor número de cuartos y servicios.

**Foto N° 11.** Hotel Rossiya



Fuente: <http://rossiya-hotel.ru/eng/>



## LOS PRIMEROS HOTELES EN EL ECUADOR

De acuerdo al reportaje del Diario el Comercio “A principios del siglo XX, aparecieron los primeros hoteles en Quito y Guayaquil”.

### HOTELES EN LA CIUDAD DE QUITO

Foto N° 12. Gran Hotel Continental de Pérez y Proaño



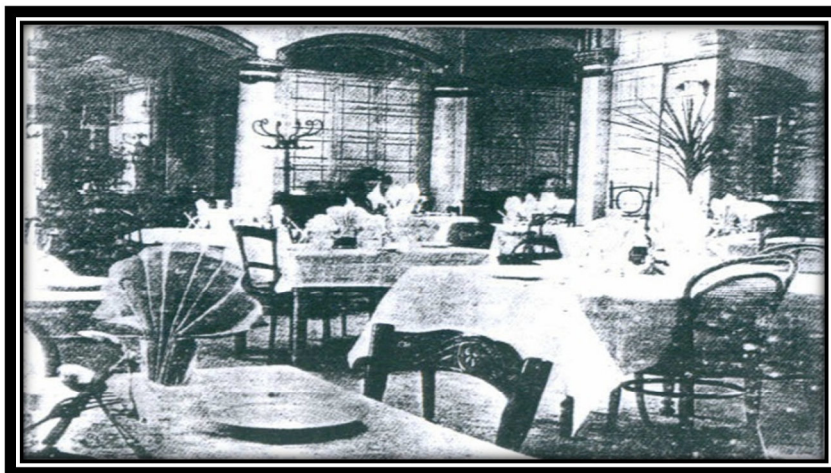
Fuente: Diario El Comercio 1908

*Calle Venezuela y Sucre, Quito.*

*Lugar de reunión de la juventud quiteña.*

*Dispone de un restaurante con sistema de tarjeta libre.*

**Foto N° 13.** Vista general del comedor y del bar del Hotel Royal



**Fuente:** Diario El Comercio 1909

**Foto N° 14.** Hotel Metropolitano de Isaac J. Aboab

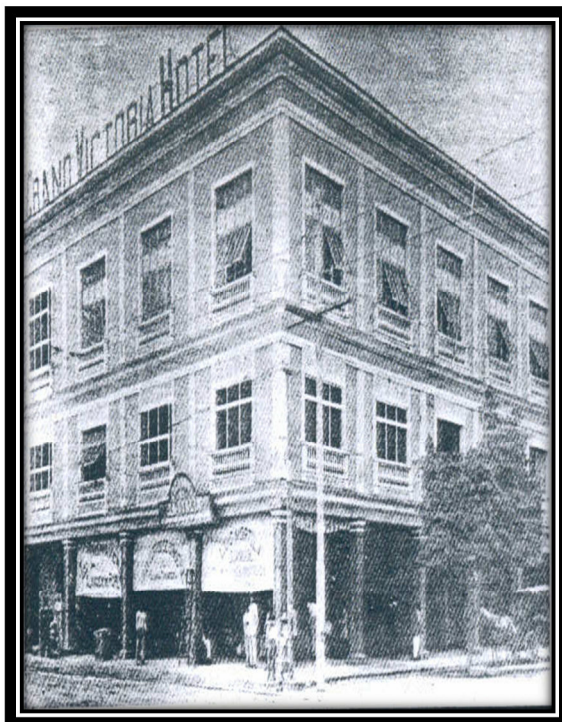


**Fuente:** Diario El Comercio 1921

Calle Flores y Chile, Quito

## PRIMEROS HOTELES EN GUAYAQUIL

Foto N° 15. Gran Victoria Hotel de Lujo L. Baquero



Fuente: Diario El Comercio 1909

*Avenida 1a. (Malecón) y Calle 9a. (9 de Octubre), Guayaquil.*

*Cuartos especiales para agentes viajeros.*

*Departamentos para familias, centrales, espaciosos y ventilados con vista al río.*

*Ventanas y puertas cubiertas por tela metálica para impedir la entrada de mosquitos a las habitaciones.*

*Luz, ventiladores, magníficos baños y excusados.*

Foto N° 16. Gran Hotel París de Monclus & Co.



Fuente: Diario El Comercio 1909

*Calle 10 (Elizalde) Nos. 5, 7 y 9 y Avenida 1a. (Malecón), Guayaquil.*

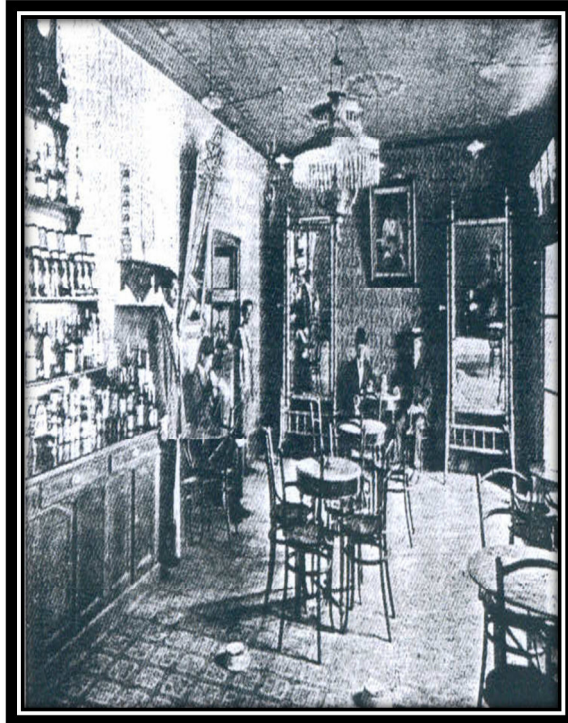
*Departamentos especiales para familias, agentes viajeros.*

*Salón especial para banquetes y convites.*

*La casa recibe vinos, licores y conservas de firmas europeas. Baños de ducha y tina.*

*Los pasajeros que avisen con anticipación su llegada encontrarán a su disposición un empleado del hotel en el muelle.*

Foto N° 17. Gran Salón 9 de Octubre de Suárez & Cía.



Fuente: Diario El Comercio 1909

*Calle del Correo letras A y B, Quito.*

*Surtido completo y variado de champagne, vino, cerveza, cognac, y conservas.*

## **EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO SE HIZO TURÍSTICO LUEGO DEL FONSAL**

Según reportaje de El Comercio (Dic. 2012) “En los años 70, con el boom de la arquitectura, la tendencia en los centros históricos fue destruir las estructuras antiguas, pero Quito tuvo la fortuna de mantener las características. Sin embargo, lo que se hacía era mantener las fachadas y reconstruir el interior de las casas para hacerlas más rentables”.

En 1987 se creó el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (Fonsal) para que trabaje en la restauración, conservación y mantenimiento del patrimonio de Quito; es decir, para mantener la fachada y los interiores. El Centro visualmente fue más atractivo y el sector fue mejor cotizado, vinieron los hoteles y el turismo.

## EL CENTRO HISTÓRICO TENDRÁ 5 HOTELES DE LUJO

**Foto N° 18.** Casa Pallares o 'Cueva del Oso'



**Fuente:** Diario El Comercio 2012

Casa Pallares o 'Cueva del Oso'. Desde un balcón de este inmueble Manuela Sáenz saludó al libertador Simón Bolívar, en su entrada a Quito. El lugar fue sede del Fonsal.

La casa de un prócer del Primer Grito de la Independencia de 1809 y el inmueble desde el cual Manuela Sáenz arrojó una corona de flores al libertador Simón Bolívar en 1822, se convertirán en hoteles cinco estrellas.

Los dos edificios patrimoniales del Centro Histórico fueron entregados a la Empresa Quito Turismo: la casa de Juan de Dios Morales, donde funciona la Secretaría de Planificación, en la Venezuela y Mejía; y la Casa Pérez Pallares, conocida como la ‘Cueva del Oso’, en la Venezuela y Chile.

El proyecto fue aprobado por el Concejo Metropolitano. Según la concejala Elizabeth Cabezas, presidenta de la Comisión de Suelo y Ordenamiento Territorial.

El proyecto no solo busca beneficiar al sector privado, sino a la ciudad, a través de impuestos, turismo, etc.

El corazón de la ciudad alberga a una docena de espacios hoteleros, tres de ellos ya son cinco estrellas: Casa Gangotena (Bolívar y Cuenca), Hotel Plaza Grande (García Moreno y Chile) y Hotel Patio Andaluz (García Moreno y Olmedo). Los precios de una habitación regular oscilan entre los USD 250 y USD 750 por noche.

Roque Sevilla, ex alcalde y presidente de Metropolitan Touring, dice que la iniciativa municipal es acertada, porque mientras mayor oferta hotelera de calidad se impulse mayor va a ser el ingreso económico para la ciudad.

## **1.4.2. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO**

De acuerdo con el Proyecto Ley Orgánico de Turismo, “Los prestados por establecimientos de alojamiento y hospedaje, tales como hoteles, hostales, casa hotel, moteles, hosterías, campamentos, entre otros”.

### **ALOJAMIENTO**

De acuerdo con el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo, se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

### **CATEGORÍAS**

De acuerdo con el Reglamento General de Actividades Turísticas, la categoría de los establecimientos hoteleros es establecida por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones del reglamento general de actividades turísticas, a las características, calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.



**CLASIFICACIÓN.-** Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

**Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.**

**Subgrupo 1.1. Hoteles.**

- 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

**Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.**

- 1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.2. Hostales de Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

**Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.**

- 1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

**Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.**

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

**Tabla N° 1.** Nomenclatura Alojamientos Hoteleros

ACTIVIDAD	NOMENCLATURA
Hotel	H
Hotel Residencia	HR
Hotel Apartamento	HA
Hostal	HS
Hostal Residencia	HSR
Pensión	P
Hostería	HT
Motel	M
Refugio	RF
Campamento Vacacional	CV
Campamento Turístico o Camping Silueta frontal de "carpa" con indicativo de categoría Apartamento	AP
Cabaña	C

**Fuente:** Reglamento General de Actividades Turísticas

- ✓ **HOTEL.-** Es todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas, además de las condiciones necesarias para la categoría las siguientes:
  - a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo.
  - b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas.
  - c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.
  
- ✓ **HOTEL RESIDENCIA.-** Es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.

- ✓ **HOTEL APARTAMENTO.-** Es hotel apartamento o apart-hotel, todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc., para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería, y sujetarse a las siguientes disposiciones:
  - a) Funcionar en edificios instalados para prestar esta clase de servicios;
  - b) Cobrar la tarifa por alojamiento por meses, semanas o días; y,
  - c) Incluir en la tarifa de alojamiento la limpieza, una vez al día del departamento, sus instalaciones y enseres, excluidos los de cocina.

## **SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

De acuerdo con el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento.

## **ALIMENTOS Y BEBIDAS**

- ✓ Restaurantes
- ✓ Cafeterías
- ✓ Fuentes de Soda
- ✓ Drives Inn
- ✓ Bares

## **CAPÍTULO II**

### **2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

El diagnóstico situacional permite analizar el estudio del macro y microambiente del sector para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mismo.

#### **2.1. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE**

De acuerdo con Mochón Francisco “La Macroeconomía se ocupa del estudio de los índices económicos del país. Su propósito es obtener una visión simplificada de la Economía, pero que al mismo tiempo permita conocer y actuar sobre el nivel de la actividad económica de un país determinado o de un conjunto de países”.

En este punto se toma en cuenta todos los factores externos que pueden influir en el desarrollo del establecimiento y que no se los puede cambiar, entre estos se destacan los factores económicos, políticos, legales, sociales, culturales, geográficos y tecnológicos.

##### **2.1.1. ESTUDIO ECONÓMICO**

Los cambios cada vez más frecuentes que se producen en la actividad económica afectan a toda situación económica del país, son indicadores de alerta que posibilitan la adecuada toma de decisiones en las empresas.

### 2.1.1.1. ANÁLISIS DEL PIB

De acuerdo con Mochón Francisco “El PIB (Producto Interno Bruto) mide el valor monetario total de los bienes y servicios finales producidos para el mercado durante un año dado, dentro de las fronteras de un país”.

**Tabla N° 2.** Variación del PIB

FECHA	VALOR
31-ene-2013	3.98%
31-ene-2012	4.82%
31-ene-2011	7.78%
31-ene-2010	3.58%
31-ene-2009	0.36%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Autora

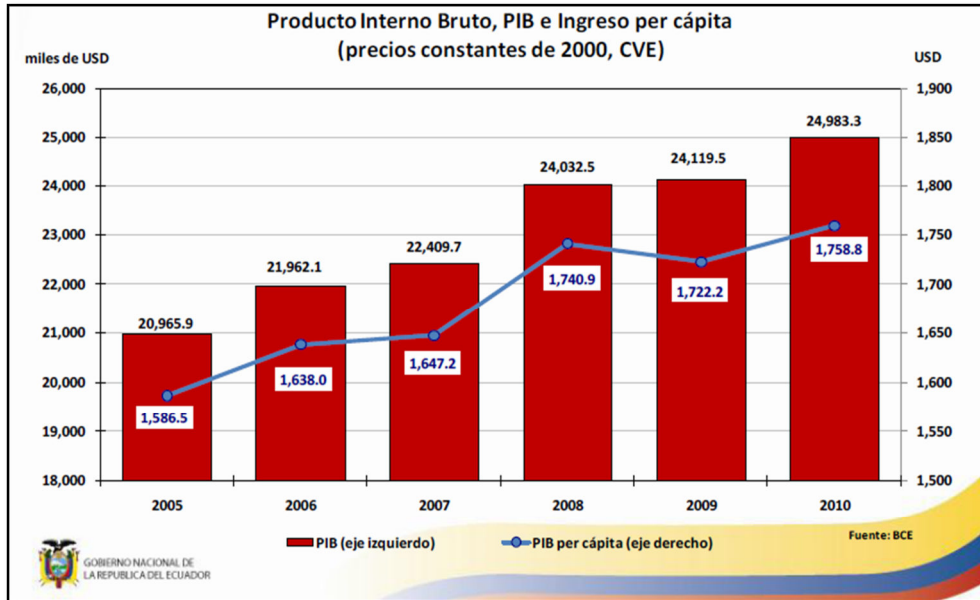
#### **Análisis:**

El sector turístico es la actividad económica que ha crecido en los últimos años, la misma que estimula el incremento y la creación de fuentes de empleo en todo el país.

Se desarrolla y promociona los lugares turísticos del país conocidos y aquellos que todavía no se ha visitado, de esta manera se promueve el turismo interno.

## 2.1.1.2. INGRESOS PERCÁPITA

Gráfico N° 1. Producto Interno Bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador

### Análisis:

En los últimos años el PIB per cápita se ha incrementado tras la crisis económica, siendo beneficioso para el sector turístico, ya que las personas tienen mayor poder adquisitivo y con ello pueden realizar turismo interno.

## 2.1.1.3. BALANZA DE PAGOS

Según Mochón Francisco “La Balanza de Pagos es el registro sistemático de las transacciones económicas ocurridas durante un tiempo determinado entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo”.

La balanza recoge todas las transacciones económicas internacionales. Para ello, contabiliza los ingresos (entrada de moneda extranjera) y los pagos (salida de moneda extranjera).

- ✓ En los ingresos se anotan las transacciones que suministran divisas al país que elabora la balanza. Por ejemplo, las exportaciones de mercancías o las importaciones o entradas de capital.
- ✓ En los pagos se registran las transacciones que implican salida de divisas. Por ejemplo, las importaciones de mercancías o las inversiones en el extranjero del país que hace la balanza.
- ✓ El saldo viene dado por la diferencia entre los ingresos y los pagos.

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador “La Balanza de Pagos presenta un panorama integral de las relaciones económicas de un país con el resto del mundo, incluyendo cuentas y transacciones necesarias para el análisis económico y, consecuentemente, para la adopción de políticas comerciales y de financiamiento”.

#### **Análisis:**

La Balanza de Pagos en el sector Turístico se ha incrementado, siendo un apoyo en la actividad económica del país.

#### **2.1.1.4. INFLACIÓN**

De acuerdo con Mochón Francisco “La inflación, al alterar la estructura de los precios relativos, tiene efectos perturbadores sobre la actividad económica”.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

**Tabla N° 3.** Inflación

FECHA	VALOR
30-nov-2012	4.77%
30-nov-2011	5.53%
30-nov-2010	3.33%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

La disminución de la inflación de los dos últimos años tiene un impacto positivo con relación al sector turístico, ya que se mantienen los precios al consumidor y con ello tienen mayor poder adquisitivo y de esta manera se aporta al crecimiento del turismo interno.

#### **2.1.1.5. TASAS DE INTERÉS**

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad.



## TASA DE INTERÉS ACTIVA

Tabla N° 4. Tasa de Interés Activa

FECHA	VALOR
31-dic-2012	8.17%
31-dic-2011	8.17%
28-feb-2011	8.25%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

### Análisis:

La tasa activa influye en el costo de capital del sector hotelero, en la capacidad de reunir fondos e invertir en activos. En los dos últimos años se ha mantenido en un mismo rango teniendo un impacto positivo con el sector hotelero ya que se puede acceder a préstamos para su creación y no disminuya el flujo de efectivo y así cumplir el periodo de recuperación de la inversión.

## TASA DE INTERÉS PASIVA

Tabla N° 5. Tasa de Interés Pasiva

FECHA	VALOR
31-dic-2012	4.53%
31-dic-2011	4.53%
28-feb-2011	4.51%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

## **Análisis:**

La tasa de interés pasiva se ha mantenido estable en los últimos dos años, lo cual genera un beneficio para el sector hotelero, siendo una opción para el establecimiento puede realizar inversiones en el sector financiero.

### **2.1.2. ESTUDIO SOCIAL**

El factor social es todo aquello que rodea la situación del país tales como la población, la natalidad, la migración, la educación, y la pobreza para el desarrollo humano y social.

#### **2.1.2.1. POBLACIÓN**

De acuerdo con Orlando Greco “Población Activa es el conjunto de personas que suministra mano de obra disponible u otra prestación para la producción de bienes y servicios”.

Según el Censo 2010, Ecuador tiene 14'483.499 habitantes y 4'654.054 viviendas, siendo los departamentos el tipo de vivienda particular que más se incrementó de 9,1% en 2001 a 11,7% en 2010.

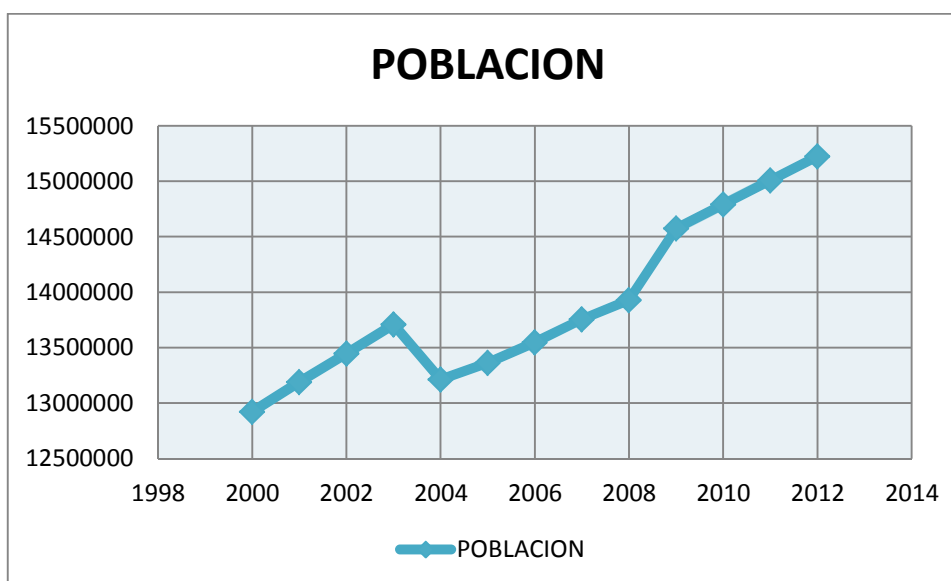
Según estos datos el 53,3% de las viviendas de Ecuador usan exclusivamente focos ahorradores, de las cuales el 36,8% están en el área urbana y el 16,5% en la rural. Mientras que el 31,9% de las viviendas aún comparte entre focos ahorradores y convencionales y el 14,8% exclusivamente convencionales.

**Tabla N° 6.** Población del Ecuador

AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
POBLACION	12.920.090	13.188.960	13.447.490	13.710.230	13.212.740	13.363.590	13.547.510	13.755.680	13.927.660	14.573.100	14.790.610	15.007.340	15.223.680

Fuente: CIA World Factbook

**Gráfico N° 2.** Población del Ecuador



Fuente: CIA World Factbook

Fuente: Autora

### **Análisis:**

La población ecuatoriana crece cada año, lo cual tiene incidencia positiva en la empresa porque son posibles clientes a futuro.

