

ESCUELA POLITÉCNICA DEL
EJERCITO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

“TEMA: creación de una hostería
ecoturística en el sector Pansache
Retamales provincia del cotopaxi”

AUTOR:

Douglas Fernando Molina Álvarez

DIRECTOR:

Eco. Francisco Caicedo

Co-Director

Ing. Elisabeth Jiménez

Latacunga, Febrero del 2004

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar mi camino en todo momento, a mis padres Gilberto y Blanca, gracias por mantener mis sueños vivos, a mis hermanos que fueron incondicionales en el apoyo a mi superación y a toda mi familia que supieron colaborarme a través de mi carrera.

A mi amigo Santiago que me brindo su amistad leal, también a mis compañeros y amigos: Juan, Fausto, Pedro, Freddy, Marcelo, Ximena, Lorena y Patricia, gracias por compartir cinco años de carrera.

A la ESPE-L, por la formación recibida en estos años y a mis profesores por compartir no solamente sus conocimientos sino también su amistad, al Mayo. Ing. Cecil Aguirre que me ha apoyado desinteresadamente en este tramo de mi carrera, al Eco. Francisco Caicedo y a la Ing. Elisabeth Jiménez; quienes con sus conocimientos, paciencia y dedicación aportaron notablemente a la realización de este proyecto.

A todas las personas que de una u otra manera colaboraron ya sea en forma espiritual o material en la realización de este trabajo.

Fernando

DEDICATORIA

El esfuerzo de este trabajo se lo
dedico a mis padres y hermanos
y un ser muy especial que
siempre estuvo conmigo

Fernando

CAPITULO I

ECOTURISMO EN EL SECTOR PANSACHE RETAMALES PROVINCIA DEL COTOPAXI

1.-INTRODUCCION

“El Ecuador es un país pequeño desde el punto de vista geográfico pero gracias a esta posición privilegiada, su singular topografía, a la que se le suman factores climáticos, la Cordillera de los Andes, la conjunción de corrientes marinas como la cálida del Niño y la fría de Humboldt, hacen del Ecuador un destino incomparable para el desarrollo del ecoturismo “¹.

Estos y más factores permiten que nuestro país tenga una mega diversidad de plantas, animales y una gran riqueza étnica y cultural en un pequeño gigante.

“Nuestro país es uno de los 17 países con mayor biodiversidad, la más concentrada del mundo. Es la tercera nación más rica en anfibios, la cuarta en pájaros y la novena en vertebrados. Cuenta con 13 nacionalidades indígenas todas ellas con su propio idioma y costumbre”².

¹ Guía turística del Ecuador 1998

² Boletín Ministerio de Turismo 2002

El Ecuador busca que todas las actividades turísticas tengan carácter de sostenibilidad y en este marco, el ecoturismo constituye, la modalidad más organizada y que mayor auge ha tenido en los últimos años. Esta actividad ha generado conciencia en los operadores responsables, ONG's y las comunidades así como en el sector público, a través de los Ministerios de Turismo, Ambiente y gobiernos locales.

El ecoturismo y sus variantes, todos ellos con un enfoque en la conservación de la naturaleza, aportan beneficios reales, mitigando los impactos sociales y ambientales, redistribuyendo de una manera justa los ingresos económicos e impulsando y promoviendo la conservación y participación de las poblaciones locales.

Pocos países pueden ofrecer una relación más directa que el Ecuador con el turismo al aire libre puesto que del total de turistas, más del 70% lo hicieron por motivaciones vinculadas a la naturaleza. Como un destino eco turístico inigualable en el mundo, potenciando sus recursos naturales, culturales e históricos, entre los que se destacan:

Islas Galápagos.-Únicas por su alta biodiversidad y endemismo, es un espacio para la ciencia, la investigación y el descubrimiento de la vida.

La Costa.- Bañada por las aguas del Océano Pacífico, es un espacio privilegiado en el que remanentes de bosques secos, bosques húmedos y manglares, unidos a las poblaciones locales ricas en conocimientos ancestrales y reflejados en su arquitectura, gastronomía, elaboración de artesanías y expresiones culturales, hacen de la estadía del visitante una experiencia diferente.

La Región Andina.- El ecoturismo comunitario, ha tenido un gran desarrollo. Estas actividades enmarcadas bajo el concepto de sostenibilidad, cuentan con una activa participación local, logrando una equidad económica y social, permitiendo la redistribución de los beneficios económicos generados por la actividad. Esta experiencia se ve enriquecida con el entorno natural en el que las montañas, nevados, volcanes, valles, páramos, lagos, unido a la destreza de sus habitantes, permite realizar un sinnúmero de actividades como: andinismo, observación de aves, trekkiong, convivencia con la comunidad, entre otros, logrando la integración del visitante con el entorno geográfico cultural de las localidades

La Amazonía.- Brinda al visitante, no sólo la riqueza étnica y cultural, sino la oportunidad de conocer ecosistemas únicos en el mundo por su especial biodiversidad.

“Nuestro país se posiciona como el de mayor número de llegadas por Km² de extensión territorial esto es una densidad de turismo equivalente a dos visitas por Km² versus un promedio de una visita por Km² en el área andina.

Estas oportunidades y el reconocimiento de la importancia estratégica del turismo como generador de empleos, renta y como propulsor de la economía en general hacen impostergable la necesidad de buscar herramientas de promoción y mercados adecuados para insertarnos en las listas de preferencias de los “travels” en el mundo e incentivar el turismo interno, generando a la vez una cultura turística que transforme al ecuatoriano común en un anfitrión calificado al turismo”³.

“El turismo es un destacado generador de divisas para la economía ecuatoriana. La actividad se ubica en el tercer sitio de importancia entre las exportaciones de bienes y servicios con una importante participación del 7% en el valor total exportado, siendo superado únicamente por el petróleo crudo y sus derivados (41%) y el banano (14%). El aporte turístico en el primer semestre del 2002 se incrementó al 8%.

Aunque ya es conocido que el turismo crecerá sustancialmente, la Organización Mundial del Comercio (OMC) considera que se triplicará en América Latina entre 1990 y 2010, es uno de los retos del sector turístico ecuatoriano ser el número uno pretendiendo generar divisa para el país por USD 1.600 millones”⁴.

En cuanto a Provincia de Cotopaxi en donde se ubicará el proyecto, se encuentra asentada al norte de la hoya Latacunga – Ambato, denominada Hoya Central

³ Guía turística del Ecuador CAPTUR

⁴ Revista del Ministerio de turismo 2001

Oriental de Patate, limita al norte con el nudo de Tiopullo y con alturas de Casaguala al sureste. Tiene una superficie de 6.071 Km²; existen valles y páramos que siendo una zona agrícola por excelencia, posee extensas áreas de bosques ricos en maderas finas, su orografía moldea la majestuosidad del paisaje, muestra de ello aparece el volcán activo más grande del mundo el Cotopaxi con 5.897m s.n.m. además podemos apreciar otras elevaciones que se destacan en el paisaje caracterizado por majestuosos nevados y montañas que atraen a los visitantes, como el Quilindaña, Los Iliniza, Antisana, el Morro y Putzalahua, La Maná, Ruinas de Ingalaya en Sigchos, los balnearios de Salcedo, junto a otros tesoros invaluable que forma parte de la riqueza turística y eco turística de nuestra provincia.

Por tal favorable panorama se ha propuesto la creación de una Hostería Eco turística en el sector Pansache - Retamales perteneciente a la parroquia Mulaló del cantón Latacunga, buscando aprovechar adecuadamente la biodiversidad, riqueza étnica, cultural y atractivos de la zona misma que proporcionará los servicios básicos de hospedaje, paseo, comida, charlas entre otros; con el propósito de fomentar la armonía entre la sociedad, el turismo y la conservación.

1.1.-JUSTIFICACIÓN

“El Ecuador posee 280 volcanes, 18 de los cuales se encuentran activos: Más de 2240 especies conocidas de árboles crecen en su selva tropical.”

“Un recorrido por el territorio ecuatoriano traslada al turista en cuestión de horas desde la selva tropical hasta las estribaciones y alturas de la cordillera de los Andes, para descender luego hacia la costa del Pacífico, en un trayecto interminable de paisajes naturales”⁵.

Considerando esta apreciación y la importancia de conservar este patrimonio natural, se ha propuesto la creación del proyecto eco turístico en sector Pansache – Retamales del Cantón Latacunga. El mismo que por ser acreedor de su excelente ubicación cuenta con variedad de especies silvestres en su habita natural entre estas tenemos: conejos de páramo, perdices, llamas, osos de anteojos, pumas, lobos, patos, venados, cervicabras, dantas, truchas, entre otros; así también cuenta con una alta biodiversidad de flora propia de la zona entre las que podemos nombrar: Chuquiragua, mortiño, paja, sunfillo, sigse y otras más.

Además se encuentran hermosos paisajes propios del lugar, majestuosas lagunas como: Laguna de Salayambo, laguna de Yanacocha; ríos como: río Retamales, río Langoa, riachuelo de Juito, vertientes, chaparro y ciénegos, es decir características únicas que hace de este sector un lugar idóneo para el desarrollo óptimo del ecoturismo razón por la cuál es importante promocionar estos recursos atractivos tanto al turismo interno como al turismo externo.

⁵ Directrices para el Ecoturismo, Sociedad Mundial del Ecoturismo 1995

Es notable que exista demanda insatisfecha debido a que en el país y en la provincia no existe mayor información sobre los páramos no se han promocionado de manera adecuada, teniendo un mercado potencial, falta de información; el sector referente a nuestro estudio actualmente carece de todo tipo de servicio relacionado con alojamiento, alimentación, recreación y servicios complementarios relacionados directamente con el ecoturismo, siendo nosotros los primeros en satisfacer dichas necesidades.

El presente proyecto esta diseñado para cumplir todas las normas que demanda el ecoturismo, por lo tanto el impacto ambiental será reducido al máximo buscando armonía con la naturaleza.

El preservar el ecosistema del páramo será uno de nuestro mayor compromiso buscando lograr la conservación y el manejo sustentable ya que es lo más representativo de la identidad Andina, por otro lado es una excelente alternativa para generar nuevos ingresos y fomentar la conservación, al mismo tiempo el turismo bien manejado puede representar ingresos para las comunidades creando fuentes de trabajo relacionadas directa e indirectamente con el proyecto propuesto.

1.2.-OBJETIVO GENERAL

Diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de una hostería en el sector Pansache – Retamales en la provincia de Cotopaxi.

1.3.-OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita atender la demanda insatisfecha de los servicios de hospedaje, en los sectores turísticos de la provincia de Cotopaxi.

- Determinar el tamaño y aprovechar la localización estratégica de la hostería a fin de atender de mejor manera a los clientes reales y potenciales.

- Realizar un estudio de inversión y financiamiento que permita el desarrollo de la implementación de este proyecto.

- Estructurar los costos y gastos del proyecto, confrontando con los ingresos a fin de determinar el estado de resultados.

- Determinar la factibilidad del proyecto mediante la aplicación de diferentes técnicas de evaluación que permite justificar la rentabilidad del proyecto.

CAPITULO II

2.- Estudio de Mercado

2.1 Definición del Producto.-

El servicio que se pretende ofrecer para captar la atención y satisfacer las necesidades del cliente, es un paquete turístico en el que se incluye alojamiento en una hostería eco turístico, servicio de restaurante y recreación.

Las características de estos servicios son:

Alojamiento.- El servicio de alojamiento será de muy buena calidad, siendo confortables; las habitaciones tendrán un ambiente acogedor prevaleciendo la esencia misma de la zona, agua caliente, espacio adecuado, chimenea; teniendo como prioridad el mobiliario y el decorado.

Alimentación.- Se ofrecerá desayuno, almuerzo, y cena; la comida principalmente será típica de la provincia con opciones distintas incluyendo las vegetarianas. Los insumos utilizados serán de primera calidad.

Recreación.- Se realizarán paseos en caballo a las lagunas aledañas del sector, estarán a disposición bicicletas de montaña en paseos dirigidos por el guía,

además se contará con una sala de distracción para los turistas en la cuál se encontrará información eco –turística de la zona en que esta asentado el proyecto.

Servicios complementarios.-Se ofrecerá servicio de guías, bar, se contará con un botiquín de primeros auxilios.

2.2 Análisis de la Demanda.-

2.2.1 Demanda Histórica y Actual.-

Para determinar la demanda actual se parte de la información proporcionada por la Dirección Nacional de Migración la misma que dio a conocer que los extranjeros que ingresaron al Ecuador durante el año 2001 fue de(640.561) visitantes. Esta cifra esta considerada como el total que ingresa al país, por tal razón representa el 100%.

Para hallar el turismo receptivo que pertenece a la provincia de Cotopaxi se ha considerado una tasa del 15.33% basándose en las principales preferencias de visita al Ecuador según la División de Estadística e Información del Ministerio de Turismo (VER ANEXO 1) son:

-
-

• CUADRO N° 1

•

PRINCIPALES PREFERENCIAS DE VISITAR EL ECUADOR

| Visita a sitios naturales | Porcentajes |
|----------------------------------|--------------------|
| Montañas / Volcanes | 8.92 % |
| Naturaleza en general | 6.11 % |
| Otros | |
| Visita al país en general | 0.3 % |

Fuente: folleto del MITUR del año 2001
Elaborado por : Fernando Molina

“De tal manera el número de personas es de (98.198) que participan contribuyendo al turismo receptivo de la provincia de Cotopaxi”⁶.

De igual manera se ha considerado la información proporcionada por la División de Estadística e Información del Ministerio de turismo dando a conocer que el flujo de turistas internos en el País es de 13.404 personas por año y 1.117 personas por mes (VER ANEXO 2) .

De esta forma el porcentaje de turismo que representa a la provincia de Cotopaxi es el 15,73% determinado en base, al motivo de desplazamiento de los turistas internos de los cuáles se consideró: Vacaciones (VER ANEXO 3) por tal razón el número de turistas internos que visitan Cotopaxi por mes es de 175 personas promedio, y por año 2108 personas.

⁶ Revista INEC 2000

CUADRO N° 2

TURISTAS QUE VISITARON LA PROVINCIA DE COTOPAXI

1993 – 2001

| Años | Demanda histórica Nacional | Promedio de visita a Cotopaxi | Demanda histórica de la Provincia de Cotopaxi |
|------|----------------------------|-------------------------------|---|
| 1993 | 471.367 | 17,31% | 81.593 |
| 1994 | 472.000 | 17,31% | 81.703 |
| 1995 | 439.523 | 17,31% | 76.081 |
| 1996 | 493.727 | 17,31% | 85.464 |
| 1997 | 529.500 | 15,33% | 81.172 |
| 1998 | 510.626 | 15,33% | 78.279 |
| 1999 | 517.670 | 15,33% | 79.359 |
| 2000 | 627.090 | 15,33% | 96.133 |
| 2001 | 640.561 | 15,33% | 98.198 |

FUENTE: Anuario de migración INEC-Dirección Nacional de Migración 1997, 1998,1999,2001-CAPTUR

Elaborado por: Fernando Molina

Podemos observar en el cuadro anterior que las visitas de turistas a la provincia de Cotopaxi varia en forma descendiente del 17,31%, al 15,33%, para los últimos años, este fenómeno posiblemente se debe a las condiciones socio-económica y política que ha atravesado nuestro país en los últimos años, creando menos atractivos para el turismo; sin embargo el ingreso total de turista ha crecido a pesar de la disminución porcentual, es decir que es creciente debido al total global del ingreso de turistas en los dos últimos años .

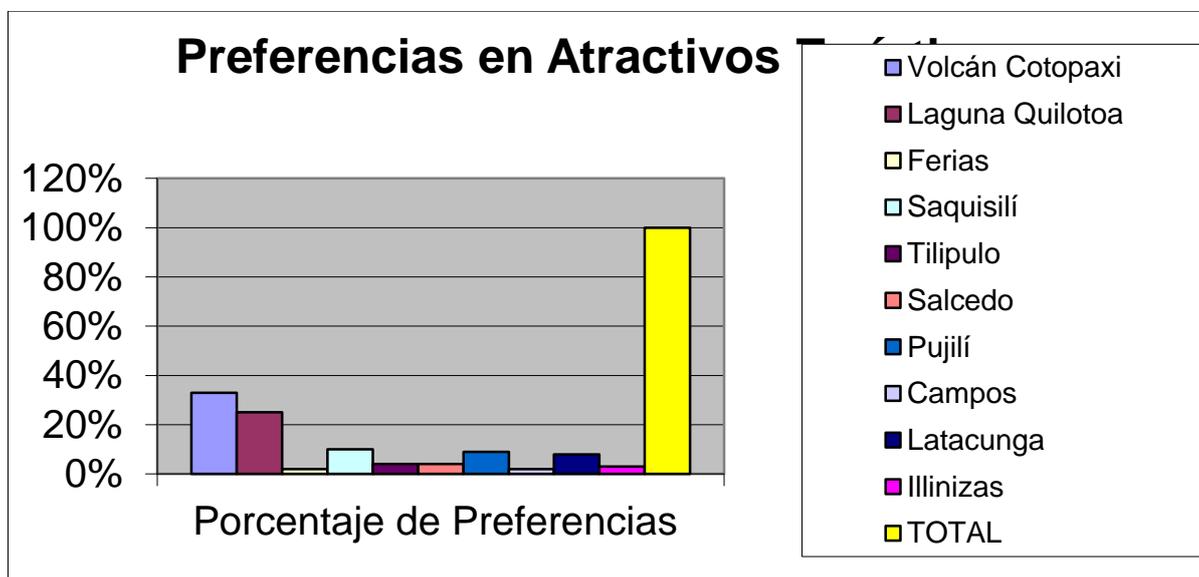
CUADRO N° 3

COTOPAXI: PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS

| Lugares Turísticos | Porcentaje de Preferencias en las Visitas |
|--------------------|---|
| Volcán Cotopaxi | 33% |
| Laguna Quilotoa | 25% |
| Ferías | 2% |
| Saquisilí | 12% |
| Tilipulo | 4% |
| Salcedo | 4% |
| Pujilí | 9% |
| Campos | 2% |
| Latacunga | 7% |
| Illinizas | 2% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Boletín del Consejo Provincial Cotopaxi 2001
Elaborado por: Fernando Molina

GRAFICO N° 1



Fuente: boletín del Consejo Provincial Cotopaxi 2001
Elaborado por: Fernando Molina

Como podemos observar en el grafico y datos anteriores los sitios más visitados son: en primer lugar el volcán Cotopaxi con un 33% de afluencia preferencial,

luego esta ubicado la laguna de origen volcánico Quilotoa con un 25%, luego la feria de Saquisilí con un 12%, siendo estos los más relevantes el resto ocupan los porcentajes restantes.(VER ANEXO 4).

2.2.2 Demanda Futura

“Para calcular la demanda futura, se ha tomado como referencia datos actuales en lo que va del año “hasta diciembre del 2001 se ha registrado 640.561 llegadas internacionales al país⁷” es decir que la demanda del año 2000 ha crecido en un 18,25% con respecto a la demanda del año 1999 y el porcentaje de la demanda para el año 2001 ha crecido con respecto al año anterior en un 20,21% , dichos datos son alentadores y favorables para el turismo en nuestro país mostrando una recuperación positiva “en año 2001 se registro un crecimiento del 10% en el ingreso de divisas el turismo”.partiendo del dato registrado en el año 2001 se estima que la tasa creciente de demanda del 20,21% se estima para el año siguiente sea de 129457 turistas (VER ANEXO 4)

2.2.3 Métodos para la Proyección de la Demanda

Precisada la demanda actual, se ha procedido a proyectar los datos obtenidos con el fin de conocer el monto de consumo futuro durante la vida útil del proyecto propuesto.

⁷ Revista MITUR 2000

Han sido utilizados varios métodos para obtener una aproximación confiable en la proyección.

Los métodos son los siguientes:

-

M

étodo de tasa de crecimiento se puede calcular basándose en la siguiente formula:

$$\{1/(n-1)\}$$

$$TC= (VA/VH)-1$$

TC= Tasa de crecimiento

VA Valor actual

VH= Valor histórico

N = Tamaño de la muestra

- Método de regresión, este nos permite hacer un pronóstico basándose en causales explicativas definidas. Básicamente; la regresión simple tiene dos formas: lineal y exponencial.(VER ANEXO 5)

La fórmula de la regresión denota que la variable dependiente se pronostica sobre la base de una variable independiente, matemáticamente se la representa de la manera siguiente:

$$Y = a + bX$$

Y = Valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente (X).

X = Valor específico de la variable independiente.

a = Punto de intersección de la línea de regresión con el eje Y.

b = Pendiente de la línea de regresión.

2.2.4 Proyección de la Demanda Interna

Para obtener datos de la demanda interna se ha utilizado el método de las Tasas de Crecimiento, para mediante porcentajes obtener los valores proyectados, para de esta manera recolectar todos los datos necesarios para el estudio.

Basándose método : Tasa Promedio y el los datos históricos que han sido proporcionados por el INEFAN, específicamente por el Departamento de Administración de Áreas Naturales, el cuál nos proporcionó el Registro de Visitantes Nacionales y Extranjeros que visitan las áreas naturales de nuestro país; de dicho registro solo se ha considerado los visitantes nacionales que se considera la demanda interna para el estudio en este caso como referencia se tomo al Parque Nacional Cotopaxi la demanda interna se ha tomado el crecimiento calculado del 2.9% anual (VER ANEXO 6)

CUADRO N° 4

DATOS HISTÓRICOS DEL TURISMO INTERNO DE COTOPAXI

(Datos en miles de personas)

| Años | Datos Históricos |
|-------------|-------------------------|
| 1996 | 29688 |
| 1997 | 29983 |
| 1998 | 31912 |
| 1999 | 30477 |

Fuente: Registros del INEFAN
Elaborado por: Fernando Molina

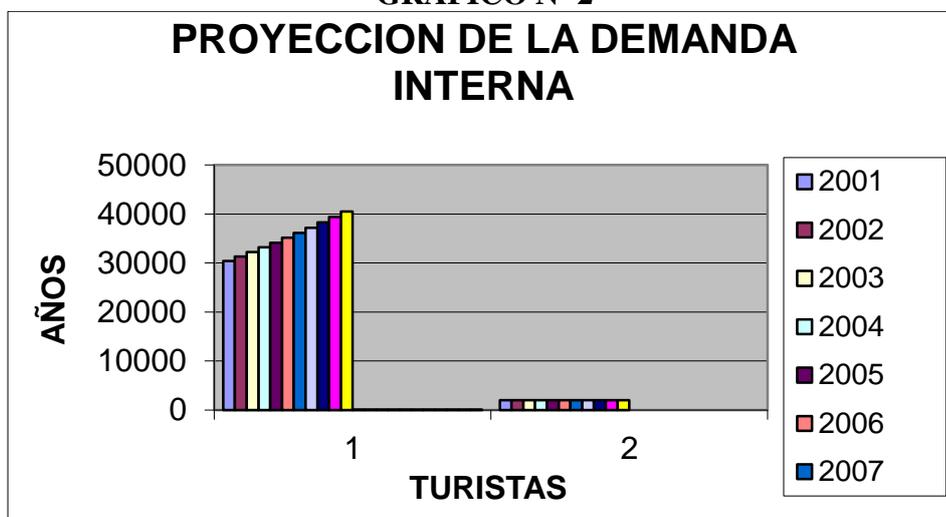
CUADRO N° 5

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INTERNA DE COTOPAXI

| Años | Proyección Demanda Interna |
|-------------|---|
| 2001 | 30421 |
| 2002 | 31330 |
| 2003 | 32239 |
| 2004 | 33173 |
| 2005 | 34135 |
| 2006 | 35125 |
| 2007 | 36144 |
| 2008 | 37192 |
| 2009 | 38270 |
| 2010 | 39381 |
| 2011 | 40523 |

Elaborado por: Fernando Molina

GRAFICO N° 2



Elaborado por Fernando Molina

2.2.5 Proyección de la Demanda Total

CUADRO N° 6

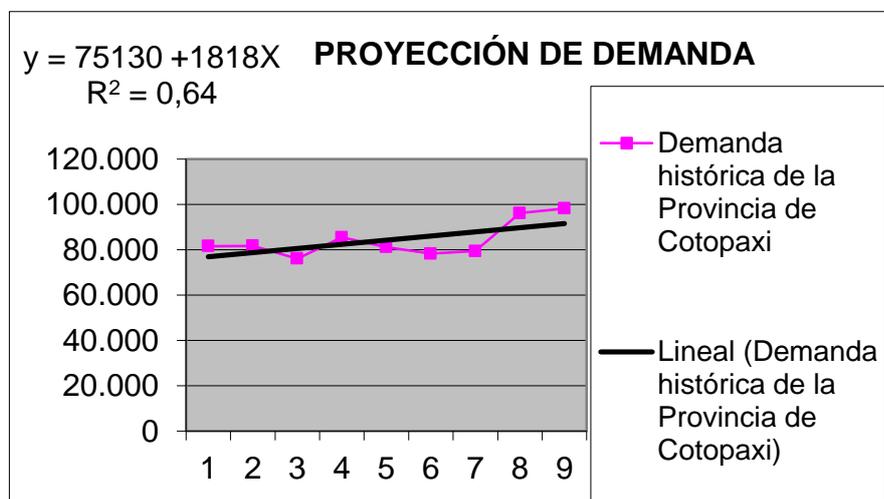
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN COTOPAXI 2001 – 2011

| Años | Demanda histórica de la Provincia de Cotopaxi | Código | Proyección |
|------|---|--------|------------|
| 1993 | 81.593 | 1 | 76948 |
| 1994 | 81.703 | 2 | 78766 |
| 1995 | 76.081 | 3 | 80584 |
| 1996 | 85.464 | 4 | 82402 |
| 1997 | 81.172 | 5 | 84220 |
| 1998 | 78.279 | 6 | 86038 |
| 1999 | 79.359 | 7 | 87856 |
| 2000 | 96.133 | 8 | 89674 |
| 2001 | 98.198 | 9 | 91492 |
| 2002 | | | 93310 |
| 2003 | | | 95128 |
| 2004 | | | 96946 |
| 2005 | | | 98764 |
| 2006 | | | 100582 |
| 2007 | | | 102400 |
| 2008 | | | 104218 |
| 2009 | | | 106036 |
| 2010 | | | 107854 |
| 2011 | | | 109672 |

Elaborado por: Fernando Molina

Al analizar la demanda proyectada desde el año 2002 hasta el año 2011 vemos que la tasa de crecimiento global es creciente en un promedio del 2% anual, lo cuál es muy favorable para el desarrollo del sector turístico de la provincia, ya que se puede realizar más inversiones y explotar nuestros atractivos turísticos, creando nuevas fuentes de empleo y desarrollo de sectores rurales y comunidades.

GRAFICO N° 3



Elaborado por: Fernando Molina

La razón por la que utilizamos el método de regresión lineal es debido a la coherencia del crecimiento de los datos de la demanda proyectada para los años futuros, teniendo también un aceptable índice de correlación que es de 0.64.

2.3 Análisis de la Oferta

Es necesario aclarar que no existe en la provincia de Cotopaxi una hostería en ningún páramo; es decir que la competencia no ofrece atractivos como los que

ofrecemos pero si cuentan con el servicio que nosotros también ofertamos, diferenciándonos de la competencia por el valor agregado que en éste caso sería los atractivos naturales que favorece al proyecto.

El mercado se encuentra integrado por los establecimientos de hospedaje de la provincia de Cotopaxi, inscritos previamente en el Ministerio de Turismo y en la Cámara de Turismo de la Provincia los mismos que cuentan con 382 habitaciones y 755 plazas; clasificados en : primera, segunda y tercera categoría (VER ANEXO 7). Se ha considerado para el estudio específico cinco hosterías de primera y segunda categoría que prestan similares servicios a los propuestos en este proyecto.

CUADRO N° 7

PRESTACIÓN DE ALOJAMIENTO POR CATEGORÍAS EN COTOPAXI

| CATEGORIAS | TOTAL ESTABLECIMIENTOS | TOTAL HABITACIONES | TOTAL PLAZAS |
|-------------------|-------------------------------|---------------------------|---------------------|
| Lujo | | | |
| Primera | 5 | 87 | 216 |
| Segunda | 9 | 110 | 227 |
| Tercera | 11 | 185 | 312 |
| Total | 25 | 382 | 755 |

Fuente: MITUR Catastros de Control de la Provincia de Cotopaxi
Elaborado por: Fernando Molina

Podemos ver la distribución de las empresas que están dentro del impacto del proyecto en la provincia; notando que los establecimientos de primera tienen aceptable capacidad de albergue ya que son ellos nuestra competencia.