### **2.1.2.2. NATALIDAD**

Esta variable da el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes, también es conocida como tasa bruta de natalidad. La tasa de natalidad suele ser el factor decisivo para determinar

la tasa de crecimiento de la población. Depende tanto del nivel de fertilidad y de la estructura por edades de la población.

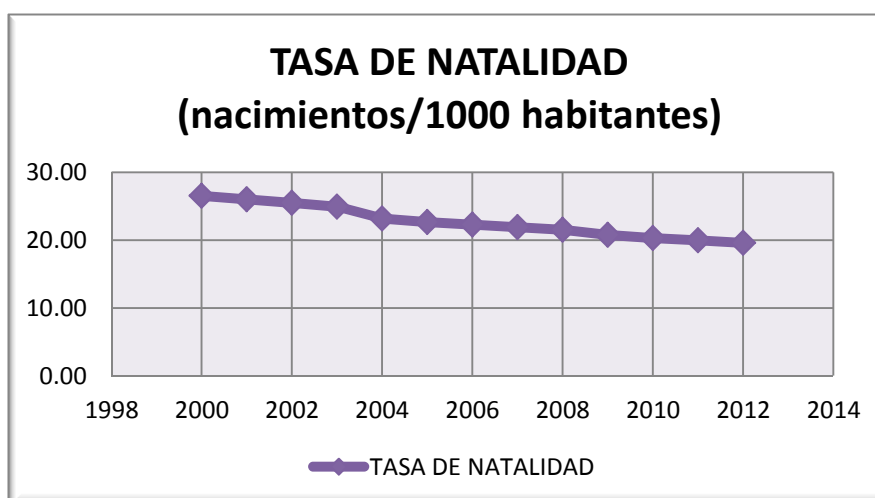
**Tasa de natalidad:** 19.6 nacimientos/1000 habitantes según estadística 2011.

**Tabla N° 7.** Tasa de Natalidad

AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TASA DE NATALIDAD	26,51	25,99	25,47	24,94	23,18	22,67	22,29	21,91	21,54	20,77	20,32	19,96	19,60

Fuente: CIA World Factbook

**Gráfico N° 3.** Tasa de Natalidad



Fuente: CIA World Factbook

Elaborado por: Autora

### Análisis:

La disminución de natalidad en el Ecuador es positiva ya que en la actualidad las familias son más pequeñas y con ello pueden darles a sus

hijos una mejor estabilidad económica, educación y un mejor estilo de vida, siendo posteriormente clientes potenciales del establecimiento.sa.

### **2.1.2.3. MIGRACIÓN**

De acuerdo con la Universidad Andina Simón Bolívar, Unión Europea “La migración es la movilidad humana de un lugar a otro”, en América Latina este fenómeno es considerado positivo ya que representa una “salida” a una situación creciente de pobreza, desempleo, inseguridad social y política. Mientras que para la Unión Europea es considerado como exponente de una serie de problemáticas cuyos efectos son evidentes en el incremento del desempleo, inseguridad ciudadana, violencia social, asociadas a la delincuencia, prostitución y drogadicción.

Los fenómenos de la migración afectan a hombres y mujeres, los cuales producen cambios sociales, económicos y culturales. Los procesos de movilización de la población rural hacia la ciudad o al exterior son estrategias de sobrevivencia porque responden a una búsqueda de trabajo para mejorar las condiciones de vida o elevar el nivel de educación. Este fenómeno es consecuencia directa de los cambios y crecimiento económico, el acelerado proceso de urbanización y la crisis económica muy acentuada a partir de los años 90.

**Los impactos económicos.-** La magnitud y características del proceso emigratorio en Ecuador y el consecuente envío de remesas han marcado la economía del país, a nivel macro y micro, pese a ello, más allá de la discusión teórica, salvo historias excepcionales de migrantes exitosos, no se han solucionado los graves problemas de pobreza y marginación.

La migración será una alternativa para los seres humanos, en búsqueda de mejores condiciones de vida para sus familias, claro está que

lo más lógico y consiente es, pelear por la transformación social en tu propio país, para erradicar la desigualdad social y económica y que el mejoramiento de las condiciones de vida.

### **Análisis:**

La migración con relación al establecimiento es positiva ya que las remesas que envían los migrantes a sus familias mejoran el estilo de vida de los mismos y con ello realizan turismo interno.

Uno de los aspectos negativos la migración es que en muchos casos se pierde buenos perfiles de trabajadores en el país.

#### **2.1.2.4. EDUCACIÓN**

Según Greco Orlando “La educación es el proceso por el que una determinada sociedad o grupo transmite y conserva su propio patrimonio cultural, así como las propias costumbres, hábitos, etc., facilitando con ello la comunicación del proceso creativo de la vida espiritual”.

En el Ecuador entre 123.000 estudiantes evaluados hace dos meses, apenas 213 alcanzaron notas sobresalientes. De ellos, más de la mitad, 193 estudiantes, son estudiantes de la región Sierra, 16 de la Costa; 4 del Oriente y uno no especificado.

Más del 90 por ciento de los estudiantes secundarios de un sector del país recibe mejor educación que el resto del Ecuador; este porcentaje está en la Sierra. El restante 10 por ciento se reparte entre la Costa, el Oriente y Galápagos, donde se asienta más de la mitad de la población ecuatoriana.

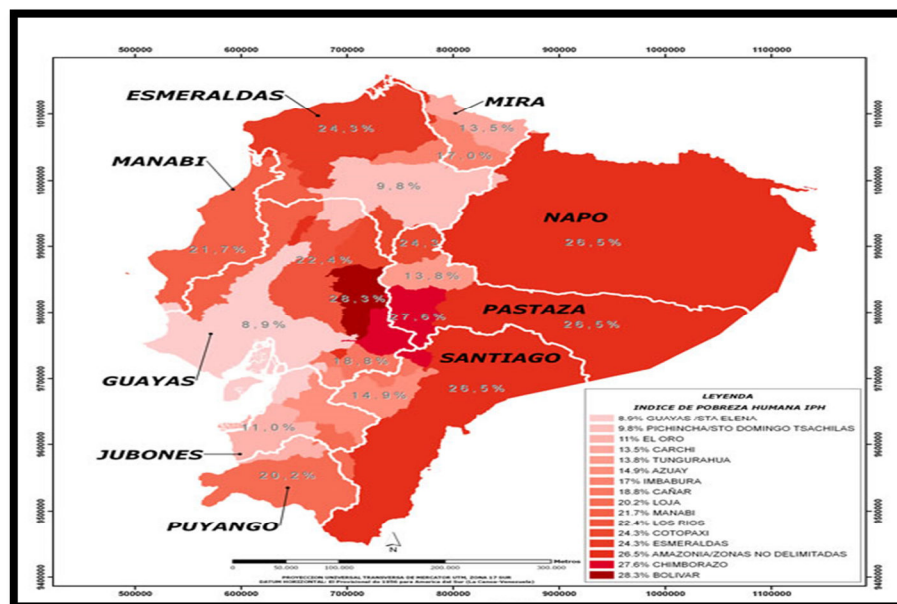
## Análisis:

La educación en el país ha mejorado de manera notable, ya que con los programas de educación que realiza el presidente de la República, incentiva y apoya en especial a las familias de escasos recursos económicos para que los niños se preparen académicamente y tengan a futuro una mejor calidad de vida, siendo esto una ventaja para el establecimiento ya que las personas que tienen una buena educación realizan turismo interno.

### 2.1.2.5. POBREZA

La Pobreza por Consumo, parte de la determinación de una canasta de bienes y servicios que permitiría, a un costo mínimo, la satisfacción de las necesidades básicas, y define como pobres a los hogares cuyo ingreso o consumo se ubique por debajo del costo de esta canasta.

Mapa N° 4. Pobreza en el Ecuador



Fuente: INEC 2010

La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Urbanos del INEC revela que el 41,4% de la población urbana del Ecuador se halla bajo la línea de la pobreza y un 7,6% se encuentra en situación de indigencia.

A este grave hecho se suma la extrema disparidad en el acceso a los ingresos: el 20% más rico de la población accede al 47,9% de estos, en tanto que el 20% más pobre solo al 5,4%.

La pobreza e indigencia son problemas crónicos del país. Aunque se los reconoce como tales en los discursos, la sociedad no los afronta efectivamente, ni existe una política de Estado que privilegie su atención. El gasto social es de \$154 per cápita, si bien el promedio en América Latina llega a \$540. Pero, además de incrementarlo, se requiere mejorar su eficacia y calidad.

### **Análisis:**

La pobreza en el Ecuador es un factor negativo ya que las personas al no superar el costo de la canasta básica no pueden realizar turismo interno, por lo tanto sus ingresos los utilizan específicamente para adquirir bienes de primera necesidad tales como la alimentación, vivienda, salud, vestimenta y en algunos casos educación.



## 2.2. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE

De acuerdo con Mochón Francisco “La Microeconomía se ocupa del estudio de cómo los hogares y las empresas toman sus decisiones e interactúan entre sí en los mercados”.

**Mapa N° 5.** Parroquia de La Merced



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado  
Parroquial de La Merced. 2012

### 2.2.1. SUSTENTO ECONÓMICO PARROQUIA DE LA MERCED

La agricultura, es la actividad económica primaria a la que se dedican las familias de ésta parroquia, seguidas por la crianza de animales menores como cuyes, cerdos, aves de corral, borregos, en cuanto a ganado vacuno es menor su crianza, pues en los últimos tiempos ya no se cuenta con pastos para su alimentación. En la actualidad también se está desarrollando de manera paulatina la apicultura.

Hay que destacar que son las mujeres quienes se dedican en su mayoría a la estas actividades, pues se han convertido en generadoras de

ingresos para el hogar, en algunos casos son ellas las que mayor aportan económicamente para el desarrollo de sus familias.

**Foto N° 19.** Feria local Barrio San Francisco



**Fuente:** Autora

En los barrios como la Cocha, Santa Ana, Santa Rosa, San Vicente y Virgen de Lourdes, las mujeres se han organizado para crear huertos orgánicos y pequeñas granjas integrales, que no solamente sirven para la alimentación de sus familias sino también para la comercialización de sus productos, contribuyendo a la dinamización de la economía del sector, a pesar de que en algunos barrios no hay servicio de transporte público, no hay vías con acceso directo a la parroquia, pues esto no ha sido impedimento para el desarrollo agropecuario, pero es un limitante que hay que tomar muy en cuenta.

Hay factores como la baja en la producción agrícola, la falta de sitios para la comercialización de los productos, vías en mal estado, falta de transporte, que han incidido para que los hombres o jefes de familia emigren a otros sectores en busca de trabajo, la mayoría de ellos en el sector de la construcción.

Un sector secundario dentro de la actividad económica de la parroquia, es la gastronomía, aquí se prepara el hornado, el cuy, las tortillas de maíz, los fines de semana y feriados que se tiene afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

**Foto N° 20.** Locales de cuyes y hornado



**Fuente:** Autora 2013

La Merced, es una parroquia que se encuentra dentro del Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha, cuenta con una extensión territorial de 19,84 km<sup>2</sup>, a una altura de 2.598 msnm y con un clima muy agradable cuya temperatura promedio oscila entre los 8° y los 14,8° C.

La parroquia es muy visitada por turistas, ya sea por sus balnearios de aguas termales, atractivos culturales como la pintura, la artesanía en telares, la escultura, la música ya sea ésta manifestada por bandas o el tradicional pinguillero. Estas son actividades que directa o indirectamente dinamizan la economía de la parroquia.

La Merced es una parroquia, que posee una economía de subsistencia, ya que sus habitantes al dedicarse a la agro producción,

tienen garantizada la alimentación de sus familias, en cuanto a los víveres, útiles de aseo y otros productos necesarios básicos, los adquieren en tiendas de la localidad o mercados cercanos como en Sangolquí.

#### **2.2.1.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

##### **✓ BALNEARIO TERMAS LA MERCED**

**Ubicación:** Barrio Central

**Tipo de turismo:** Turismo Recreativo

**Origen de turistas:** Nacionales y Extranjeros

**Tipo de administración:** Privado

Foto N° 21. Balneario Termas La Merced (aguas termales)



Fuente: Autora

✓ **BALNEARIO ILALÓ**

**Ubicación:** Barrio Guantugloma

**Tipo de turismo:** Turismo Recreativo

**Origen de turistas:** Nacionales y Extranjeros

**Tipo de administración:** Privado

**Foto N° 22.** Balneario Ilaló (aguas termales)



**Fuente:** Autora

✓ **TENTADERO CORDOVÉZ**

**Ubicación:** Barrio Guantugloma

**Tipo de turismo:** Recreativo - selectivo

**Origen de turistas:** Nacionales y Extranjeros

**Tipo de administración:** Privado

**Foto N° 23.** Tentadero Cordovez



**Fuente:** Autora 2013

✓ **PISCINAS QUINTA KAMILA**

**Ubicación:** Barrio La Cocha

**Tipo de turismo:** Turismo Recreativo

**Origen de turistas:** Nacionales

**Tipo de administración:** Privado

**Foto N° 24.** Piscinas Quinta Kamila



**Fuente:** Autora



✓ **TENTADERO LAS PARAMBAS**

**Ubicación:** Barrio La Cocha

**Tipo de turismo:** Turismo Recreativo

**Origen de turistas:** Nacionales

**Tipo de administración:** Privado

**Foto N° 25.** Tentadero Las Parambas



**Fuente:** Autora

✓ **CAMPAMENTO NUEVA VIDA**

**Ubicación:** Barrio Curiquingue

**Tipo de turismo:** Turismo estadía, eventos, alojamiento

**Origen de turistas:** Nacionales y Extranjeros

**Tipo de administración:** Privado

Foto N° 26. Campamento Nueva Vida



Fuente: Autora

✓ **CLUB NAVAL**

**Ubicación:** Barrio Central

**Tipo de turismo:** Turismo Recreativo

**Origen de turistas:** Nacionales y Extranjeros

**Tipo de administración:** Privado

**Foto N° 27.** Club Naval



**Fuente:** Autora

✓ **CENTRO TURÍSTICO LA COCHA**

**Ubicación:** Barrio El Vergel

**Tipo de turismo:** Turismo

**Origen de turistas:** Local y Nacional

**Tipo de administración:** Comunitario

**Foto N° 28.** Centro Turístico La Cocha



**Fuente:** Autora

✓ **MIRADOR VIRGEN DE LOURDES**

**Ubicación:** Barrio Virgen de Lourdes

**Tipo de turismo:** Turismo Religioso, ecológico

**Origen de turistas:** Local y Nacional

**Tipo de administración:** Público

**Foto N° 29.** Mirador Virgen de Lourdes



**Fuente:** Autora

✓ **SENDERO PASO ILALÓ**

**Ubicación:** Comuna San Francisco de Baños

**Tipo de turismo:** Ecológico

**Origen de turistas:** Local y Nacional

**Tipo de administración:** Comunitario

**Foto N° 30.** Sendero Paso Ilaló



**Fuente:** Autora

### 2.2.2. CLIENTES

De acuerdo con Varela V. Rodrigo “Una empresa solo tiene sentido cuando existen personas con real interés en acceder a los bienes o servicios que ella ofrece”.

Los clientes del establecimiento son todas aquellas personas que visiten la parroquia de la Merced, siendo turistas nacionales y extranjeros.

### 3.2.3. PROVEEDORES

A continuación se detalla los proveedores que se considerarán para la adquisición de los requerimientos del establecimiento.

**Tabla N° 8.** Lista de proveedores

EMPRESA/ PROPIETARIO	PRODUCTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
CREDI COMPU	Equipos de computación	Parroquia La Merced – parque central	0995446806
VITRINAS BUENAÑO	Artículos en acero inoxidable	Av. Diego de Vásquez	2483015 0987945616
MUEBLECOM	Equipo de Oficina	Av. América N16-51 y Rio de Janeiro	2239147 0992802165
MARCIMEX	Electrodomésticos	Av. Gral. Enríquez 2969, Sangolquí	3214880
SILVIA MOROCHO	Sábanas/Edredones	Av. Ilaló y Miami Boulevard, La Merced	092971912

Elaborado por: Autora

#### **2.2.4. COMPETENCIA**

En el sector existen algunos establecimientos que ofrecen servicios de alimentación tales como restaurantes, los puestos de venta alrededor de los balnearios, las ferias que se realiza en los barrios San Francisco y Virgen de Lourdes y los campamentos que ofertan servicios de alojamiento y alimentación.

##### **Análisis:**

La competencia es una oportunidad para el establecimiento, la cual permite ofrecer servicios de alojamiento y alimentación de calidad satisfaciendo las necesidades de los clientes.

#### **2.2.5. SERVICIOS**

Los servicios que se ofrecen el sector turístico – hotelero son:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Alimentación



## 2.2.6. FORMATO DE ENCUESTA

### DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se consideró como población o universo a todos los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, siendo 2'239.191 habitantes, según el censo del año 2010.

Se realiza un muestreo aleatorio simple porque se selecciona aleatoriamente uno por uno a los habitantes del Cantón Quito, ya que todos tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra.

### SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Se conoce como tamaño de la muestra a un conjunto de elementos o individuos de una población, escogidos para obtener información de los mismos de tal manera que nos indiquen una información general aproximada de la población total.

Se aplicará la siguiente fórmula para poblaciones infinitas (superiores o iguales a 30000 unidades) para obtener la muestra:

$$n = \frac{Z^2PQ}{e^2}$$

**Dónde:**

n = Tamaño de la muestra

N = Población (Universo a investigar)

z = Margen de confiabilidad (expresado en desviación estándar)

P = Probabilidad de que el evento ocurra.

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra.

e = Error de estimación

**Datos:**

$$N = 2'239.191 \text{ habitantes}$$

$$z = 1.96$$

$$P = 0,50$$

$$Q = 0,50$$

$$e = 0.05$$

**CÁLCULO DE LA MUESTRA:**

$$n = \frac{z^2 PQ}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385$$

Al aplicar la fórmula de muestreo proporcional para población infinita se obtiene como resultado 385 encuestas, las cuales se van a realizar en los diferentes lugares turísticos de la Parroquia de La Merced.

**ENCUESTA**

**Objetivo:** Realizar un estudio para identificar las necesidades sobre la infraestructura a los turistas que se dirigen a la Parroquia de La Merced.

**Instrucciones:**

- 1.- Responda con sinceridad a las preguntas que se plantea a continuación.
- 2.- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva.
- 3.- Señale con un X en el lugar que usted considera conveniente.

**INFORMACIÓN GENERAL**

**Edad**

- |              |                          |                |                          |
|--------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 0 – 20 años  | <input type="checkbox"/> | 41 – 60 años   | <input type="checkbox"/> |
| 21 – 40 años | <input type="checkbox"/> | Más de 61 años | <input type="checkbox"/> |

**Género**

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

**Ingresos**

- |                 |                          |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| \$ 200          | <input type="checkbox"/> | \$ 401 – \$ 600 | <input type="checkbox"/> |
| \$ 201 – \$ 400 | <input type="checkbox"/> | Más \$ 601      | <input type="checkbox"/> |

**SELECCIONE UNA RESPUESTA**

1. **¿Por qué motivo usted visita la Parroquia de La Merced?**  
 Trabajo       Turismo       Familia       Salud
2. **¿Con qué frecuencia usted visita la Parroquia de La Merced?**  
 Diario       Semanal       Mensual       Anual
3. **¿Usted visita la Parroquia de La Merced en?**  
 Días Normales       Fines de Semana   
 Feriados       Días Festivos
4. **¿Cuál de los siguientes lugares usted conoce y visita con frecuencia?**  
 Balneario de La Merced       Campamento Nueva Vida       Piscinas Quinta Camila   
 Balneario Las Termas       Club Naval       Centro turístico La Cocha   
 Balneario Ilaló       Quinta La Corteza
5. **¿Nombre los establecimientos hoteleros en los que usted se ha hospedado cuándo visita la Parroquia de La Merced?**  
 Campamento Nueva Vida       Hostería del Río       La Quinta   
 Campamento Bautista       Hostería Castillo del Valle       Turistingo
6. **¿Con cuántas personas visita y se aloja en un establecimiento hotelero?**  
 Solo       Entre 2       De 3 a 6       Más de 7
7. **¿Cuántos días promedio permanece hospedado en el establecimiento hotelero?**  
 Un Día       Dos días       Tres días
8. **¿Cuál es el promedio de gastos realizado en su última visita a un establecimiento hotelero?**  
 \$ 20       \$ 41 – \$ 60   
 \$ 21 – \$ 40       \$ Más de \$ 61
9. **¿Cómo califica la atención y el servicio que ha recibido en el establecimiento hotelero?**  
 Excelente       Muy bueno       Bueno       Malo
10. **¿Cuál de los siguientes servicios usted considera importante para hospedarse en un establecimiento hotelero?**  
 Atención personalizada       Habitaciones cómodas       Banquetes   
 Variedad en la alimentación       Organización de eventos       Agua Caliente   
 Tarifas       Piscina
11. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios de alojamiento y alimentación que le oferten en el hotel?**  
 \$ 10       \$ 21 – \$ 30   
 \$ 11 – \$ 20       Más de \$ 30
12. **¿Cree usted que se debe construir un hotel en la Parroquia de La Merced que brinde servicios de alojamiento y alimentación de calidad?**  
 Si       No

¿Por qué considera que debería construirse el hotel? .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## 2.2.7. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Luego de haber aplicado la encuesta a 385 personas se obtuvo los siguientes resultados:

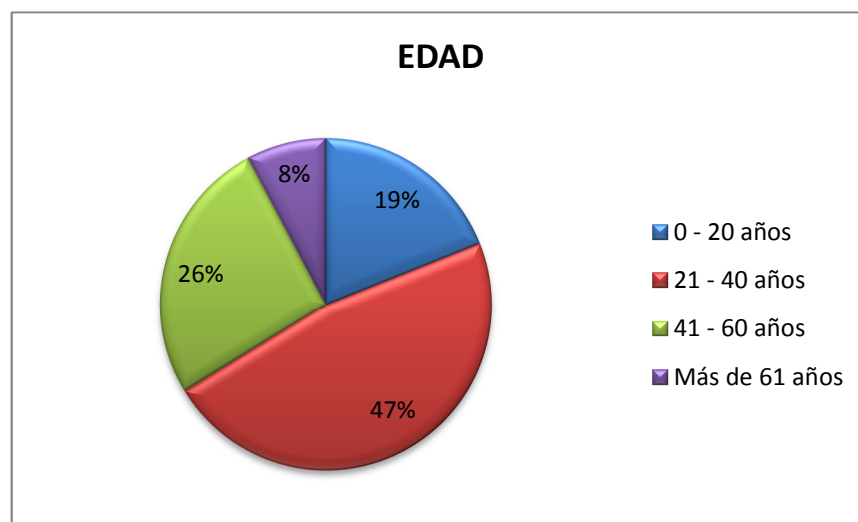
**Tabla N° 9.** Edad

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
0 - 20 años	73	19%	19%
21 - 40 años	182	47%	66%
41 - 60 años	100	26%	92%
Más de 61 años	30	8%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 4.** Edad



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

Existen 182 personas comprendidas entre 21 y 40 años que representan el 47%, 100 personas entre 41 a 60 años lo cual es el 26%, seguido por el grupo de 73 personas que es el 19% y por último 30 personas mayores de 61 años siendo su porcentaje del 8%.

Estos resultados son positivos para el establecimiento porque el mayor porcentaje de las personas se encuentran en la Población Económicamente Activa, por lo cual tienen mayor poder adquisitivo, posibilidades de gastar en turismo y por ende pagar servicios de alojamiento y alimentación en el hotel, a la vez los jóvenes promueven y difunden los lugares atractivos de la parroquia.

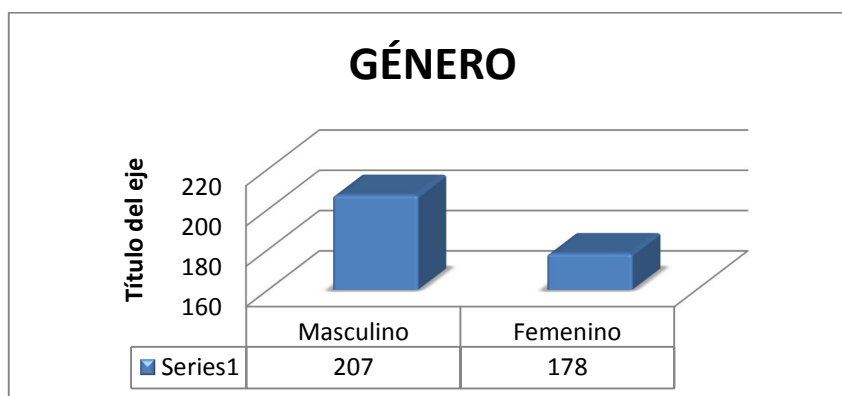
**Tabla N° 10.** Género

<b>ITEMS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>	<b>ACUMULADO</b>
Masculino	207	54%	54%
Femenino	178	46%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 5. Género**



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

De las encuestas realizadas, 207 personas son hombres y 178 mujeres, lo cual representa el 54% y 46% respectivamente.

Como se puede observar los hombres realizan mayor turismo interno en el país, siendo los posibles futuros clientes del establecimiento y difusores de su existencia a más personas que visiten el lugar.

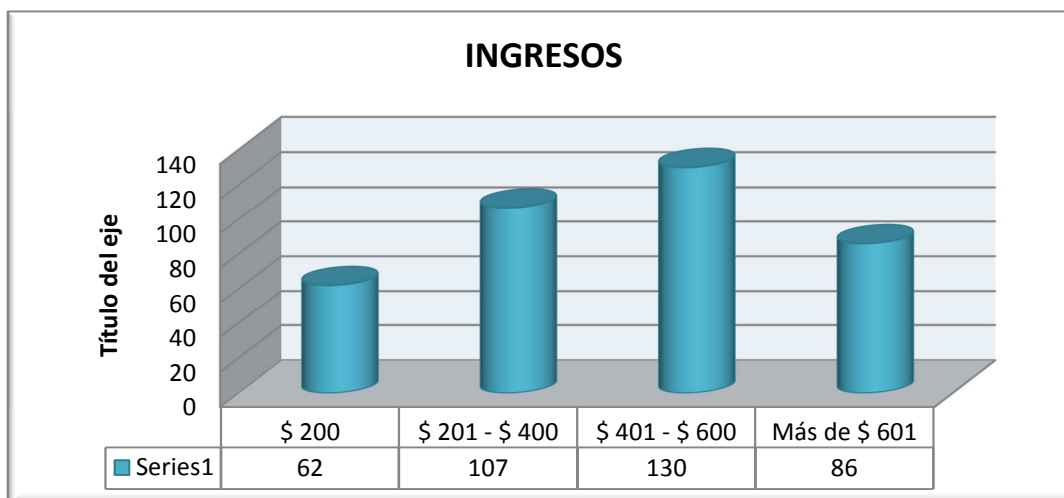
**Tabla N° 11. Ingresos**

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
\$ 200	62	16%	16%
\$ 201 - \$ 400	107	28%	44%
\$ 401 - \$ 600	130	34%	78%
Más de \$ 601	86	22%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 6. Ingresos**



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Análisis:**

De las personas encuestadas tienen un ingreso entre \$401 y \$600 siendo el 34%, seguido por ingresos entre \$201 y \$400 con un 28%, un 22% de las personas tienen unos ingresos superiores a \$600 y un 16% tienen ingresos de \$200.

Esta información es positiva para el establecimiento ya que las personas que visitan la parroquia tienen la posibilidad de consumir los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece el hotel.

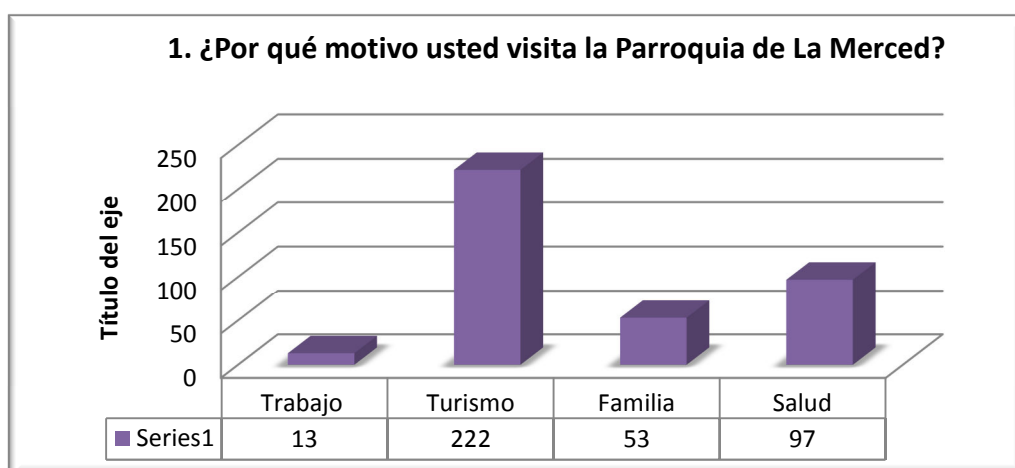
**Tabla N° 12.** ¿Por qué motivo usted visita la Parroquia de La Merced?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Trabajo	13	3%	3%
Turismo	222	58%	61%
Familia	53	14%	75%
Salud	97	25%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 7.** ¿Por qué motivo usted visita la Parroquia de La Merced?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

### Análisis:

El 58% de las personas encuestadas visitan la parroquia de La Merced por turismo, el 25% por salud, el 14% por la familia y el 3% por trabajo.



La mayor parte de personas encuestadas visitan la parroquia por ser un lugar tranquilo y atractivo, de clima cálido, aire puro. En especial las personas mayores a 60 años visitan la parroquia por los balnearios de aguas termales y los beneficios curativos de las mismas.

Esto es positivo para el establecimiento ya que a éstas personas les gustaría quedarse más días en el lugar y disfrutar el ambiente, por tal motivo es necesario un lugar para alojamiento.

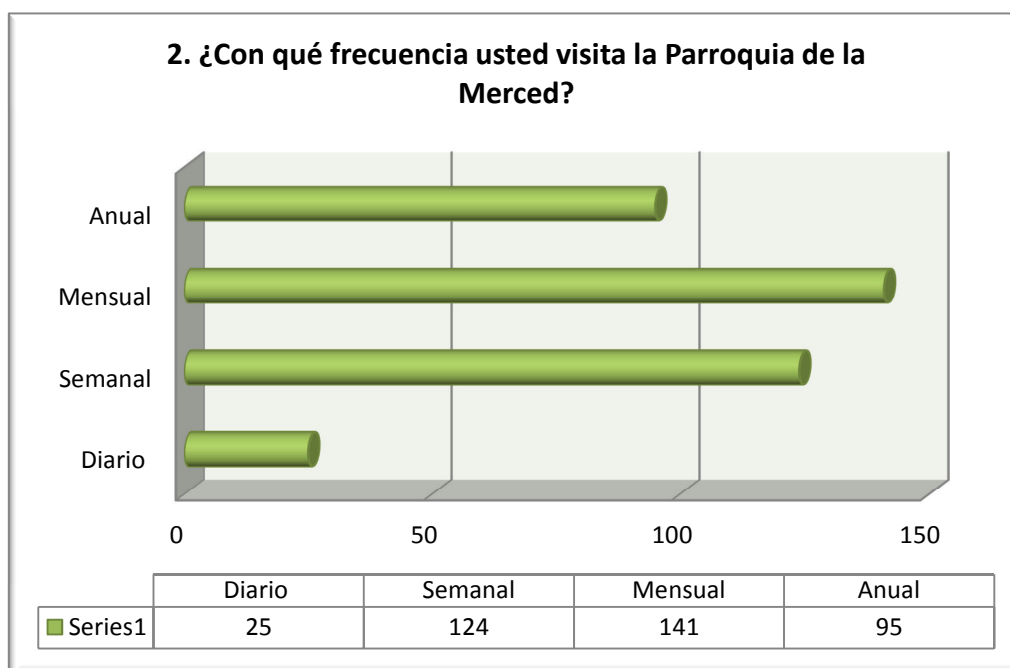
**Tabla N° 13.** ¿Con qué frecuencia usted visita la Parroquia de la Merced?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Diario	25	6%	6%
Semanal	124	32%	39%
Mensual	141	37%	75%
Anual	95	25%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 8.** ¿Con qué frecuencia usted visita la Parroquia de la Merced?



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

De las encuestas realizadas el 37% de las personas visitan la parroquia de La Merced de manera mensual, el 32% semanal, el 25% anual y el 6% diario.

Estos resultados son positivos ya que se puede observar la necesidad de un establecimiento que brinde servicios de alojamiento y alimentación en el lugar que satisfaga las necesidades y deseos de los clientes que lo visiten.

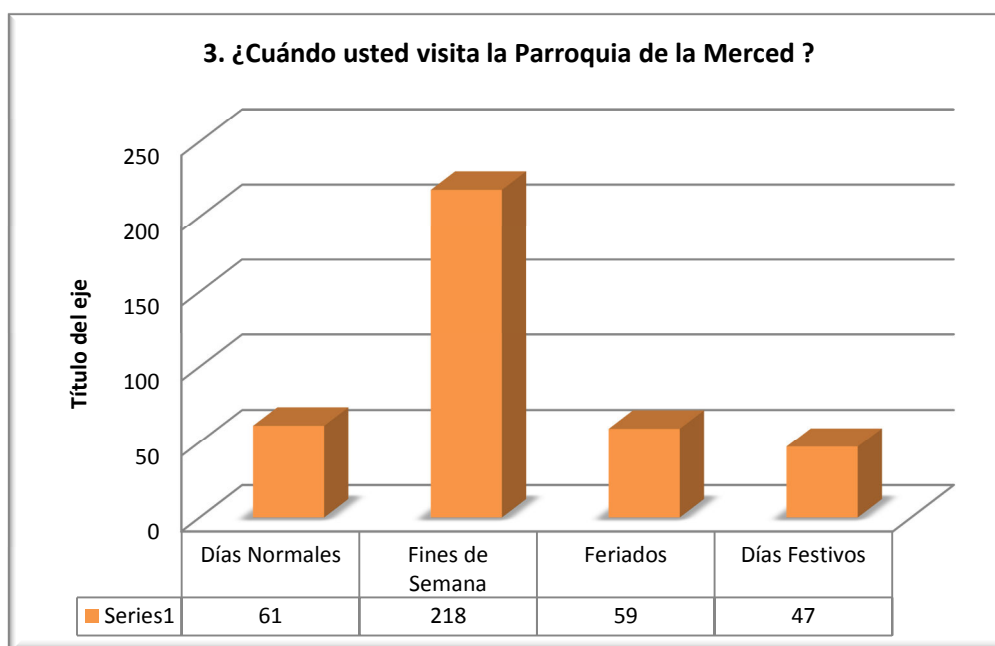
**Tabla N° 14.** ¿Cuándo usted visita la Parroquia de la Merced?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Días Normales	61	16%	16%
Fines de Semana	218	57%	72%
Ferados	59	15%	88%
Días Festivos	47	12%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 9.** ¿Cuándo usted visita la Parroquia de la Merced?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

### Análisis:

El 57% de las personas encuestadas visitan la parroquia los fines de semana, el 16% en días normales, el 15% en feriados y el 12% en días festivos.

Estos resultados son positivos para el establecimiento ya que se puede realizar publicidad y propaganda del lugar en feriados, en especial en las fiestas tradicionales del mismo.

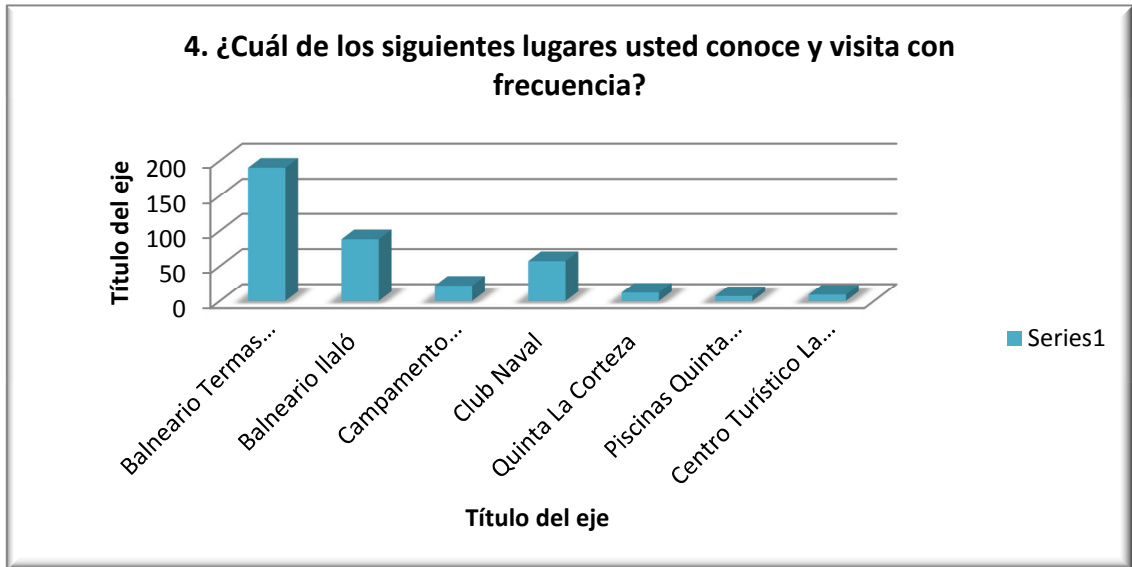
**Tabla N° 15.** ¿Cuál de los siguientes lugares usted conoce y visita con frecuencia?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Balneario Termas La Merced	190	49%	49%
Balneario Ilaló	88	23%	72%
Campamento Nueva Vida	22	6%	78%
Club Naval	57	15%	93%
Quinta La Corteza	12	3%	96%
Piscinas Quinta Kamila	7	2%	98%
Centro Turístico La Cocha	9	2%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 10.** ¿Cuál de los siguientes lugares usted conoce y visita con frecuencia?



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

El 49% de las personas encuestadas conocen y visitan el Balneario Termas la Merced, el 23% el Balneario Ilaló, el 15% el Club Naval, el 6% el Campamento Nueva Vida, el 3% Quinta la Corteza y el 2% Piscinas Quinta Kamila y el Centro Turístico La Cocha.

Los dos balnearios son conocidos y visitados con mayor frecuencia por los beneficios curativos de las aguas termales, el Club Naval por eventos especiales de la fuerza terrestre, aérea y naval, el Campamento Nueva Vida por programas vacacionales y la Quinta la Corteza por eventos sociales en especial matrimonios y los últimos no son muy frecuentados.

Estos indicadores son positivos para el establecimiento ya que determinan que no se debe construir piscinas en el mismo, por lo tanto se debe realizar convenios turísticos con los dos balnearios, piscinas Quinta Kamila y el Centro Turístico la Cocha, siendo éstos establecimientos que cuentan con piscinas.

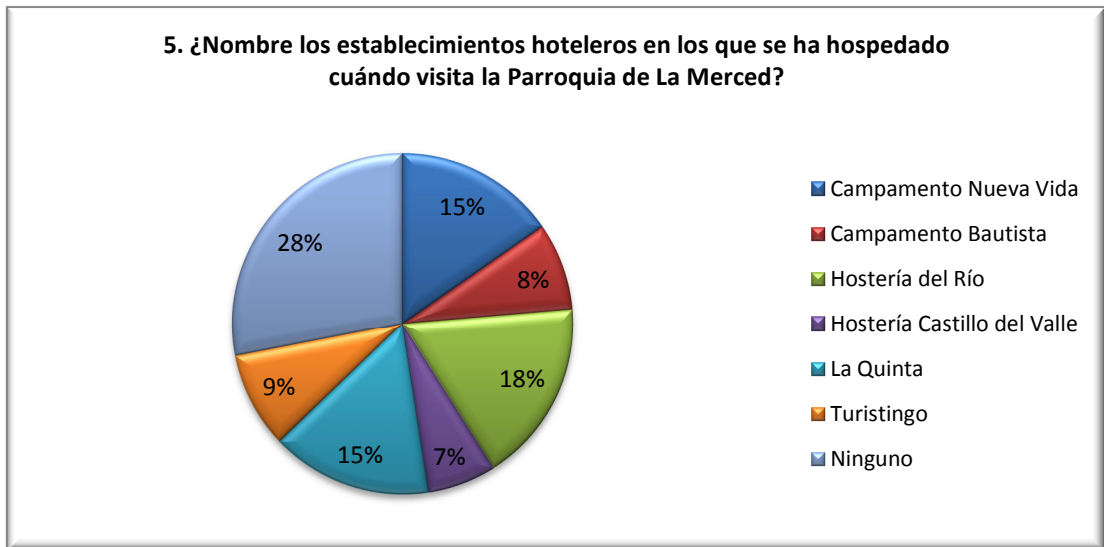
**Tabla N° 16.** ¿Nombre los establecimientos hoteleros en los que se ha hospedado cuándo visita la Parroquia de La Merced?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Campamento Nueva Vida	59	15%	15%
Campamento Bautista	32	8%	24%
Hostería del Río	67	17%	41%
Hostería Castillo del Valle	25	6%	48%
La Quinta	59	15%	63%
Turistingo	35	9%	72%
Ninguno	108	28%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 11.** ¿Nombre los establecimientos hoteleros en los que se ha hospedado cuándo visita la Parroquia de La Merced?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

### **Análisis:**

El 28% de las personas no se han hospedado en ninguno de los establecimientos propuestos, en unos casos por la falta de conocimiento de los mismos y porque prefieren otros lugares, el 17% se ha hospedado en la Hostería del Río, 15% en el Campamento Nueva Vida y en la Quinta, 9% en Turistingo, 8% en el Campamento Bautista y el 6% en la Hostería Castillo del Valle.