CUADRO N° 8
OFERTA TOTAL DE LA COMPETENCIA DIRECTA EN LA
PROVINCIA DE COTOPAXI

| HOSTERÍAS | HABITACIONES | PLAZAS |
|------------------------|---------------------|---------------|
| Rumipamba de las Rosas | 20 | 40 |
| San Mateo | 6 | 30 |
| La Posada Del Rey | 7 | 16 |
| La Ciénega | 31 | 85 |
| San Agustín Del Callo | 6 | 12 |
| Total | 70 | 183 |

Fuente: MITUR Catastros de Control de la Provincia de Cotopaxi

Elaborado por: Fernando Molina

Estas son las principales empresas que serán la competencia directa, ya que prestan servicios similares a los que ofrecemos enmarcándose en lo que es el ecoturismo dentro de la provincia, considerando como referencia las 183 plazas de dichas hosterías el presente proyecto de propone ingresar en el mercado con: dos habitaciones simples, de dos plazas ; cuatro habitaciones dobles, de ocho plazas; cuatro habitaciones triples, de doce plazas; y una cabaña para grupos albergando 12 plazas, con un total de 34 plazas de capacidad , representando un 18.5% de participación en el mercado.

2.3.1 Capacidad Instalada y Utilizada

Tomando como referencia la investigación realizada a los establecimientos de hospedaje en la Provincia de Cotopaxi y el sitio de impacto del proyecto se

estimar que del total de la capacidad instalada se ocupa el 58%, por lo cuál determinamos que el porcentaje inutilizado es el 42%.(VER ANEXO 8)

Analizando la competencia directa para nuestro proyecto, se consideraría cinco hosterías correspondientes a la misma categoría, prestando servicios similares a los nuestros, posteriormente analizaremos el uso de la capacidad instalada de la competencia, siendo la siguiente:

CUADRO N° 9
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

| HOSTERIAS | CAPACIDAD UTILIZADA | CAPACIDAD INUTILIZADA |
|------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Rumipamba de las Rosas | 60% | 40% |
| San Mateo | 80% | 20% |
| La Posada del Rey | 70% | 30% |
| La Ciénega | 70% | 30% |
| San Agustín de Callo | 55% | 45% |

Fuente: Investigación Directa

Elaborada por: Fernando Molina

Considerando la tasa de ocupación hotelera en la provincia de Cotopaxi que es del 58%, podemos notar que las hosterías anteriormente analizadas demuestran mayor eficiencia en el manejo ya que aprovechan sus instalaciones en un 67%, cifra que es superior con 9 puntos al promedio total de ocupación hotelera en la provincia. Estas cifras nos dan una idea clara de eficiencia entre las empresas de competencia directa, cada una de ellas busca aprovechar al máximo sus

instalaciones, sus atractivos, el servicio y publicidad por tal razón ocupan lugares privilegiados en la aceptación de los turistas dentro de la provincia.

2.3.2 Participación en el Mercado

Mediante el análisis de turistas que recibe cada establecimiento de hospedaje estudiado dentro de la provincia de Cotopaxi lugar del impacto del proyecto se ha determinado la participación en el mercado de cada una de ellas, tomando como el 100% el promedio total de turistas que ingresan en la provincia dando la participación correspondiente en el mercado considerando el número de turistas hospedados en cada establecimiento por mes.

CUADRO N° 10
PROMEDIO DE TURISTAS ALOJADOS POR MES EN COTOPAXI

| Hosterías | Turistas por mes | Porcentaje |
|-------------------------|-------------------------|-------------------|
| La Ciénega | 800 | 32% |
| San Mateo | 290 | 11% |
| Rumipamba de las Rosas | 250 | 10% |
| La Posada del Rey | 30 | 1% |
| San Agustín de Callo | 15 | 0.5% |
| TOTAL | 1385 | 54% |
| Total de Mercado | 2524 | 100% |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernando Molina

En el cuadro anterior podemos darnos cuenta que las hosterías: La Ciénega con un 32% de participación en el mercado, siendo el porcentaje más alto, San Mateo con un 11% de participación en el mercado y Rumipamba de las Rosas con un 10% de participación , sumadas tienen un 53% de participación del mercado total de turistas que visitan la provincia de Cotopaxi mensualmente , este porcentaje es verdaderamente significativo ya que estas son tres integrantes de las cinco hosterías que son competencia directa de este proyecto.

De acuerdo al estudio realizado basándonos en las encuestas y entrevistas personales con los administradores de los establecimientos hoteleros se ha determinado que cuatro de los cinco competidores directos del proyecto tienen planes de ampliación en las diferentes áreas de sus instalaciones, estos competidores son: Hostería Rumipamba de las Rosas ampliará únicamente el servicio de restaurante ya que el resto de su infraestructura satisface eficientemente a la demanda atendida, Hostería La Posada del Rey, Hostería San Mateo y la hostería San Agustín de Callo tienen proyectos de ampliar el número de cabañas , habitaciones, áreas de recreación , áreas de entretenimiento, servicios de Internet, transporte, paseos, entre otros.

2.3.3 Precios

Los siguientes son los precios manejados por cada una de las hosterías consideradas en nuestro análisis de competencia estos son:

CUADRO N° 11

HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS: PRECIOS POR HABITACIÓN

(Precio en dólares)

| Hostería Rumipamba de las Rosas | |
|--|-----------------|
| Tipo de Habitación | Costo \$ |
| Habitación simple | 34 y 43 |
| Habitación doble | 46 y 61 |
| Habitación triple | 53 y 72 |
| Cama extra | 12 |

Fuente Investigación Directa

Elaborado por: Fernando Molina

Fecha: Abril del 2003

Los precios que podemos apreciar en el cuadro anterior, los más cómodos son tarifa para nacionales y los más altos para extranjeros vemos que esta empresa discrimina los precios.

CUADRO N° 12

HOSTERIA SAN MATEO: PRECIOS POR HABITACIÓN

(Precios en dólares)

| Hostería San Mateo | |
|---------------------------|-----------------|
| Tipo de Habitación | Costo \$ |
| Habitación simple | 36.60 |
| Habitación matrimonial | 43.92 |
| Habitación doble | 51.24 |
| Habitación triple | 58.56 |
| Cabaña 4 pax | 65.88 |
| Cama extra | 18.30 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Fernando Molina

Fecha: Abril del 2003

Podemos mirar en el cuadro anterior que la hostería San Mateo es la única que ofrece precios unificados tanto para extranjeros como para nacionales.

CUADRO N° 13

HOSTERÍA LA CIENEGA: PRECIOS POR HABITACIÓN

(Precios en dólares)

| Hostería La Ciénega | |
|----------------------------|-----------------|
| Tipo de Habitación | Costo \$ |
| Habitación simple | 23.90 y 37.95 |
| Habitación doble | 30.30 y 50.65 |
| Habitación triple | 34.50 y 57.50 |
| Habitación cuádruple | 38.25 y 63.31 |
| Suite de lujo | 59.10 y 88.55 |
| Cama extra | 0.00 |

Fuente : Investigación Directa

Elaborado por :Fernando Molina

Fecha: Junio del 2003

Como podemos notar en el cuadro anterior los precios varían entre los clientes nacionales y extranjeros, lógicamente que los clientes nacionales gozan de los precios más bajos.

CUADRO N° 14

HOSTERIA LA POSADA DEL REY: PRECIOS POR HABITACIÓN

(Precios en dólares)

| Hostería La Posada del Rey | |
|-----------------------------------|-----------------|
| Tipo de Habitación | Costo \$ |
| Habitación simple | 20 y 27 |
| Habitación doble | 27 y 34 |
| Habitación triple | 32 y 39 |
| Habitación cuádruple | 38 y 45 |
| Suite de Lujo | 43.92 y 52.46 |
| Cama adicional | 15 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernando Molina
Fecha: Junio del 2003

De igual forma que las anteriores la hostería La Posada del Rey también discrimina los precios entre nacionales y extranjeros.

CUADRO N° 15

HOSTERIA SAN AGUSTÍN DEL CALLO: PRECIOS POR HABITACIÓN

(Precios en dólares)

| Hostería San Agustín del Callo | |
|---------------------------------------|-----------------|
| Tipo de Habitación | Costo \$ |
| Suite Tambo Inca | 144 y 307.44 |
| Suite Mulalo | 164 y 351.36 |
| Suite Von Humboldt | 144 y 307.44 |
| Habitación Bonpland | 130 y 263.52 |
| Habitación Montufar | 125 y 237.90 |

Las tarifas de alojamiento incluyen desayunos, cenas, bicicletas y pesca, también incluyen el 12% del IVA y el 10% de servicio.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernando Molina
Fecha: Junio del 2003

Los precios del cuadro anterior correspondientes a la hostería San Agustín Del Callo es necesario aclarar que las dos primeras suites tienen cinco habitaciones, y las restantes tienen tres habitaciones cada una de ellas, es por tal razón que sus precios son elevados, además están incluidos desayunos, cenas, bicicleta y pesca.

CUADRO N° 16

PRECIOS PROMEDIO POR TIPO DE HABITACIÓN DE LA COMPETENCIA

(Precios en dólares)

| Tipo de Habitación | \$ Costo nacional | \$ Costo extranjero |
|---------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Habitación simple | 28.63 | 36.14 |
| Habitación doble | 38.64 | 49.22 |
| Habitación triple | 44.52 | 56.77 |
| Habitación cuádruple | 47.38 | 50.06 |
| Suite de lujo | 76 | 126 |
| Cama extra | 11.33 | 11.33 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernando Molina

De acuerdo a los datos obtenidos por los catastros del Ministerio de Turismo estas hosterías son consideradas de primera y segunda categoría; de primera categoría son: La Ciénega, San Mateo y Rumipamba de las Rosas; de segunda categoría son: La Posada del Rey, San Agustín Del Callo, por tal razón los servicios que prestan son de primera, de acuerdo a su clasificación obtenida.

Los principales servicios que prestan estas hosterías son los siguientes:

CUADRO N° 17

SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS HOSTERIAS EN COTOPAXI

| Hostería | Tipo de Servicio |
|------------------------|---|
| La Posada del Rey | Restaurante, hospedaje, bar, piscina, sala de juegos, cancha, excursiones, paseos turísticos áreas de descanso. |
| San Agustín del Callo | Restaurante, hospedaje, áreas de descanso, paseos a caballo, excursiones. |
| Rumipamba de las Rosas | Restaurante, hospedaje, caballos, botes, piscina, canchas deportivas, juegos infantiles, bicicletas, carruajes, buffet. |
| La Ciénega | Restaurante, hospedaje, caballos, TV cable, cafetería, valor histórico. |
| San Mateo | Hospedaje, restaurante, sala de convenciones, bar, buffet, tenis de mesa, caballos, áreas de descanso, eventos dentro y fuera de las instalaciones. |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernando Molina
Fecha: Junio del 2003

Al analizar el cuadro de los servicios ofrecidos por estas hosterías podemos observar que los servicios más comunes son: hospedaje, restaurante, cafetería, bar y paseos mismos que han sido muy considerados en el presente proyecto.

2.3.4.-Sistema de Comercialización

En la investigación realizada en las hosterías en su mayoría no aprovechan la publicidad adecuadamente, apoyándose en el argumento que su tradición y trayectoria hacen que los turistas los visiten. El sistema de comercialización utilizado es poco explotado se constituye únicamente en un solo sistema el mismo que consiste en convenios con los diferentes agencias de viajes, mismas que se

encargan de dar a conocer los paquetes turísticos que ofrece cada una de estas hosterías, a cambio de una cierta comisión acordada entre las partes.

CUADRO N° 18

SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS HOSTERIAS EN COTOPAXI

| Hosterías | Sistema de Comercialización |
|------------------------|----------------------------------|
| La Posada del Rey | Agencias, libros turísticos. |
| San Agustín del Callo | Agencias de viaje |
| Rumipamba de las Rosas | APARTEC, Cadena de hoteles Quito |
| La Ciénega | Agencia de viajes |
| San Mateo | Agencias de turismo |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernando Molina.

2.3.5.-Servicio Postventa

En el estudio aplicado, las hosterías de la provincia de Cotopaxi no ofrecen servicio postventa a los clientes que se hospedan y ocupan sus instalaciones.

2.3.6.-Crédito

Si se lo puede considerar como un sistema de crédito altamente respaldado que proporcionan éstas hosterías es el acuerdo con las diferentes instituciones bancarias que manejan tarjetas de crédito como son: Diners Club, Visa, Master Card, American Expres.

2.3.7.-Descuentos

En la provincia de Cotopaxi el 60% de establecimientos hoteleros ofrecen algún tipo de descuento a grupos de personas mediante convenios existentes o previos acuerdos realizados, los convenios normalmente suelen ser con agencias de viaje, empresas relacionadas con este negocio, agencias de turismo, APARTEC. El 40% restante tiene precios fijos que en ciertas ocasiones o situaciones pueden ser flexibles.

También se otorgan descuentos del 10 al 30 % para los conductores de los vehículos y guías turísticos.

2.3.8.-Canales de Publicidad

En cuanto a los canales de publicidad no son aprovechados en forma debida por la mayoría de establecimientos hoteleros, por esta razón no son conocidos a nivel nacional, la mayoría de estos se han inclinado en hacer publicidad mediante la radio, tarjetas, calendarios, obsequios en ciertas épocas del año dando a conocer detalles y la ubicación de sus negocios datos relevantes de la provincia y el lugar que los rodea.

2.3.9.- Pronostico de Oferta

Las hosterías que se constituyen en nuestra competencia tienen capacidad para hospedar de 183 plazas, también es conveniente considerar factores relevantes de las hosterías analizadas dichos factores son: La buena captación de turistas en su mayoría extranjeros, la calidad con que presta los servicios, la funcionalidad y comodidad de sus instalaciones, los servicios adicionales a disposición del cliente, a todo esto hay que sumarle el prestigio y trayectoria con la que cuenta cada una de estas empresas aprovechando en un 67% su capacidad instada que es un porcentaje satisfactorio.

También es importante considerar ciertos factores negativos tales como: Canales de comercialización escasos y poco planificados, falta de innovación, no hacen el uso del servicio posventa, mismo que es realmente importante para una adecuada retroalimentación y constante mejora en los servicios ofrecidos.

2.4.- Demanda Insatisfecha

Esta demanda se ha determinado en base a las proyecciones realizadas de los turistas que visitarán la provincia de Cotopaxi en los años siguientes, este valor es restado del total de plazas proyectadas con que contará la provincia, dando como resultado la existente demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha es resultante de la diferencia entre la oferta y la demanda. Aclarando que la oferta ha sido proyectada sobre la base de una tasa del 8.5% que representa el crecimiento anual con que cuenta la provincia.

CUADRO N° 19

DEMANDA INSATISFECHA EN COTOPAXI 2001 – 2011

(Valores en unidades de personas)

| Años | Regresión Lineal | Demanda Interna | Demanda Total | Oferta | Demanda Insatisfecha |
|------|------------------|-----------------|---------------|--------|----------------------|
| 2001 | 91492 | 30421 | 121919 | 988 | 120931 |
| 2002 | 93310 | 31330 | 124640 | 1002 | 123638 |
| 2003 | 95128 | 32239 | 127367 | 1087 | 126280 |
| 2004 | 96946 | 33173 | 130119 | 1180 | 128939 |
| 2005 | 98764 | 34135 | 132899 | 1280 | 131619 |
| 2006 | 100582 | 35125 | 135707 | 1389 | 134318 |
| 2007 | 102400 | 36144 | 138544 | 1507 | 137047 |
| 2008 | 104218 | 37192 | 141410 | 1635 | 139775 |
| 2009 | 106036 | 38270 | 144306 | 1774 | 142532 |
| 2010 | 107854 | 39381 | 147235 | 1925 | 145310 |
| 2011 | 109672 | 40523 | 150195 | 2089 | 148106 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

Como podemos observar en el cuadro la demanda insatisfecha presentada para la ejecución del presente proyecto es realmente muy aceptable ya que la hostería con sus 34 plazas que se pretende funcionen a su máxima capacidad, de esta manera en el año estaría alojando a 12.410 turistas, este total hospedado tiene una representación de apenas el 10.26% de la demanda insatisfecha total. Estos datos nos dan una idea clara sobre el futuro fructífero que tendrá el proyecto en su ejecución, siendo completamente viable.

2.4.1 Demanda captable por la empresa

La demanda que espera captar la hostería Pansache- Retamales se espera sea del 3.64% con respecto a la demanda insatisfecha total, dicho porcentaje tiene una representación de 4.406 turistas anuales.

Esta cifra se ha encontrado basándose en la siguiente formula.

Nº de plazas * Días abiertos al año *((% Ocupado + % Esperado)/2)

$$= 34 * 365 * ((0.56 + 0.15)/2)$$

$$= 4406 \text{ turistas por año.}$$

El 0.56 % este porcentaje fue dado por el misterio de turismo razón por la cuál se ha tomado este dato en la formula el 0.15% es el porcentaje de captación adicional que espera el proyecto.

CAPITULO III

3.-Estudio Técnico

3.1.- Localización y Tamaño del proyecto

La localización de este proyecto Pansache- Retamales está ya propuesta debido a la riqueza del sector en atractivos únicos que le hacen diferentes a las demás zonas demográficas aledañas, por tal razón la intención es explotar los paisajes, flora, fauna, hidrografía y el aire puro.

El total del servicio de alojamiento está compuesto por 25 establecimientos, clasificados de la siguiente manera:

De primera categoría 5 establecimientos con 87 habitaciones y 216 plazas, de segunda categoría 9 establecimientos con 110 habitaciones y 227 plazas, de tercera categoría 11 establecimientos con 185 habitaciones y 312 plazas; teniendo un total de 382 habitaciones y 755 plazas; de estas solo se consideran cinco hosterías como competencia directa para el presente proyecto debido a que estas son de primera clase.

Con el presente proyecto se desea ingresar en el mercado con: dos habitaciones simples de dos plazas; cuatro habitaciones dobles de ocho plazas; cuatro

habitaciones triples de doce plazas y una cabaña de doce plazas, sumando un total de 34 plazas, el proyecto tendrá una participación del 2.4% con respecto al total de turistas.

3.1.1.- Macro localización

La hostería Pansache – Retamales se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, perteneciendo a la parroquia Mulalo, estando a 33Km. de distancia desde la ciudad de Latacunga contando con dos vías de acceso:

La primera por la vía Locoá, teniendo como referencia la Planta N°1 de la Empresa Eléctrica Cotopaxi, con 33Km. hacia el este para llegar al sitio indicado.

La segunda vía se encuentra por la parroquia Belisario Quevedo a 39 Km. hacia el este por el camino a Palopo.

El sector en que estará ubicado la hostería es privilegiado en su vista panorámica, ya que se puede observar claramente al volcán Cotopaxi, a los Illinizas, al volcán Quilindaña también es importante destacar que en el trayecto del viaje a dicho lugar desde miradores improvisados se puede observar la ciudad de Latacunga y Pujilí, además a escasos veinte minutos se puede admirar el descenso de la

cordillera convirtiéndose en la puerta al Oriente ecuatoriano experimentando el cambio notable de clima, de vegetación y del paisaje mismo.

Como atractivos naturales de la zona podemos destacar lagunas naturales como: Salayambo, Yanacocha y la laguna de Antejos.

También se encuentra el río Langoa, el río Illuchi, todos estos atractivos y el paisaje acogedor hace que esta zona sea perfecta para ubicar el proyecto y explotar adecuadamente el ecoturismo en el sector.

En el trayecto del viaje se admira el desempeño diario de las comunidades de Iglagua y Anrracas dedicadas exclusivamente a la agricultura y la ganadería como el sustento de vida.

3.1.2.- Micro localización

3.1.2.1.-Alternativas de Localización

Describiendo el sector Pansache – Retamales, es evidente que existen varios lugares que podrían convertirse en candidatos potenciales para la localización del proyecto ya que la zona es rica en atractivos naturales, flora y fauna.

Para determinar la opción más viable se ha procedido a realizar una matriz ponderación tomando en cuenta los siguientes factores: distancia desde las vías de acceso, existencia de vías de acceso, cercanía al mirador natural de la zona, punto central hacia los atractivos, interés por el proyecto; al considerar y darle una valoración a cada uno de estos factores se seleccionará la opción más adecuada para localizar el proyecto.

La valoración de los factores mencionados serán calificados con una escala entre uno y diez, teniendo en cuenta que dicha calificación esta dada mediante apreciación personal del autor. En este caso las variables giran en base al mirador natural.

CUADRO N° 20

Matriz de ponderación de las alternativas de localización del proyecto

| ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN | | | | | | |
|------------------------------------|-----------|----------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|------------|
| Alternativas | Distancia | Vías de acceso | Mirador natural | Cercanía a los atractivos | Interés por el proyecto | Puntuación |
| Propiedad del Sr. Augusto Molina | 7 | 6 | 6 | 6 | 1 | 5.3 |
| Propiedad del Sr. Segundo Espinosa | 5 | 7 | 5 | 7 | 3 | 5.58 |
| Propiedad del Sr. Gilberto Molina | 8 | 9 | 8 | 8 | 10 | 8.63 |
| Propiedad del Sr. Manuel Tapia | 8 | 7 | 7 | 9 | 1 | 6.52 |
| Propiedad de la Comuna Langoa | 5 | 6 | 4 | 9 | 3 | 5.56 |
| Importancia | 0.2 | 0.27 | 0.15 | 0.20 | 0.18 | 1 |
| Diferenciación | 1.51 | 1.22 | 1.58 | 1.30 | 3.71 | - |
| Determinancia | 0.16 | 0.18 | 0.13 | 0.14 | 0.36 | 1 |

Fuente Investigación directa

Elaborado por: Fernando Molina

Importancia.- Es la ponderación que recibe cada una de las alternativas que provienen de criterio propio del involucrado.

La diferenciación de una alternativa es medida por la desviación típica de la distribución de las puntuaciones de evaluación sobre las alternativas.

La determinancia normal de la alternativa se obtiene multiplicando la puntuación de la importancia por la diferenciación y normalizando a continuación las alternativas de forma que tiene un total igual a la unidad. Este valor establece el mayor peso por el debemos inclinarnos.

(Ver Anexo N°8)

Como el sitio de mayor preferencia que se ha escogido de entre las posibles propiedades privadas que potencialmente habrían sido consideradas como alternativas, se ha escogido la propiedad del Sr. Gilberto Molina por encontrarse como alternativa en sitio ideal para la localización, es importante tomar en cuenta que el 95% de las tierras se encuentran en estado natural; no han sido alteradas es decir que no existe forestación ni reforestación, “la flora vascular del páramo es una de las más ricas entre las floras de las altas montañas”, con estas características además de la fauna que conserva el sector, sumándole a todo esto las vías de acceso con que cuenta el sitio las mismas que unen la propiedad con los destinos eco turísticos objeto del proyecto.

Además de estos factores expuestos es necesario destacar que existe total predisposición del propietario en conservar el medio ambiente y mantener e incentivar a no alterar ni contaminar los páramos, aprovechando de manera sustentable y planificada.

3.1.2.2.-Selección del Emplazamiento

Como podemos ver en la tabla anterior la propiedad del Sr. Gilberto Molina ha sido seleccionada para ubicar la hostería obteniendo la puntuación más alta, debido a su ubicación estratégica en la zona que nos permite disfrutar de los atractivos.

3.1.2.3 Características del Emplazamiento

3.1.2.3.1.-Características Físicas del Sitio Seleccionado

En la zona Pansache- Retamales el suelo es un factor de íntima relación con la vegetación, topográficamente presenta características típicas del páramo Andino; se encuentra en el flanco occidental de la Cordillera Central de los Andes y al lado oriental de Latacunga.

Existen pajonales de varios géneros, matizados por manchas boscosas, arbustos de variedad. Cuenta con altitudes desde los 3700 metros hasta los 4045 metros de

altura las pocas plantas resistentes son resistentes al frío, en ciertos sitios de acuerdo a la caracterización geomorfológica permite la formación de ciénegas de extensiones variables, en algunos sitios donde el pajonal no domina es remplazado por plantas herbáceas formadoras de almohadillas.”

Clima

El clima en sector Pansache-Retamales en la época seca es aproximadamente de Noviembre hasta Mayo, tiempo despejado, soleado, lluvias eventuales, temperaturas de 6°C a 17°C, vientos moderados, en el invierno el tiempo se torna lluvioso y frío alcanzando temperaturas bajo 0°C .

Altura

De 3700 a 4045 m.s.n.m.

Flora

Gran variedad de pajonales, ciénegas, bosques de chaparro, y ceja andina típicos de los Andes Ecuatorianos.

Fauna

Muchas especies de aves, desde el Colibrí de páramo hasta el Cóndor andino. Entre los mamíferos podemos mencionar los siguientes: Lobo de páramo, Puma o

León americano, conejo, venado, Oso de anteojos, Danta o Tapir, Caballos salvajes.

Pesca

La pesca deportiva será controlada, para protección y manejo de recursos. Se debe regresar las truchas al río o laguna, conservando únicamente las necesarias para el consumo personal.

Caza

Terminantemente prohibida, así como el ingreso de armas de fuego y neumáticas.

3.3.1.2.3.- UBICACIÓN CON RESPECTO A LA CIUDAD DE LATACUNGA

La hostería Pansache – Retamales esta ubicada a 33 Km. al este de la ciudad de Latacunga, cabecera cantonal de la provincia da Cotopaxi (camino de tercer orden) el tiempo aproximado en llegar al sitio es de una hora y treinta minutos; por la vía Belisario Quevedo esta a 35 Km. de la ciudad, en la cuál existe un terminal terrestre y un aeropuerto de carga internacional y alterno de pasajeros; ubicado en la Base Aérea Cotopaxi

3.1.2.3.4.- Leyes y Reglamentos Imperantes en el Emplazamiento

Constitución de la Compañía

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas. Si contrae la compañía una institución de derecho público o de derecho privado con la finalidad social o pública (semipública), por excepción, puede formarse una compañía de esta especie con esa sola entidad (Art. 147 de la ley de compañías).

El financiamiento de la hostería se realizará con capital de terceros

Obligación del Registro

Toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del turismo deberá registrarse y obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento del Ministerio de Turismo y su afiliación respectiva en las Cámaras Provinciales de Turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cuál no podrá operar.

Impuesto a la Renta

Las empresas turísticas cuyos proyectos hayan sido calificados por el Ministerio de Turismo como de primera categoría, tendrán exoneraciones de impuestos a la

renta sobre los ingresos provenientes de aquellos por un período de diez años; si la calificación fuere como de segunda categoría, la exoneración será por cinco años. Este plazo se contará a partir de la notificación del inicio de operaciones al Ministerio de Turismo.

Derechos Arancelarios

Las personas naturales o societarias o empresas turísticas que cuentan con proyectos calificados, previo el informe aprobable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios adicionales, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en las importaciones de naves aéreas acuáticas, vehículos y automotores para el transporte o para servicio exclusivo de turistas nacionales o extranjeros por un período de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y otros instrumentos necesarios a la prestación de servicios turísticos.

Con Respecto al Reglamento Hotelero del Ecuador

Es importante enmarcarse en:

Capitulo I (Naturaleza y Clases de Alojamiento Turístico); Capitulo III (Del Registro de la Licencia Anual de Funcionamiento); Capitulo V (De la Prestación de Servicios en los Establecimientos Hoteleros, Según su Categoría); Sección Tercera (Hosterías, Refugios, Hoteles y Cabañas) Capitulo VI (De la Prestación de Servicios en los Establecimientos no Hoteleros Según su Categoría), Sección Segunda (Campamentos de Turismo Camping).

3.1.2.3.5.- UBICACIÓN DEL EMPLAZAMIENTO

Para trasladarse al lugar en donde se ejecutará el proyecto en estudio, no es necesario coordinar ningún derecho de paso, ya que todo el trayecto es camino público.

La hostería se emplazará a 100 m de la vía principal de acceso a la propiedad del Sr. Gilberto Molina, misma que tendrá una extensión de cuatro hectáreas, que colindan al norte con la propiedad del Sr. Augusto Molina, al este, oeste y sur con la propiedad del Sr. Gilberto Molina.

3.2.- TAMAÑO DE LA PLANTA

Con respecto a servicios similares que ofrece el presente proyecto, existen 24 establecimientos de alojamiento, 5 de primera categoría, 9 de segunda categoría y 11 de tercera categoría; como competencia directa existen cinco hosterías las cuales cuentan con 70 habitaciones y 183 plazas.

El proyecto Pansache – Retamales considera ingresar en el mercado poniendo a disposición lo siguiente:

Dos habitaciones simples, de dos plazas; cuatro habitaciones dobles, de ocho plazas; cuatro habitaciones triples de doce, plazas; y una cabaña para grupo de doce plazas, con un total de 34 plazas de capacidad representando un 18.5 % de participación en el mercado con respecto a la competencia.

3.3.- TAMAÑO DEL PROYECTO

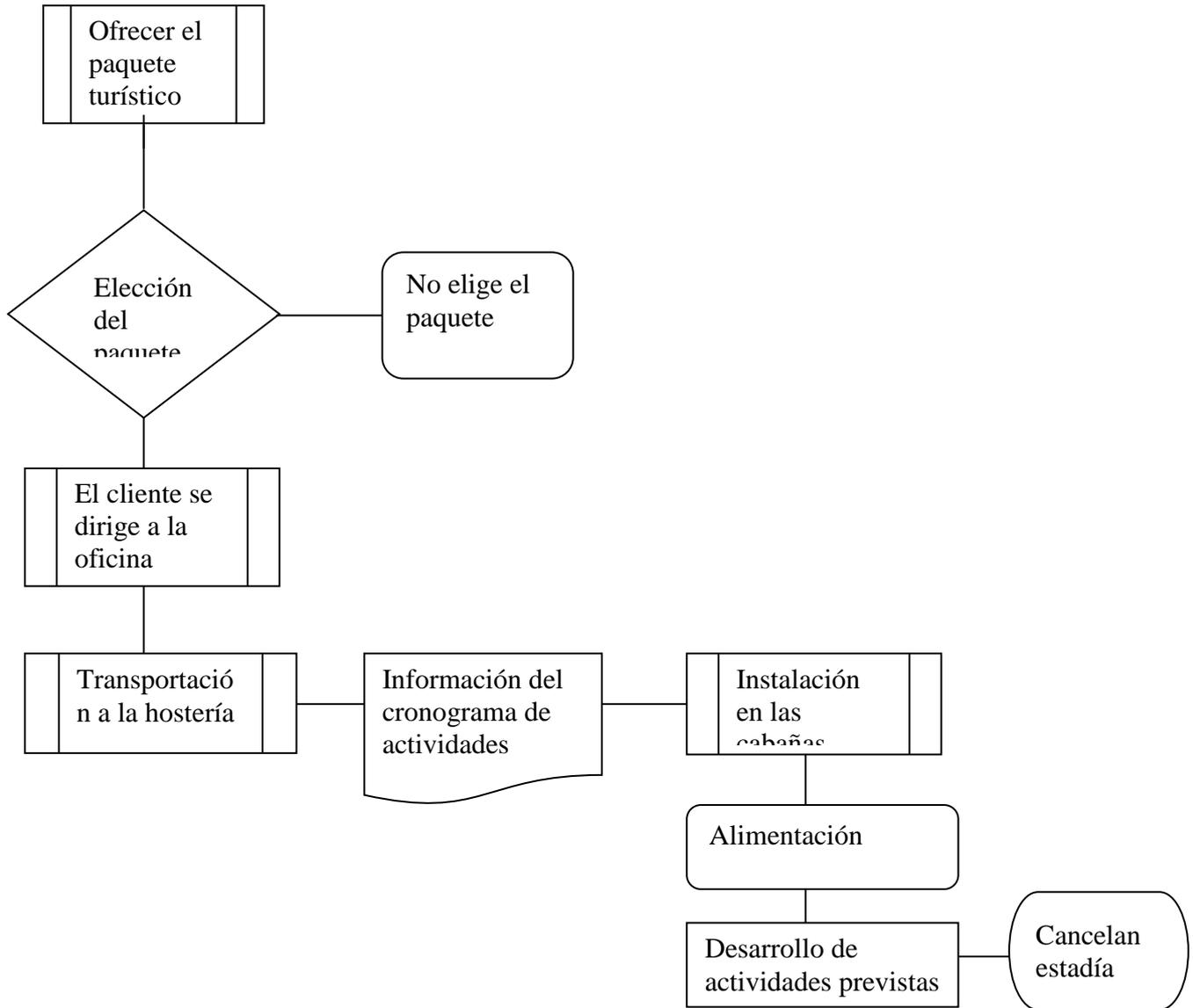
3.3.1.- PROCESO OPERACIONAL

-
-
-

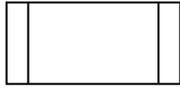
Ofrecer el paquete turística a través de fotografías, folletos, videos e Internet.

- -
Selección del paquete turístico por parte del cliente por intermedio de agencia de viaje, teléfono, Internet u oficina principal
-
- -
El cliente se dirige se dirige a la oficina principal de la hostería.
-
- -
Transportación de clientes a la hostería
-
- -
Recibe información sobre el respectivo cronograma de actividades.
-
- -
Ubicación en las respectivas cabañas.
- -
Se ofrecerá de comer dependiendo de la hora en que lleguen (café, almuerzo o merienda).
- -
Desarrollo de las actividades previstas según el paquete escogido.
- Finalmente se le transportará a la oficina principal y cancelará su estadía.

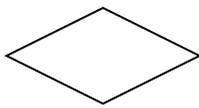
LUJOGRAMA DEL PROCESO OPERACIONAL



Donde:



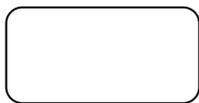
= Proceso Predefinido



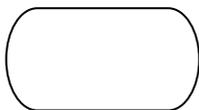
= Decisión



= Documento



= Proceso Alternativo



= Finalización

Elaborado por: Fernando Molina

3.4.- PROGRAMA DE PRODUCCION

3.4.1. - PAQUETES

Paquete N°1: Dos días y una noche

Día 1

Cocktail de bienvenida, almuerzo, instalar al turista, en la tarde pesca deportiva, caminata por las inmediaciones de la hostería. Este es un día de aclimatación y por lo tanto la actividad es más bien ligera. Entre las amenidades con las que contamos consta nuestro juego de dardos, cartas y muy agradables chimeneas. cena y alojamiento.

Día 2

Asistencia opcional al ordeño criollo, desayuno, cabalgata a Languarumi, paseo en bote en la laguna de Salayambo, pesca deportiva (opcional), retorno a la hostería luego de un pequeño reposo en las áreas de relax, salida de Pansache- Retamales el costo será de \$45.

Paquete N°2: Tres días y dos noches

Día 1

Cocktail de bienvenida, almuerzo, instalar al turista, en la tarde pesca deportiva, caminata por las inmediaciones de la hostería. Este es un día de aclimatación y por lo tanto la actividad es más bien ligera. Entre las amenidades con las que contamos consta nuestro juego de dardos, cartas y muy agradables chimeneas. cena y alojamiento.

Día 2

Asistencia opcional al ordeño criollo, desayuno, cabalgata a Languarumi, visita a sus alrededores, pesca, almuerzo campero, en la tarde retorno a la hostería y cena.

Día 3

Desayuno, paseo en bote en la laguna de Salayambo, actividad opcional, pesca, caminata, cabalgata, o simplemente relax, salida de Pansache- Retamales, el costo será de \$55.

Paquete N°3: cuatro días y tres noches

Día 1

Cocktail de bienvenida, almuerzo, instalar al turista, en la tarde pesca deportiva, caminata por las inmediaciones de la hostería. Este es un día de aclimatación y por lo tanto la actividad es más bien ligera. Entre las amenidades con las que contamos consta nuestro juego de dardos, cartas y muy agradables chimeneas. cena y alojamiento.

Día 2

Asistencia opcional al ordeño criollo, desayuno, cabalgata a Languarumi, visita a sus alrededores, pesca, almuerzo campero, en la tarde retorno a la hostería y cena.

Día 3

Desayuno, paseo en bote en la laguna de Salayambo, excursión a la laguna de Yana Cocha, almuerzo campero, retorno a la hostería, cena y alojamiento.

Día 4

Desayuno, mini corrida de toros (grupo mayor a diez personas), cabalgata, salida de Pansache- Retamales, el costo será de \$75.

3.4.1.1.- Sistema de Evaluación del Servicio

Sistema de entrevistas personales:

Este sistema de evaluación consistirá básicamente en una entrevista personal, entre el administrador de la hostería y un delegado del grupo hospedado, usuario de cualquiera de nuestros paquetes.

Sistema de evaluación Web:

Una vez creada la pagina Web, todos nuestros clientes tendrán acceso y podrán hacer cualquier tipo de comentario o recomendación.

Estos sistemas de evaluación son importantes para corregir errores e incrementar nuevos servicios y mantener una retroalimentación constante.

3.4.1.2.-Requerimientos del Proyecto

3.4.1.3.- Materias Primas

Se refiere a los productos que se emplearan en la alimentación diaria de los turistas que nos visitan.

Para estimar sus requerimientos se ha considerado las necesidades de una persona por día de permanencia; este incluirá las tres comidas diarias: café, almuerzo y merienda, las cuales tienen un costo de 9 dólares diarios, siendo 2 dólares del café, 3.5 dólares del almuerzo y 3.5 dólares de la merienda.

3.4.1.4.- Suministros

Este rubro se ha tomado de forma mensual y anual.

CUADRO N°21

SUMINISTROS

(Valor en dólares)

| Denominación | Valor mensual USD | Valor anual USD |
|---------------------------|-------------------|-----------------|
| Combustible planta de luz | 12 | 144 |
| Botellones de agua | 9 | 108 |
| Combustible y lubricantes | 110 | 1320 |
| Tarjetas para celulares | 20 | 240 |
| Total | 151 | 1812 |

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Fernando Molina

3.4.1.5.-Personal Requerido

En la provincia existe mano de obra calificada, profesionales eficientes en el ecoturismo, tanto en la mano de obra directa y en la mano de obra indirecta.

Mano de obra directa:

El personal para la hostería estará conformado por los siguientes trabajadores:

Personal fijo:

• E
Empleado cuidador

• U
Empleado guía

•
• P
Personal Administrativo:

•
• U
Empleado administrador

• U
Empleado contador

• U
Empleado secretaria / recepcionista

•
• M
Empleado de obra ocasional:

•

- U
n chofer

- U
n cocinero

-
- 3

.4.1.6.-Descripción del Espacio Físico Requerido

-
- L

La elaboración misma de la hostería estará diseñada y construida sin perder el ambiente ecológico muy propio de la zona utilizando algunos de los materiales del sector; prevaleciendo los acabados rústicos y campestres; básicamente el tipo de construcción será mixta es decir de hormigón y madera. Ofrecerá todas comodidades que el cliente requiera sin atentar contra el ecosistema.

-
- V

vías de acceso:

-

La primera por la vía Locoa, teniendo como referencia La Planta N°1 de la Empresa Eléctrica Cotopaxi, con 33Km. hacia el este para llegar al sitio indicado.

La segunda vía se encuentra por la parroquia Belisario Quevedo a 39 Km. hacia el este por el camino a Palopo.

-

-

P

arqueaderos:

-

-

L

La capacidad de los parqueaderos será para doce vehículos y están ubicados a la entrada de la hostería, el uno está ubicado en la parte oeste y el otro en la parte este del ingreso; el diseño es natural utilizando algunos materiales propios de la zona entre ellos tenemos: la paja que se utilizará para las cubiertas, los bordes estarán divididos y delimitado por pequeñas elevaciones de pasto propio del sector y los lados estarán cubiertos por plantas de Quishuar.

-

-

J

ardines:

-

-

L

Los jardines estarán integrados y diseñados con plantas propias de la zona sin perder la armonía ecológica de la hostería.

-

L

La diversidad de fauna que existe en los páramos nos permitirá contar con un jardín vistoso y exclusivo para nuestros visitantes. También se buscará asesoramiento para forestar y conservar ciertas especies en peligro de extinción.

-

-

C

erramientos:

-

-

L

a delimitación de la hostería esta conformada por árboles de Quishuar que protegerán de los ventarrones en ciertas épocas del año, la idea tampoco es encerrar estrechamente el contorno para disfrutar mejor de la naturaleza.

-

-

D

ISTRIBUCIÓN FÍSICA

-

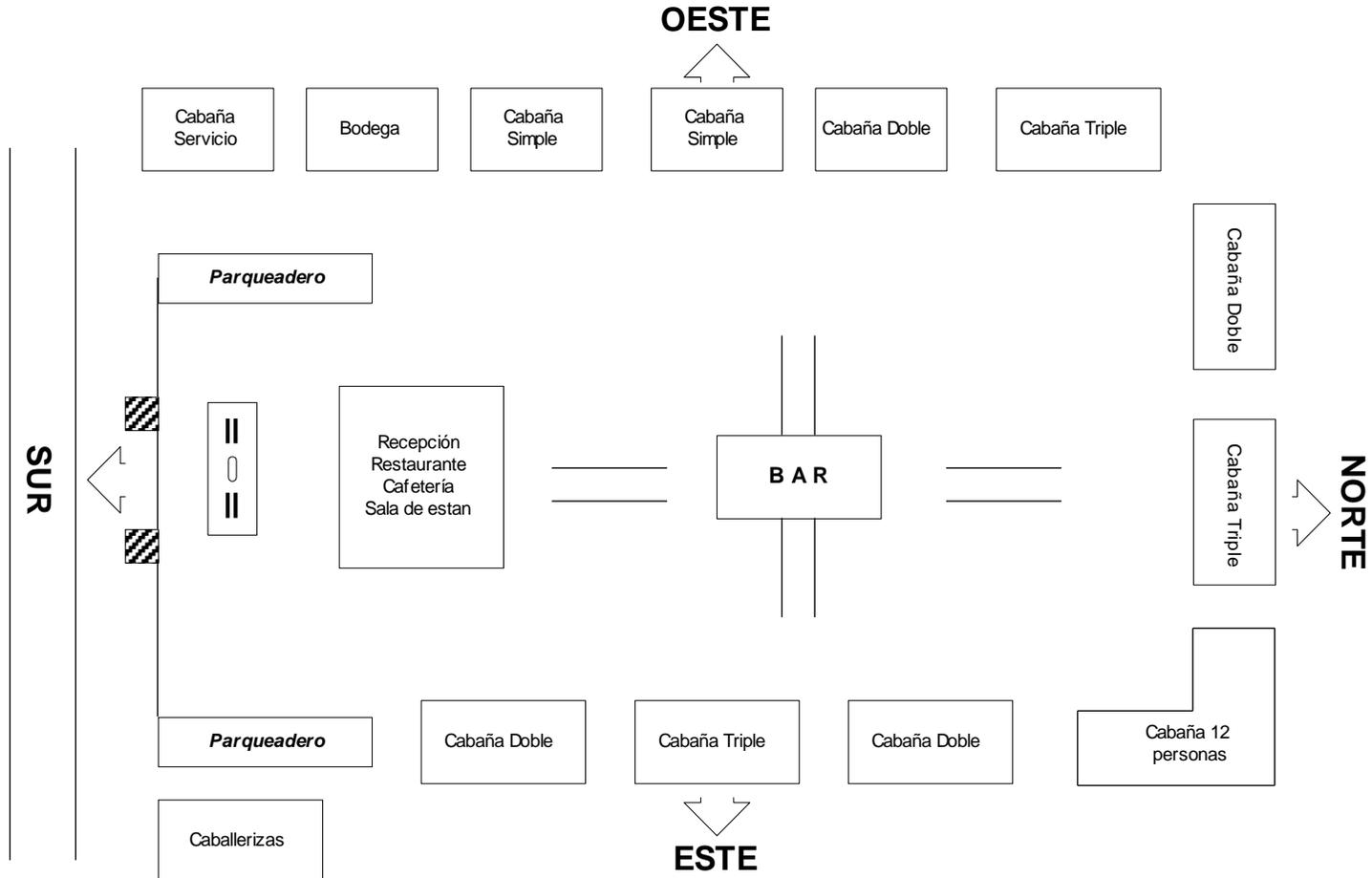
-

P

lano físico

-

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



Elaborado por: fernando Molina

- Impacto Ambiental I

-
- E

El presente proyecto en cuanto a las características del entorno se desarrollará; se puede mencionar; el clima varía en los diferentes épocas del año, siendo básicamente húmedo frío, rodeado por una gran variedad de pajonales, ciénegos, bosques de chaparro y ceja andina típica de los andes ecuatorianos, también la fauna típica de la zona como desde el colibrí de páramo hasta el majestuoso cóndor andino.

-
- E

Este proyecto tiene como misión aportar en la preservación del ecosistema del páramo cuya meta principal es lograr la conservación y mantenimiento sustentable de este ecosistema, considerando proporcionar a los visitantes un ambiente de sano esparcimiento, diversión y aprendizaje para vivir en armonía con el medio ambiente.

-
- P

Por tal razón se tendrá prioridad en no producir contaminación en el medio natural a través de generación y descarga de los desechos sólidos, líquidos, demanda de agua, emisión al aire sin tratamiento alguno, no utilización de funguicidas y pesticidas y otros que a futuro se convertirán en factores de severo impacto

ambiental, por el contrario, se contribuirá constantemente con la preservación de la naturaleza de la siguiente manera:

-
-
-
- Se recibirá los desechos de acuerdo a su tipo.
- Se destinará 5000 m² para la siembra de bosques, jardines y espacio verdes para el relax.
- Los paseos a caballo se realizaran exclusivamente por los senderos marcados.
- El estilo de arquitectura guardará armonía con el ecosistema.
- Existirá botes por todos los lugares de la hostería, trayectos de paseo y camping.
- Existirán avisos que alerten a los visitantes e incentiven a cuidar la naturaleza.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

El análisis del Estudio Financiero permite identificar si los resultados proyectados satisfacen las expectativas de los inversionistas, a través del cálculo de la inversión, los estados financieros presupuestados y la evaluación de márgenes de rentabilidad y flujos esperados y comparados con los costos de oportunidad.

4.1. Inversión

4.1.1. Costo de Edificio y Construcción

| Edificio | | |
|-----------------------|----------------------------|-------------------------|
| Descripción | Precio Unitario USD | Precio Total USD |
| 4 hectáreas | 8,000.00 | 8,000.00 |
| Construcción | 54,000.00 | 54,000.00 |
| Total Edificio | 62000.00 | 62000.00 |

Fuente: Municipio de Latacunga, Ing. Edison Chacón Reg 05-132

Elaborado por: Fernando Molina

Se estima un edificio valorado en 62000 dólares en la adquisición del espacio físico cuya cotización se basó en la Dirección de Avalúos y Catastros del Municipio de Latacunga, que de acuerdo al análisis técnico la ubicación óptima

esta en la propiedad del Sr. Guillermo Molina cuya hectárea esta cotizada en 2000 dólares.

La construcción de cabañas y administración se estima así:

| Construcción | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------|--|--|
| Tipo de Construcción | Número de Cabañas | Longitud/ Unidad | Longitud total | Valor en dólares Construcción/m² | Valor total construcción en dólares |
| Cabaña simple | 2 | 30m ² | 60m ² | 60 | 3,600 |
| Cabaña doble | 4 | 40m ² | 160m ² | 60 | 9,600 |
| Cabaña triple | 3 | 60m ² | 180m ² | 60 | 10,800 |
| Cabaña bar | 1 | 80m ² | 80m ² | 60 | 4,800 |
| Cabaña bodega | 1 | 80m ² | 80m ² | 60 | 4,800 |
| Bloque central | 1 | 180m ² | 180m ² | 60 | 10,800 |
| Cabaña grupo | 1 | 120m ² | 120m ² | 60 | 7,200 |
| Cabaña de servicio | 1 | 40m ² | 40m ² | 60 | 2,400 |
| TOTAL | | 630m ² | 900m ² | | 54,000 |

Fuente: Ing. Edison Chacón matrícula Reg. 05-132

Elaborado por: Fernando Molina

4.1.2. Vehículos

Se estima adquirir una furgoneta que facilite el transporte tanto de alimentos, pero especialmente de personas visitantes o turistas. La furgoneta tiene capacidad para 21 pasajeros es de marca KIA y es una de las más económicas del mercado.

| Vehículos | | |
|--------------------|------------------------|---------------------|
| Descripción | Precio Unitario | Precio Total |
| Furgoneta Kia | 22,000.00 | 22,000.00 |

Fuente: Precio de mercado

Elaborado por: Fernando Molina

4.1.3. Costo de los Equipos y Herramientas

Los equipos a adquirirse permitirán la operatividad administrativa del negocio.

| EQUIPO DE COMPUTO Detalle | Cantidad | PRECIO USD | |
|--------------------------------------|-----------------|-------------------|--------------|
| | | Unitario | Total |
| Computador Pentium 4 INTEL | 1 | 700 | 700.00 |
| Regulador de voltaje TDE 1000 | 1 | 14 | 14.00 |
| UPS Tripe Lite | 1 | 75 | 75.00 |
| Fax Panasonic | 1 | 80 | 80.00 |
| Impresora, copiadora, scanner Epson | 1 | 180 | 180.00 |
| Sumadoras | 1 | 25.00 | 25.00 |
| Refrigeradora | 1 | 280.00 | 280.00 |
| Cocina Industrial | 1 | 210.00 | 210.00 |
| Nevera | 1 | 319.00 | 319.00 |
| Licuada | 1 | 80.00 | 80.00 |
| Cafetera Industrial | 1 | 110.00 | 110.00 |
| Herramientas adicionales | 1 | 200.00 | 200.00 |
| Total | | | 2,273 |

Fuente: Compugama

Elaborado por: Fernando Molina

4.1.4. Costo de Muebles y Enseres

| DETALLE | Cantidad | PRECIO USD | |
|-----------------------------|----------|------------|-----------------|
| | | Unitario | Total |
| Muebles | | | |
| Cama de 1 plaza | 27 | 90.00 | 2,430.00 |
| Cama de 2 plazas | 2 | 170.00 | 340.00 |
| Juego de sala | 1 | 400.00 | 400.00 |
| Equipo primeros Aux. | | | |
| Botiquín | 1 | 50.00 | 50.00 |
| Total | | | 3,220.00 |

Fuente: Mueblería Andrade

Elaborado por: Fernando Molina

La inversión en la adquisición de muebles y enseres se estima en 3.220 dólares.

4.1.5. Inversión Total

El Proyecto tendrá una inversión inicial neta de 89.493.00 dólares.

| Inversión Inicial | |
|-----------------------|------------------|
| Activos | Costo USD |
| Edificio | 62000.00 |
| Vehículo | 22000.00 |
| Equipo y Herramientas | 2273.00 |
| Muebles y Enseres | 3220.00 |
| Total | 89,493.00 |

Fuente: Estudio Técnico y Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

4.2. Depreciación

La Depreciación anual es de 7.565.22 dólares. Los activos Fijos se deprecian en línea recta y se considera un valor de rescate del 10% de su costo histórico.

| Depreciación Anual | |
|---------------------------|-------------------------|
| Activos | Depreciación USD |
| Edificio | 2,790.00 |
| Vehículo | 3,960.00 |
| Equipo y Herramientas | 525.42 |
| Muebles y Enseres | 289.80 |
| Total | 7,565.22 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

4.2.1. Edificios

La vida útil del activo fijo Edificios es de 20 años.

| Edificio | | | | |
|-----------------|------------------|-----------------------|---------------|---------------------------|
| Detalle | Costo USD | Valor Residual | # Años | Depreciación Anual |
| Edificio | 62,000.00 | 6,200 | 20 | 2,790 |
| Total | 62,000.00 | 6,200 | | 2,790 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fernando Molina

La edificación es de construcción mixta que con el debido mantenimiento es razonable que encaje en la depreciación a 20 años.

4.2.2. Vehículos

Para el vehículo se considera una vida útil de cinco años.

| Vehículos | | | | |
|------------------|------------------|-----------------------|---------------|-------------------------------|
| Detalle | Costo USD | Valor Residual | # Años | Depreciación Anual USD |
| Furgoneta Kia | 22,000.00 | 2,200 | 5 | 3,960 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fernando Molina

4.2.3. Equipos y Herramientas

El equipo y herramienta, por su uso frecuente se estima una vida útil de cinco años, excepto computadoras a 3 años.

| DETALLE | Costo USD | Valor Residual | # Años | Depreciación Anual USD |
|-------------------------------------|------------------|-----------------------|---------------|-------------------------------|
| Computador pentin 4 INTEL | 700 | 70.00 | 3 | 210 |
| Regulador de voltaje TDE 1000 | 14 | 1.40 | 3 | 4.2 |
| UPS Tripe Lite | 75 | 7.50 | 3 | 22.5 |
| Fax Panasonic | 80 | 8.00 | 5 | 14.4 |
| Impresora, copiadora, scanner Epson | 180 | 18.00 | 3 | 54 |
| Sumadoras | 25 | 2.50 | 5 | 4.5 |
| Refrigeradora | 280 | 28.00 | 5 | 50.4 |
| Cocina Industrial | 210 | 21.00 | 5 | 37.8 |
| Nevera | 319 | 31.90 | 5 | 57.42 |
| Licuada | 80 | 8.00 | 5 | 14.4 |
| Cafetera Industrial | 110 | 11.00 | 5 | 19.8 |
| Herramientas adicionales | 200 | 20.00 | 5 | 36 |
| Total | 2,273 | 227.30 | | 525.42 |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fernando Molina

4.2.4. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres se deprecian a un tiempo de utilidad de 10 años.

| Muebles y Enseres | | | | |
|-----------------------------|------------------|-----------------------|---------------|---------------------------|
| DETALLE | Costo USD | Valor Residual | # Años | Depreciación Anual |
| Muebles | | | | |
| Cama de 1 plaza | 2,430 | 243 | 10 | 218.7 |
| Cama de 2 plazas | 340 | 34 | 10 | 30.6 |
| Juego de sala | 400 | 40 | 10 | 36 |
| Equipo primeros Aux. | | | | |
| Botiquín | 50 | 5 | 10 | 4.5 |
| Total | 3,220.00 | 322 | | 289.80 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Fernando Molina

4.3. Financiamiento

Es indispensable lograr algún tipo de financiamiento de capital para la operacionalización del proyecto. Por lo general toda institución financiera requiere que el inversionista aporte por lo menos el 30% del monto requerido para el negocio. Para el análisis del presente proyecto se considera que él o los inversionistas contribuyan con el 50% de capital y el otro 50% se logre un financiamiento a 5 años.