Estos resultados son favorables ya que las hosterías se encuentran alejadas de la parroquia y el establecimiento se construiría en el centro de la misma, dando ventaja a los clientes de permanecer mayor tiempo en los balnearios y tener un lugar para alojarse cerca.

**Tabla N° 17.** ¿Con cuántas personas visita y se aloja en un establecimiento hotelero?

<b>ITEMS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>	<b>ACUMULADO</b>
Solo	25	6%	6%
Entre 2	112	29%	36%
De 3 a 6	203	53%	88%
Más de 7	45	12%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 12.** ¿Con cuántas personas visita y se aloja en un establecimiento hotelero?



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

De las personas encuestadas el 53% visitan y se alojan en un establecimiento hotelero de 3 a 6 personas, el 29% entre dos personas, el 12% más de 7 personas y el 6% solos.

Esto es un aspecto positivo para el hotel ya que la mayoría de personas visitan y se alojan en un establecimiento hotelero con más de tres personas, lo cual representa a una familia, por lo tanto se debe diseñar habitaciones con capacidad para familias.



**Tabla N° 18.** ¿Cuántos días promedio permanece hospedado en el establecimiento hotelero?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Un día	87	23%	23%
Dos días	201	52%	75%
Tres días	97	25%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 13.** ¿Cuántos días promedio permanece hospedado en el establecimiento hotelero?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

### Análisis:

El 52% de las personas encuestadas permanecen hospedados 2 días promedio en un establecimiento hotelero, el 25% tres días y el 23% un día.

Por tanto se puede mencionar que el establecimiento tendría mayor afluencia de visitantes dos días y en especial los fines de semana, por lo tanto se debe realizar programas turísticos, estrategias con los balnearios, paquetes promocionales para dar a conocer la parroquia a más personas.

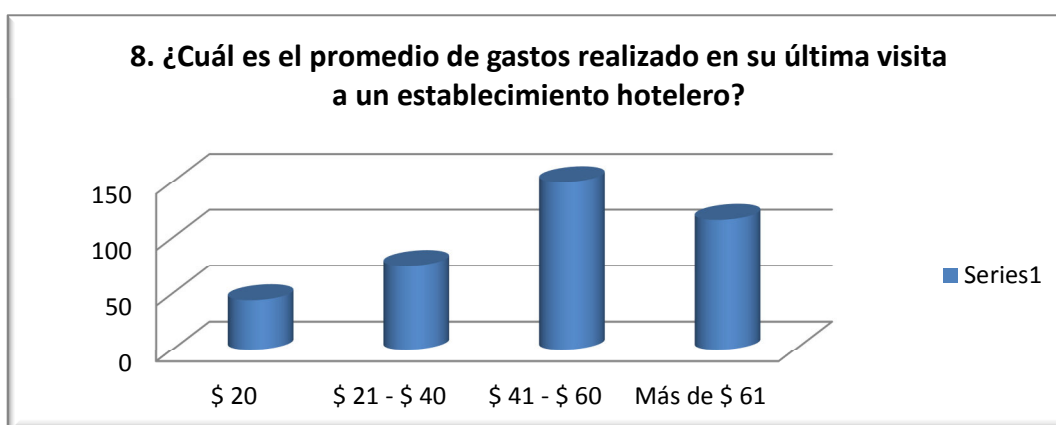
**Tabla N° 19.** ¿Cuál es el promedio de gastos realizado en su última visita a un establecimiento hotelero?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
\$ 20	44	11%	11%
\$ 21 - \$ 40	75	19%	31%
\$ 41 - \$ 60	150	39%	70%
Más de \$ 61	116	30%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 14.** ¿Cuál es el promedio de gastos realizado en su última visita a un establecimiento hotelero?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

### Análisis:

De las personas encuestadas el 39 y 30% el promedio de gastos realizados en su última visita a un establecimiento hotelero es de \$41 a \$60 y superior a \$61 respectivamente y la diferencia del 30% de \$20 a \$40.

Esta información es positiva ya que con la tarifa de gastos realizados en su última visita a un establecimiento hotelero permite establecer el tipo de demanda al que va a ser dirigido el hotel, el cual sería clase media.

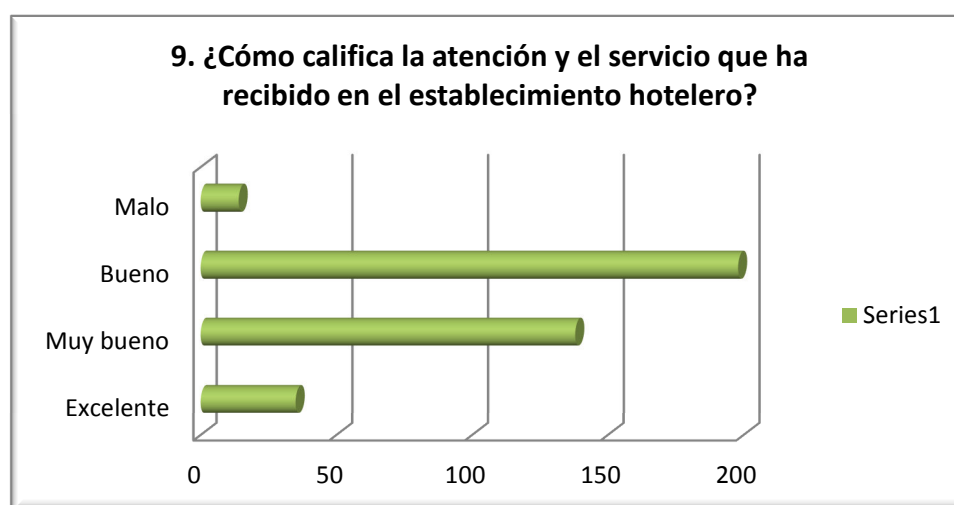
**Tabla N° 20.** ¿Cómo califica la atención y el servicio que ha recibido en el establecimiento hotelero?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Excelente	35	9%	9%
Muy bueno	138	36%	45%
Bueno	198	51%	96%
Malo	14	4%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 15.** ¿Cómo califica la atención y el servicio que ha recibido en el establecimiento hotelero?



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

De las personas encuestadas el 51 y 36% califican la atención y el servicio que han recibido en un establecimiento hotelero bueno y muy bueno respectivamente, el 9% excelente y 4% como malo.

Estos resultados son parámetros para que el establecimiento mejore los estándares de calidad en base a las necesidades de los clientes y oferte servicios de alojamiento y alimentación de calidad y que de esta manera los clientes sean la mejor publicidad y difusión del hotel a más personas.

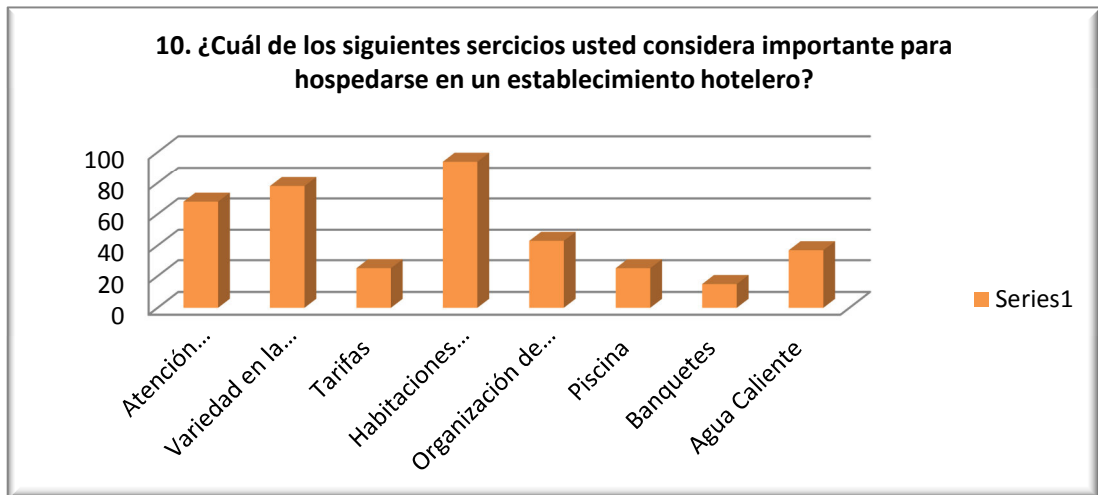
**Tabla N° 21.** ¿Cuál de los siguientes servicios usted considera importante para hospedarse en un establecimiento hotelero?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Atención Personalizada	68	18%	18%
Variedad en la alimentación	78	20%	38%
Tarifas	25	6%	44%
Habitaciones cómodas	94	24%	69%
Organización de eventos	43	11%	80%
Piscina	25	6%	86%
Banquetes	15	4%	90%
Agua Caliente	37	10%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

**Gráfico N° 16.** ¿Cuál de los siguientes servicios usted considera importante para hospedarse en un establecimiento hotelero?



**Fuente:** Observación de Campo

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis:**

Las personas encuestadas para hospedarse en un establecimiento hotelero consideran importante los siguientes servicios: 24% habitaciones cómodas, 20% variedad en la alimentación, 18% atención personalizada, 11% organización de eventos, 10% agua caliente, 6% tarifas y piscinas y el 4% banquetes.

En especial los clientes prefieren un lugar cómodo para alojarse y variedad en la alimentación, por lo tanto el establecimiento debe ofrecer servicios de calidad y de esta manera fidelizar clientes.

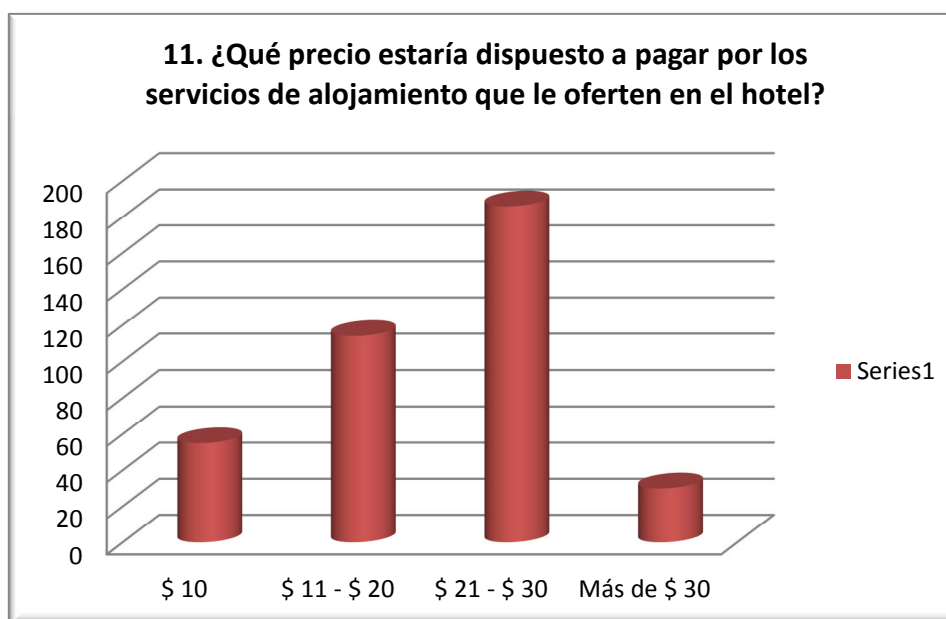
**Tabla N° 22.** ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios de alojamiento que le oferten en el hotel?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
\$ 10	55	14%	14%
\$ 11 - \$ 20	114	30%	44%
\$ 21 - \$ 30	186	48%	92%
Más de \$ 30	30	8%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 17** ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios de alojamiento que le oferten en el hotel?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

## Análisis:

De las personas encuestadas el 48% estarían dispuestos a pagar por los servicios de alojamiento que le oferten en el hotel de \$ 21 a \$ 30, el 30% de \$11 a \$20, el 14% \$10 y el 8% más de \$30.

Con los resultados obtenidos se puede establecer las tarifas para los servicios de alojamiento y alimentación que oferte el establecimiento, con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes para que se sientan cómodos y paguen por servicios de calidad.

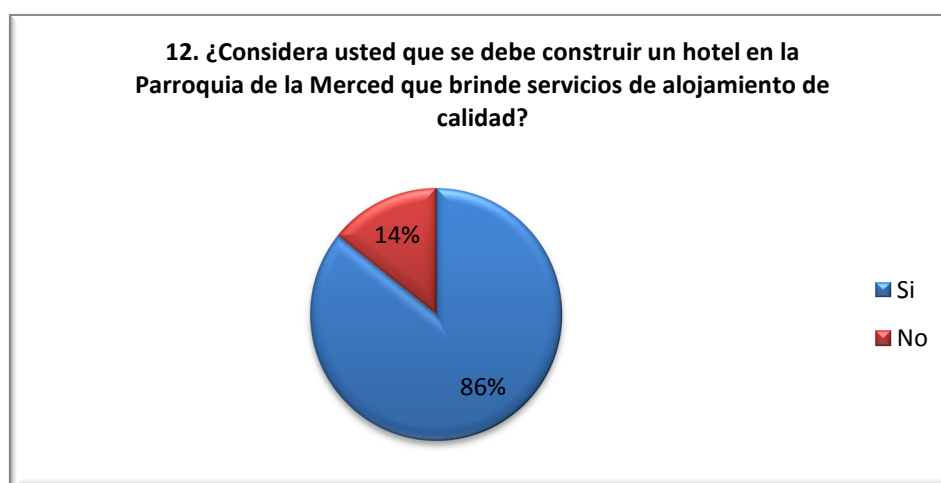
**Tabla N° 23.** ¿Considera usted que se debe construir un hotel en la Parroquia de la Merced que brinde servicios de alojamiento de calidad?

ITEMS	FRECUENCIA	%	ACUMULADO
Si	330	86%	86%
No	55	14%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 18.** ¿Considera usted que se debe construir un hotel en la Parroquia de la Merced que brinde servicios de alojamiento de calidad?



Fuente: Observación de Campo

Elaborado por: Autora

**Análisis:**

El 86% de las personas encuestadas consideran que si se debería construir un hotel en la Parroquia de La Merced que brinde servicios de alojamiento de calidad porque es un lugar tranquilo, de clima cálido, aire puro y porque les gustaría quedarse más tiempo y descansar.

En cambio el 14% considera que no sería conveniente construir el hotel porque no hay programas turísticos de otros lugares para frecuentar, música, ambiente en las tardes y noches. En algunos casos las personas que frecuentan la parroquia viven cerca a la misma.

La construcción del establecimiento hotelero en la Parroquia de La Merced es positiva porque no existe una oferta de hospedaje en el sector y su implementación ayudaría a dinamizar la economía del lugar.



### **2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO**

- ✓ El sector turístico en los últimos años ha generado fuentes de empleo en todo el país, el cual estimula el crecimiento económico del mismo por lo tanto la construcción del establecimiento hotelero en la parroquia de la Merced ayudaría a mejorar la economía de la misma.
- ✓ La tasa de interés activa en los últimos años se ha mantenido estable siendo positivo para poder acceder a créditos financieros para la construcción del establecimiento hotelero.
- ✓ La falta de programas turísticos de la parroquia no permiten que las personas conozcan los demás lugares atractivos de la misma, motivo por el cual frecuentan los balnearios Termas la Merced e Ilaló, por lo tanto el establecimiento debe realizar estrategias con los mismos.
- ✓ Se concluye que se debe construir el hotel en la parroquia de La Merced ya que la mayoría de personas no conocen lugares cercanos para hospedarse y quedarse más tiempo en el lugar.

## CAPÍTULO III

### 3. PROPUESTA

#### 3.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

##### Objetivo del Estudio Organizacional

Determinar la estructura organizacional para el funcionamiento del establecimiento.

##### 3.1.1. TIPO DE EMPRESA

Las características del establecimiento previo al ejercicio de las actividades turísticas tendrá la necesidad de:

#### LA CONSTITUCIÓN DE EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

De acuerdo a la Ley para Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, para constituirse son necesarios los siguientes requisitos:

- ✓ **Constitución:** mediante escritura pública, aprobación por el juez de lo civil, publicación de extracto en periódico, inscripción en el registro mercantil: fecha desde cuando tiene existencia legal.
- ✓ **Capital:** es el monto designado por el Gerente – Propietario para la actividad: no puede ser inferior a producto de la multiplicación de la remuneración básica unificada (US \$318) del trabajador en general, por diez (total: \$3.180). Si baja el capital, el propietario debe aumentar el capital dentro de 6 meses. Si no lo hace, la EURL entra en liquidación.

- ✓ **Denominación:** Está conformada por el nombre o iniciales del Gerente – Propietario más la expresión “Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada” o sus iniciales “E.U.R.L”.

### 3.1.2. NOMBRE DE LA EMPRESA

#### ***“HOTEL PUMAMAQUI”***

Se escogió este nombre ya que el pumamaqui es una planta nativa del lugar que se encuentra en el cerro Ilaló, el cual sirve para hacer cedazos.

#### **SLOGAN**

#### ***“Un lugar para disfrutar”***

El slogan surge por el clima, el aire puro y la tranquilidad del lugar.

#### **LOGO**



### **3.1.3. FILOSOFÍA DE LA EMPRESA**

#### **MISIÓN**

Brindar servicios de alojamiento y alimentación bajo estándares de calidad para fortalecer el turismo en la Parroquia más joven del Distrito Metropolitano de Quito “La Merced”.

#### **VISIÓN**

Ser un hotel líder en cinco años en la prestación de servicios de hospedaje y alimentación en la Parroquia de La Merced a todos quienes la visiten.

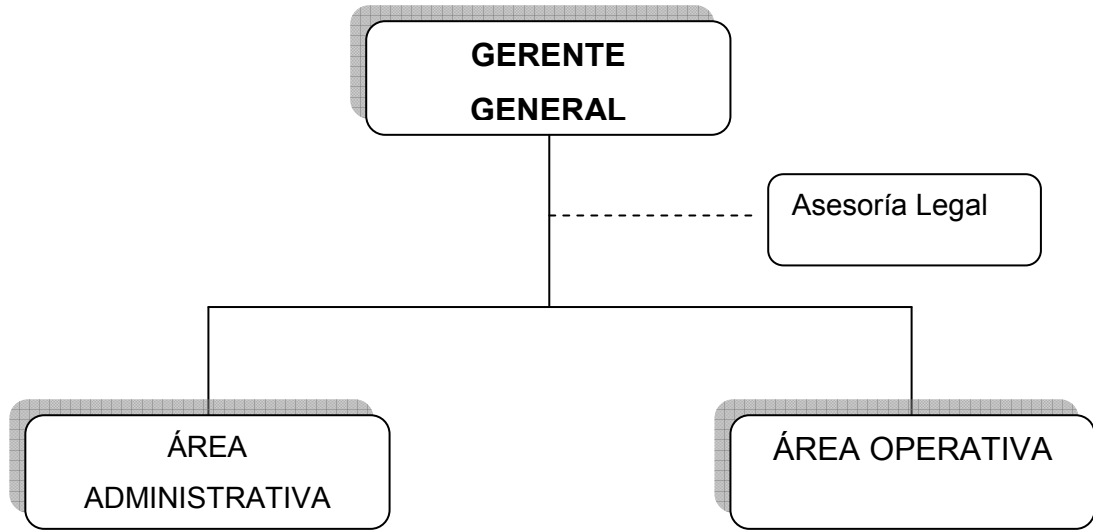
#### **VALORES CORPORATIVOS**

Los objetivos corporativos que se van a considerar son:

- ✓ Respeto.- tanto a clientes externos como internos para que haya un buen ambiente en el lugar.
- ✓ Responsabilidad.- cumplir con los estándares de calidad para satisfacer las necesidades del cliente.
- ✓ Compromiso
- ✓ Lealtad.- al hacer ofrecer servicios de calidad.