La tasa activa de mercado en promedio se encuentra en el margen del 18% anual,

$$R = \frac{A i}{(1+i)^{-n}}$$

R= Capital

i= Interés

A= Anualidad

n= Número de años

| | |
|----------------------|-----------|
| Inversión | 89,493.00 |
| Aporte Socios | 44,746.50 |
| Saldo | |
| Amortizar | 44,746.50 |
| Tasa anual | 18.00% |
| (días año) | 360 |
| Tasa día | 0.05000% |

| No. Pago | Capital Insoluto | Interés al final | Pago | Capital Pagado |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|------------------|-----------------------|
| 1 | 44,746.50 | 8,054.37 | 14,308.94 | 6,254.57 |
| 2 | 38,491.93 | 6,928.55 | 14,308.94 | 7,380.39 |
| 3 | 31,111.54 | 5,600.08 | 14,308.94 | 8,708.86 |
| 4 | 22,402.68 | 4,032.48 | 14,308.94 | 10,276.46 |
| 5 | 12,126.22 | 2,182.72 | 14,308.94 | 12,126.22 |
| | | 26,798.20 | 71,544.70 | 44,746.50 |

Elaborada por: Fernando Molina

Estructura de Pagos Mensuales:

| | |
|-----------------|----------|
| Pago | |
| Anual | 6,254.57 |
| Tasa mes | 1.50% |
| días | 30 |
| Tasa día | 0.05000% |

| No. Pago | Capital Insoluto | Interés al final | Pago | Capital Pagado |
|----------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| 1 | 6,254.57 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 2 | 5,733.36 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 3 | 5,212.14 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 4 | 4,690.93 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 5 | 4,169.71 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 6 | 3,648.50 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 7 | 3,127.28 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 8 | 2,606.07 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 9 | 2,084.86 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 10 | 1,563.64 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 11 | 1,042.43 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| 12 | 521.21 | 671.20 | 1,192.41 | 521.21 |
| | | 8,054.37 | 14,308.94 | 6,254.57 |

| | |
|-----------------|----------|
| Pago | |
| Anual | 7,380.39 |
| Tasa mes | 1.50% |
| días | 30 |
| Tasa día | 0.05000% |

| No. Pago | Capital Insoluto | Interés al final | Pago | Capital Pagado |
|----------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| 1 | 7,380.39 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 2 | 6,765.36 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 3 | 6,150.33 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 4 | 5,535.29 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 5 | 4,920.26 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 6 | 4,305.23 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 7 | 3,690.20 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 8 | 3,075.16 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 9 | 2,460.13 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 10 | 1,845.10 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 11 | 1,230.07 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| 12 | 615.03 | 577.38 | 1,192.41 | 615.03 |
| | | 6,928.55 | 14,308.94 | 7,380.39 |

Pago
Anual 8,708.86
Tasa mes 1.50%
días 30
Tasa día 0.05000%

| No. Pago | Capital Insoluto | Interés al final | Pago | Capital Pagado |
|----------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| 1 | 8,708.86 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 2 | 7,983.12 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 3 | 7,257.39 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 4 | 6,531.65 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 5 | 5,805.91 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 6 | 5,080.17 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 7 | 4,354.43 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 8 | 3,628.69 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 9 | 2,902.95 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 10 | 2,177.22 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 11 | 1,451.48 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| 12 | 725.74 | 466.67 | 1,192.41 | 725.74 |
| | | 5,600.08 | 14,308.94 | 8,708.86 |

Pago
Anual 10,276.46
Tasa mes 1.50%
días 30
Tasa día 0.05000%

| No. Pago | Capital Insoluto | Interés al final | Pago | Capital Pagado |
|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1 | 10,276.46 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 2 | 9,420.09 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 3 | 8,563.71 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 4 | 7,707.34 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 5 | 6,850.97 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 6 | 5,994.60 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 7 | 5,138.23 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 8 | 4,281.86 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 9 | 3,425.49 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 10 | 2,569.11 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 11 | 1,712.74 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| 12 | 856.37 | 336.04 | 1,192.41 | 856.37 |
| | | 4,032.48 | 14,308.94 | 10,276.46 |

| | |
|-----------------|-----------|
| Pago | |
| Anual | 12,126.22 |
| Tasa mes | 1.50% |
| días | 30 |
| Tasa día | 0.05000% |

| No. Pago | Capital Insoluto | Interés al final | Pago | Capital Pagado |
|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1 | 12,126.22 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 2 | 11,115.70 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 3 | 10,105.18 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 4 | 9,094.66 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 5 | 8,084.15 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 6 | 7,073.63 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 7 | 6,063.11 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 8 | 5,052.59 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 9 | 4,042.07 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 10 | 3,031.55 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 11 | 2,021.04 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| 12 | 1,010.52 | 181.89 | 1,192.41 | 1,010.52 |
| | | 2,182.72 | 14,308.94 | 12,126.22 |

4.4. Presupuesto de Operación

Para el establecimiento de los Presupuestos de Operación se considerara el análisis de un Escenario Pesimista:

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------------|------|------|------|------|------|
| Inflación | 6% | 6% | 6% | 6% | 6% |

Fuente: Estimado Cámara de Industriales Guayaquil
Elaborado por: Fernando Molina

4.4.1. Presupuesto de Ventas

(Se utiliza el 6% de inflación en la proyección)

| Ventas USD | Año | | | | |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| | 266,210.52 | 282,183.15 | 299,114.14 | 317,060.99 | 336,084.65 |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Fernando Molina

De acuerdo a la estructura del proyecto, se estima vender servicio de hospedaje y servicio de alimentación:

(Se considera el 6% de inflación para el crecimiento anual)

| Ventas por línea USD | Año | | | | |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Hospedaje | 140,110.80 | 148,517.45 | 157,428.49 | 166,874.20 | 176,886.66 |
| Alimentación | 126,099.72 | 133,665.70 | 141,685.65 | 150,186.78 | 159,197.99 |
| Total | 266,210.52 | 282,183.15 | 299,114.14 | 317,060.99 | 336,084.65 |

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fernando Molina

4.4.2. Presupuesto de Compras

La Hotelería pertenece al sector de servicios, por lo tanto la estructura del estado de resultados esta basado en ingresos y egresos, y no existe el Costo de Ventas, entonces, los Egresos que realizará el negocio se refieren a gastos de adquisición de alimentos para el caso del servicio de restaurante; par lo cual el precio promedio de almuerzo, desayuno y merienda es de 9 dólares, y de acuerdo al

análisis de la oferta se tiene que el margen de rentabilidad es del 40% sobre el costo total de materia prima (alimentos crudos). Por lo tanto las adquisiciones de alimentos e insumos para restaurante se estiman alcanzan el 60% de las ventas.(VER ANEXO N°9)

(Se considera el 6% de inflación para la proyección)

| Adquisición Alimentos USD | Año | | | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Alimentación (60% de la venta) | 75,659.83 | 80,199.42 | 85,011.39 | 90,112.07 | 95,518.79 |
| Total | 75,659.83 | 80,199.42 | 85,011.39 | 90,112.07 | 95,518.79 |

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Fernando Molina

4.4.3. Presupuesto de Gastos de Operación

4.4.3.1 Gastos Administrativos

(Se considera el 5% para la proyección de la remuneración)

| Gastos Administrativos | Año | | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Desembolso | | | | | |
| Remuneración | 17,760.00 | 17,760.00 | 18,648.00 | 19,580.40 | 20,559.42 |
| Mantenimiento y servicios | 39,20.72 | 4,155.96 | 4,405.32 | 4,669.64 | 4,949.82 |
| Subtotal | 21,680.72 | 21,915.96 | 23,053.32 | 24,250.04 | 25,509.24 |
| No desembolso | | | | | |
| Depreciaciones | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 |
| Subtotal | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 |
| Total | 29,245.94 | 29,481.18 | 30,618.54 | 31,815.26 | 33,074.46 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Fernando Molina

Como política de la empresa se considera un crecimiento del 5% en las remuneraciones a partir del tercer año hasta que el proyecto se estabilice; se considera el 6% en las demás proyecciones.

La depreciación permanece constante debido a que en el equipo de computo se actualiza el Sodtwar.

(Se considera el 5% de crecimiento en la proyección)

| Remuneración | #Personal | Remuneración | Año | | | | |
|---------------------------|-----------|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Administrador | 1 | 420.00 | 5,040.00 | 5,040.00 | 5,292.00 | 5,556.60 | 5,834.43 |
| Contadora / Secretaria | 1 | 200.00 | 2,400.00 | 2,400.00 | 2,520.00 | 2,646.00 | 2,778.30 |
| Guía | 1 | 300.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,780.00 | 3,969.00 | 4,167.45 |
| Chofer | 1 | 180.00 | 2,160.00 | 2,160.00 | 2,268.00 | 2,381.40 | 2,500.47 |
| Cocinero | 1 | 180.00 | 2,160.00 | 2,160.00 | 2,268.00 | 2,381.40 | 2,500.47 |
| Cuidador | 1 | 200.00 | 2,400.00 | 2,400.00 | 2,520.00 | 2,646.00 | 2,778.30 |
| Total | 6 | | 17,760.00 | 17,760.00 | 18,648.00 | 19,580.40 | 20,559.42 |

Elaborado por : Fernando Molina

Estos son valores globales de sueldos, los dos primeros años se mantienen estables la remuneraciones hasta lograr estabilidad en el proyecto, se considera el 5% de crecimiento en los sueldos a partir del 2006, esto como política de la empresa.

| Mantenimiento y Servicios | Año | | | | |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Mantenimiento | 2,000.00 | 2,120.00 | 2,247.20 | 2,382.03 | 2,524.95 |

| | | | | | |
|--------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Menaje | 1,046.30 | | | 1,046.30 | |
| Suministros | 1,920.72 | 2,035.96 | 2,158.12 | 2,287.61 | 2,424.86 |
| Total | 3,920.72 | 4,155.9632 | 4,405.321 | 4,669.64 | 4,949.819 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Fernando Molina

Se considera el 6% de inflación en las proyecciones

| Suministros | Valor mensual USD | Valor anual USD | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|---------------------------|-------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | Combustible planta de luz | 12 | 144 | 152.64 | 161.80 |
| Botellones de agua | 9 | 108 | 114.48 | 121.35 | 128.63 | 136.35 | 144.53 |
| Combustible y lubricantes | 110 | 1,320 | 1,399.20 | 1,483.15 | 1,572.14 | 1,666.47 | 1,766.46 |
| Tarjetas para celulares | 20 | 240 | 254.4 | 269.664 | 285.8438 | 302.994 | 321.174 |
| Total | 151 | 1,812 | 1,920.72 | 2,035.96 | 2,158.12 | 2,287.61 | 2,424.86 |

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Fernando Molina

| Menaje en General | Cantidad | Valor unitario USD | Total USD |
|---|-----------------|---------------------------|------------------|
| Sarten steel coat 30.50cm | 1 | 22 | 22 |
| Cuchara sólida de 33cm | 1 | 2.54 | 2.54 |
| Cuchara ranurada de 33cm | 1 | 2.85 | 2.85 |
| Cuchara perforada de 33cm | 1 | 2.3 | 2.3 |
| Cucharón de 12 oz | 1 | 7.5 | 7.5 |
| Servidor de helado 16 | 1 | 10.9 | 10.9 |
| Cacerola de 3¾ lts | 3 | 21.5 | 64.5 |
| Cacerola acero inoxidable de 3 lts | 1 | 8 | 8 |
| Cuchillo normas | 36 | 1.12 | 40.32 |
| Cucharita modelo arcadia | 36 | 0.6 | 21.6 |
| Tenedor normal | 36 | 0.9 | 32.4 |
| Cuchara de sopa | 36 | 1.2 | 43.2 |
| Espumadera malla de cuadros | 1 | 4.85 | 4.85 |
| Juego practipomo | 1 | 2.2 | 2.2 |
| Individuales | 36 | 4.4 | 158.4 |
| Juego de vajilla sencilla 20 piezas | 4 | 50 | 200 |
| Batidora | 1 | 31 | 31 |
| Pinza multiuso 30cm | 1 | 3.09 | 3.09 |
| Pinza trabajo pesado 30cm | 1 | 5.61 | 5.61 |
| Pinza para hielo 15.2cm | 1 | 0.9 | 0.9 |
| Pinza para espagueti 20.3cm | 1 | 3.47 | 3.47 |
| Espátula ranurada 36cm | 1 | 3.76 | 3.76 |
| Espátula sólida de 36cm | 1 | 3.76 | 3.76 |
| Cuchara sólida para servir | 1 | 6.8 | 6.8 |
| Cuchillo rebanador | 1 | 15.56 | 15.56 |
| Olla de acero inoxidable de 8.3 lts | 2 | 40 | 80 |
| Cafetera servidor de acero inoxidable | 1 | 22.1 | 22.1 |
| Tabla para picar 38.1*50 cm | 2 | 13 | 26 |
| Jarra térmica para bebidas | 1 | 12 | 12 |
| Vasos transparentes | 48 | 0.78 | 37.44 |
| Dispensador de jabón | 1 | 25.6 | 25.6 |
| Cuchillo deshuesador lámina flexible 15cm | 1 | 7.2 | 7.2 |
| Tenedor trinche | 1 | 38.15 | 38.15 |
| Afilador diamante redondo | 1 | 31.5 | 31.5 |
| Jarras servidor de cristal | 3 | 8.6 | 25.8 |
| Licudora | 1 | 43 | 43 |
| Juego de sábanas de 2 plazas | 6 | 12.00 | 72.00 |
| Juego de sábanas de 1 plaza | 54 | 8.00 | 432.00 |
| Toallas pequeñas | 60 | 1.5 | 90.00 |
| Toallas medianas | 48 | 3.09 | 148.32 |
| Toallas grandes | 48 | 6.36 | 305.28 |
| Cobija de 2 plazas (lana) | 12 | 12.00 | 144.00 |
| Cobija sobrecama de 2 plazas | 6 | 13.71 | 82.26 |
| Cobija de tigre de 1 plaza | 81 | 7.00 | 567.00 |
| Menaje en General | Cantidad | Valor unitario USD | Total USD |
| Cobija sobrecama de 1 plazas | 48 | 9.00 | 432.00 |

| | | | |
|---------------------|----|-------|----------------|
| Colchón de 2 plazas | 2 | 27.00 | 54.00 |
| Colchón de 1 plaza | 27 | 18.00 | 486.00 |
| Almohadas | 29 | 3.00 | 87.00 |
| Total | | | 3,410.3 |

Fuente: Proformas Almacenes Latacunga, el Salto.

Elaborado por: Fernando Molina

4.4.3.2. Gastos de Ventas

Los gastos de Ventas se consideran totalmente variables y están en función de las ventas de acuerdo a un porcentaje asignado.

| Gastos de Ventas | Año | | | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Insumos 10% de las vtas | 26,621.05 | 28,218.32 | 29,911.41 | 31,706.10 | 33,608.46 |
| Promoción/Publicidad 10% de las vtas | 26,621.05 | 28,218.32 | 29,911.41 | 31,706.10 | 33,608.46 |
| Comisiones Ventas 5% de las vtas | 13,310.53 | 14,109.16 | 14,955.71 | 15,853.05 | 16,804.23 |
| Total | 66,552.63 | 70,545.79 | 74,778.54 | 79,265.25 | 84,021.16 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

Los porcentajes utilizados en los rubros del cuadro son políticas de la empresa

4.5. Estimación de Cuentas por Pagar y por Cobrar

4.5.1. Cuentas Por Cobrar

El negocio funcionara bajo la política de que todas sus ventas sean de contado, por lo tanto no existen cuentas por cobrar, y del mismo modo los pagos serán de contado.

4.5.2. Gastos Financieros Por Pagar

Debido al préstamo que se requiere para cubrir el financiamiento del proyecto, se presentan cuentas por pagar anuales con la siguiente estructura:

| Préstamos / Pagar | Año | | | | |
|-------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Total | 57,235.76 | 42,926.82 | 28617.88 | 14308.94 | 0.00 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

4.6. Estado de Resultados Pro forma

| Estado de Resultados | Año | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| INGRESOS | 266,210.52 | 282,183.15 | 299,114.14 | 317,060.99 | 336,084.65 |
| Hospedaje | 140,110.80 | 148,517.45 | 157,428.49 | 166,874.20 | 176,886.66 |
| Alimentación | 126,099.72 | 133,665.70 | 141,685.65 | 150,186.78 | 159,197.99 |
| EGRESOS | | | | | |
| Operacionales | 171,458.40 | 180,226.39 | 190,408.46 | 201,192.58 | 212,614.42 |
| Gastos Administrativos | 29,245.94 | 29,481.18 | 30,618.54 | 31,815.26 | 33,074.46 |
| Gastos Alimentos | 75,659.83 | 80,199.42 | 85,011.39 | 90,112.07 | 95,518.79 |
| Gastos de Ventas | 66,552.63 | 70,545.79 | 74,778.54 | 79,265.25 | 84,021.16 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 94,752.12 | 101,956.76 | 108,705.68 | 115,868.41 | 123,470.23 |
| Gastos Financieros | 14,308.94 | 14,308.94 | 14,308.94 | 14,308.94 | 14,308.94 |
| Utilidad antes de Impuestos | 80,443.18 | 87,647.82 | 94,396.74 | 101,559.47 | 109,161.29 |
| Participación trabajadores | 12,066.47682 | 13,147.17286 | 14,159.51067 | 15,233.92074 | 16,374.19402 |
| UTILIDAD DESPUES PARTICIPACION | 68,376.70 | 74,500.65 | 80,237.23 | 86,325.55 | 92,787.10 |
| Impuesto a la Renta | 17,094.1755 | 18,625.16155 | 20,059.30678 | 21,581.38771 | 23,196.77486 |
| UTILIDAD NETA | 51,282.53 | 55,875.48 | 60,177.92 | 64,744.16 | 69,590.32 |

Elaborado por: Fernando Molina

4.7. Flujo de Efectivo Método Indirecto

| FLUJO DE EFECTIVO INDIRECTO | AÑO | | | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| OPERACIÓN | | | | | | |
| Utilidad Neta | - | 51,282.53 | 55,875.48 | 60,177.92 | 64,744.16 | 69,590.32 |
| Más Depreciaciones | - | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 |
| Subtotal | - | 58,847.75 | 63,440.70 | 67,743.14 | 72,309.38 | 77,155.54 |
| Más Cuentas por pagar Préstamos | | 57,235.76 | - 14,308.94 | - 14,308.94 | - 14,308.94 | - 14,308.94 |
| Más Aumento en Ctas por Pagar | - | 29,160.65 | 2,611.68 | 2,446.48 | 2,596.49 | 2,755.66 |
| EFECTIVO GENERADO POR OPERACIÓN | - | 145,244.16 | 51,743.45 | 55,880.68 | 60,596.93 | 65,602.27 |
| | | | | | | |
| FINANCIAMIENTO | - | - | - | - | - | - |
| Capital social | 44,746.5 | | | | | |
| Más Adquisición de Capital | 44,746.5 | - | - | - | - | - |
| EFECTIVO GENERADO POR FINANCIAMIENTO | 89,493.00 | - | - | - | - | - |
| | | | | | | |
| INVERSIÓN | - | - | - | - | - | - |
| Menos adquisición de Activos Fijos | - 89,493.00 | - | - | - | - | - |
| EFECTIVO GENERADO POR INVERSIÓN | - 89,493.00 | - | - | - | - | - |
| | | | | | | |
| CAMBIO EN EFECTIVO | - | - | - | - | - | - |
| Más Saldo Inicial de Efectivo | - | - | 145,244.16 | 196,987.60 | 252,868.29 | 313,465.22 |
| SALDO FINAL DE EFECTIVO | - | 145,244.16 | 196,987.60 | 252,868.29 | 313,465.22 | 379,067.49 |

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Fernando Molina

4.8. Balance General Pro forma

| BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL | AÑO | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| ACTIVO | | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | |
| Caja Bancos | 145,244.16 | 196,987.60 | 252,868.29 | 313,465.22 | 379,067.49 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 145,244.16 | 196,987.60 | 252,868.29 | 313,465.22 | 379,067.49 |
| ACTIVO FIJO | | | | | |
| Edificios | 62,000.00 | 62,000.00 | 62,000.00 | 62,000.00 | 62,000.00 |
| (Depreciación Acumulada Edificios) | -2,790.00 | - 5,580.00 | - 8,370.00 | - 11,160.00 | -13,950.00 |
| Vehículos | 22,000.00 | 22,000.00 | 22,000.00 | 22,000.00 | 22,000.00 |
| (Depreciación Acumulada Vehículos) | - 3,960.00 | - 7,920.00 | -11,880.00 | - 15,840.00 | - 19,800.00 |
| Equipo | 2,273.00 | 2,273.00 | 2,273.00 | 2,273.00 | 2,273.00 |
| (Depreciación Acumulada Equip) | - 525.42 | - 1,050.84 | -1,576.26 | - 2,101.68 | -2,627.10 |
| Muebles y Enseres | 3,220.00 | 3,220.00 | 3,220.00 | 3,220.00 | 3,220.00 |
| (Depreciación Acumulada Muebles) | - 289.80 | - 579.60 | - 869.40 | -1,159.20 | - 1,449.00 |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 81,927.78 | 74,362.56 | 66,797.34 | 59,232.12 | 51,666.90 |
| TOTAL ACTIVO | 227,171.94 | 271,350.16 | 319,665.63 | 372,697.34 | 430,734.39 |
| PASIVO | | | | | |
| PASIVO CORTO PLAZO | | | | | |
| Préstamos por Pagar | 57,235.76 | 42,926.82 | 28,617.88 | 14,308.94 | - |
| Participación por Pagar | 12,066.48 | 13,147.17 | 14,159.51 | 15,233.92 | 16,374.19 |
| Impuestos Por Pagar | 17,094.18 | 18,625.16 | 20,059.31 | 21,581.39 | 23,196.77 |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO | 86,396.41 | 74,699.15 | 62,836.70 | 51,124.25 | 39,570.97 |
| TOTAL PASIVO | 86,396.41 | 74,699.15 | 62,836.70 | 51,124.25 | 39,570.97 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| Capital Social | 89,493.00 | 89,493.00 | 89,493.00 | 89,493.00 | 89,493.00 |
| Utilidades retenidas | | 51,282.53 | 107,158.01 | 167,335.93 | 232,080.09 |
| Utilidad del Ejercicio | 51,282.53 | 55,875.48 | 60,177.92 | 64,744.16 | 69,590.32 |
| TOTAL PATRIMONIO | 140,775.53 | 196,651.01 | 256,828.93 | 321,573.09 | 391,163.42 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 227,171.94 | 271,350.16 | 319,665.63 | 372,697.34 | 430,734.39 |

Elaborado por: Fernando Molina

4.9. Razones Financieras

| RAZONES FINANCIERAS | AÑO | | | | |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| RENTABILIDAD | | | | | |
| Margen de Utilidad Sobre Ventas | 19.26% | 19.80% | 20.12% | 20.42% | 20.71% |
| Rendimiento Sobre Activos | 22.57% | 20.59% | 18.83% | 17.37% | 16.16% |
| Ventas/ Activo (Rotación) | 1.17 | 1.04 | 0.94 | 0.85 | 0.78 |
| UO / Ventas (Margen) | 35.59% | 36.13% | 36.34% | 36.54% | 36.74% |
| Activo/ Capital (Apalancamiento) | 2.54 | 3.03 | 3.57 | 4.16 | 4.81 |
| Rendimiento Sobre Capital Contable | 57.30% | 62.44% | 67.24% | 72.35% | 77.76% |
| LIQUIDEZ | | | | | |
| Razón Circulante | 1.68 | 2.64 | 4.02 | 6.13 | 9.58 |
| Prueba Acida | 1.68 | 2.64 | 4.02 | 6.13 | 9.58 |
| NIVEL USO DE ACTIVOS | | | | | |
| Rotación de Activo Fijo (Ventas/AF) | 324.93% | 379.47% | 447.79% | 535.29% | 650.48% |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

A través de estos índices financieros se identifica que la rentabilidad promedio esperada del proyecto se halla entre un 19% y 20%. La liquidez comienza a crecer del 1.68% al 9.58% debido a una generación de efectivo proveniente por el pago de préstamos e intereses en los primeros años y por la acumulación de utilidades netas durante la vida útil del proyecto.

4.10. Evaluación Financiera

4.10.1. Punto de Equilibrio

| COSTOS FIJOS | AÑO | | | | |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Remuneraciones | 17,760.00 | 17,760.00 | 18,648.00 | 19,580.40 | 20,559.42 |
| Mantenimiento y Servicios | 3,920.72 | 4,155.96 | 4,405.32 | 4,669.64 | 4,949.82 |
| Gastos Financieros | 14,308.94 | 14,308.94 | 14,308.94 | 14,308.94 | 14,308.94 |
| Depreciaciones | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 |
| TOTAL | 43,554.88 | 43,790.12 | 44,927.48 | 46,124.20 | 47,383.40 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

| COSTOS VARIABLES | AÑO | | | | |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Insumos 10% | 26,621.05 | 28,218.32 | 29,911.41 | 31,706.10 | 33,608.46 |
| Gastos Alimentos | 75,659.83 | 80,199.42 | 85,011.39 | 90,112.07 | 95,518.79 |
| Promoción/Publicidad 10% | 26,621.05 | 28,218.32 | 29,911.41 | 31,706.10 | 33,608.46 |
| Comisiones Ventas 5% | 13,310.53 | 14,109.16 | 14,955.71 | 15,853.05 | 16,804.23 |
| TOTAL | 142,212.46 | 150,745.21 | 159,789.92 | 169,377.32 | 179,539.96 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

La implementación del proyecto implicará un esfuerzo de ventas que genere ingresos que por lo menos recupere los costos fijos y variables incurridos, es decir, por lo menos alcanzar un nivel de equilibrio.

| Punto de Equilibrio | AÑO | | | | |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| en Dólares | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Utilidad Operacional | - | - | - | - | - |
| Más Costos Fijos | 43,554.88 | 43,790.12 | 44,927.48 | 46,124.20 | 47,383.40 |
| Margen de Contribución | 43,554.88 | 43,790.12 | 44,927.48 | 46,124.20 | 47,383.40 |
| Más Costos Variables | 142,212.46 | 150,745.21 | 159,789.92 | 169,377.32 | 179,539.96 |
| Punto de Equilibrio | 185,767.34 | 194,535.33 | 204,717.40 | 215,501.52 | 226,923.35 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

4.10.2. Estructura del Capital de Trabajo

(Se considera el 6% de inflación en la proyección)

| CAPITAL DE TRABAJO | AÑO | | | | |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Rotación Cada Semana | | | | | |
| Capital de trabajo | 5,546.05 | 5,878.82 | 6,231.54 | 6,605.44 | 7,001.76 |
| Variación Capital de Trabajo | 5,546.05 | 332.76 | 352.73 | 373.89 | 396.33 |

Fuente : Estudio Financiero
Elaborado por: Fernando Molina

(Se considera el 6% de inflación en la proyección)

| CAPITAL DE TRABAJO FINANCIAMIENTO | AÑO | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Financiamiento Medio de Proveedores | - | - | - | - | - |
| Cuentas x Pagar Accionistas | 5,546.05 | 332.76 | 352.73 | 373.89 | 396.33 |
| Capital de trabajo | 5,546.05 | 332.76 | 352.73 | 373.89 | 396.33 |

Elaborado por: Fernando Molina

Las cuentas por pagar accionistas en el capital aportado para cubrir la variación del capital de trabajo anual.

4.10.3. Flujo Nominal

| FLUJOS NOMINALES | AÑO | | | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Inversión | 89,493.00 | | | | | |
| Ventas Nominales | | 266,210.52 | 282,183.15 | 299,114.14 | 317,060.99 | 336,084.65 |
| Menos Gastos Nominales | | - 185,767.34 | - 194,535.33 | - 204,717.40 | - 215,501.52 | - 226,923.35 |
| Variables | | 142,212.46 | 150,745.21 | 159,789.92 | 169,377.32 | 179,539.96 |
| Fijos | | 43,554.88 | 43,790.12 | 44,927.48 | 46,124.20 | 47,383.40 |
| Utilidad Operacional | | 80,443.18 | 87,647.82 | 94,396.74 | 101,559.47 | 109,161.29 |
| Menos Participación e Impuestos | | - 29,160.65 | - 31,772.33 | - 34,218.82 | - 36,815.31 | - 39,570.97 |
| Utilidad después de Imptos y participación | | 51,282.53 | 55,875.48 | 60,177.92 | 64,744.16 | 69,590.32 |
| Más Depreciación | | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 | 7,565.22 |
| Flujo Real de Operación | | 58,847.75 | 63,440.70 | 67,743.14 | 72,309.38 | 77,155.54 |
| Más Requerimientos/Recuperación CT | | - 5,546.05 | - 332.76 | - 352.73 | - 373.89 | - 396.33 |
| Flujo Neto antes de Venta Activos | - 89,493.00 | 53,301.69 | 63,107.94 | 67,390.41 | 79,500.71 | 76,759.22 |
| Más Recuperación Final CT | | | | | | 7,001.76 |
| Más Recuperación Activos | | | | | | 51,666.90 |
| Total Flujos | (89,493.00) | 53,301.69 | 63,107.94 | 67,390.41 | 79,500.71 | 135,427.88 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

4.10.4. Indicadores de Factibilidad

a) Valor Actual Neto

$$\text{VAN} = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+i)^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+i)^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+i)^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+i)^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+i)^5)$$

En donde i representa la tasa de interés calculada para el Costo de Oportunidad, como se indica en el siguiente numeral.

| VALOR ACTUAL NETO | AÑO | | | | | |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| COSTO OPORTUNIDAD | | 30% | 30% | 30% | 30% | 30% |
| VAN | 83,834.19 | 41,001.30 | 37,341.98 | 30,673.83 | 27,835.41 | 36,474.67 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Molina

Este parámetro de evaluación es favorable cuando es superior o igual a cero. Para el proyecto de análisis es de 83.834.19 dólares, por lo tanto garantiza la factibilidad del proyecto para un escenario pesimista.

b) Tasa Real del Accionista

La tasa real del accionista es el costo de oportunidad que espera adquirir el inversionista en la vida útil del proyecto. Para la evaluación tenemos un 30%.

| TASA REAL DEL ACCIONISTA | AÑO | | | | |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| SUPUESTA | | | | | |
| Tasa libre de riesgo ⁸ | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% |
| Menos Inflación ⁹ | 6.00% | 6.00% | 6.00% | 6.00% | 6.00% |
| Más Prima de RIESGO ¹⁰ | 16% | 16% | 16% | 16% | 16% |
| Costo real del accionista | 30% | 30% | 30% | 30% | 30% |

Elaborado por: Fernando Molina

c) Tasa Interna de Retorno

Para el proyecto tenemos una tasa de retorno del 67.13% superior al costo de oportunidad establecido del 30%. Lo que resulta en factibilidad del proyecto.

$$VAN = 0$$

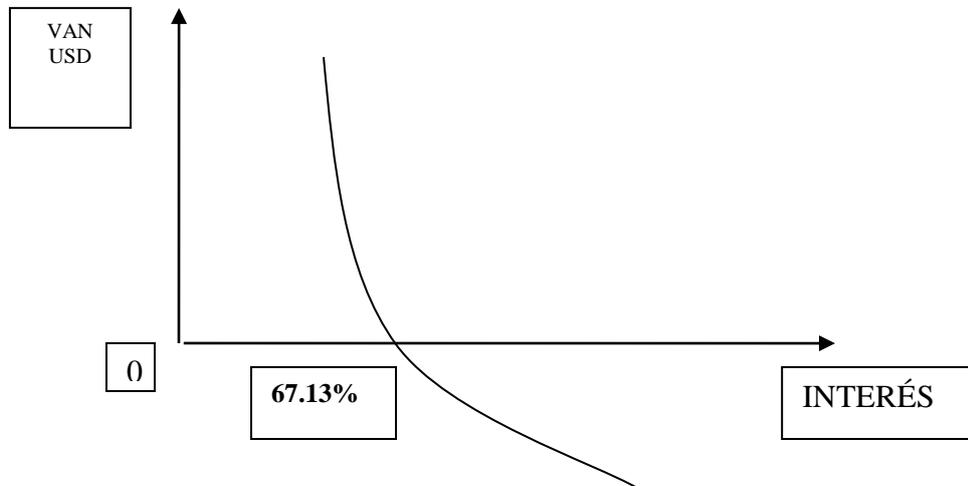
$$0 = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+\text{TIR})^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+\text{TIR})^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+\text{TIR})^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+\text{TIR})^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+\text{TIR})^5)$$

| | |
|------------|---------------|
| TIR | 67.13% |
|------------|---------------|

⁸ TASA LIBRE DE RESGO: TASA QUE ESPERA ALCANZAR EL INVERSIONISTA EN VALOR NETO.

⁹ CAMARA DE INDUSTRIALES DE GUAYAQUIL: ESTIMACIONES 2010

¹⁰ PRIMA DE RIESGO. PORCENTAJE DE INCERTIDUMBRE DEL SECTOR TURISMO RESPALDADO CON EL DATO DE LA CAMARA DE INDUSTRIALES DEL GUAYAS.



d) Período de Recuperación

Es un método cualitativo de evaluación de proyectos, se obtiene prorrateando la inversión estimada para los flujos de efectivo esperados:

| | | | | | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| (89,493.00) | 53,301.69 | 63,107.94 | 67,390.41 | 79,500.71 | 135,427.88 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|

Inversión: 89.493.00 USD

Flujo1: 53.301.69 USD

Flujo 2: 63.107.94 USD

Flujo1 + Flujo2 = 116.409.64 USD (ingresos netos para 2 años)

Pay Back = $89.493.00 \times 24 \text{ meses} / 116.409.64 \text{ USD} = 19 \text{ meses}$

| | |
|------------------|---------------|
| PAY BACK (meses) | 1 año 7 meses |
|------------------|---------------|

De acuerdo a los resultados del período de recuperación de la inversión, se estima un período de 1 año con 7 meses. Tiempo atractivo para una inversión de 89.493.00 dólares.

De acuerdo al análisis pesimista de sensibilidad del proyecto, los indicadores reflejan que bajo las condiciones estimadas la ejecución es factible para los inversionistas.

| INDICADORES | | |
|-------------------------|-------------------|-----------------|
| DE EVALUACIÓN | EVALUACIÓN | DECISIÓN |
| PERIODO DE RECUPERACION | 1 año 7 meses | Favorable |
| TASA INTERNA DE RETORNO | 67.13% | Favorable |
| VALOR PRESENTE NETO | 83,834.19 | Favorable |

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Fernando Molina

El periodo de recuperación es menor a 2 años por lo tanto es favorable, la tasa interna de retorno es bastante favorable, es mayor al gasto de oportunidad que es del 30% y el valor presente neto también es muy favorable debido a que es positivo.

CAPITULO V

5. Propuesta Estratégica

La planeación estratégica se define como el proceso de desarrollar y mantener una estrategia entre las metas y capacidades de la empresa y cambiantes oportunidades en el campo de la mercadotecnia. Basándose en el desarrollo de una clara misión para la compañía, objetivos de apoyo, una sólida cartera de negociación y estrategias funcionales coordinadas.

Las estrategias implican estabilidad, ya sea en los planes que se intentan o en los patrones realizados, estando diseñada para estabilizar la conducta de la planeación.

Es un proceso dinámico, asociada con el cambio y generalmente un cambio significativo y discontinuo, lo que representa las condiciones más incómodas para la planeación.

Las estrategias pueden aparecer en cualquier tiempo y en cualquier lugar de la organización, en muchas ocasiones atraviesa un proceso de aprendizaje informal; buscando siempre el firme propósito de cumplir todas y cada una de las metas formuladas por la organización, para satisfacción y bien común de la hostería en función de los clientes beneficiarios del servicio.

5.1 Visión.

Aportar con mecanismos apropiados para realizar y desarrollar el ecoturismo en un lapso de cinco años, liderando el mercado nacional e internacional; alcanzando los resultados deseados tanto para el cliente como para el medio ambiente, buscando constantemente la armonización entre el hombre y la naturaleza .

5.1.1 Misión

Promover la actividad turística, cuyo fin tenga el carácter de sostenibilidad, constituyéndose en la modalidad mas organizada, comprometiéndose con la sociedad, clientes, y la empresa; buscando siempre el equilibrio con la naturaleza.

5.2 Principios

- Productividad

- Crecimiento

5.2.1 Valores

Responsabilidad

- Con los accionistas, canalizando correctamente los recursos

- Con los clientes cumpliendo todas las expectativas propuestas.

Puntualidad

- En proporcionar el servicio
- En el pago de obligaciones
- En el pago de sueldos

Honestidad

- Con el medio ambiente evitando al máximo la contaminación.
- Con el cliente, proporcionando un servicio de calidad.
- Con los miembros de la organización , pagando salarios justos
- Compitiendo sanamente en el mercado

Lealtad

- Cumpliendo estrictamente la propuesta en beneficio de la naturaleza.
- apoyando decididamente al engrandecimiento de la organización.

5.3 Objetivos

- Mantener un constante crecimiento de ingresos
- Ejecutar estructura operacional con el 50% de recursos propios y el 50% de endeudamiento.
- Alcanzar el liderazgo en lo referente al servicio turístico.

- Disponer de la infraestructura y capital necesario para poder satisfacer eficientemente la demanda, de acuerdo a su crecimiento y necesidades.
- Captar el 18.5% de participación en el mercado¹¹.
- Mantener un margen de rentabilidad del 18% durante la vida útil del proyecto¹²

5.4 Estrategias

5.4.1 Estrategia de Competencia

Para establecer una ventaja competitiva se debe alcanzar un índice de utilidad mayor que el promedio de la competencia. Esta tasa de utilidad se la define como cierto índice por ejemplo rendimiento sobre ventas.¹³

Por lo tanto para alcanzar una ventaja competitiva, se debe incurrir en costos menores que los de la competencia, o diferenciar el producto que se ofrecerá de tal manera que pueda alcanzar un precio mayor que el de los rivales o llevar a cabo las dos opciones al mismo tiempo.

La demanda esperada por el proyecto es de 4,406 turistas.

¹¹ Estudio de mercado

¹² Estudio Financiero

¹³ Fundamentos de Mercadotecnia Philip Kotler – Gary Armstrong, 1999.

Con respecto al total de ventas esperado para el número de turistas que esperamos captar en promedio de dos días:

$$= \frac{266,210.52}{4,406} = \$60.42 \text{ por turista}$$

Las ventas por línea sobre el número esperado de turistas en dos días de estadía:

$$\text{Hospedaje} = \frac{140,110.80}{4,406} = \$31.8 \text{ por turista}$$

$$\text{Alimentación} = \frac{126,099.72}{4,406} = \$28.62$$

Los clientes esperados con respecto al punto de equilibrio nos cuestan \$42.16 en dos días aproximadamente:

$$= \frac{185,767.34}{4,406} = \$42.16$$

Estos valores mencionados constan en el Estudio de Mercado y en el estudio Financiero.

Se pretende que el servicio que brindamos sea de primera en todos los aspectos, destacando la atención al cliente, comida de calidad, guías capacitados, comodidad, es decir cumpliendo lo propuesto en el proyecto.

También la diferenciación se aplicara en ofrecer atractivos únicos en la zona, conservando al máximo el medio ambiente y buscando siempre el equilibrio con la naturaleza.

Agregar valor requiere diferenciar el servicio o producto de los ofrecidos por los rivales en una o más dimensiones tales como: calidad, diseño, tiempo en función de cumplimiento, servicio y apoyo postventa.

El valor agregado serán los atractivos turísticos, la calidad del servicio, el diseño rustico de la arquitectura guardando armonía con el sector, el cumplimiento de lo programado en lo propuesto por la hostería.

5.4.1.1 Estrategia de Diferenciación

En esta estrategia el objetivo consiste en conseguir una ventaja competitiva al crear un producto, bien o servicio percibido por los clientes por ser exclusivo de una manera importante. La diferenciación busca satisfacer la necesidad del cliente, de manera que la competencia no tenga facilidades de establecer un precio por encima del promedio. La habilidad para incrementar ingresos al cobrar precios

superiores sin reducir costos como lo hace el líder en precios que es San Agustín Del Callo, posibilita al diferenciador superar el desempeño de sus competidores.

El precio superior a menudo es mucho mayor que el líder en costos, y los clientes lo pagan por que consideran que las cualidades diferenciales del producto o servicio valen la pena; en consecuencia el precio se lo determina en función del mercado.

En nuestro caso tomaremos como ventaja de diferenciación , promocionar la ubicación del proyecto debido a que esta en un lugar privilegiado y es el único en la provincia, y para promocionar se dara descuentos especiales cuando asista un grupo mayor a quince personas, la cabalgata tambien se extendera en su periodo de tiempo , el paseo en bote se cobrará a mitad de precio ,de esta forma se dara a conocer la hostería, aprovechando que no existe otra hostería netamente ecológica en un páramo en Cotopaxi.

Busca también incentivar en los clientes la conservación y respeto por la naturaleza, preservando la flora y la fauna propia del páramo Andino , junto con los hermosos paisajes que existen, tomando en cuenta que no han sido alterados por el hombre.

5.4.1.2 Ventajas y Desventajas de la Estrategia de Diferenciación

Como ventajas podemos ver que la diferenciación protege a la compañía de los competidores hasta el grado que los clientes generan lealtad al servicio. La lealtad es un activo muy valioso ya que protege a la empresa en todos frentes. Cuando se da la diferenciación el cliente esta dispuesto a pagar un mayor precio por el servicio.

La hostería buscara permanentemente la lealtad del cliente, en el caso de los extranjeros que siempre recomiendan a sus amigos los lugares recomendables para su llegada e incluso ellos elaboran sus propios folletos guías de cada país, en los cuales dividen por regiones o provincias; en estas guías consta cada sitio que ellos recomiendan para satisfacer sus necesidades en su llegada a los diferentes destinos; es necesario figurar en dichas guías internacionales.

La diferenciación y la lealtad a la marca también crea una barrera de entrada a otras empresas que buscan ingresar en la industria. Las organizaciones nuevas se ven presionadas a crear una cualidad distintiva para poder competir, y hacerlo así es muy costoso. La amenaza de productos sustitutos, dependen de la capacidad de los productos competidores para satisfacer las necesidades del cliente .¹⁴

¹⁴ Marketing Internacional McGraw, cuarta edición 1997

Refiriéndonos a los productos sustitutos, en nuestro caso lo tomamos con tranquilidad ya que los atractivos ofrecidos no están al alcance de la competencia y una de nuestra fortaleza.

La desventaja con esta estrategia es se concentra en la capacidad a largo plazo de la organización para mantener su exclusividad.

Buscar la exclusividad es un trabajo constante (retroalimentación) y un proceso que hay aplicar y perseguir a futuro.

5.4.2 Selección del Segmento Meta

Este proyecto estará dirigido al turismo receptivo o extranjero principalmente, debido a que dicho segmento practica frecuentemente el ecoturismo tanto en el Ecuador como en el mundo entero; la concentración en el segmento es para lograr posicionamiento en el mercado, satisfaciendo eficientemente las necesidades que estos tengan.

Para lograr el un posicionamiento es importante asociarse y formar parte de las grandes empresas dedicadas al turismo como son: SEITUR, APARTEC, que son las más fuertes en esta actividad. Nuestra principal estrategia es formar una alianza con las empresas mencionadas y participar del mercado que ello tienen captado.

Estas empresas son las que se encargan de promocionar los paquetes turísticos, brindando opciones al turista extranjero para visitar nuestro país.

También en ciertas ocasiones que de parte de las empresas que nos promocionan envíen clientes especiales, nosotros les concederemos tarifas con descuentos especiales.

Es importante mencionar que se entregarán folletos a los turistas con fotografías de los principales atractivos turísticos de la zona y la información que describe cada lugar visitado y por visitar.

Como política de la empresa se destinará el 10% de las ventas a la publicidad, es nuestro caso será de \$26621.052 sobre 4,406 paquetes que se espera vender, por cada turista se invertirá \$6.042.

Con respecto al turismo interno será tomado en cuenta de manera secundaria debido a la baja participación de este en el ecoturismo, esperando a futuro que se fortalezca el interés de este segmento en el mercado.

La forma de ingresar en el mercado interno será a través de la radio, televisión local, folletos, hojas volantes, estos se difundirán con mayor frecuencia en épocas de temporada baja del turismo extranjero, buscando captar clientes en época de vacaciones de los establecimientos educativos, personas que gustan del ecoturismo e instituciones.

CAPITULO VI

6.1 Conclusiones

- El servicio que se pretende ofrecer para captar la atención y satisfacer las necesidades del cliente, es un paquete turístico en el que se incluye alojamiento en una hostería eco turístico, servicio de restaurante y recreación.
- “Para calcular la demanda futura, se ha tomado como referencia datos actuales en lo que va del año “hasta diciembre del 2001 se ha registrado 640.561 llegadas internacionales al país¹⁵” es decir que la demanda del año 2000 ha crecido en un 18,25% con respecto a la demanda del año 1999 y el porcentaje de la demanda para el año 2001 ha crecido con respecto al año anterior en un 20,21% , dichos datos son alentadores y favorables para el turismo en nuestro país mostrando una recuperación positiva “en año 2001 se registro un crecimiento del 10% en el ingreso de divisas el turismo”
- Al analizar la demanda proyectada desde el año 2002 hasta el año 2011 vemos que la tasa de crecimiento global es creciente en un promedio del 2% anual, lo cuál es muy favorable para el desarrollo del sector turístico

¹⁵ Revista MITUR 2000

de la provincia, ya que se puede realizar más inversiones y explotar nuestros atractivos turísticos, creando nuevas fuentes de empleo y desarrollo de sectores rurales y comunidades.

- El mercado se encuentra integrado por los establecimientos de hospedaje de la provincia de Cotopaxi, inscritos previamente en el Ministerio de Turismo y en la Cámara de Turismo de la Provincia los mismos que cuentan con 382 habitaciones y 755 plazas; clasificados en : primera, segunda y tercera categoría. Se ha considerado para el estudio específico cinco hosterías de primera y segunda categoría que prestan similares servicios a los propuestos en este proyecto.
- Tomando como referencia la investigación realizada a los establecimientos de hospedaje en la Provincia de Cotopaxi y el sitio de impacto del proyecto se estimar que del total de la capacidad instalada se ocupa el 58%, por lo cuál determinamos que el porcentaje inutilizado es el 42%
- Las hosterías que se constituyen en nuestra competencia tienen capacidad para hospedar de 183 plazas, también es conveniente considerar factores relevantes de las hosterías analizadas dichos factores son: La buena captación de turistas en su mayoría extranjeros, la calidad con que presta los servicios, la funcionalidad y comodidad de sus instalaciones, los servicios adicionales a disposición del cliente, a todo esto hay que sumarle

el prestigio y trayectoria con la que cuenta cada una de estas empresas aprovechando en un 67% su capacidad instalada que es un porcentaje satisfactorio.

- La demanda insatisfecha es resultante de la diferencia entre la oferta y la demanda . Aclarando que la oferta ha sido proyectada sobre la base de una tasa del 8.5% que representa el crecimiento anual con que cuenta la provincia.

DEMANDA INSATISFECHA EN COTOPAXI 2001 - 2011

(Valores en unidades de personas)

| Años | Regresión Lineal | Demanda Interna | Demanda Total | Oferta | Demanda Insatisfecha |
|------|------------------|-----------------|---------------|--------|----------------------|
| 2001 | 91,492 | 30,421 | 121,919 | 988 | 120,931 |
| 2002 | 93,310 | 31,330 | 124,640 | 1,002 | 123,638 |
| 2003 | 95,128 | 32,239 | 127,367 | 1,087 | 126,280 |
| 2004 | 96,946 | 33,173 | 130,119 | 1,180 | 128,939 |
| 2005 | 98,764 | 34,135 | 132,899 | 1,280 | 131,619 |
| 2006 | 100,582 | 35,125 | 135,707 | 1,389 | 134,318 |
| 2007 | 102,400 | 36,144 | 138,544 | 1,507 | 137,047 |
| 2008 | 104,218 | 37,192 | 141,410 | 1,635 | 139,775 |
| 2009 | 106,036 | 38,270 | 144,306 | 1,774 | 142,532 |
| 2010 | 107,854 | 39,381 | 147,235 | 1,925 | 145,310 |
| 2011 | 109,672 | 40,523 | 150,195 | 2,089 | 148,106 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

- La demanda que espera captar la hostería Pansache- Retamales se espera sea del 3.64% con respecto a la demanda insatisfecha total, dicho porcentaje tiene una representación de 4.406 turistas anuales.

- La hostería Pansache – Retamales se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, perteneciendo a la parroquia Mulalò, estando a 33Km. de distancia desde la ciudad de Latacunga contando con dos vías de acceso.

- Como el sitio de mayor preferencia que se ha escogido de entre las posibles propiedades privadas que potencialmente habrían sido consideradas como alternativas, se ha escogido la propiedad del Sr. Gilberto Molina por encontrarse como alternativa en sitio ideal para la localización, es importante tomar en cuenta que el 95% de las tierras se encuentran en estado natural; no han sido alteradas es decir que no existe forestación ni reforestación, “la flora vascular del páramo es una de las más ricas entre las floras de las altas montañas”, con estas características además de la fauna que conserva el sector, sumándole a todo esto las vías de acceso con que cuenta el sitio las mismas que unen la propiedad con los destinos eco turísticos objeto del proyecto.

- El Proyecto tendrá una inversión inicial neta de 89.493.00 dólares.

- Los índices financieros identifican que la rentabilidad promedio esperada del proyecto se halla entre un 19% y 20%. La liquidez comienza a crecer del 1.68 al 9.58 debido a una generación de efectivo proveniente por el pago de préstamos e intereses en los

primeros años y por la acumulación de utilidades netas durante la vida útil del proyecto.

- De acuerdo al análisis pesimista de sensibilidad del proyecto, los indicadores reflejan que bajo las condiciones estimadas la ejecución es factible para los inversionistas.

| INDICADORES | | |
|-------------------------|-------------------|-----------------|
| DE EVALUACIÓN | EVALUACIÓN | DECISIÓN |
| PERIODO DE RECUPERACION | 1 año 7 meses | Favorable |
| TASA INTERNA DE RETORNO | 67.13% | Favorable |
| VALOR PRESENTE NETO | 83,834.19 | Favorable |

Elaborado por: Fernando Molina

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda implementar el proyecto de factibilidad de la “Creación de una Hostería Eco turística a Pansache Retamales”, a través de la confirmación y aceptación de los posibles inversionistas.
- Es necesario realizar un programa de publicidad y promoción anual, a través de radio, revistas especializadas páginas web y convenios estratégicos entre agencias de viajes locales y nacionales.

- Actualizar los presupuestos continuamente de acuerdo a las tendencias que generen las variables macroeconómicas del Ecuador y que afectan al sector turístico, con la finalidad de reducir la incertidumbre de la implementación proyecto.

- Para poner en marcha el siguiente proyecto se recomienda tener muy en cuenta la diferencia que existe entre Turismo y Ecoturismo.

- Tener muy en cuenta que se debe cumplir todos los parámetros establecidos para la creación de la hostería y guardar armonía con el ecosistema en función del hombre y la naturaleza.

| PORCENTAJE DE VISITAS AL ECUADOR | |
|---|------------------------|
| Sitios Naturales | Participación % |
| Costa / playas | 3.18 |
| Tierras insulares | 24.46 |
| Montañas / volcanes | 8.92 |
| Amazonia | 5.22 |
| Naturaleza en general | 6.11 |
| Manifestaciones Culturales | |
| Quito | 5.35 |
| Guayaquil | 3.31 |
| Cuenca | 3.44 |
| Otavalo | 1.91 |
| Baños | 1.4 |
| Otros | |
| Visita familiares / amigos | 2.93 |
| Visita al país en general | 6.11 |
| Aprender español | 1.15 |

Fuente: MITUR Investigación Turística 2001
Elaborado por: Fernando Molina

FLUJO DE TURISTAS INTERNOS

| Ciudades de permanencia | Tamaño Muestral | Participación % |
|--------------------------------|------------------------|------------------------|
| Guayaquil | 589 | 56,15 |
| Quito | 175 | 16,68 |
| Esmeraldas | 64 | 6,10 |
| Machala | 32 | 3,05 |
| Galápagos | 30 | 2,86 |
| Macas | 29 | 2,76 |
| Salinas | 28 | 2,67 |
| Coca | 23 | 2,19 |
| Cuenca | 20 | 1,91 |
| Manta | 11 | 1,05 |
| Otras | 57 | 5,43 |
| No especificar | 59 | 5,62 |
| TOTAL | 1117 | 100 |

Fuente: MITUR

Elaborado por: Fernando Molina

ANEXO N°3

MOTIVOS DE DESPLAZAMIENTO

| Motivo de desplazamiento | Participación % |
|------------------------------|-----------------|
| Negocios / Trabajo | 69,49 |
| Vacaciones | 15,73 |
| Visita a Familiares y Amigos | 5,82 |
| Congresos / Convenciones | 4,67 |
| Otros | 4,29 |
| TOTAL | 100 |

Fuente: MITUR

Elaborado por: Fernando Molina

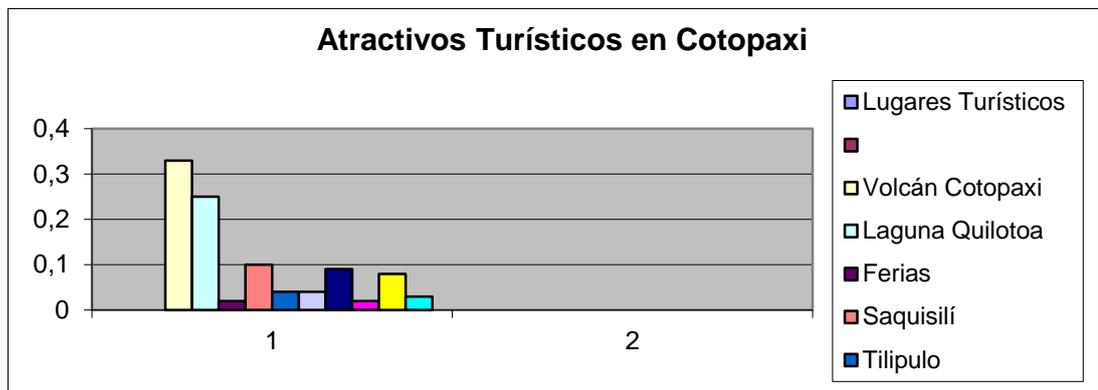
Destinos Principales de los Turistas que Visitan la Provincia de Cotopaxi

CUADRO N° 1

| Lugares Turísticos | Porcentaje de Preferencias en las Visitas |
|--------------------|---|
| Volcán Cotopaxi | 33% |
| Laguna Quijotoa | 25% |
| Ferías | 2% |
| Saquisilí | 12% |
| Tilipulo | 4% |
| Salcedo | 4% |
| Pujilí | 9% |
| Campos | 2% |
| Latacunga | 7% |
| Illinizas | 2% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: Boletín del Consejo Provincial de Cotopaxi 2001
Elaborado por: Fernando Molina

GRAFICO N° 1



Fuente: Boletín del Consejo Provincial de Cotopaxi 2001
 Elaborado por: Fernando Molina

En el gráfico anterior nos podemos dar cuenta que el turismo se concentra en tres lugares únicamente captando más del 50% de turistas, lo cuál nos da a entender que existe falta de promoción de nuestra Provincia ya que ésta tiene lugares y atractivos turísticos hermosos que se desconocen o no han sido promocionados correctamente esto es realmente lamentable.

ANEXO Nº 5
 1 de 25

Plan de Muestreo

Se ha tomado en cuenta un universo de 23 establecimientos como tamaño de la muestra para realizar la encuesta a los establecimientos de hospedaje de la provincia de Cotopaxi a excepción del cantón La Mana y Sigchos. Motivo por el cuál se decidió realizar la investigación a cada uno de estos lugares de hospedaje teniendo la acogida de un 85%.

El tamaño de la muestra para la encuesta dirigida a los turistas que visitan la Provincia de Cotopaxi se obtuvo de la siguiente manera:

Plazas Hoteleras en la provincia de Cotopaxi a excepción de La Mana y Sigchos.

- Plazas hoteleras de la Provincia de Cotopaxi = 755
- Noches hotel año = Capacidad hotelera * Días de funcionamiento al año
= 755 * 365

Noches de hotel al año = 275.575

- Días de alojamiento promedio = 3 días

Noches de hotel de los turistas = Noches de hotel al año / Días de promedio de alojamiento

$$= 275575 / 3$$

ANEXO Nº 5
2 de 25

Noches de hotel de los turistas = 91.858

- Tasa de ocupación hotelera en la Provincia Cotopaxi = 58%
- Número de turistas alojados = Noches de hotel de los turistas * Tasa de ocupación hotelera
= 91.858 * 58%

N = 53277 turistas

Formulas Estadística:

$$n = \frac{P * Q * N}{(N-1) * (E/K)^2 + P * Q}$$

De donde:

PQ = 0.25 constante de varianza proporcional

N = 53277 número de turistas promedio alojados por año

E = 0.10 margen de error

K = 2 constante de corrección de error

N-1 = Población disminuida en una unidad

$$n = 69$$

ANEXO N° 5
3 de 25

Realización del Plan de Investigación

La recolección de información de datos se ha recogido de las siguientes entidades
: Ministerio de Turismo, Cámara de turismo de Pichincha , Cámara de turismo
de Cotopaxi, Ministerio del Ambiente, Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo,

Fundación Natura, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Municipio de Latacunga, Consejo Provincial de Cotopaxi, Escuela Politécnica del Ejercito, Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental.

La recolección de los datos primarios se realizó a través de encuestas dirigidas a los establecimientos de hospedaje en la Provincia de Cotopaxi y para los turistas nacionales y extranjeros.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO LATACUNGA
FACULTAD DE INGENIERIA COMERCIAL

Encuesta para establecimientos de hospedaje

Objetivos: Determinar la infraestructura, capacidad hotelera y afluencia turística con la que cuenta la Provincia de Cotopaxi.

Instrucciones: Estimado encuestado pedimos su valiosa colaboración llenando el siguiente cuestionario.

1.- Cuál es el número de personas que se hospedan en su establecimiento mensualmente?

Extranjeros _____

2.- Cuál es la razón por la que visitan la Provincia?

Deportes ()

Visita a Familiares ()

Vacaciones ()

Otros _____

Compras ()

Trabajo ()

3.-Cuantos días en un promedio se hospedan los turistas extranjeros en su establecimiento?

1 día () **2 días** () **3 días** () **4 días** () **5 días** ()
más ()

4.- Le han planteado sugerencias sobre los atractivos turísticos de la Provincia?

SI ()

NO ()

Especifique _____

5.- Marque con una "X" los meses de mayor afluencia turística clasificados en temporada alta, media y baja?

| Meses | Alta | Media | Baja |
|---------|------|-------|------|
| Enero | () | () | () |
| Febrero | () | () | () |
| Marzo | () | () | () |
| Abril | () | () | () |

| | | | |
|------------|-----|-----|-----|
| Mayo | () | () | () |
| Junio | () | () | () |
| Julio | () | () | () |
| Agosto | () | () | () |
| Septiembre | () | () | () |
| Octubre | () | () | () |
| Noviembre | () | () | () |
| Diciembre | () | () | () |

6.-Que servicio a más de alojamiento ofrece a sus clientes?