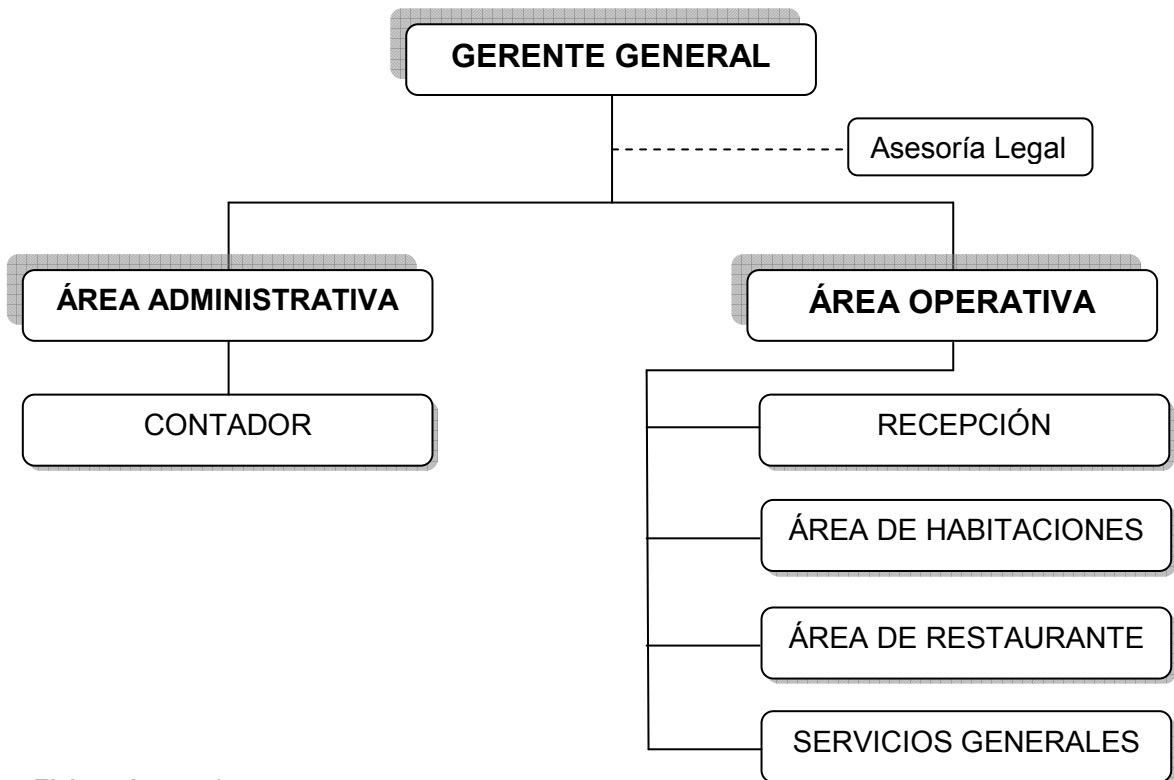
### 3.1.4. ORGANIGRAMAS

#### 3.1.4.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: Autora

#### 3.1.4.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado por: Autora

### 3.1.5. PERSONAL

Tabla N° 24. Lista de personal

CARGOS	N° EMPLEADOS	SUELDOS	TOTAL
Gerente	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Contador	1	\$ 328,12	\$ 328,12
Recepcionistas / Cajeras	2	\$ 318,64	\$ 637,28
Camareras	2	\$ 318,00	\$ 636,00
Cocinero	1	\$ 320,55	\$ 320,55
Ayudante de cocina/ mesero	1	\$ 318,00	\$ 318,00
Lavandera/ planchadora	1	\$ 318,00	\$ 318,00
Guardia	1	\$ 320,39	\$ 320,39
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>\$ 3.228,34</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales – Sueldos sectoriales

Elaborado por: Autora 2013

#### 3.1.5.1. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS

El personal del establecimiento será capacitado constantemente para ofrecer servicios de calidad en alojamiento y alimentación a los turistas.

**Tabla N° 25.** Perfil del Gerente General

<b>ÁREA:</b>  ADMINISTRATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  GERENTE GENERAL	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>  26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Controla r las operaciones y procedimientos que se realizan en el establecimiento con el fin de conseguir los objetivos planteados.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Coordinar con el personal que trabajará en el evento.</li> <li>✓ Motivar e incentivar al personal para obtener mayor rendimiento.</li> <li>✓ Tomar decisiones para el funcionamiento y bienestar del establecimiento</li> <li>✓ Controlar cada una de las áreas.</li> <li>✓ Planificar el trabajo para obtener los mejores resultados y cumplimiento de los objetivos.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 53 años	<b>GÉNERO:</b> Masculino o femenino
<b>REQUISITOS:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título en Administración de Empresas turísticas</li> <li>✓ Experiencia laboral tres años.</li> <li>✓ Conocimientos de inglés, contabilidad, relaciones públicas, marketing.</li> <li>✓ Cualidades de liderazgo y trabajo en equipo</li> <li>✓ Emprendedor</li> </ul>	
<b>HORARIO:</b> 8:30 a 17:00	

Elaborado por:Autora

**Tabla N° 26.** Perfil del Contador

<b>ÁREA:</b> ADMINISTRATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> CONTADOR	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  ✓ Llevar los registros contables del establecimiento, manejo y control del efectivo.	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Llevar el control mensual de los ingresos y egresos del establecimiento.</li> <li>✓ Elaborar los informes económicos y financieros, así como el presupuesto general de ejecución.</li> <li>✓ Elaborar la nómina del personal de manera mensual</li> <li>✓ Realizar el pago de los impuestos al estado.</li> <li>✓ Analiza la situación financiera para la toma de decisiones.</li> <li>✓ Realizar informes periódicos a gerencia.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 50 años	<b>GÉNERO:</b> Masculino o femenino
<b>REQUISITOS:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título en Auditoría y Finanzas</li> <li>✓ Carnet CPA (Colegio de Contadores)</li> <li>✓ Experiencia Laboral 2 años.</li> <li>✓ Conocimientos de inglés, contabilidad e informática.</li> <li>✓ Persona confiable.</li> </ul>	
<b>HORARIO:</b> 8:30 a 17:00	

Elaborado por: Autora



**Tabla N° 27.** Perfil de Recepcionista/ Cajera

<b>ÁREA:</b>	
OPERATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>
RECEPCIONISTA/CAJERA	26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar actividades relacionadas con la administración y atención al cliente.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención personalizada al cliente</li> <li>✓ Realizar las reservas de alojamiento</li> <li>✓ Recibir y cobrar dinero por los servicios</li> <li>✓ Verificar los pagos con tarjeta de crédito</li> <li>✓ Emitir facturas al cliente</li> <li>✓ Elaborar el reporte diario al departamento financiero</li> <li>✓ Realizar reservaciones del local</li> <li>✓ Llevar el control de las llaves de las habitaciones</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 40 años	<b>GÉNERO:</b> Masculino o Femenino
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título de tercer nivel</li> <li>✓ Experiencia laboral tres años.</li> <li>✓ Conocimientos de inglés, contabilidad básica, informática, atención al cliente</li> <li>✓ Persona Carismática</li> </ul>	
<b>HORARIO:</b> Rotativo	

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 28.** Perfil de Camareras

<b>ÁREA:</b> OPERATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> CAMARERA	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  ✓ Mantener el orden y limpieza de las habitaciones.	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  ✓ Conservar las habitaciones limpias, confortables y abastecidas de los útiles de aseo necesarios. ✓ Realizar reportes del estado de las habitaciones. ✓ Realizar servicio de compra y mensajería si el cliente lo solicita.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 50 años	<b>GÉNERO:</b> Femenino
<b>REQUISITOS:</b>  ✓ Bachiller ✓ Experiencia laboral tres años. ✓ Conocimientos en limpieza y atención al cliente ✓ Persona cuidadosa y honrada.	
<b>HORARIO:</b> Rotativo	

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 29.** Perfil del Cocinero

<b>ÁREA:</b> OPERATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> COCINERO	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  ✓ Preparar el menú cumpliendo las respectivas normas de aseo.	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  ✓ Supervisar los alimentos y el uso correcto de los utensilios de la cocina. ✓ Realizar la lista de compras.  ✓ Organizar al personal para los diferentes banquetes.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 50 años	<b>GÉNERO:</b> Masculino o Femenino
<b>REQUISITOS:</b>  ✓ Bachiller ✓ Experiencia laboral tres años. ✓ Conocimientos culinarios, platos típicos del Ecuador. ✓ Buena sazón.	
<b>HORARIO:</b> 8:30 a 17:00	

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 30.** Perfil del Ayudante de Cocina/ Mesero

<b>ÁREA:</b> OPERATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> AYUDANTE DE COCINA/ MESERO	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  ✓ Conservar el orden y limpieza del restaurante.	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  ✓ Limpiar, lavar, pelar, picar los alimentos de acuerdo a las especificaciones del cocinero.  ✓ Responsable del orden y aseo de la vajilla, ollas y demás utensilios de la cocina.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 50 años	<b>GÉNERO:</b> Masculino o Femenino
<b>REQUISITOS:</b>  ✓ Bachiller ✓ Experiencia laboral tres años. ✓ Conocimientos de cocina. ✓ Manejo de implementos de cocina.	
<b>HORARIO:</b> 8:30 a 17:00	

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 31.** Perfil de la lavandera/planchadora

<b>ÁREA:</b>  OPERATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  LAVANDERA / PLANCHADORA	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>  26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  ✓ Conservar el orden y limpieza de la mantelería, ropa blanca y uniformes del establecimiento.	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  ✓ Lavar, planchar y doblar la ropa blanca del establecimiento hotelero, mantelería y uniformes del personal.  ✓ Encargada del lavado y secado de toda la ropa enviada por los clientes.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 50 años	<b>GÉNERO:</b> Femenino
<b>REQUISITOS:</b>  ✓ Bachiller ✓ Experiencia laboral tres años. ✓ Conocimientos de la clasificación del lavado.	
<b>HORARIO:</b> 8:30 a 17:00	

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 32.** Perfil del Guardia

<b>ÁREA:</b>  OPERATIVA	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  GUARDIA DE SEGURIDAD	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>  26 /03/13
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>  ✓ Vigilar y cuidar la integridad de quienes se encuentren en el establecimiento.	
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</b>  ✓ Lavar, planchar y doblar la ropa blanca del establecimiento hotelero, mantelería y uniformes del personal.  ✓ Encargada del lavado y secado de toda la ropa enviada por los clientes.	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>EDAD:</b> 25 a 50 años	<b>GÉNERO:</b> Masculino
<b>REQUISITOS:</b>  ✓ Bachiller ✓ Experiencia laboral tres años en vigilancia. ✓ Conocimientos de armas. ✓ Persona responsable. ✓ Buen estado físico.	
<b>HORARIO:</b> 8:30 a 17:00	

Elaborado por: Autora

## **3.2. ESTUDIO TÉCNICO**

### **Objetivo del Estudio Técnico**

Definir las características del establecimiento hotelero, sus productos y servicios.

### **3.2.1. PLANOS E INFRAESTRUCTURA**

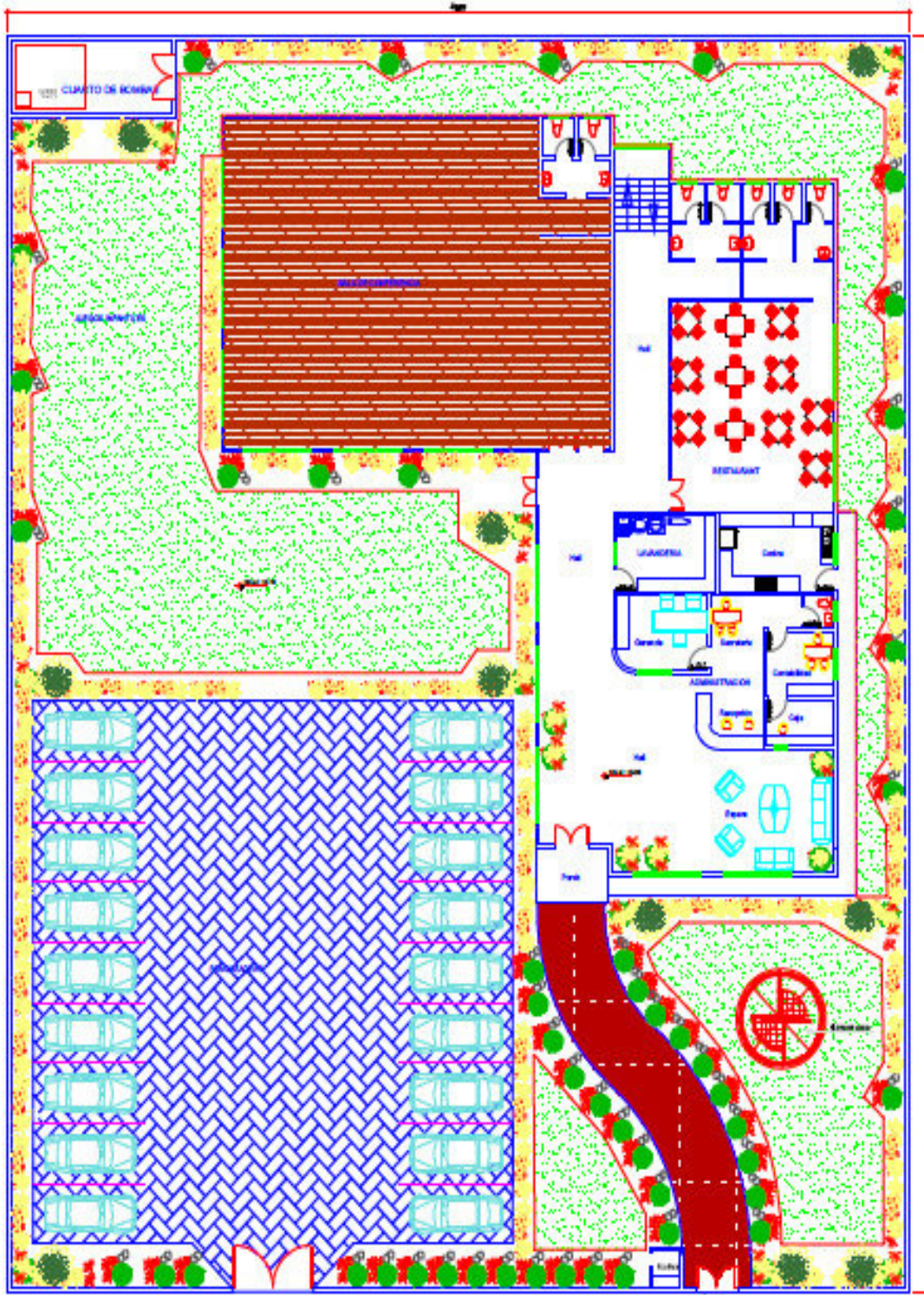
El establecimiento será construido en la Parroquia de La Merced, Barrio Central, en un terreno de 2000 m<sup>2</sup>, el cual se encuentra ubicado cerca de las actividades económicas del lugar, es decir tiendas, parque, iglesia, transporte y atractivos turísticos.

#### **3.2.1.1. TERRENO**

El proyecto cuenta con un área de terreno de dos mil metros cuadrados, su topografía es regular.

La estructura física del establecimiento contará de acuerdo al siguiente detalle:

# PLANTA BAJA

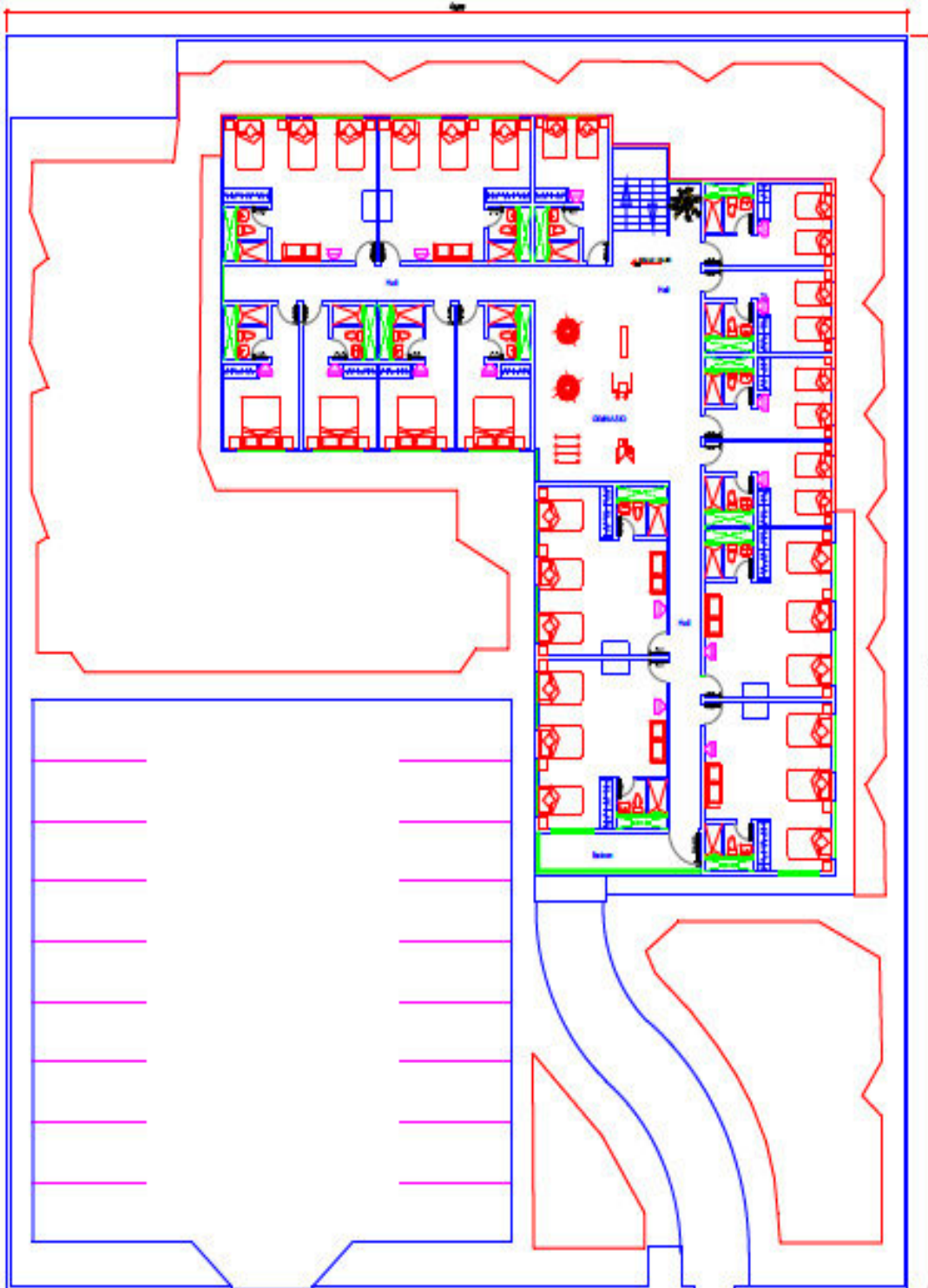


Elaborado por: Vicente Quimbiulco

Planta Baja  
MBA\_1\_1\_10



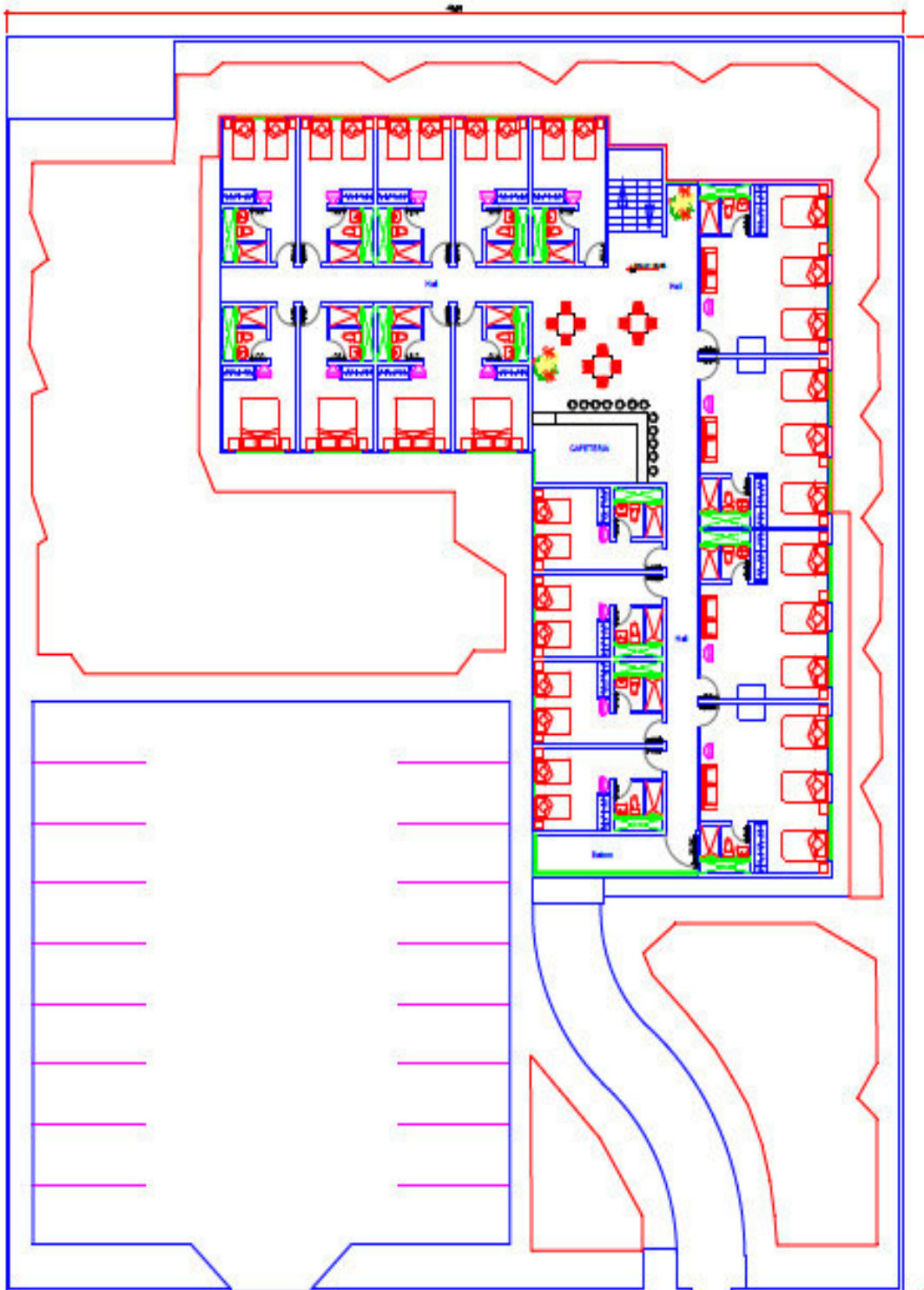
# PRIMER PISO



Elaborado por: Vicente Quimbiulco

Puerta Aba 1  
Escala 1:50

## SEGUNDO PISO



Elaborado por: Vicente Quimbiulco

Parte Alta 2  
Escala: 1/50

### 3.2.1.2. ÁREAS DEL HOTEL

#### 3.2.1.2.1. ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

En esta área se encontrarán las personas encargadas de la administración del establecimiento hotelero:

- ✓ Gerencia
- ✓ Contabilidad

**Tabla N° 33.** Detalle área de administración

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios ejecutivos metálicos	2	\$ 195,00	\$ 390,00
Sillas de escritorio	6	\$ 45,00	\$ 270,00
Computadoras	2	\$ 812,00	\$ 1.624,00
Televisiones	1	\$ 576,00	\$ 576,00
Libreros	2	\$ 165,00	\$ 330,00
Teléfonos	2	\$ 14,68	\$ 29,36
Archivadores 4 gavetas	3	\$ 145,00	\$ 435,00
Basureros metálicos	2	\$ 25,00	\$ 50,00

Elaborado por: Autora

#### 3.2.1.2.2. ÁREA OPERATIVA

En esta área se encontrarán las personas encargadas de la operación de la empresa del establecimiento hotelero:

- ✓ Recepción
- ✓ Área de habitaciones
- ✓ Área de restaurantes

**Tabla N° 34.** Detalle área operativa

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorios ejecutivos metálicos	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Sillas de escritorio	5	\$ 45,00	\$ 225,00
Computadoras	1	\$ 812,00	\$ 812,00
Televisiones	35	\$ 576,00	\$ 20.160,00
Teléfonos	33	\$ 14,68	\$ 484,44
Archivadores 4 gavetas	2	\$ 145,00	\$ 290,00
Basureros metálicos	81	\$ 25,00	\$ 2.025,00
Impresora	1	\$ 66,00	\$ 66,00
Estación counter recepción	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Vitrina metálica	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Juego de sala	1	\$ 790,00	\$ 790,00
Cama de 2 plazas	8	\$ 130,00	\$ 1.040,00
Camas de 1 1/2 plaza	58	\$ 110,00	\$ 6.380,00
Veladores	74	\$ 50,00	\$ 3.700,00
Armarios	35	\$ 150,00	\$ 5.250,00
Sillones triples	10	\$ 340,00	\$ 3.400,00
Colchones 2 plazas	8	\$ 145,00	\$ 1.160,00
Colchones 1 1/2 plaza	58	\$ 135,00	\$ 7.830,00
Protectores de colchones 2 plazas	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Protectores de colchones 1 1/2 plaza	58	\$ 12,00	\$ 696,00
Juegos sábanas 2 plazas	16	\$ 35,00	\$ 560,00
Juegos sábanas 1 1/2 plaza	116	\$ 18,50	\$ 2.146,00
Cobijas 2 plazas	16	\$ 50,00	\$ 800,00
Cobijas 1 1/2 plaza	116	\$ 40,00	\$ 4.640,00
Edredones + Juego de sábanas 2 plazas	16	\$ 120,00	\$ 1.920,00
Edredones + Juego de sábanas 1 1/2 plaza	116	\$ 120,00	\$ 13.920,00
Almohadas de plumón	128	\$ 10,00	\$ 1.280,00
Fundas de almohadas	256	\$ 3,00	\$ 768,00
Toallas grandes	128	\$ 12,00	\$ 1.536,00
Toallas de manos	128	\$ 8,00	\$ 1.024,00
Pie de baño	64	\$ 10,00	\$ 640,00
Juego de mesa comedor (4 sillas)	20	\$ 200,00	\$ 4.000,00

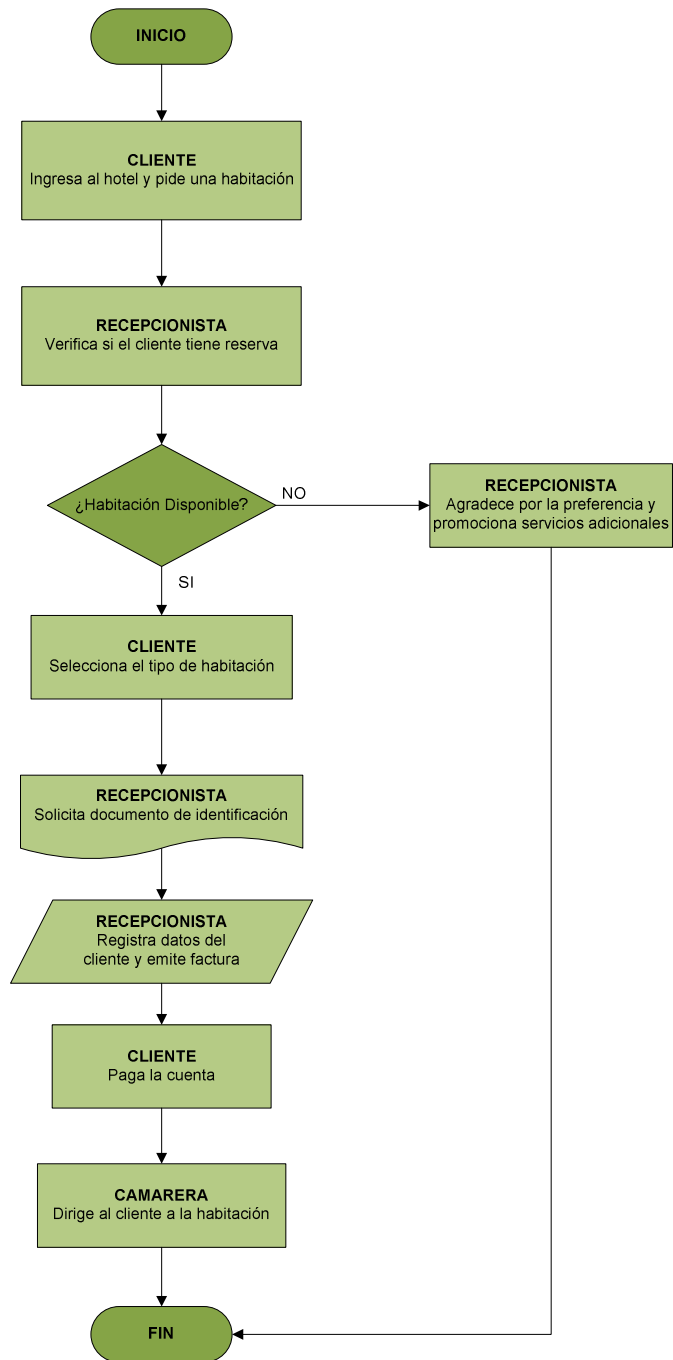
Taburetes	12	\$ 38,00	\$ 456,00
Estanterías metálicas	3	\$ 140,00	\$ 420,00
Utensilios de cocina	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Charoles	40	\$ 3,00	\$ 120,00
Manteles para mesas comedor	40	\$ 10,00	\$ 400,00
Cubremanteles	40	\$ 8,00	\$ 320,00
Juegos de cubiertos	40	\$ 10,00	\$ 400,00
Juegos de platos	40	\$ 15,00	\$ 600,00
Vasos para jugos, gaseosas	200	\$ 3,00	\$ 600,00
Vasos para whisky	200	\$ 3,00	\$ 600,00
Copas	300	\$ 6,00	\$ 1.800,00

**Elaborado por:** Autora

Referirse a Anexo N° 1. Proformas

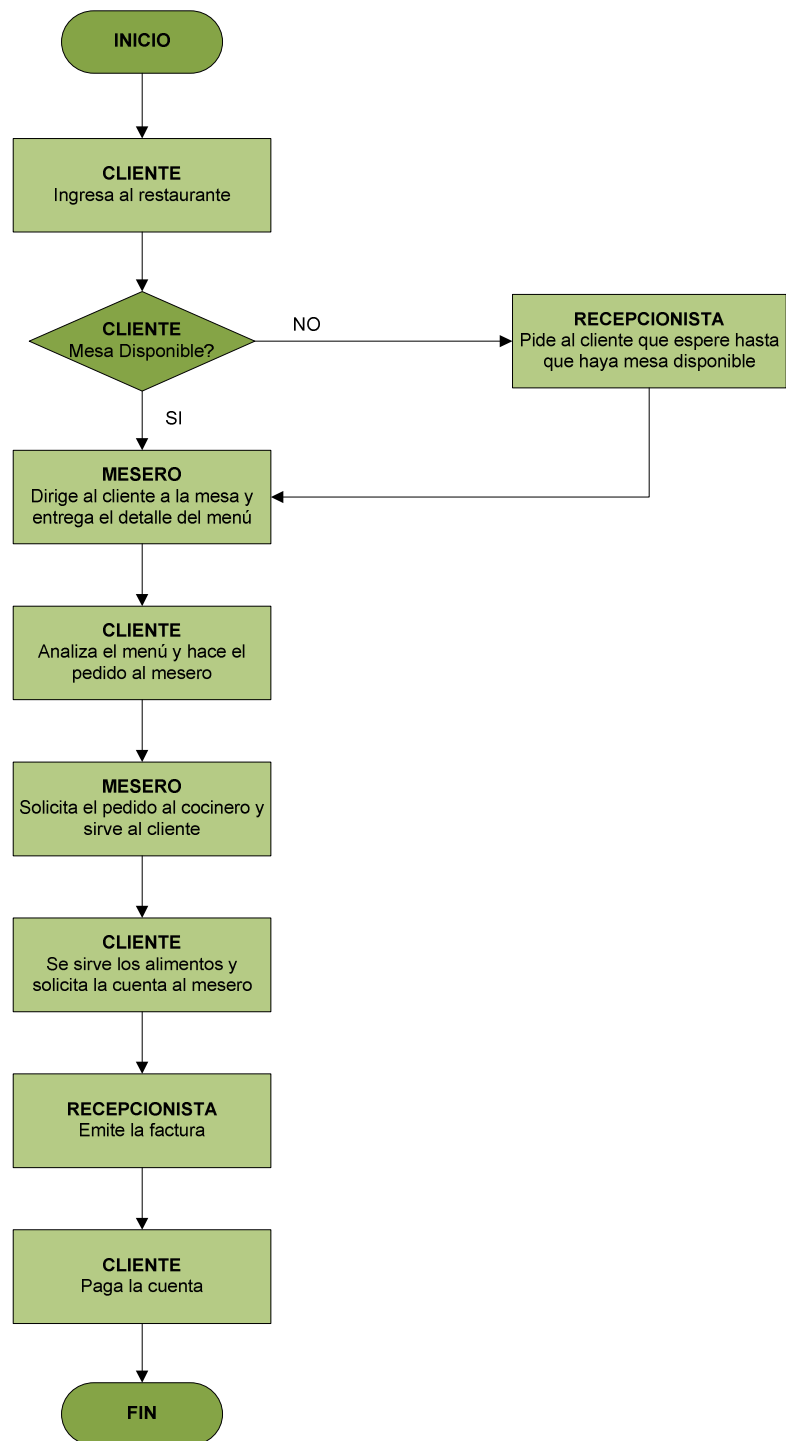
### 3.2.2. DIAGRAMAS DE SERVICIOS

Gráfico N° 19. Diagrama de hospedaje



Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 20.** Diagrama de restaurante



**Elaborado por:** Autora

### 3.2.3. ESPECIFICACIÓN DEL MENÚ

El establecimiento ofertará a sus clientes el siguiente menú:

**Tabla N° 35.** Desayunos

DESAYUNOS		
PRODUCTOS	COSTO	PRECIO VENTA
Desayuno continental	\$ 1,06	\$ 2,00
Desayuno especial	\$ 2,09	\$ 2,50

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 36.** Entradas

ENTRADAS		
PRODUCTOS	COSTO	PRECIO VENTA
Mellocos con habas	\$ 0,31	\$ 1,50
Choclo con queso	\$ 0,16	\$ 1,50
Empanadas de viento	\$ 0,10	\$ 0,50
Tortilla de maíz	\$ 0,10	\$ 0,50
Tostado con queso	\$ 0,60	\$ 1,50
Ceviche de camarón	\$ 2,50	\$ 6,00
Ceviche mixto	\$ 2,50	\$ 6,00
Consomé de pollo	\$ 0,50	\$ 1,50

Elaborado por: Autora



**Tabla N° 37. Platos a la carta**

PLATOS A LA CARTA		
PRODUCTOS	COSTO	PRECIO VENTA
Almuerzos	\$ 1,64	\$ 2,00
Caldo de gallina criolla	\$ 1,80	\$ 3,00
Cauca de maíz	\$ 0,40	\$ 2,50
Cauca de morocho	\$ 0,40	\$ 2,50
Colada de choclo	\$ 0,40	\$ 2,50
Chuchuca	\$ 0,40	\$ 2,50
Fritada	\$ 2,00	\$ 3,00
Hornado	\$ 1,50	\$ 3,00
Cuy	\$ 5,78	\$ 15,00
Tallarín con carne	\$ 1,60	\$ 4,50
Camarones a la plancha	\$ 2,50	\$ 6,00
Churrasco	\$ 2,00	\$ 5,00
Pescado frito	\$ 1,50	\$ 2,50
Camarones apanados	\$ 2,50	\$ 6,00

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 38. Bebidas**

BEBIDAS		
PRODUCTOS	COSTO	PRECIO VENTA
Cerveza Pilsener	\$ 0,80	\$ 1,50
Cerveza club Premium	\$ 0,60	\$ 1,50
Gaseosas	\$ 0,40	\$ 0,50
Agua sin gas	\$ 0,30	\$ 0,50
Güitig agua mineral	\$ 0,40	\$ 0,75
Jugo de naranja	\$ 0,26	\$ 0,80
Jugo de tomate	\$ 0,26	\$ 0,80
Jugo de naranjilla	\$ 0,26	\$ 0,80
Jugo de mora	\$ 0,26	\$ 0,80
Jugo de guanábana	\$ 0,26	\$ 0,80
Morocho	\$ 0,30	\$ 0,75
Chicha de jora	\$ 0,30	\$ 0,80

Elaborado por: Autora

Para determinar el costo del menú se tomo en cuenta los costos de acuerdo a los precios del mercado.

El menú que ofertará el establecimiento es de acuerdo a los platos típicos del sector.

## **CARTA MENÚ**

Referirse a Anexo N° 2. Carta Menú

### **3.3. ESTUDIO DE MERCADO**

De acuerdo con Randall Geoffrey (2003) “Estudio de mercado es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing en una situación de mercado específica”.

#### **Objetivo del estudio de mercado**

Determinar la factibilidad del establecimiento hotelero en la prestación de servicios de alojamiento y alimentación en la Parroquia de La Merced.

#### **FODA DEL SECTOR**

Para realizar el estudio de mercado se realiza un FODA del sector turístico en la Parroquia de La Merced.

#### **FORTALEZAS**

- ✓ Clima estable todo el año.
- ✓ Ausencia de estacionalidad lo cual permite tener el mismo flujo de turistas todo el año.
- ✓ Balnearios con aguas termales y medicinales que vierten desde el volcán inactivo Ilaló.

## **OPORTUNIDADES**

- ✓ Amabilidad de los habitantes.
- ✓ Riqueza culinaria.
- ✓ Producción agrícola.
- ✓ Actividad pecuaria (Crianza de animales como: cuyes, cerdos, pollos y ovejas).
- ✓ Actividad de apicultura (miel de abeja).

## **DEBILIDADES**

- ✓ Escasa mano de obra capacitada.
- ✓ Falta de recursos económicos para la inversión en las diferentes actividades.
- ✓ Falta de programas turísticos del lugar.

## **AMENAZAS**

- ✓ Deterioro de los suelos por la deforestación o por el crecimiento urbano.
- ✓ Falta de concientización para conservar los lugares atractivos de la parroquia.

### 3.3.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo con Andrade Simón “La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos”.

En la parroquia se ofertan servicios de alojamiento y alimentación en los siguientes establecimientos:

**Tabla N° 39.** Detalle de oferentes Parroquia La Merced

Nº	Actividad / servicio	Clase / Tipo	Capacidad	Número de empleados
1	Comedor Su Merced	Restaurante	20	5
2	Rincón del Buen Sabor	Restaurante	30	10
3	Lisa María	Restaurante	20	3
4	Pollo a la brasa	Restaurante	20	5
5	Paradero la Petrona	Restaurante	30	10
6	Paradero las Delicias	Restaurante	20	3
7	Campamento Nueva Vida	Hosterías/Hoteles	25	2
8	Campamento Bautista	Hosterías/Hoteles	20	3

**Fuente:** Plan de Desarrollo La Merced

En los alrededores de la parroquia se encuentran los siguientes establecimientos que ofertan servicios de alojamiento:

**Tabla N° 40.** Detalle servicio de alojamiento competencia

NOMBRE	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGOR	TOTAL EMPLEA	NOMBRE PARROQ	MESAS	PLAZAS MESAS	CAMAS	PLAZAS CAMAS	N° HABIT.
PONDEROSA E HIJOS LA	HOSTERIA	TERCERA	13	PINTAG	8	32	9	14	6
CABAÑAS DEL RIO	MOTEL	TERCERA	5	PINTAG	0	0	12	24	12
THALASSA	PENSION	TERCERA	3	ALANGASI	3	12	8	16	8
TURISTINGO	PENSION	TERCERA	3	ALANGASI	0	0	10	20	10
MIRASIERRA	HOSTERIA	PRIMERA	28	ALANGASI	20	80	48	48	24
BELLAVISTA NO 2	PENSION	SEGUNDA	4	ALANGASI	0	0	10	20	10
CHILLO REAL	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	3	SANGOLQUI	0	0	18	25	12
SIERRALUNA	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	3	SANGOLQUI	0	0	15	28	12
SOMMERGARTEN	HOSTERIA	SEGUNDA	6	SANGOLQUI	7	28	34	40	20
PORTAL EL	PENSION	TERCERA	3	SANGOLQUI	0	0	7	14	7
INTERVALLES	PENSION	TERCERA	3	SANGOLQUI	0	0	7	14	7
PORTAL DE SANGOLQUI EL	HOSTAL	TERCERA	5	SANGOLQUI	5	20	13	26	13
HOSTERIA DEL RIO	HOSTERIA	PRIMERA	15	SANGOLQUI	15	60	25	32	16
COLIBRI EL	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	2	SANGOLQUI			17	26	12
HOLIDAY	HOSTAL	SEGUNDA	6	SANGOLQUI	20	20	81	81	39
CABAÑAS LOS SAUCES	MOTEL	SEGUNDA	15	SANGOLQUI	0	0	13	26	13

Fuente: INEC 2013

El establecimiento hotelero ofrecerá los siguientes servicios:

- ✓ Habitaciones: matrimonial, doble, triple.
- ✓ Alimentos y bebidas: cafetería, restaurante.
- ✓ Grupos y convenciones: banquetes, salón múltiple para eventos.
- ✓ Servicios complementarios: teléfono, lavandería, planchado.

### **3.3.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

De acuerdo con Andrade Simón “Demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”.

De acuerdo a un comunicado de prensa la Organización Mundial del Turismo (OMT) manifiesta que la llegada de turistas internacionales creció un 4% en el 2012 según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial.