ANEXO N° 5
 5 de 25

7.-Cuál es el promedio de utilización de sus instalaciones en porcentaje clasificada en temporada alta, madia y baja?

| ALTA | MEDIA | BAJA |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| % | % | % |
| 10 al 20 () | 10 al 20 () | 10 al 20 () |
| 20 al 30 () | 20 al 30 () | 20 al 30 () |
| 30 al 40 () | 30 al 40 () | 30 al 40 () |
| 40 al 50 () | 40 al 50 () | 40 al 50 () |
| 50 al 60 () | 50 al 60 () | 50 al 60 () |
| 60 al 70 () | 60 al 70 () | 60 al 70 () |
| 70 al 80 () | 70 al 80 () | 70 al 80 () |
| 80 al 90 () | 80 al 90 () | 80 al 90 () |
| 90 al 100 () | 90 al 100 () | 90 al 100 () |

8.-Cuales son sus medios de publicidad que usted utiliza para hacer conocer su negocio?

Gracias por su colaboración

Elaborado por: Fernando Molina

ANEXO N° 5
6 de 25

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO LATACUNGA
FACULTAD DE INGENIERIA COMERCIAL

Encuesta para turistas extranjeros

Objetivos: Determinar y analizar el desarrollo eco turístico en la Provincia de Cotopaxi.

Instrucciones: Estimado amigo pedimos su valiosa colaboración llenando el siguiente cuestionario

1.-Cuál es su país de origen?

2.-Cuál es su edad y sexo al que pertenece?

Sexo: Masculino ()

Femenino ()

Edad:

- 0 – 9 ()
- 10 – 19 ()
- 20 – 29 ()
- 30 – 39 ()
- 40 – 49 ()
- 50 – 59 ()
- 60 o más ()

3.- Es la primera vez que visita la provincia de Cotopaxi?

Si ()

No ()

4.-Cuál de las siguientes opciones fue la razón de realizar este viaje?

- Visita Familiares / Amigos ()
- Montañas / Volcanes ()
- Agencia de Viajes ()
- Información en periódicos y revistas ()
- Guía Turística ()
- Internet ()
- Televisión ()
- Otros especifique _____

5.-Cuantos son sus acompañantes?

Nº- _____

Amigos ()

Esposo /a ()

Familiares ()

Otros () Especifique _____

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO LATACUNGA
FACULTAD DE INGENIERÍA COMERCIAL

Survey for foreign tourists

Objectives: To determine and analyse the eco-turistic development in the Cotopaxi Province

Instructions: Bear friend we ask your valuable cooperation by filling this questionnaire

1.- Where are you from ?

—

2.- Age and sex?

Sex: Male () Female ()

Age:

0 – 9 ()

10 – 19 ()

20 – 29 ()

30 – 39 ()

40 – 49 ()

50 – 59 ()

olden than 60 ()

3.- Do you visit the Cotopaxi Province for the first time?

Yes () Not ()

4.- What options were the reason to take this trip?

▪ To visit relatives / Friends ()

▪ Mountains / volcanoes ()

▪ Travel agency ()

▪ Information though magazines ()

and

▪ papers

▪ Books guide ()

▪ Internet ()

▪ Television ()

▪ Others () Explain -----

—

5.- How many people are there in your group?

Nº- _____

Friends ()

Wife – Husband ()

Relatives ()

Others () Explain _____

ANEXO Nº 5

9 de 25

6.- where do you stay?

Hotel ()

Hostal ()

Hostery ()

Relative's house ()

Others () Explain _____

--

7.- As an average, how much do you spend daily?

US\$

0 - 50 ()

51- 100 ()

101- 150 ()

more than 150 ()

8.-Would you like visiting an eco-touristic hostery at the highland part of this Province?

Yes ()

Not ()

9.- What kind of accommodations would you like to have?

Housing

()

Riding horses

()

Transportations

()

Boat tours

()

Others

()

Restaurant

()

Sport fishing

()

Camping

()

Resting areas

()

Explain _____

Lista de Establecimientos de Hospedaje de la Provincia de Cotopaxi

| |
|---------------------------------|
| Hostal Makros |
| Hostal El Marquez |
| Hostal Central |
| Hostal El Álamo |
| Hostal Illinizas |
| Hostal Quilotoa |
| Hostal Rodelu |
| Hostal El Salto |
| Hostal Resid. Rosim |
| Hostal Resid. Cotopaxi |
| Hostal Resid. La Merced |
| Hostal Resid. Amazonas |
| Hostal Resid. Antonia Vela |
| Hostal Resid. Jeakeline |
| Hostal Resid. Los Andes |
| Hostal Resid. Los Nevados |
| Hostal Resid. Los Rieles |
| Hostal Resid. Stambull |
| Hostal Resid. Tilipulo |
| Hostería La Ciénega |
| Hostería San Mateo |
| Hostería La Posada del Rey |
| Hostería San Agustín del Callo |
| Hostería Rumipamba de las Rosas |

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS LUGARES DE HOSPEDAJE

1.- Cuál es el número de personas que se hospedan en su establecimiento mensualmente?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 11 a 20 | 2 | 2,4 | 9,1 | 9,1 |
| | 21 a 30 | 3 | 3,7 | 13,6 | 22,7 |
| | 31 a 40 | 3 | 3,7 | 13,6 | 36,4 |
| | 41 a 50 | 3 | 3,7 | 13,6 | 50,0 |
| | 51 o más | 11 | 13,4 | 50,0 | 100,0 |
| | Total | 22 | 26,8 | 100,0 | |
| | System | 60 | 73,2 | | |
| Missing | | 82 | 100,0 | | |
| Total | | | | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Molina

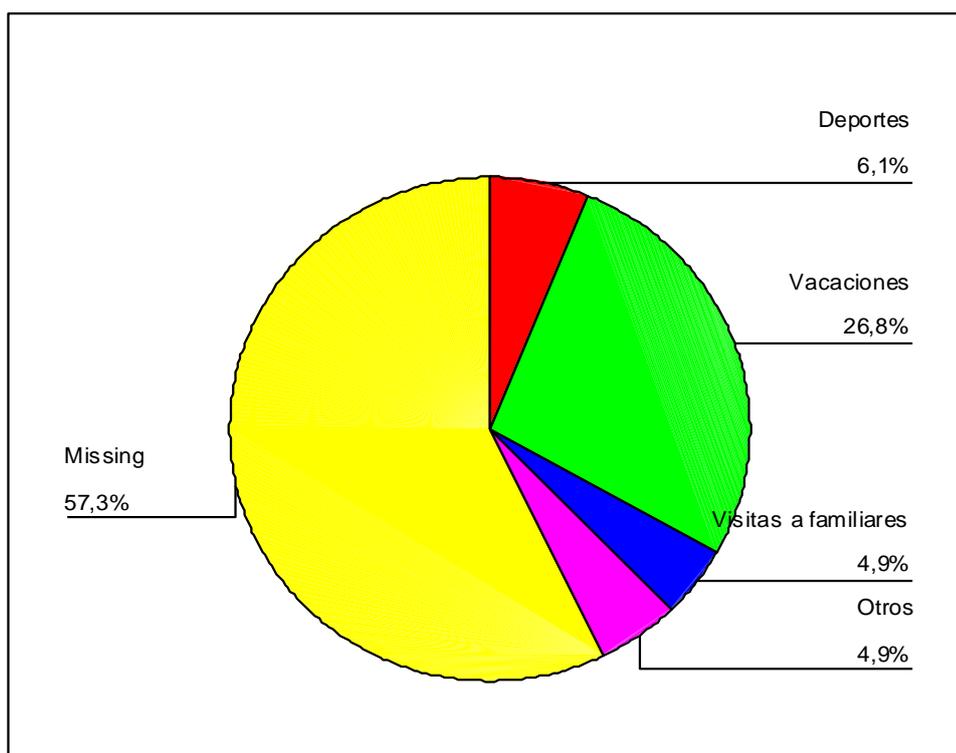


2.- Cuál es la razón por la que visitan la provincia?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Deportes | 5 | 6,1 | 14,3 | 14,3 |
| | Vacaciones | 22 | 26,8 | 62,9 | 77,1 |
| | Visitas a familiares | 4 | 4,9 | 11,4 | 88,6 |
| | Otros | 4 | 4,9 | 11,4 | 100,0 |
| | Total | 35 | 42,7 | 100,0 | |
| Missing | System | 47 | 57,3 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

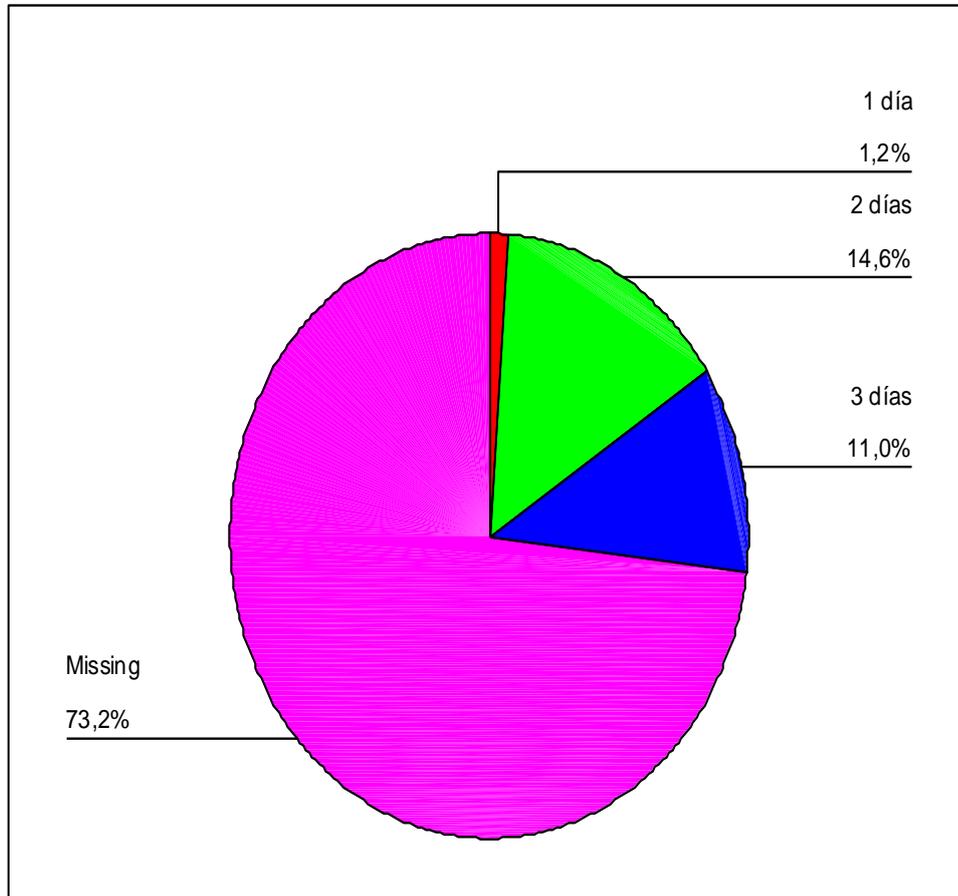
ANEXO Nº 5
12 de 25



3.- Cuántos días en promedio se hospedan los turistas extranjeros en su establecimiento?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1 día | 1 | 1,2 | 4,5 | 4,5 |
| | 2 días | 12 | 14,6 | 54,5 | 59,1 |
| | 3 días | 9 | 11,0 | 40,9 | 100,0 |
| | Total | 22 | 26,8 | 100,0 | |
| Missing | System | 60 | 73,2 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

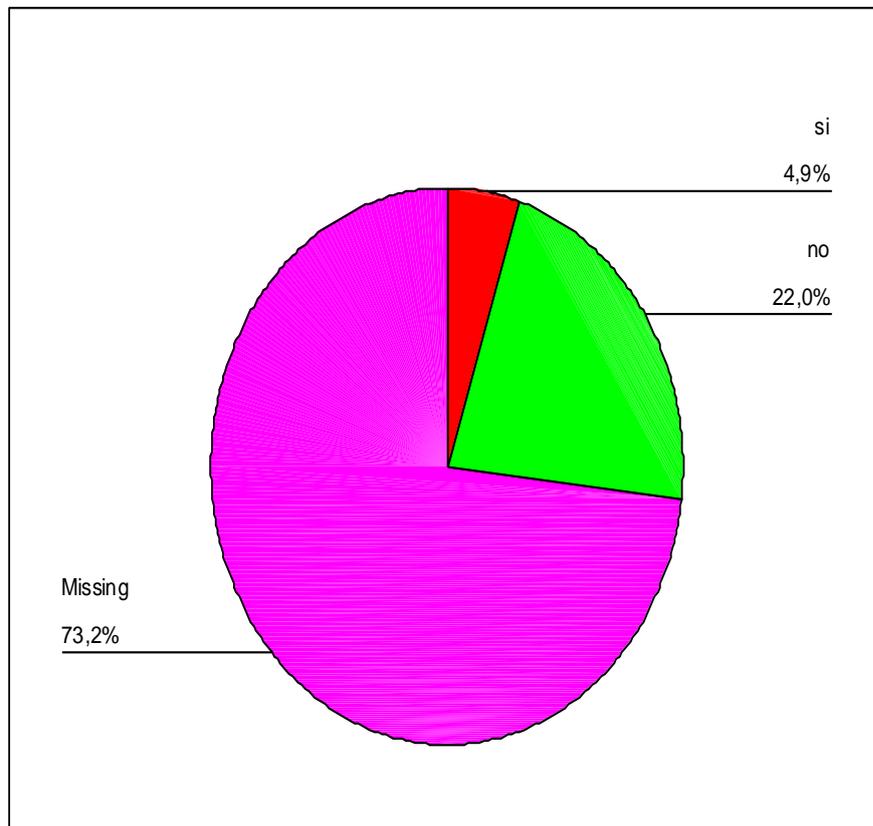


4.- Le han planteado sugerencias sobre los atractivos turísticos de la provincia?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | si | 4 | 4,9 | 18,2 | 18,2 |
| | no | 65 | 94,0 | 81,8 | 100,0 |
| | Total | 69 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

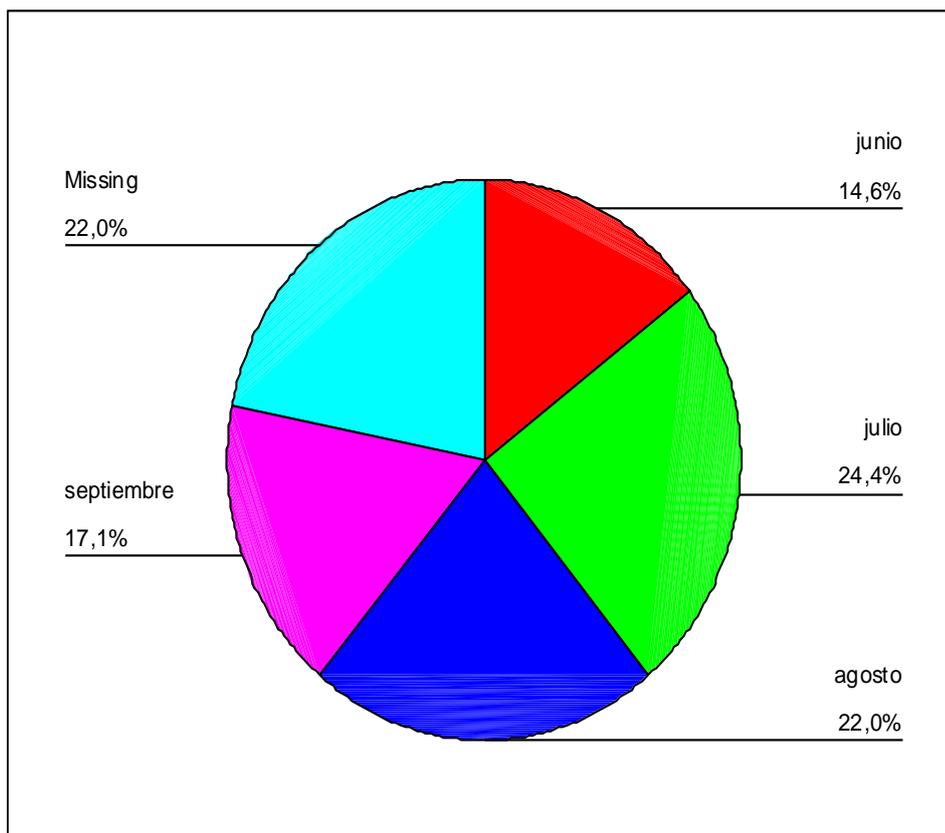
ANEXO N° 5
13 de 25



5.- Marque con una " X " los meses de afluencia turística temporada alta?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | junio | 12 | 14,6 | 18,8 | 18,8 |
| | julio | 20 | 24,4 | 31,3 | 50,0 |
| | agosto | 18 | 22,0 | 28,1 | 78,1 |
| | septiembre | 14 | 17,1 | 21,9 | 100,0 |
| | Total | 64 | 78,0 | 100,0 | |
| Missing | System | 18 | 22,0 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Frenando Molina

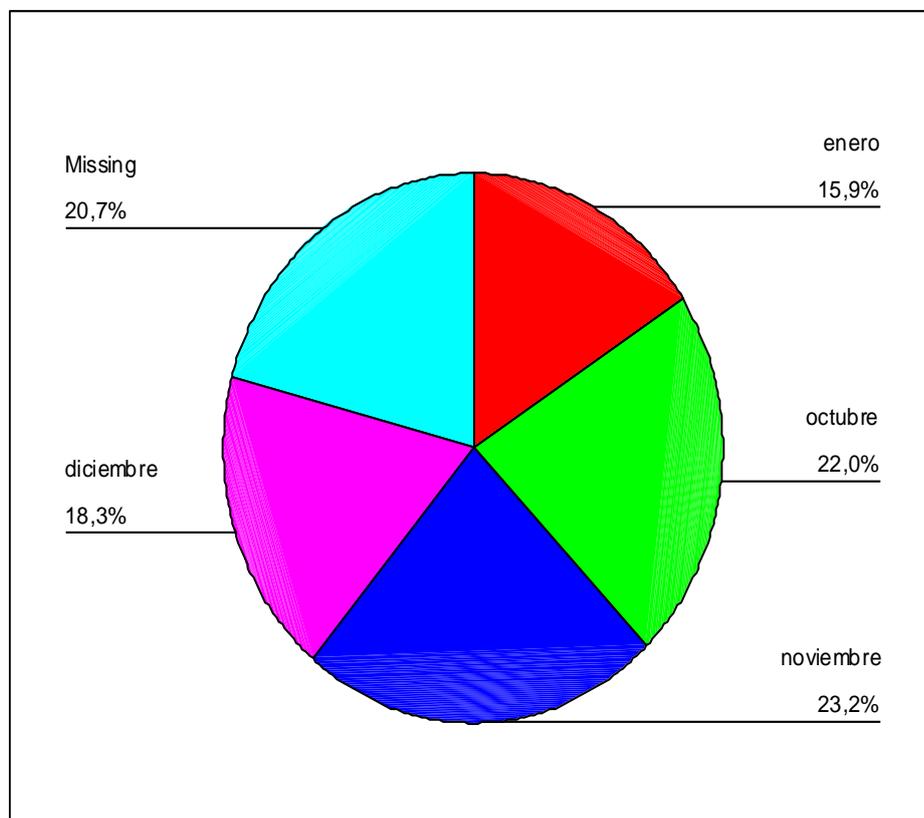


5.1 Marque con una " X " los meses de afluencia turística temporada media?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | enero | 13 | 15,9 | 20,0 | 20,0 |
| | octubre | 18 | 22,0 | 27,7 | 47,7 |
| | noviembre | 19 | 23,2 | 29,2 | 76,9 |
| | diciembre | 15 | 18,3 | 23,1 | 100,0 |
| | Total | 65 | 79,3 | 100,0 | |
| Missing | System | 17 | 20,7 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Molina



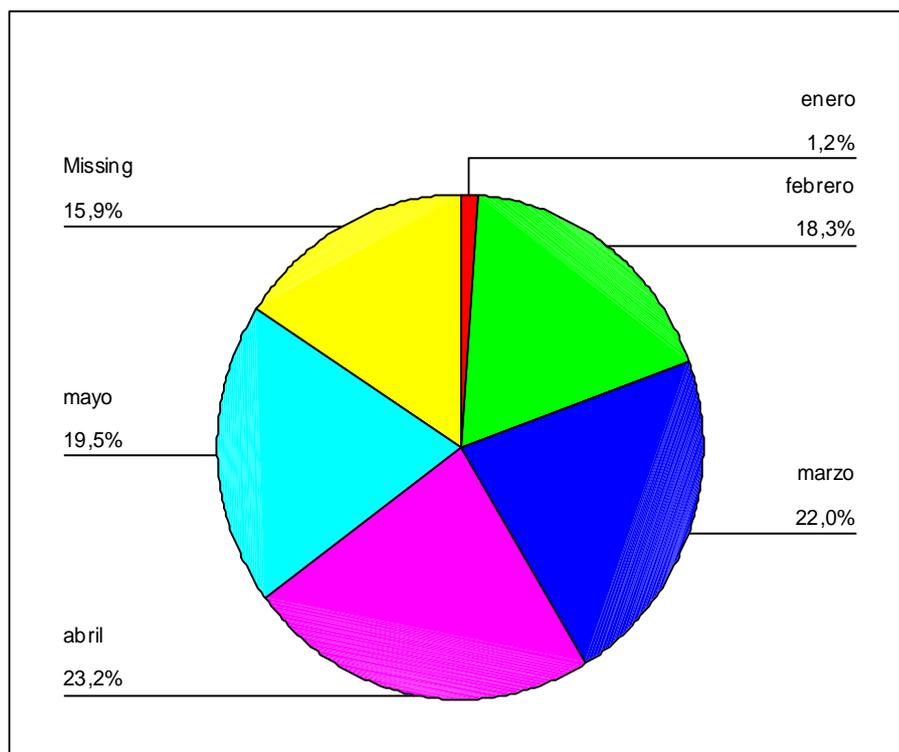
5.2 Marque con una " X " los meses de afluencia turística temporada baja?

| | | Frequen cy | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|---------|---------------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | febrero | 15 | 18,3 | 21,7 | 23,2 |
| | marzo | 18 | 22,0 | 26,1 | 49,3 |
| | abril | 19 | 23,2 | 27,5 | 76,8 |
| | mayo | 16 | 19,5 | 23,2 | 100,0 |
| | Total | 69 | 84,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 13 | 15,9 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Molina

ANEXO N° 5
15 de 25

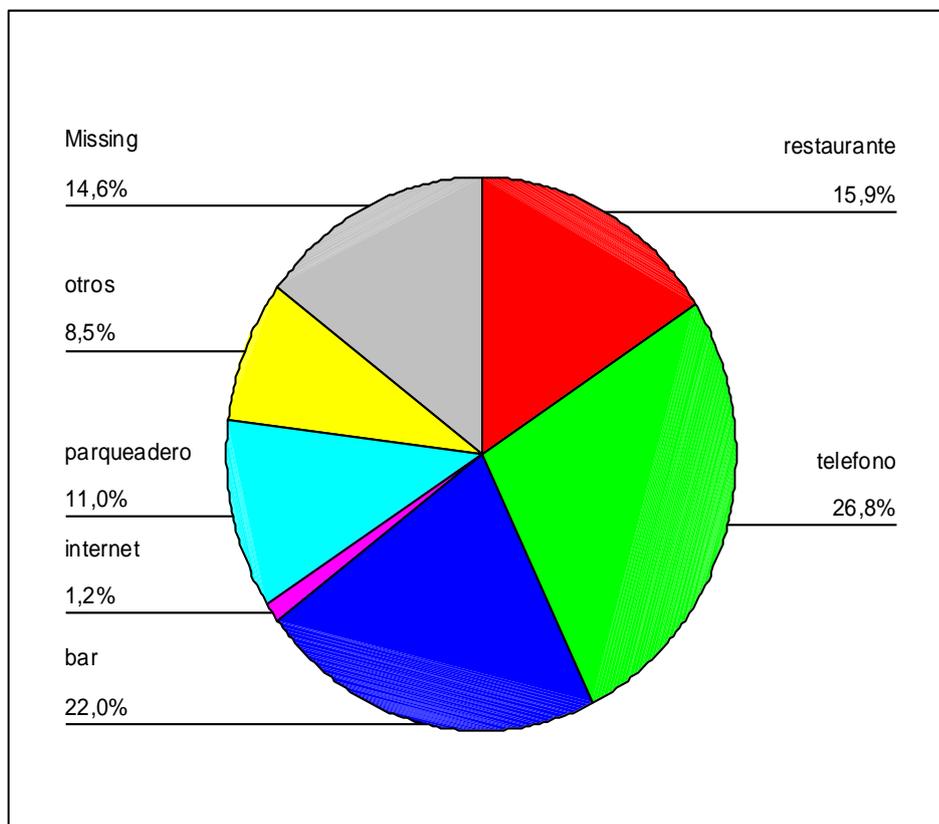


6.- Que servicio a más de alojamiento ofrece a sus clientes?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | restaurante | 13 | 15,9 | 18,6 | 18,6 |
| | teléfono | 22 | 26,8 | 31,4 | 50,0 |
| | bar | 18 | 22,0 | 25,7 | 75,7 |
| | Internet | 1 | 1,2 | 1,4 | 77,1 |
| | parqueadero | 9 | 11,0 | 12,9 | 90,0 |
| | otros | 7 | 8,5 | 10,0 | 100,0 |
| | Total | 69 | 85,4 | 100,0 | |
| Missing | System | 12 | 14,6 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Frenando Molina

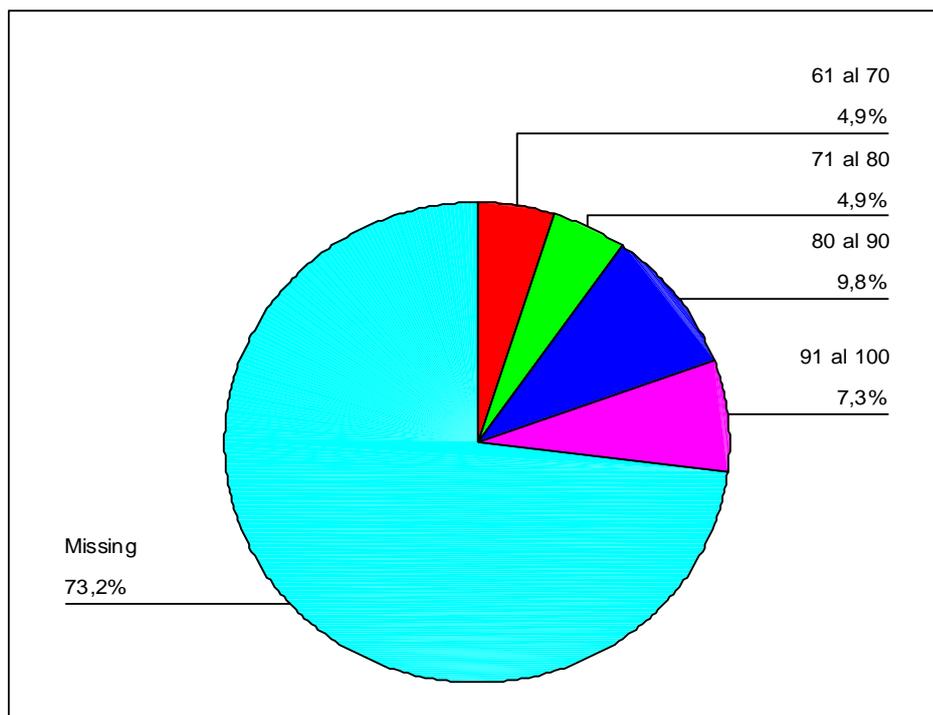


7.- Cuál es el porcentaje de utilización en temporada alta?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 61 al 70 | 4 | 4,9 | 18,2 | 18,2 |
| | 71 al 80 | 4 | 4,9 | 18,2 | 36,4 |
| | 80 al 90 | 8 | 9,8 | 36,4 | 72,7 |
| | 91 al 100 | 6 | 7,3 | 27,3 | 100,0 |
| | Total | 22 | 26,8 | 100,0 | |
| Missing | System | 60 | 73,2 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo

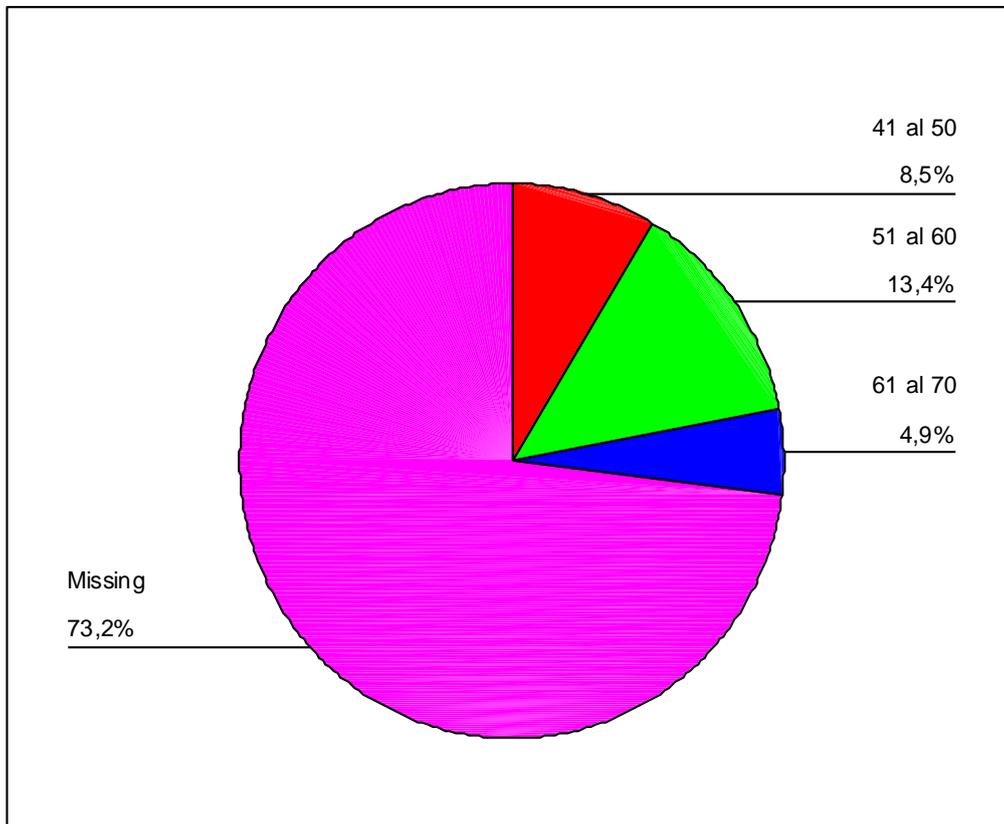
Elaborado por: Fernando Molina



7.1 Cuál es el porcentaje de utilización en temporada media?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 41 al 50 | 7 | 8,5 | 31,8 | 31,8 |
| | 51 al 60 | 11 | 13,4 | 50,0 | 81,8 |
| | 61 al 70 | 4 | 4,9 | 18,2 | 100,0 |
| | Total | 22 | 26,8 | 100,0 | |
| Missing | System | 60 | 73,2 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente; Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

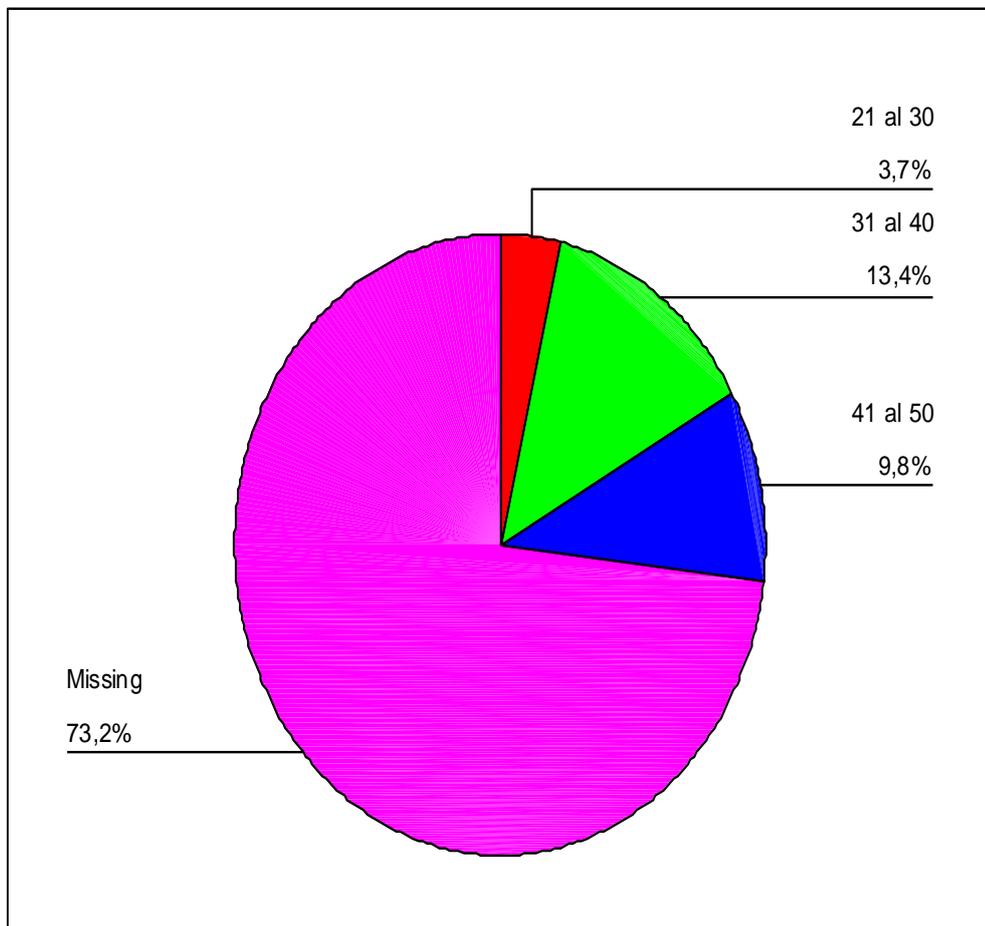


ANEXO Nº 5
17 de 25

7.2 Cuál es el porcentaje de utilización en temporada baja?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 21 al 30 | 3 | 3,7 | 13,6 | 13,6 |
| | 31 al 40 | 11 | 13,4 | 50,0 | 63,6 |
| | 41 al 50 | 8 | 9,8 | 36,4 | 100,0 |
| | Total | 22 | 26,8 | 100,0 | |
| Missing | System | 60 | 73,2 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

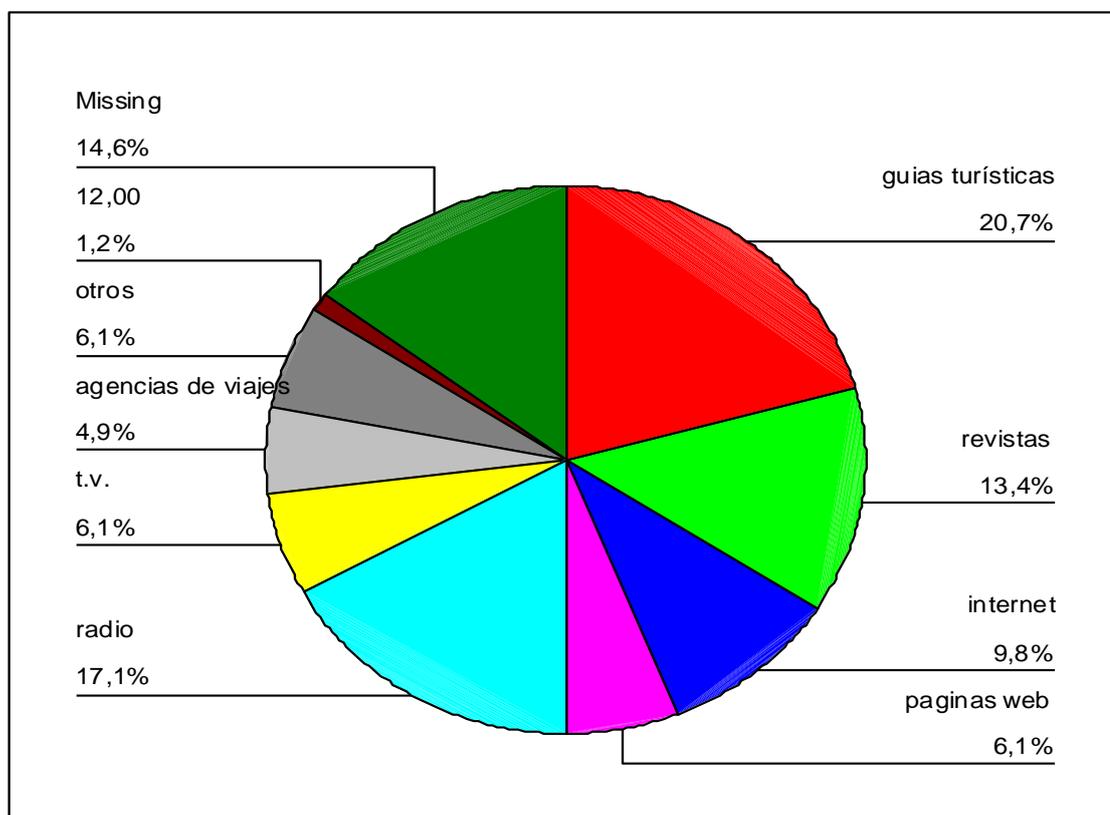


8.- Cuales son sus medios de publicidad que ud. utiliza para hacer conocer su negocio?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | guías turísticas | 17 | 20,7 | 24,3 | 24,3 |
| | revistas | 11 | 13,4 | 15,7 | 40,0 |
| | Internet | 8 | 9,8 | 11,4 | 51,4 |
| | Paginas web | 5 | 6,1 | 7,1 | 58,6 |
| | radio | 14 | 17,1 | 20,0 | 78,6 |
| | t.v. | 5 | 6,1 | 7,1 | 85,7 |
| | agencias de viajes | 4 | 4,9 | 5,7 | 91,4 |
| | otros | 5 | 6,1 | 7,1 | 98,6 |
| | 12,00 | 1 | 1,2 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 69 | 85,4 | 100,0 | |
| Missing | System | 12 | 14,6 | | |
| Total | | 82 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

ANEXO Nº 5
18 de 25

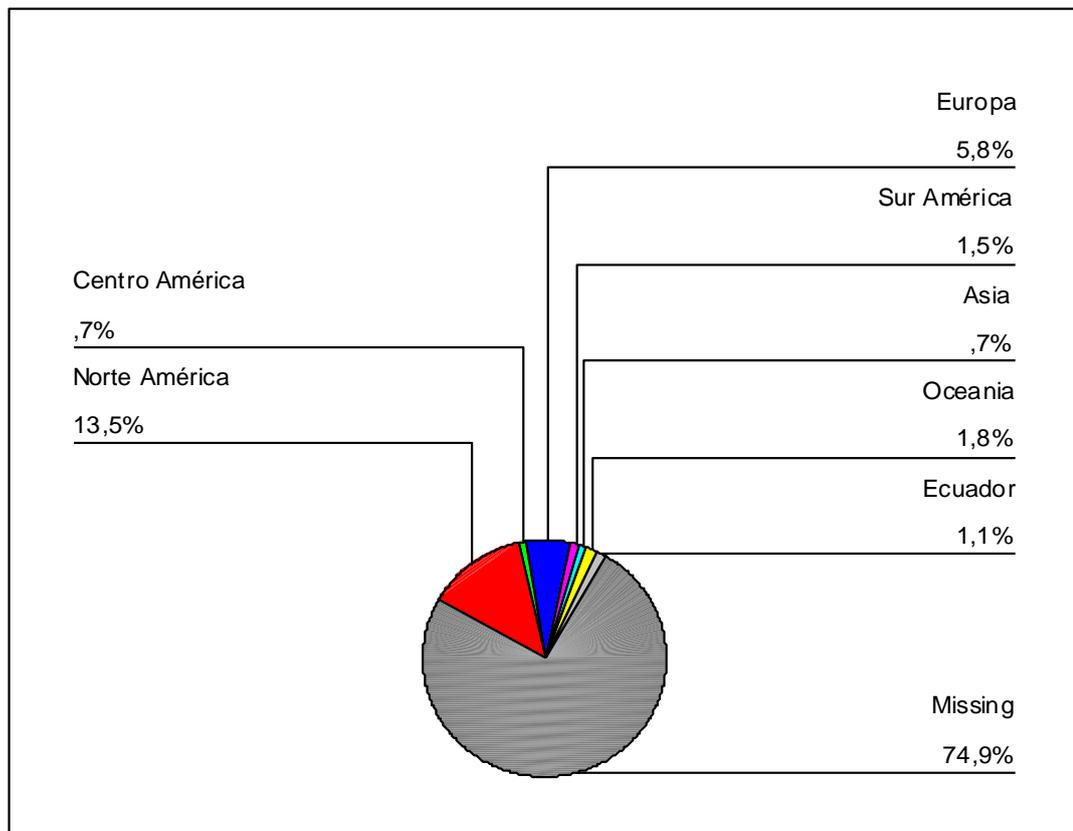


ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

1.- De donde es Ud.?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Norte América | 37 | 13,5 | 53,6 | 53,6 |
| | Centro América | 2 | ,7 | 2,9 | 56,5 |
| | Europa | 16 | 5,8 | 23,2 | 79,7 |
| | Sur América | 4 | 1,5 | 5,8 | 85,5 |
| | Asia | 2 | ,7 | 2,9 | 88,4 |
| | Oceanía | 5 | 1,8 | 7,2 | 95,7 |
| | Ecuador | 3 | 1,1 | 4,3 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Fernando Molina



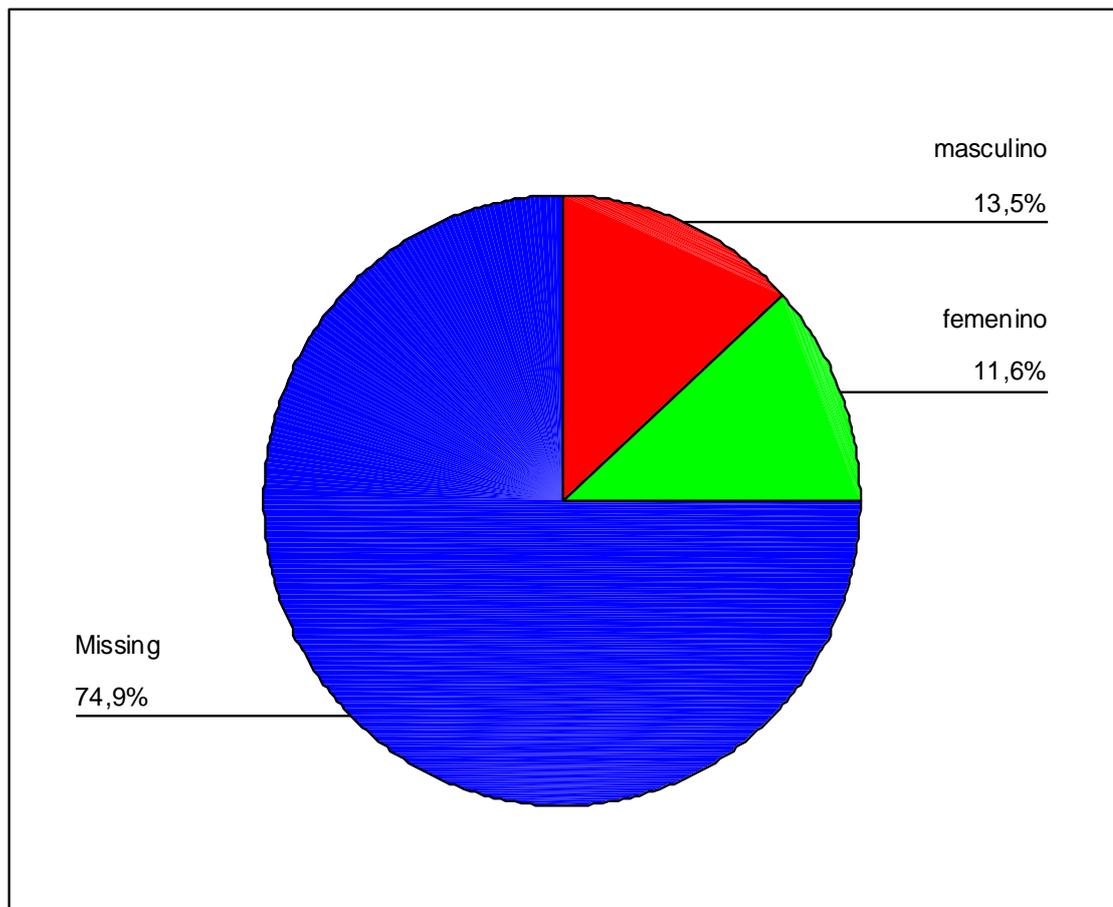
2.- Cuál es su sexo?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | masculi no | 37 | 13,5 | 53,6 | 53,6 |
| | femenin o | 32 | 11,6 | 46,4 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Molina

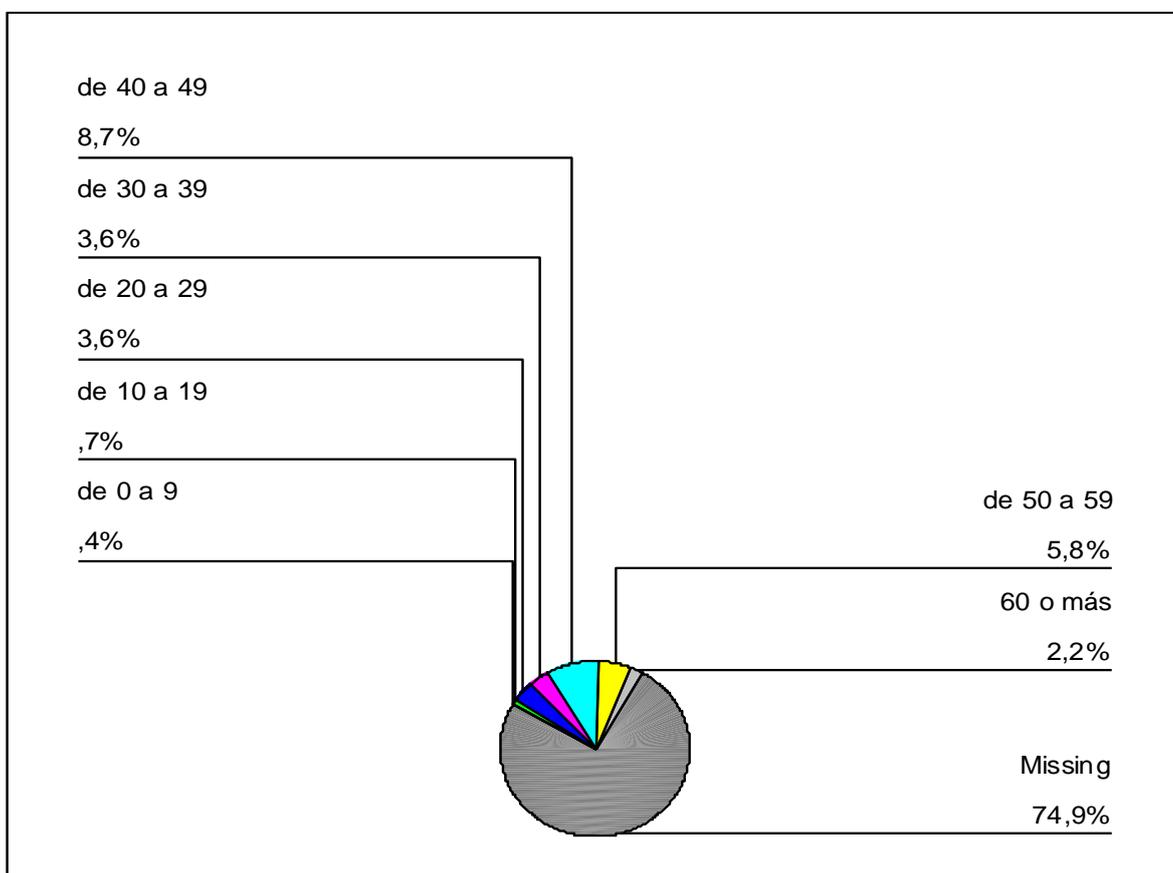
ANEXO Nº 5
20 de 25



2.1 Cuál es su edad?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | de 0 a 9 | 1 | ,4 | 1,4 | 1,4 |
| | de 10 a 19 | 2 | ,7 | 2,9 | 4,3 |
| | de 20 a 29 | 10 | 3,6 | 14,5 | 18,8 |
| | de 30 a 39 | 10 | 3,6 | 14,5 | 33,3 |
| | de 40 a 49 | 24 | 8,7 | 34,8 | 68,1 |
| | de 50 a 59 | 16 | 5,8 | 23,2 | 91,3 |
| | 60 o más | 6 | 2,2 | 8,7 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

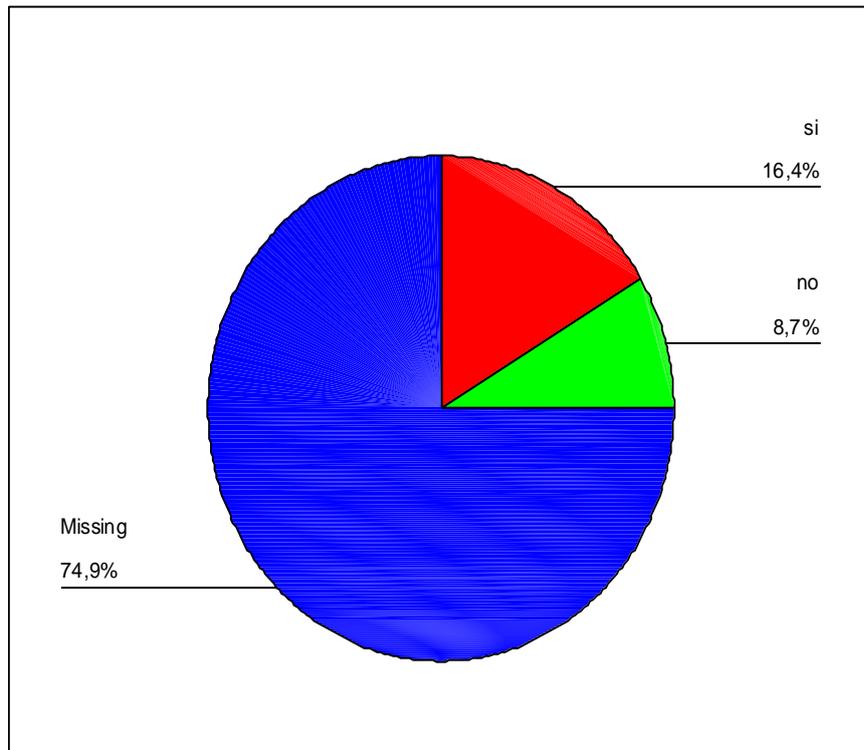
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina



3.- Es la primera vez que visita la provincia de Cotopaxi?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | si | 45 | 16,4 | 65,2 | 65,2 |
| | no | 24 | 8,7 | 34,8 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina



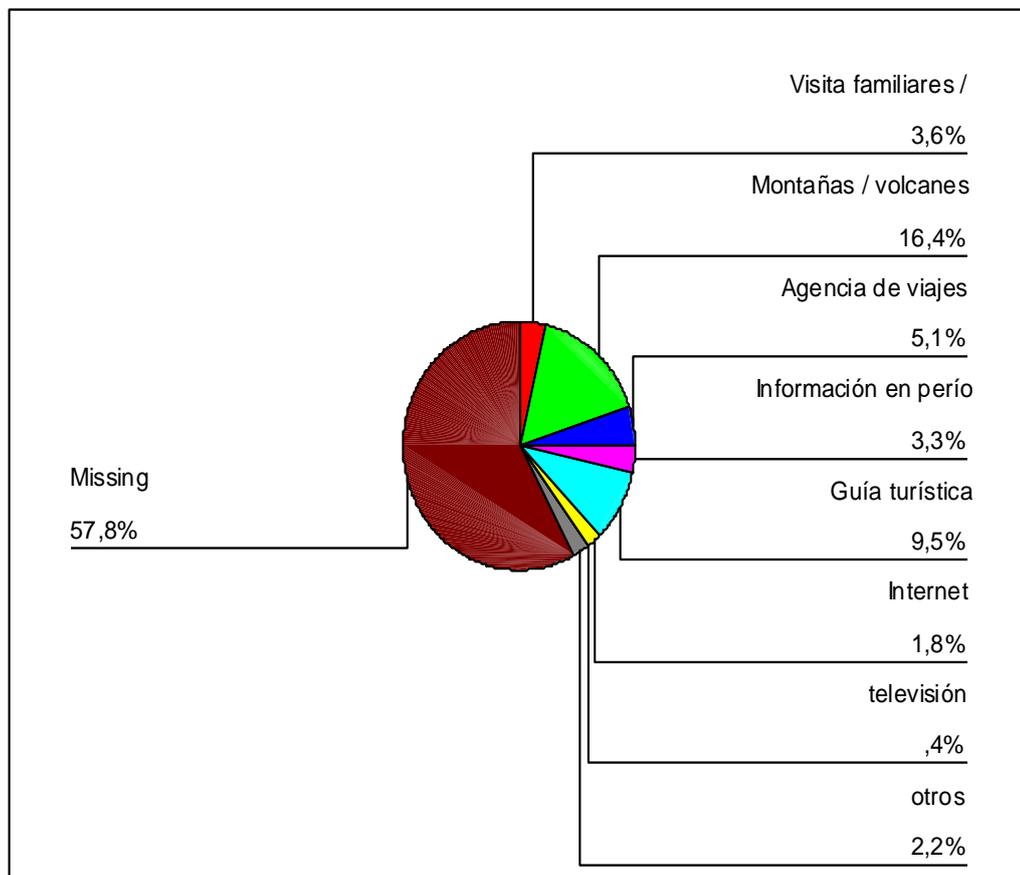
4.- Cuál de la siguientes opciones fue la razón de realizar este viaje?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Visita familiares / amigos | 10 | 3,6 | 8,6 | 8,6 |
| | Montañas / volcanes | 45 | 16,4 | 38,8 | 47,4 |
| | Agencia de viajes | 14 | 5,1 | 12,1 | 59,5 |
| | Información en periódicos y revistas | 9 | 3,3 | 7,8 | 67,2 |
| | Guía turística | 26 | 9,5 | 22,4 | 89,7 |
| | Internet | 5 | 1,8 | 4,3 | 94,0 |
| | televisión | 1 | ,4 | ,9 | 94,8 |
| | otros | 6 | 2,2 | 5,2 | 100,0 |
| | Total | 116 | 42,2 | 100,0 | |
| Missing | System | 159 | 57,8 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Molina