El crecimiento turístico ha producido un incremento en las inversiones del sector hotelero a nivel mundial, en el Ecuador hubo un crecimiento del 10% en el año 2012 con relación al 2011 según diario Hoy publicado en enero del 2013.

Según informes de Quito Turismo se incrementaron 64 establecimientos de hospedaje entre hostales y hoteles en diferentes sectores de la ciudad de Quito en el año 2012.

En la provincia de Pichincha hubieron 41.586 entradas de extranjeros en Enero del 2012 y 48.061 entradas de extranjeros en enero del 2013, siendo esto un crecimiento del 16%.

Para las proyecciones del proyecto, se tomará el 5% de crecimiento anual, con respecto a la tasa de crecimiento turístico, de acuerdo a la OMT.

### 3.3.3. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Para determinar los precios en la prestación de servicios de alojamiento y alimentación se ha tomado en cuenta los precios de acuerdo a la observación de campo, ya que éstos son los valores que los clientes han pagado en los diferentes establecimientos hoteleros que se encuentran alrededor de la parroquia de La Merced y a nivel nacional.

Los precios que se considerarán para efectos del proyecto son los siguientes:

**Tabla N° 41.** Detalle de precios habitaciones Hotel Pumamaqui

TIPO DE HABITACIONES	CANTIDAD	NÚMERO DE PACKS	TOTAL DE LA CAPACIDAD	TARIFAS
Matrimoniales	8	2	16	\$ 25,00
Dobles	14	4	56	\$ 30,00
Triples	10	6	60	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>		<b>132</b>	

Elaborado por: Autora

Estos precios son el resultado de la observación de campo realizada a los turistas de la Parroquia de La Merced. El precio promedio por persona es de \$30.



### **3.3.4. COMERCIALIZACIÓN**

Los canales de comercialización más usuales son la propia publicidad que realice el establecimiento hotelero directamente.



### **3.3.5. MARKETING**

El marketing permite conocer las necesidades del cliente y los servicios que el establecimiento hotelero puede ofrecer, en este caso servicios de calidad de alojamiento y alimentación.

#### **3.3.5.1. PUBLICIDAD**

Para dar a conocer el establecimiento hotelero en el mercado se realizará publicidad en periódicos, hojas volantes.

##### **3.3.5.1.1. INTERNET**

Entre otras instalaciones, el servicio se complementa con Internet banda ancha, y se puso al servicio el Business – office, con el Internet.

#### **3.3.5.1.2. TELÉFONO**

Se contratarán los servicios de telefonía a efecto de dar viabilidad a la comunicación, factor importante para el desarrollo de las empresas y las ciudades.

#### **3.3.5.1.3. PÁGINA WEB**

Se entregará el link con la página de la Federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC) lo mismo que con la de la Cámara de Turismo de Quito.

#### **3.3.5.1.4. COMUNICACIÓN DIRECTA**

La comunicación que se efectuará será directa, es decir productor – consumidor.

### **3.4. ESTUDIO LEGAL**

Para la realización del establecimiento hotelero es necesario especificar los trámites que se requieren para legalizarlo.

#### **3.4.1. INSCRIPCIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES**

Las inscripciones en el Registro Único de Contribuyentes, deberá realizarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al de la constitución y realización real de las actividades por parte de las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyente, o de las empresas nuevas.

##### **Requisitos:**

- ✓ Formulario RUC01-A y RUC01-B (firmados por el representante legal).
- ✓ Original y copia de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- ✓ Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- ✓ Original y copia a color de la cédula y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✓ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono) que corresponda a uno de los últimos tres meses a la fecha de inscripción, en donde conste la dirección exacta del establecimiento.

Referirse a Anexo N° 3. Formularios SRI

### **3.4.2. PATENTE MUNICIPAL**

La Patente Municipal es un registro laboral obligatorio, por el cuál pagan anualmente las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Para contribuyentes nuevos que por primera vez declaran y pagan Patente Municipal deberán realizar este trámite únicamente en las ventanillas de las administraciones zonales municipales adjuntando los siguientes requisitos:

- ✓ Formulario de Inscripción de Patente Municipal, debidamente llenado y suscrito por el representante legal.
- ✓ Copia de cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- ✓ Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica

Referirse a Anexo N° 4. Formulario Patente Municipal

### **3.4.3. LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPAL**

Art. 23 La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividad Económica (LUAE) es el acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado en la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito.

**Requisitos:**

- ✓ Presentación de formulario de solicitud de LUAE en el municipio.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de Cédula de Representante Legal
- ✓ Copia de papeleta de votación de Representante Lega.
- ✓ Copia de la Escritura de Constitución de la empresa
- ✓ Copia de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo (ICUS) en caso de ser requerido.
- ✓ Pago de las tasas municipales.

Referirse a Anexo N° 5. Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas.

**3.4.4. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO****Requisitos:**

- ✓ Informe de inspección.
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante o copropietario.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia de la patente municipal.

### **3.4.5. REGISTRO TURÍSTICO – QUITO TURISMO**

#### **Requisitos:**

- ✓ Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía.
- ✓ Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil.
- ✓ Copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación.
- ✓ Copia a color del RUC.
- ✓ Inventario valorado de maquinaria, muebles y enseres y equipos del establecimiento a registrarse debidamente firmado por el propietario.
- ✓ Formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del uno por mil y dos.
- ✓ Copia del certificado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- ✓ Dos copias de Patente Municipal del año vigente a color.
- ✓ Informe de compatibilidad de uso de suelo actualizado.

Referirse a Anexo N° 6. Registro Turístico

### 3.5. ESTUDIO AMBIENTAL

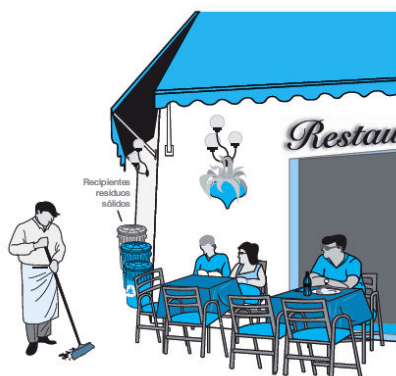
#### OBJETIVO DEL ESTUDIO AMBIENTAL

Identificar y mitigar los efectos que tiene el establecimiento sobre el medio ambiente.

#### 3.5.1. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de la Dirección Metropolitana Ambiental expide guías de prácticas ambientales para los alojamientos con el fin de promover el cumplimiento de la normativa ambiental, prevenir y mitigar los impactos ambientales sobre el medio ambiente y la salud.

Las guías de prácticas ambientales, de ámbito sectorial y general para actividades de impactos ambientales no significativos, apoyan la mejora continua de la actividad con relación al medio ambiente, mediante prácticas cuya aplicación reducirá el efecto causado por las emisiones a la atmósfera, ruido, residuos y vertidos.



**Art. VI.-** La Guía de Prácticas Ambientales para este sector es la siguiente:

### **1. Gestión de residuos**

- 1.1. Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red pública de alcantarillado. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados por DMA, para lo cual previamente se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.
- 1.2. Los detergentes y desinfectantes deben ser identificados y guardados de acuerdo a las recomendaciones del fabricante y fuera del área de procesamiento de los alimentos.
- 1.3. Los recipientes de residuos serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y preferentemente con fundas plásticas en su interior. Deberán ser vaciados regularmente de acuerdo a los días y horarios establecidos para la recolección municipal o su delegado.
- 1.4. Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.
- 1.5. Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán en la fuente de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y reutilización, salvo el caso de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al gestor autorizado.
- 1.6. El almacenamiento de los residuos se realizará en áreas ventiladas y techadas, manteniendo condiciones higiénicas que eviten la generación de vectores (insectos, roedores) y olores.
- 1.7. No se descuidará la limpieza exterior de especialmente marisquerías y asaderos.
- 1.8. Los contaminantes removidos de la limpieza y mantenimiento de trampas de grasa no deberán desecharse al alcantarillado ni a la vía pública, deberán ser entregados a los gestores ambientales autorizados por la DMA.



- 1.9. En la entrega – recepción de los contaminantes provenientes de trampas de grasa se deberán emplear registros que indiquen la cantidad del residuo, fecha de entrega al gestor ambiental autorizado y firmas de responsabilidad. Esta información deberá ser facilitada al momento del control de la gestión.

## **IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS O IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES**

En la operación turística se producen impactos positivos y negativos.

Los impactos negativos de la operación turística dependen, principalmente de las características de la zona, el tipo de actividad que realiza, del número de turistas, de la infraestructura disponible, de la accesibilidad y de los medios de transporte.

- ✓ Residuos sólidos, basura
- ✓ Aguas residuales: negras (inodoros) y grises (lavaderos y duchas).
- ✓ Ruidos
- ✓ Humos
- ✓ Alteración del paisaje.

## **OFICINA**

Control del consumo de papel, agua, electricidad, generación de basura, preparación en caso de emergencias (sismos, incendios, inundaciones).

## **OBJETIVOS PLANES DE ACCIÓN**

- ✓ Reducir la basura
- ✓ Mejorar la satisfacción de los turistas
- ✓ Reducir el consumo de agua y luz.

## **METAS**

Las metas son cuantificables, concreta y considera plazos determinados.

### **¿Cómo lograr los objetivos y metas?**

- ✓ Para reducir la basura se debe capacitar al personal para separar la basura, colocar carteles, cambiar los productos que use. Debe ser los más específico posible.
- ✓ Asignar personas para el cumplimiento para cada objetivo.
- ✓ Controlar el pesaje de la basura.



- ✓ Controlar el consumo de electricidad.



- ✓ Hacer mantenimiento.



## **DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN**

Una infraestructura efectiva aprovecha los recursos naturales y culturales de la zona, ayuda a ahorrar y no hacer daño al ambiente.

La infraestructura del negocio es muy importante para ahorrar costos y dar comodidad a los turistas y trabajadores. Es una carta de presentación.

- ✓ Contratar especialistas para hacer los estudios necesarios y ejecutar las obras en forma amigable con el ambiente.

- ✓ La infraestructura debe ser pensada para temporada de lluvia y para prevenir: derrumbes aluviones, tc.



- ✓ Usar materiales locales y respetar la arquitectura de la zona.
- ✓ Aprovechar la luz natural al máximo, usar ventanas grandes, tragaluces y paredes con colores claros con ello se reduce el consumo de energía.
- ✓ Tener en cuenta a visitantes discapacitados con requerimientos especiales (rampas, servicios higiénicos, etc).

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO FINANCIERO

#### Objetivo del Estudio Financiero

Determinar el monto de inversión del establecimiento para acceder a fuentes de financiamiento.

#### 4.1. INVERSIONES

Para poner en marcha el proyecto es necesaria la siguiente inversión:

**Tabla N° 42. Inversión del Proyecto**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>
Activo Fijo	\$ 412.373,29
Activo Diferido	\$ 3.018,98
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 415.392,27</b>

Elaborado por: Autora

Se ha determinado la inversión total en base a la siguiente información:

**Tabla N° 43.** Detalle Inversión Total del Proyecto

<b>ACTIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Edificio	1	\$ 220.000,00	\$ 220.000,00
<b>Equipos de Computación</b>			
Computadoras	3	\$ 812,00	\$ 2.436,00
Impresora	1	\$ 66,00	\$ 66,00
<b>Total Equipos de Computación</b>			<b>\$ 2.502,00</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorios ejecutivos metálicos	3	\$ 195,00	\$ 585,00
Estación counter recepción	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Sillas de escritorio	11	\$ 45,00	\$ 495,00
Libreros	2	\$ 165,00	\$ 330,00
Vitrina metálica	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Archivadores 4 gavetas	5	\$ 145,00	\$ 725,00
Juego de sala	1	\$ 790,00	\$ 790,00
Cama de 2 plazas	8	\$ 130,00	\$ 1.040,00
Camas de 1 1/2 plaza	58	\$ 110,00	\$ 6.380,00
Veladores	74	\$ 50,00	\$ 3.700,00
Armarios	35	\$ 150,00	\$ 5.250,00
Sillones triples	10	\$ 340,00	\$ 3.400,00
Basureros metálicos	83	\$ 25,00	\$ 2.075,00
Colchones 2 plazas	8	\$ 145,00	\$ 1.160,00
Colchones 1 1/2 plaza	58	\$ 135,00	\$ 7.830,00
Protectores de colchones 2 plazas	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Protectores de colchones 1 1/2 plaza	58	\$ 12,00	\$ 696,00
Juegos sábanas 2 plazas	16	\$ 35,00	\$ 560,00
Juegos sábanas 1 1/2 plaza	116	\$ 18,50	\$ 2.146,00
Cobijas 2 plazas	16	\$ 50,00	\$ 800,00
Cobijas 1 1/2 plaza	116	\$ 40,00	\$ 4.640,00

Edredones + Juego de sábanas 2 plazas	16	\$ 120,00	\$ 1.920,00
Edredones + Juego de sábanas 1 1/2 plaza	116	\$ 120,00	\$ 13.920,00
Almohadas de plumón	128	\$ 10,00	\$ 1.280,00
Fundas de almohadas	256	\$ 3,00	\$ 768,00
Toallas grandes	128	\$ 12,00	\$ 1.536,00
Toallas de manos	128	\$ 8,00	\$ 1.024,00
Pie de baño	64	\$ 10,00	\$ 640,00
Juego de mesa comedor (4 sillas)	20	\$ 200,00	\$ 4.000,00
Taburetes	12	\$ 38,00	\$ 456,00
Estanterías metálicas	3	\$ 140,00	\$ 420,00
Utensilios de cocina	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Charoles	40	\$ 3,00	\$ 120,00
Manteles para mesas comedor	40	\$ 10,00	\$ 400,00
Cubremanteles	40	\$ 8,00	\$ 320,00
Juegos de cubiertos	40	\$ 10,00	\$ 400,00
Juegos de platos	40	\$ 15,00	\$ 600,00
Vasos para jugos, gaseosas	200	\$ 3,00	\$ 600,00
Vasos para whisky	200	\$ 3,00	\$ 600,00
Copas	300	\$ 6,00	\$ 1.800,00
Tanque de almacenamiento de agua	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Implementos de limpieza	32	\$ 15,00	\$ 480,00
Juegos Infantiles	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Total Muebles y Enseres</b>			<b>\$ 76.342,00</b>
<b>Maquinarias y Equipos</b>			
Televisiones	36	\$ 576,00	\$ 20.736,00
Equipo de sonido	1	\$ 461,52	\$ 461,52
Aire Acondicionado	33	\$ 1.026,90	\$ 33.887,70
Lavadora	1	\$ 901,44	\$ 901,44
Secadora	1	\$ 746,10	\$ 746,10
Plancha	1	\$ 17,99	\$ 17,99
Refrigerante y congelante vertical dos puertas	1	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Plancha - parrilla	1	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
Cocina industrial de 3 quemadores	1	\$ 950,00	\$ 950,00

Cocina 4 quemadores	1	\$ 997,92	\$ 997,92
Microondas	1	\$ 94,83	\$ 94,83
Licuadaora	1	\$ 88,74	\$ 88,74
Extractor de jugos	1	\$ 56,73	\$ 56,73
Batidora	1	\$ 26,52	\$ 26,52
Cilindros de gas	5	\$ 60,00	\$ 300,00
<b>Total Maquinarias y Equipos</b>			<b>\$ 62.915,49</b>
<b>Equipo de Oficina</b>			
Central Telefónica	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Teléfonos	35	\$ 14,68	\$ 513,80
<b>Total Equipo de Oficina</b>			<b>\$ 613,80</b>
<b>Suministros de Oficina</b>			
Resmas de papel	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Cartuchos impresora	3	\$ 48,16	\$ 144,48
Caja de clips	4	\$ 0,25	\$ 1,00
Post it pequeños	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Carpetas Archivadoras	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Portaminas	4	\$ 0,50	\$ 2,00
Esferos	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Sellos	2	\$ 5,00	\$ 10,00
<b>Total Suministros de Oficina</b>			<b>\$ 218,98</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 412.592,27</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 44.** Activos Intangibles

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>VALORES</b>
Permisos, marcas, patentes	\$ 500,00
Estudio del proyecto	\$ 2.300,00
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 2.800,00</b>

Elaborado por: Autora

De acuerdo a la inversión necesaria se realiza las tablas de depreciación y amortización.

**Tabla N° 45. Depreciaciones y Amortizaciones**

<b>TABLA DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALORES</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Edificio	\$ 220.000,00	\$ 11.000,00
Muebles y enseres	\$ 76.342,00	\$ 7.634,20
Maquinaria y equipo	\$ 62.915,49	\$ 6.291,55
Equipo de oficina	\$ 613,80	\$ 61,38
Equipos de computación	\$ 2.502,00	\$ 834,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 362.373,29</b>	<b>\$ 25.821,13</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>VALORES</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>
Permisos, marcas, patentes	\$ 500,00	\$ 100,00
Estudio del proyecto	\$ 2.300,00	\$ 460,00
<b>Total Amortización Activos Intangibles</b>	<b>\$ 2.800,00</b>	<b>\$ 560,00</b>

Elaborado por: Autora

## FINANCIAMIENTO

Para ejecutar el proyecto se realizará en base al siguiente financiamiento:

**Tabla N° 46. Estructura de Financiamiento**

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Inversión</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	20%	\$ 83.079
Préstamo Bancario (Banco de Fomento)	80%	\$ 332.314
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 415.393</b>

Elaborado por: Autora



**Tabla N° 47.** Gastos por Intereses

<b>GASTOS POR INTERESES</b>	
Préstamo bancario	\$ 332.314
Tasa de interés	10,00%
<b>Valor Interés</b>	<b>\$ 33.231,38</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla N° 48.** Amortización Préstamo

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CUOTA CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>SALDO</b>
0				\$ 332.314
1	\$ 66.462,76	\$ 33.231,38	\$ 99.694,14	\$ 265.851,05
2	\$ 66.462,76	\$ 26.585,11	\$ 93.047,87	\$ 199.388,29
3	\$ 66.462,76	\$ 19.938,83	\$ 86.401,59	\$ 132.925,53
4	\$ 66.462,76	\$ 13.292,55	\$ 79.755,32	\$ 66.462,76
5	\$ 66.462,76	\$ 6.646,28	\$ 73.109,04	\$ 0,00

Elaborado por: Autora

## NÓMINA DE PERSONAL

Tabla N° 49. Nómina de empleados

NOMINA DE EMPLEADOS						
Cargo	Sueldo	IESS Patronal 12,15%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondos de Reserva	TOTAL
Gerente	\$ 4.200,00	\$ 510,30	\$ 350,00	\$ 318,00	\$ 350,00	\$ 5.728,30
Contador	\$ 3.937,44	\$ 478,40	\$ 328,12	\$ 318,00	\$ 328,12	\$ 5.390,08
Recepcionistas / Cajeras (2)	\$ 7.647,36	\$ 929,15	\$ 637,28	\$ 318,00	\$ 637,28	\$ 10.169,07
Camareras (2)	\$ 7.632,00	\$ 927,29	\$ 636,00	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 10.149,29
Cocinero	\$ 3.846,60	\$ 467,36	\$ 320,55	\$ 318,00	\$ 320,55	\$ 5.273,06
Ayudante de cocina/ mesero	\$ 3.816,00	\$ 463,64	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 5.233,64
Lavandera/ planchadora	\$ 3.816,00	\$ 463,64	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 5.233,64
Guardia	\$ 3.844,68	\$ 467,13	\$ 320,39	\$ 318,00	\$ 320,39	\$ 5.270,59
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38.740,08</b>	<b>\$ 4.706,92</b>	<b>\$ 3.228,34</b>	<b>\$ 2.544,00</b>	<b>\$ 3.228,34</b>	<b>\$ 52.447,68</b>

Elaborado por: Autora

## GASTOS DE OPERACIÓN

Tabla N° 50. Gastos de Operación

GASTOS DE OPERACIÓN	ANUAL
Sueldos y Salarios	\$ 38.740,08
Alimentación	\$ 10.950,00
Movilización	\$ 2.000,00
Aporte IESS	\$ 4.706,92
Beneficios Sociales	
Décimo Tercer Sueldo	\$ 3.228,34
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 2.544,00
Fondos de Reserva	\$ 3.228,34
Uniformes Personal	\$ 800,00
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 5.000,00
Suministros y Materiales	\$ 218,98
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 3.500,00
Amortización activos intangibles	\$ 560,00
Gasto Depreciaciones	
Edificio	\$ 11.000,00
Muebles y Enseres	\$ 7.634,20
Maquinaria y Equipo	\$ 6.291,55
Equipo de Oficina	\$ 61,38
Equipo de Computación	\$ 834,00
Intereses Financieros	\$ 33.231,38
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 134.529,17</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.2. PRESUPUESTO DE VENTAS

Para la elaboración del presupuesto de ventas se tomo en cuenta el precio promedio del menú, la tarifa promedio de las habitaciones, se proyectó al 5% de crecimiento en la capacidad de clientes anual en ventas.

De acuerdo al movimiento de la Parroquia se proyecta arrendar la sala de conferencias/ eventos una vez por mes a \$500 por evento, con una tarifa de crecimiento anual del 5%.

**Tabla N° 51.** Presupuesto de Ventas

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Alimentos y bebidas	\$ 168.840,00	\$ 177.282,00	\$ 186.146,10	\$ 195.453,41	\$ 205.226,08
Habitaciones	\$ 389.400,00	\$ 408.870,00	\$ 429.313,50	\$ 450.779,18	\$ 473.318,13
Arriendos	\$ 6.000,00	\$ 6.208,80	\$ 6.424,87	\$ 6.648,45	\$ 6.879,82
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$ 564.240,00</b>	<b>\$ 592.360,80</b>	<b>\$ 621.884,47</b>	<b>\$ 652.881,03</b>	<b>\$ 685.424,03</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.3. PRESUPUESTO DE COSTOS

Para la elaboración del plan de costos se tomo en cuenta el costo promedio del menú y el costo de cada habitación, se proyectó al 5% anual al igual que el presupuesto de ventas.

**Tabla N° 52.** Presupuesto Costo de Ventas

<b>PRESUPUESTO COSTO DE VENTAS</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Alimentos y bebidas	\$ 104.544,00	\$ 109.771,20	\$ 115.259,76	\$ 121.022,75	\$ 127.073,89
Habitaciones	\$ 59.000,00	\$ 61.950,00	\$ 65.047,50	\$ 68.299,88	\$ 71.714,87
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 163.544,00</b>	<b>\$ 171.721,20</b>	<b>\$ 180.307,26</b>	<b>\$ 189.322,62</b>	<b>\$ 198.788,75</b>

Elaborado por: Autora

#### **4.4. PUNTO DE EQUILIBRIO**

De acuerdo con el Eco. Lara Juan “El análisis del punto de equilibrio, permite a los administradores de las empresas a planificar las utilidades, mediante una representación gráfica o matemática, en la cual la empresa no pierde dinero ni obtiene utilidad”.

*Margen de Contribución Unitario = Precio de Venta Unitario – Costo Variable Unitario*

*Margen de Contribución Unitario = \$553,45 – \$233,90*

*Margen de Contribución Unitario = \$319,55*

*Punto de Equilibrio (unidades) =  $\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Unitario}}$*

*Punto de Equilibrio (unidades) =  $\frac{\$26.381,13}{\$319,55}$*

*Punto de Equilibrio (unidades) = 83*

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\% \text{ Margen de Contribución Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \frac{\$26.381,13}{0,58}$$

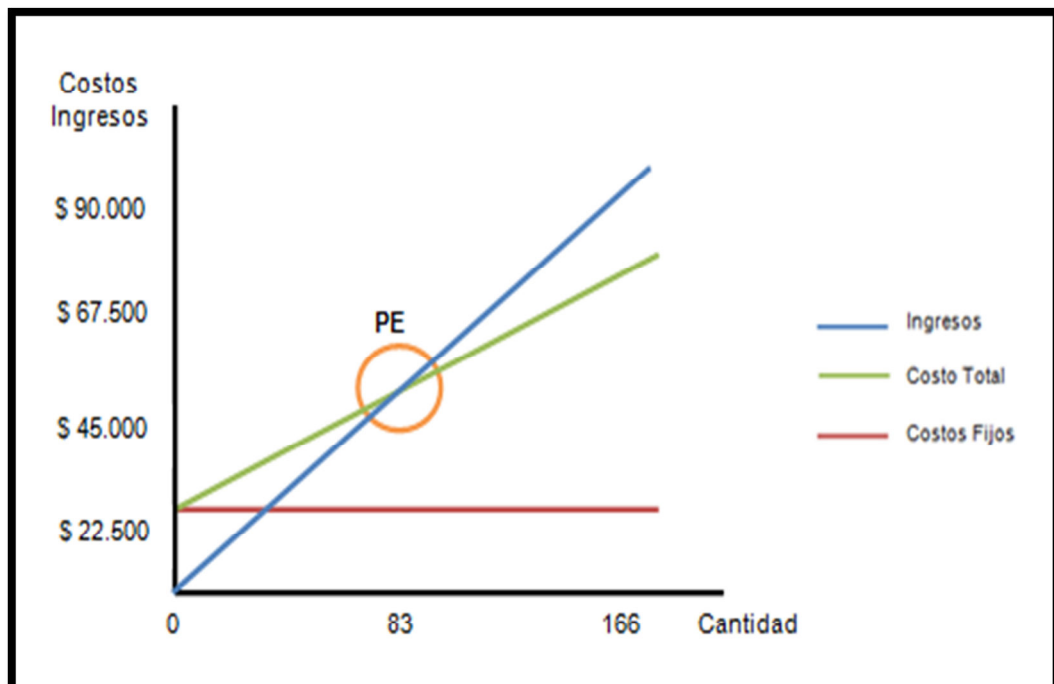
$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \$45.691,32$$

**Tabla N° 53.** Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO VENTA UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTOS FIJOS	PUNTO EQUILIBRIO UNITARIO	PUNTO EQUILIBRIO DÓLARES
Alimentos y bebidas	7200	\$ 23,45	\$ 9,91	\$ 7.894,14	583	\$ 13.672,41
Habitaciones	12980	\$ 30,00	\$ 12,68	\$ 18.206,46	1051	\$ 31.533,04
Arriendos	12	\$ 500,00	\$ 211,31	\$ 280,53	1	\$ 485,87
<b>TOTAL</b>	<b>20192</b>	<b>\$ 553,45</b>	<b>\$ 233,90</b>	<b>\$ 26.381,13</b>	<b>83</b>	<b>\$ 45.691,32</b>

Elaborado por: Autora

**Gráfico N° 21.** Punto de Equilibrio



Elaborado por: Autora

## 4.5 ESTADOS FINANCIEROS

**HOTEL PUMAMAQUI**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**PERIODO PREOPERATIVO**

### **ACTIVO**

Caja	
Inversiones Temporales	
Edificio	\$ 220.000,00
Terreno	\$ 50.000,00
Muebles y enseres	\$ 76.342,00
Maquinaria y equipo	\$ 62.915,49
Equipo de oficina	\$ 613,80
Equipos de computación	\$ 2.502,00
Suministros de oficina	\$ 218,98
Gastos de Activos Intangibles	\$ 2.800,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 415.392,27</b>

---

### **PASIVOS**

<b>CIRCULANTE</b>	<b>\$ 332.313,82</b>
Préstamo por pagar	\$ 332.313,82
Intereses por pagar	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 332.313,82</b>

<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 83.078,45</b>
Capital Social	\$ 83.078,45
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 415.392,27</b>

---

Elaborado por: Autora

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 564.240,00</b>	<b>\$ 592.360,80</b>	<b>\$ 621.884,47</b>	<b>\$ 652.881,03</b>	<b>\$ 685.424,03</b>
(-) Costo de Ventas	\$ 163.544,00	\$ 171.721,20	\$ 180.307,26	\$ 189.322,62	\$ 198.788,75
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 400.696,00</b>	<b>\$ 420.639,60</b>	<b>\$ 441.577,21</b>	<b>\$ 463.558,41</b>	<b>\$ 486.635,27</b>
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 101.297,79</b>	<b>\$ 105.043,62</b>	<b>\$ 108.976,75</b>	<b>\$ 113.106,53</b>	<b>\$ 117.442,80</b>
<b>Gastos Generales</b>					
Sueldos y Salarios	\$ 38.740,08	\$ 40.677,08	\$ 42.710,94	\$ 44.846,49	\$ 47.088,81
Alimentación	\$ 10.950,00	\$ 11.497,50	\$ 12.072,38	\$ 12.675,99	\$ 13.309,79
Movilización	\$ 2.000,00	\$ 2.100,00	\$ 2.205,00	\$ 2.315,25	\$ 2.431,01
Aporte IESS	\$ 4.706,92	\$ 4.942,27	\$ 5.189,38	\$ 5.448,85	\$ 5.721,29
<b>Beneficios Sociales</b>					
Décimo Tercer Sueldo	\$ 3.228,34	\$ 3.389,76	\$ 3.559,24	\$ 3.737,21	\$ 3.924,07
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 2.544,00	\$ 2.671,20	\$ 2.804,76	\$ 2.945,00	\$ 3.092,25
Fondos de Reserva	\$ 3.228,34	\$ 3.389,76	\$ 3.559,24	\$ 3.737,21	\$ 3.924,07
Uniformes Personal	\$ 800,00	\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 5.000,00	\$ 5.250,00	\$ 5.512,50	\$ 5.788,13	\$ 6.077,53
Suministros y Materiales	\$ 218,98	\$ 229,93	\$ 241,43	\$ 253,50	\$ 266,17
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 3.500,00	\$ 3.675,00	\$ 3.858,75	\$ 4.051,69	\$ 4.254,27
Amortización activos intangibles	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00
Gasto Depreciaciones					
Edificio	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00
Muebles y Enseres	\$ 7.634,20	\$ 7.634,20	\$ 7.634,20	\$ 7.634,20	\$ 7.634,20
Maquinaria y Equipo	\$ 6.291,55	\$ 6.291,55	\$ 6.291,55	\$ 6.291,55	\$ 6.291,55
Equipo de Oficina	\$ 61,38	\$ 61,38	\$ 61,38	\$ 61,38	\$ 61,38
Equipo de Computación	\$ 834,00	\$ 834,00	\$ 834,00	\$ 834,00	\$ 834,00
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>	<b>\$ 299.398,21</b>	<b>\$ 315.595,98</b>	<b>\$ 332.600,46</b>	<b>\$ 350.451,88</b>	<b>\$ 369.192,48</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 33.231,38	\$ 26.585,11	\$ 19.938,83	\$ 13.292,55	\$ 6.646,28
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.</b>	<b>\$ 266.166,83</b>	<b>\$ 289.010,87</b>	<b>\$ 312.661,63</b>	<b>\$ 337.159,33</b>	<b>\$ 362.546,20</b>
(-) Participación Trabajadores 15%	\$ 39.925,02	\$ 43.351,63	\$ 46.899,24	\$ 50.573,90	\$ 54.381,93
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 226.241,81</b>	<b>\$ 245.659,24</b>	<b>\$ 265.762,39</b>	<b>\$ 286.585,43</b>	<b>\$ 308.164,27</b>
(-) Impuesto a la Renta	\$ 52.035,62	\$ 56.501,63	\$ 61.125,35	\$ 65.914,65	\$ 70.877,78
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 174.206,19</b>	<b>\$ 189.157,62</b>	<b>\$ 204.637,04</b>	<b>\$ 220.670,78</b>	<b>\$ 237.286,49</b>

Elaborado por: Autora



## FLUJO DE EFECTIVO

FLUJO DE FONDOS						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ 174.206,19	\$ 189.157,62	\$ 204.637,04	\$ 220.670,78	\$ 237.286,49
(+) Depreciaciones		\$ 25.821,13	\$ 25.821,13	\$ 25.821,13	\$ 25.821,13	\$ 25.821,13
(+) Amortizaciones		\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00
(=) RECURSOS GENERADOS EN LA OPERACIÓN		<b>\$ 200.587,32</b>	<b>\$ 215.538,75</b>	<b>\$ 231.018,17</b>	<b>\$ 247.051,91</b>	<b>\$ 263.667,62</b>
(+) ENTRADAS DE EFECTIVO						
(-) SALIDAS DE EFECTIVO						
Pago capital del préstamo bancario		\$ 66.462,76	\$ 66.462,76	\$ 66.462,76	\$ 66.462,76	\$ 66.462,76
NUEVAS INVERSIONES						
INVERSIÓN INICIAL	(\$ 415.392,27)					
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 332.313,82					
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>(\$ 83.078,45)</b>	<b>\$ 134.124,56</b>	<b>\$ 149.075,98</b>	<b>\$ 164.555,40</b>	<b>\$ 180.589,15</b>	<b>\$ 197.204,85</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se realiza la evaluación financiera para determinar la rentabilidad de un proyecto.

##### 4.6.1. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento o Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR) trae del futuro al presente el valor mínimo que se desea ganar en el proyecto.

$$TMAR \text{ ACCIONISTA} = \text{Premio al riesgo} + \text{Tasa Pasiva} + \text{Inflación}$$

$$TMAR \text{ ACCIONISTA} = 6.98\% + 4.53\% + 3.58\%$$

$$TMAR \text{ ACCIONISTA} = 15.09\%$$

$$TMAR \text{ INVERSIONISTA (BANCO)} = \text{Tasa Activa} = 10\%$$

**Gráfico N° 22.** TMAR Ponderada

TMAR PONDERADA				
APORTES	VALOR USD	% PARTICIPACIÓN	TMAR	TMAR PONDERADA
ACCIONISTA	\$ 83.078,45	20%	15,09%	3,02%
INST. FINANCIERA	\$ 332.313,82	80%	10,00%	8,00%
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 415.392,27</b>	<b>100%</b>		<b>11,02%</b>

Elaborado por: Autora

#### 4.6.2. VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN) es la utilidad que le da al proyecto una vez que se recupera la inversión inicial.

*VAN = Valor Presente de los Flujos de Fondo – Inversión Inicial Neta*

El valor actual neto es una medida diseñada para determinar si el rendimiento que se espera de una inversión es mayor o menor que el nivel determinado por anticipación. (Jerry A. Viscione, Análisis Financiero principios y métodos. Pág. 279)

$$VP = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

*VP = Valor Presente*

*VF = Valor Futuro*

*i = Tasa de Descuento (TMAR)*

*n = Periodo*

$$VP = \left[ \left( \frac{120.813,34}{(1+0,1102)^1} + \frac{120.954,18}{(1+0,1102)^2} + \frac{120.262,98}{(1+0,1102)^3} + \frac{118.882,53}{(1+0,1102)^4} + \frac{116.936,64}{(1+0,1102)^5} \right) \right]$$

*VP = 597.849,67*

$$VAN = \sum VP - II$$

$$VAN = 597.849,67 - 415.392,27$$

$$VAN = 182.457,40$$

El VAN es mayor que 0 por lo tanto el proyecto es rentable y se acepta

#### 4.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es la tasa que hace que el VAN sea cero.

Es la tasa que permite que el valor actual que se espera de las entradas en efectivo de una inversión sean iguales al valor actual que se espera de las salidas en efectivo de esa inversión (Jerry A. Viscione, Análisis Financiero principios y métodos, pág. 282)

$$TIR = 26,11\%$$

$$VP = \left[ \left( \frac{106.357,87}{(1 + 0,2611)^1} + \frac{93.741,16}{(1 + 0,2611)^2} + \frac{82.053,31}{(1 + 0,2611)^3} + \frac{71.406,37}{(1 + 0,2611)^4} + \frac{61.833,56}{(1 + 0,2611)^5} \right) \right]$$

$$VAN = 415.392,27 - 415.392,27$$

$$VAN = 0,00$$

La TIR es mayor que la TMAR por lo tanto el proyecto es rentable y se acepta

#### 4.6.4. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

La relación beneficio/costo es la utilidad que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto.

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum VP (\text{Valor Presente de los Flujos de Fondos})}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R \frac{B}{C} = \frac{597.849,67}{415.392,27}$$

$$R \frac{B}{C} = 1,44$$

Por cada dólar invertido se gana \$ 0,44, por lo tanto se obtiene una rentabilidad del 44% en el proyecto.

#### 4.6.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN

Un método que por lo general se emplea para evaluar si una inversión es económicamente conveniente es el periodo de recuperación, el cual se define como el número de años que se requiere para que las entradas de efectivo de una inversión compensen o recuperen las salidas de efectivo de esa inversión. (Jerry A. Viscione, Análisis Financiero principios y métodos. Pág. 290).

**Gráfico N° 23.** Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN		
PERIODO	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS ACUMULADO
0		\$ 415.392,27
1	\$ 134.124,56	\$ 134.124,56
2	\$ 149.075,98	\$ 283.200,54
3	\$ 164.555,40	\$ 447.755,94
4	\$ 180.589,15	\$ 628.345,09
5	\$ 197.204,85	\$ 825.549,94

Elaborado por: Autora

Se recupera la inversión a los 2 años, 9 meses y 19 días.

#### 4.6.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							
	%	VAN	TIR %	PRI (Años)	R B/C	TMAR %	CRITERIO DE EVALUACIÓN
DATOS DEL ESTUDIO	100	\$ 182.457,40	26,11%	2,80	\$ 1,44	11,02	
Escenario positivo	105	\$ 248.252,61	31,17%	2,54	\$ 1,60	11,02	Sensible
Escenario negativo	95	\$ 119.795,29	21,13%	3,10	\$ 1,29	16,36	Muy sensible

Elaborado por: Autora

#### Escenario Optimista

Al incrementar en un 5% sobre la línea base se observa que el VAN, la TIR, la R B/C se incrementan.

#### Escenario Pesimista

Al efectuar un decremento del 5% sobre la línea base se observa una tendencia de mayor sensibilidad, porque al incrementarse el riesgo país, así como la inflación; la sensibilidad al riesgo es mayor.

## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- ✓ La ubicación del Hotel Pumamaqui, sus servicios de alojamiento y alimentación de calidad dinamizan la economía del sector.
- ✓ Los atractivos turísticos de la Parroquia de La Merced son la fuente principal para que el establecimiento sea rentable y se ejecute su construcción con el cuidado del medio ambiente.
- ✓ La Merced es de clima templado, aire puro y tranquilo para que los turistas puedan disfrutar el ambiente de la naturaleza.
- ✓ La creación del establecimiento hotelero en la Parroquia de La Merced es favorable ya que existen los recursos necesarios para brindar servicios de calidad a turistas nacionales y extranjeros.
- ✓ La estructura organizacional establecida permitirá cumplir con el funcionamiento adecuado de las áreas y ofrecer servicios de calidad.
- ✓ El proyecto es rentable de acuerdo a los análisis de los diferentes indicadores financieros, siendo la TIR de 26,11% mayor que la TMAR de 11,02%.



## 5.2

### RECOMENDACIONES

- ✓ Controlar que los servicios que se oferten sean de calidad y cumplan con la satisfacción de las necesidades de los turistas.
- ✓ Realizar programas turísticos y alianzas estratégicas con los balnearios ofreciendo servicios de calidad para atraer y fidelizar a los turistas.
- ✓ Dar a conocer los lugares atractivos de la Merced mediante estrategias con la Junta Parroquial y la directiva de los diferentes barrios.
- ✓ Minimizar el impacto ambiental mediante el cuidado del agua, la energía, separación de desechos orgánicos y sólidos, reciclaje y reutilización.
- ✓ El hotel debe ingresar al mercado con servicios de alojamiento y alimentación de calidad diferenciándose de la competencia.
- ✓ Capacitar al personal en atención al cliente para ofrecer servicios de calidad a los turistas nacionales y extranjeros.

## BIBLIOGRAFÍA

Andrade, S. (s.f.). *Diccionario de Economía*. Andrade.

Bolívar, U. A. (2004). *Globalización, migración y derechos humanos*. Quito: Abya Yala.

Ecuador. (2004). *Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo Decreto N° 1186*. Quito.

Gavilanes, B. C. (2003). *Diseño, elaboración y evaluación de proyectos*. Quito: Agil Print.

Geoffrey, R. (s.f.). *Principios de Marketing*. Thompson.

Greco, O. (2003). *Diccionario de Sociología. Anexo: Todos los países del mundo, síntesis numérica e informativa*. Buenos Aires: Valleta.

Klotler, P. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Prentice Hall.

Lara, J. (s.f.). *Análisis Financiero*. Quito.

Mochón, F. (2005). *Introducción a la macroeconomía*. Madrid: Mc. Graw Hill.

Nacional, A. (2012). *Proyecto de Ley Orgánica de Turismo*. Quito.

Quito, D. M. (2002). *Ley Orgánica de Régimen Municipal, Ordenanza Metropolitana N°308*. Quito.

Quito, D. M. (2008). *Guía de Prácticas Ambientales para Comercio Básico. Restaurantes*. Quito.

Quito, D. M. (2012). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Merced*. Quito.

Varela, R. (s.f.). *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Pearson Prentice Hall.

Viscione, J. (s.f.). *Análisis Financiero principios y métodos*.

## **WEBGRAFÍA**

Comercio, D. E. (2012). *Diario El Comercio*. Obtenido de [www.eldiario.com.ec](http://www.eldiario.com.ec)

INEC. (2012). *INEC*. Obtenido de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

Internas, S. d. (2012). Obtenido de [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

Turismo, M. d. (2012). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

Turismo, Q. (2012). *Quito Turismo*. Obtenido de [www.quitoturismo.gob.ec](http://www.quitoturismo.gob.ec)

## **ANEXOS**