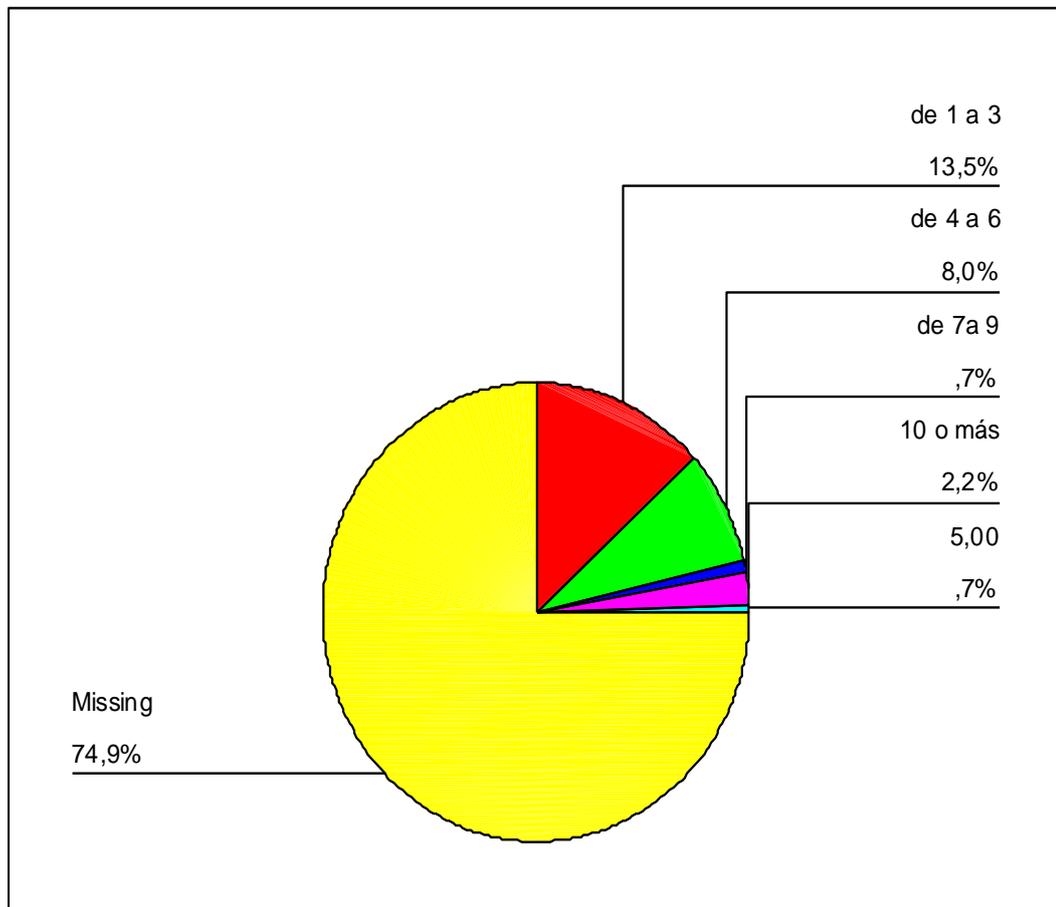
NEXO Nº 5
22 de 25

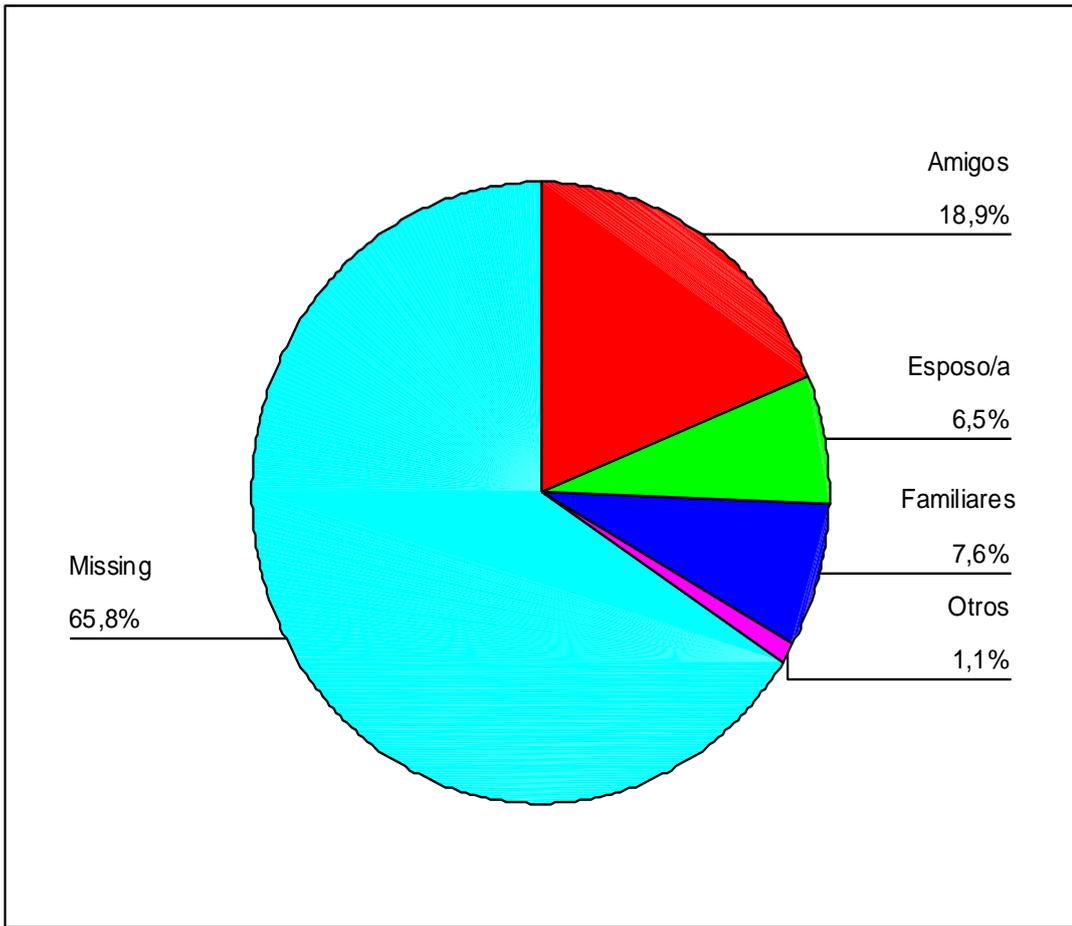


5.- Cuantos son sus acompañantes?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | de 1 a 3 | 37 | 13,5 | 53,6 | 53,6 |
| | de 4 a 6 | 22 | 8,0 | 31,9 | 85,5 |
| | de 7a 9 | 2 | ,7 | 2,9 | 88,4 |
| | 10 o más | 6 | 2,2 | 8,7 | 97,1 |
| | 5,00 | 2 | ,7 | 2,9 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

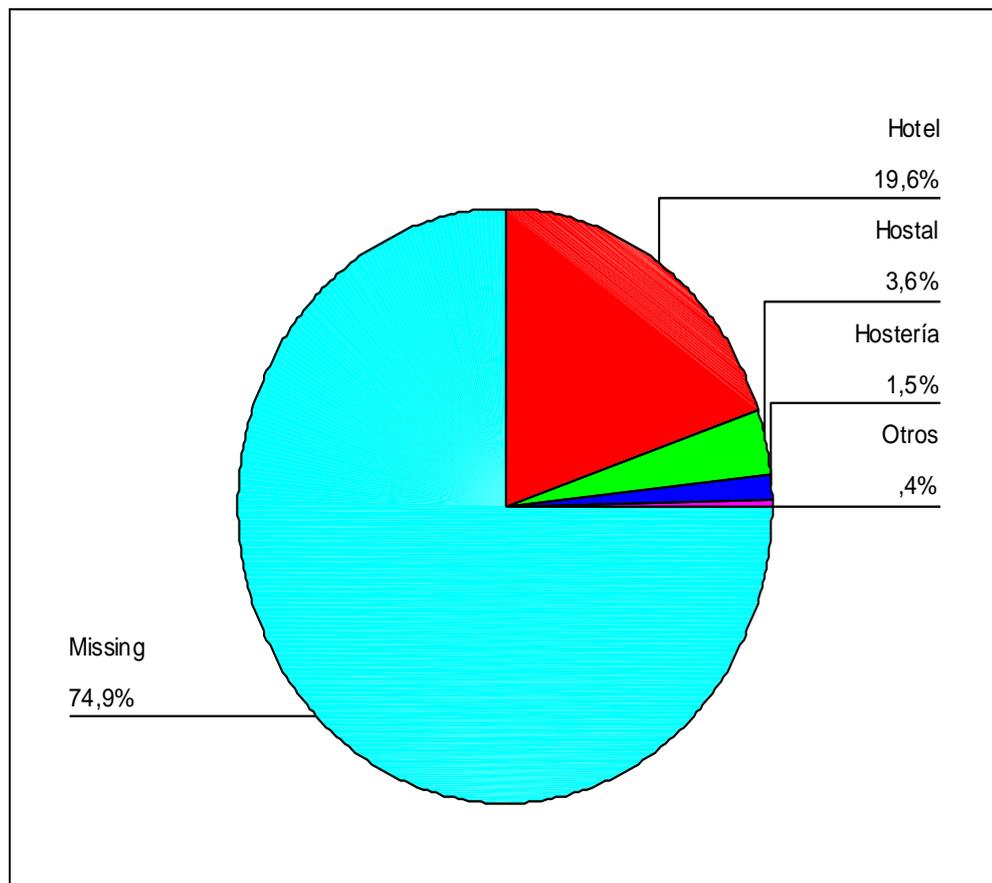




6.- Cuál es el alojamiento que Ud. prefiere?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Hotel | 54 | 19,6 | 78,3 | 78,3 |
| | Hostal | 10 | 3,6 | 14,5 | 92,8 |
| | Hostería | 4 | 1,5 | 5,8 | 98,6 |
| | Otros | 1 | ,4 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

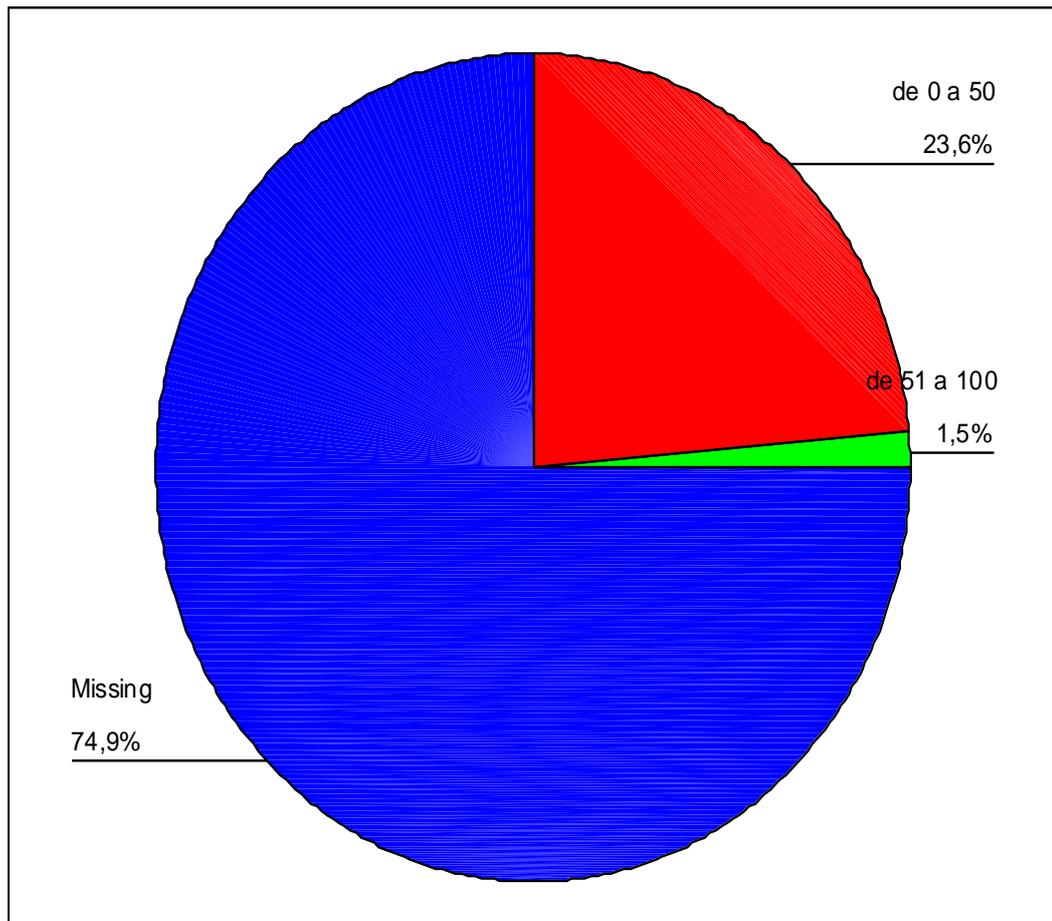


7.- Cuanto ha gastado en su estadía?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | de 0 a 50 | 65 | 23,6 | 94,2 | 94,2 |
| | de 51 a 100 | 4 | 1,5 | 5,8 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina

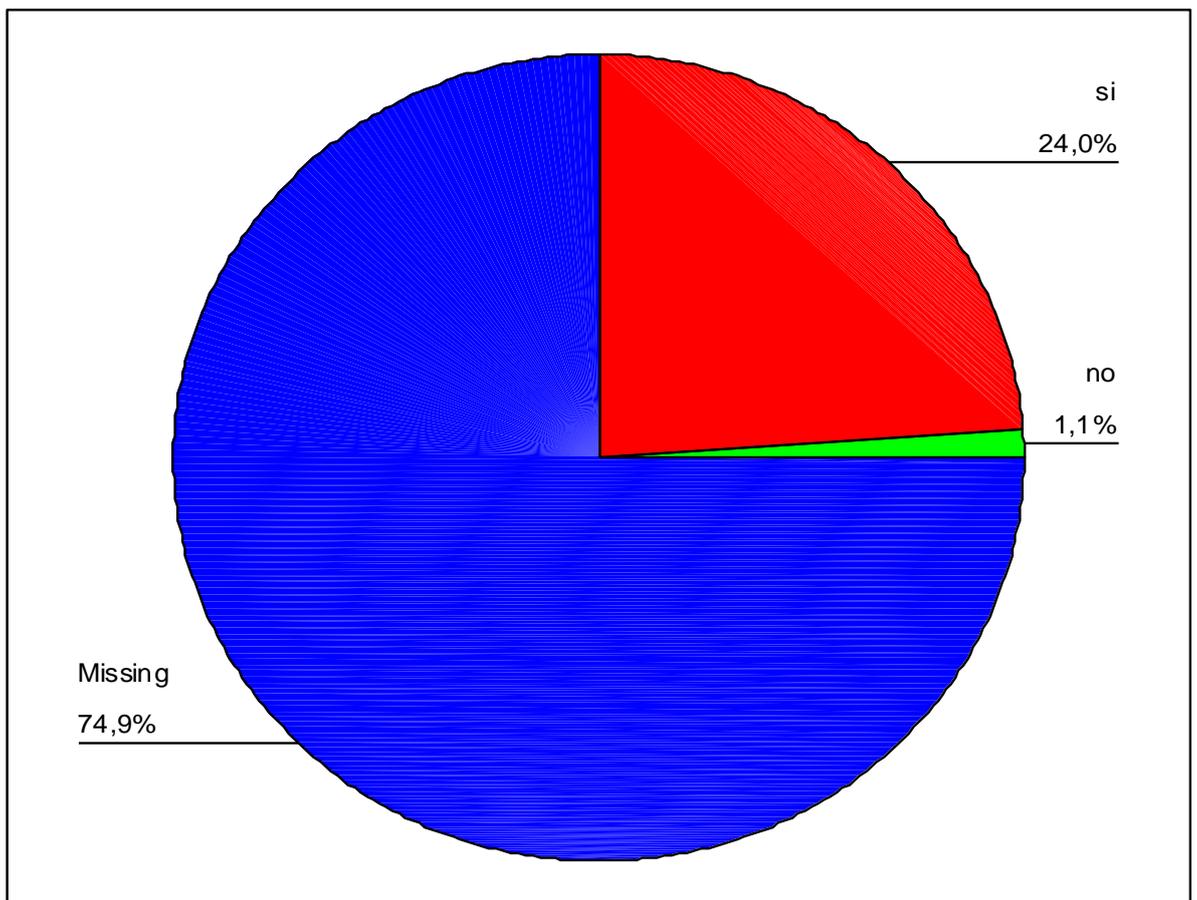
ANEXO N° 5
24 de 25



8.- Sería de su agrado visitar una hostería ecoturística en los páramos de esta provincia?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Si | 66 | 24,0 | 95,7 | 95,7 |
| | No | 3 | 1,1 | 4,3 | 100,0 |
| | Total | 69 | 25,1 | 100,0 | |
| Missing | System | 206 | 74,9 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

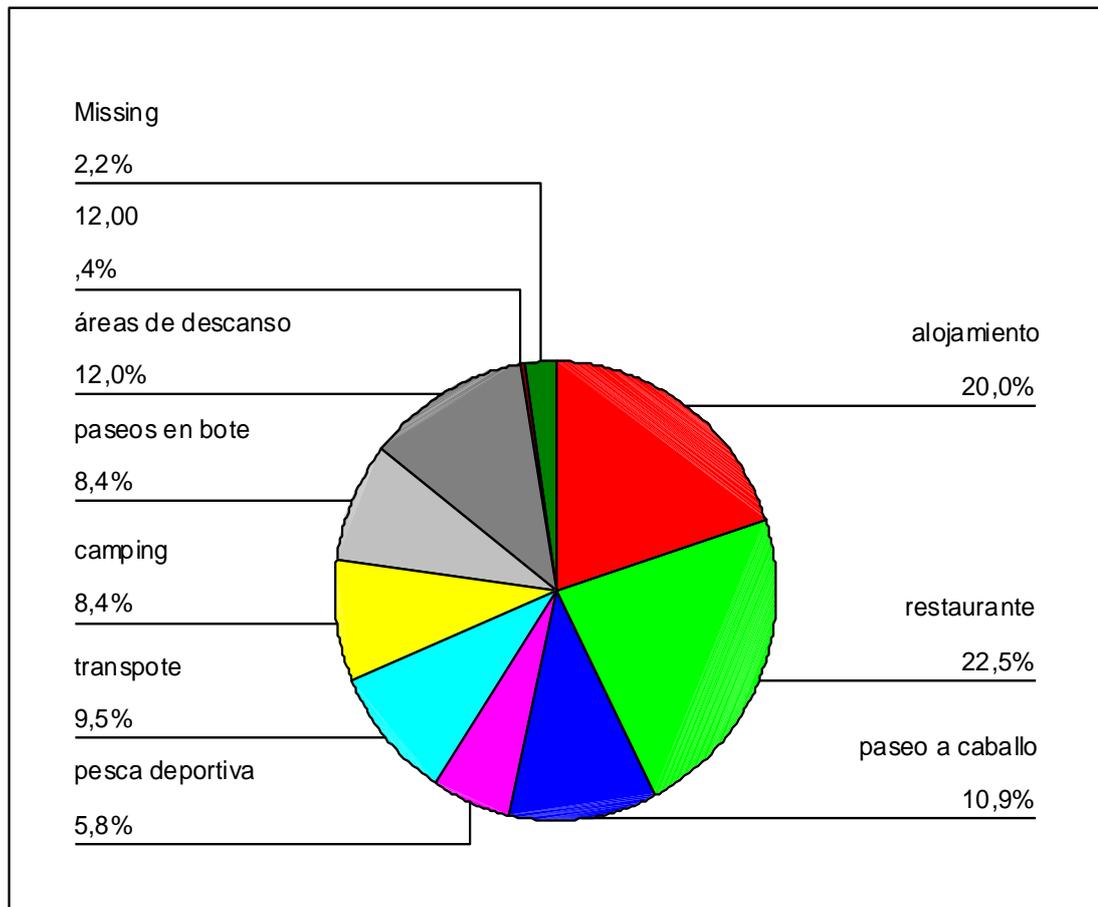
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina



9.- Que servicio le gustaría que le ofrezca la hostería?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | alojamiento | 55 | 20,0 | 20,4 | 20,4 |
| | restaurante | 62 | 22,5 | 23,0 | 43,5 |
| | paseo a caballo | 30 | 10,9 | 11,2 | 54,6 |
| | pesca deportiva | 16 | 5,8 | 5,9 | 60,6 |
| | transporte | 26 | 9,5 | 9,7 | 70,3 |
| | camping | 23 | 8,4 | 8,6 | 78,8 |
| | paseos en bote | 23 | 8,4 | 8,6 | 87,4 |
| | áreas de descanso | 33 | 12,0 | 12,3 | 99,6 |
| | 12,00 | 1 | ,4 | ,4 | 100,0 |
| | Total | 269 | 97,8 | 100,0 | |
| Missing | System | 6 | 2,2 | | |
| Total | | 275 | 100,0 | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Molina



ANEXO N° 6

**REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES A LAS ÁREAS
NATURALES DEL ECUADOR (PARQUE NACIONAL COTOPAXI)**

| Años | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Áreas Naturales | T. Nacional | T. Nacional | T. Nacional | T. Nacional |
| Parque Nacional Cotopaxi | 29668 | 29983 | 31912 | 30477 |

Fuente: INEFAN

Elaborado por: Fernando Molina

ANEXO N° 7

OBTENCIÓN DE DATOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
Estos son los resultados de la encuesta aplicada a los establecimientos de
hospedaje en Cotopaxi a excepción del La Maná y Sigchos

| Lugares de Hospedaje | Prom. Turistas / mes | % |
|-------------------------------|----------------------|--------------|
| Hostal Makros | 40 | 0.015 |
| Hostal Marquez | 200 | 0.08 |
| Hostal Central | 62 | 0.02 |
| Hostal El Álamo | 30 | 0.01 |
| Hostal Ilinizas | 70 | 0.027 |
| Hostal Quilotoa | 70 | 0.027 |
| Hostal Resd. El Salto | 46 | 0.018 |
| Hostal Resd. Rosim | 50 | 0.019 |
| Hostal Resd. Cotopaxi | 40 | 0.016 |
| Hostal Resd. La Merced | 28 | 0.011 |
| Hostal Resd. Amazonas | 35 | 0.014 |

| | | |
|--|-------------|--------------|
| Hostal Resd. Antonia Vela | 30 | 0.012 |
| Hostal Resd. Jacqueline | 83 | 0.033 |
| Hostal Resd. Los Andes | 30 | 0.01 |
| Hostal Resd. Nevados | 160 | 0.063 |
| Hostal Resd. Stambull | 42 | 0.017 |
| Hostal Resd. Tilipulo | 46 | 0.018 |
| Hostal Resd. Los Rieles | 36 | 0.014 |
| Hostería La Ciénega | 820 | 0.32 |
| Hostería San Mateo | 260 | 0.10 |
| Hostería La Posada del Rey | 38 | 0.015 |
| Hostería San Agustín del Callo | 23 | 0.09 |
| Hostería Rumipamba de las Rosas | 280 | 0.011 |
| TOTAL | 2524 | 100% |
| Promedio de turistas por mes | 110 | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Molina

CALCULOS DE LAS ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN

Puntuación

$$\begin{aligned}
 (0.2*7) + (0.27*6) + (0.15*6) + (0.2*6) + (0.18*1) &= 5.3 \\
 (0.2*5) + (0.27*7) + (0.15*5) + (0.2*7) + (0.18*3) &= 5.58 \\
 (0.2*8) + (0.27*9) + (0.15*8) + (0.2*8) + (0.18*10) &= 8.63 \\
 (0.2*8) + (0.27*7) + (0.15*7) + (0.2*9) + (0.18*1) &= 6.52 \\
 (0.2*5) + (0.27*6) + (0.15*4) + (0.2*9) + (0.18*3) &= 5.56
 \end{aligned}$$

Diferenciación

$$\begin{aligned}
 \xi \text{ propiedad del Sr. Augusto Molina } 7+6+6+6+1 &= 5.2 \\
 \xi \text{ propiedad del Sr. Segundo Espinosa } 5+7+5+7+3 &= 5.4 \\
 \xi \text{ propiedad del Sr. Gilberto Molina } 8+9+8+8+10 &= 8.6 \\
 \xi \text{ propiedad del Sr. Manuel Tapia } 8+7+7+9+1 &= 6.4 \\
 \xi \text{ propiedad de la Comuna Langoa } 5+6+4+9+3 &= 5.4
 \end{aligned}$$

$$S = \frac{(x_i - \xi)^2 + (x_{ii} - \xi)^2 + \dots}{n}$$

$$\begin{aligned}
 (7-5.2)^2 + (6-5.2)^2 + (6-5.2)^2 + (6-5.2)^2 + (1-5.2)^2 &= 1.51 \\
 (5-5.4)^2 + (7-5.4)^2 + (5-5.4)^2 + (7-5.4)^2 + (3-5.4)^2 &= 1.22 \\
 (8-8.6)^2 + (9-8.6)^2 + (8-8.6)^2 + (8-8.6)^2 + (10-8.6)^2 &= 1.58 \\
 (8-6.4)^2 + (7-6.4)^2 + (7-6.4)^2 + (9-6.4)^2 + (1-6.4)^2 &= 1.30 \\
 (5-5.4)^2 + (6-5.4)^2 + (4-5.4)^2 + (9-5.4)^2 + (3-5.4)^2 &= 3.71
 \end{aligned}$$

Ajuste

$$\begin{aligned}
 (0.2*1.51) + (0.27*1.22) + (0.15*1.58) + (0.2*1.3) + (0.18*3.71) \\
 0.302 + 0.3294 + 0.237 + 0.26 + 0.6678 &= 1.7962 \\
 0.302/1.7962 &= 0.16 \\
 0.3294/1.1962 &= 0.18 \\
 0.237/1.7962 &= 0.13 \\
 0.26/1.7962 &= 0.14 \\
 0.6678/1.7962 &= 0.36
 \end{aligned}$$

$$0.16 + 0.18 + 0.13 + 0.14 + 0.36 = 1$$

Desayuno

| Desayuno | Unidad | Precio unitario | Precio total |
|-------------|---------|-----------------|--------------|
| Huevos | 2 | 0.06 | 0.12 |
| Naranjas | 5 | 0.03 | 0.15 |
| Leche | 250ml | 0.09 | 0.09 |
| Pan | 2 | 0.06 | 0.12 |
| Queso | 2 onzas | 0.05 | 0.10 |
| Mantequilla | 2 onzas | 0.06 | 0.12 |
| Otros | | 0.21 | 0.21 |

Almuerzo

| Entrada(Cóctel de camarón) | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|----------------------------|-----------|-----------------|--------------|
| Camarón | 2.5 onzas | 0.70 | 0.70 |
| Lechuga | 1 hoja | 0.01 | 0.01 |
| Salsa | 2 onzas | 0.10 | 0.10 |
| Otros | | 0.17 | 0.17 |

Sopa

| Sopa | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|---------|-----------|-----------------|--------------|
| Lenteja | 3.2 onzas | 0.10 | 0.10 |
| Papas | 2 onzas | 0.03 | 0.03 |
| Carne | 1 onza | 0.05 | 0.05 |
| col | 1 hoja | 0.03 | 0.03 |
| Otros | | 0.05 | 0.05 |

Plato Fuerte

| Plato fuerte | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|---------------------|---------|-----------------|--------------|
| Arroz | 4 onzas | 0.06 | 0.024 |
| Carne (Gordon blue) | 4 onzas | 0.25 | 1.00 |
| Queso mosarela | 1 onza | 0.12 | 0.12 |
| Migas de pan | 2 onzas | 0.035 | 0.07 |
| Papas | 3 onzas | 0.09 | 0.27 |
| Brocoli | 2onzas | 0.03 | 0.06 |
| Tomate cherry | 3 onzas | 0.02 | 0.06 |
| Cebolla perla | 2 onzas | 0.03 | 0.06 |
| Palmito | 1 onza | 0.15 | 0.15 |
| Vinagre | 2ml | 0.01 | 0.01 |
| Otros | | 0.53 | 0.53 |

Jugo

| Jugo | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|--------|---------|-----------------|--------------|
| Papaya | 7 onzas | 0.03 | 0.21 |
| Otros | | 0.06 | 0.06 |

ANEXO N° 9

2 de 2

Postre

| Postre | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|-------------------|---------|-----------------|--------------|
| Higo | 2 higos | 0.05 | 0.10 |
| Canela y especias | 1 raja | 0.01 | 0.01 |
| Panela | 3 onzas | 0.04 | 0.12 |
| Otras | | 0.06 | 0.06 |

Merienda

| Sopa | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|-----------------|---------|-----------------|--------------|
| Crema de hongos | ¼ | 0.13 | 0.13 |
| Papas | 2 onzas | 0.03 | 0.06 |
| Leche | 250ml | 0.09 | 0.09 |
| Otros | | 0.22 | 0.22 |

Plato fuerte

| Plta fuerte (arroz con pollo) | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|-------------------------------|---------|-----------------|--------------|
| Arroz | 4 onzas | 0.06 | 0.24 |
| Pollo | 6 onzas | 0.11 | 0.66 |
| Cebolla | 2 onzas | 0.03 | 0.06 |
| Tomate | 3 onzas | 0.04 | 0.12 |
| Aliños | 500ml | 0.12 | 0.12 |
| Otros | | 0.36 | 0.36 |

Café

| Café, té , agua aromática | Unidad | Precio Unitario | Precio total |
|---------------------------|--------|-----------------|--------------|
| Café | Taza | 0.20 | 0.20 |
| Té | Taza | 0.20 | 0.20 |
| 0.20Agua aromática | Taza | 0.20 | 0.20 |
| Otros | Taza | 0.05 | 0.05 |

BIBLIOGRAFÍA

- ABELL, D.F. - HAMOND, J. S. “Planeacion Estratégica de mercado. Problemas y enfoques analíticos”. Editorial Continental. México D.F. 1991.
- ALVAREZ DE ALBA, Alfonso Aguilar. “Elementos de Mercadotecnia”. Compañía Editorial Continental S.A. Sexta impresión. México D.F. 1973.
- ANSOFF, H.I. - DECLERCK, R.L. - HAYES R.L. “El planeamiento estratégico. Nueva tendencia en la Administración”. Editorial Trillas S.A. de C.V. 1983.
- EKOS ECONOMIA Revista. “Macrotendencias”. Varios ejemplares 2002. Ecuador.
- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO. Prefacio de José Luis Borges.
- KOONTZ - O’DONNELL. “Administración”. Editorial McGraw-Hill. 1988.
- LAMBIN, Jean - Jackes. “Marketing Estratégico”. Editorial McGraw-Hill Interamericana de España S.A. España. 1998.
- NOGUEIRA COBRA, Marcos Henrique. “Marketing de Servicios. Conceptos y Estrategias”. Editorial McGraw-Hill. Colombia. 1992.

- PRIDE. W. M. - FERRELL, O. C. “Marketing. Decisiones y conceptos básicos”. Nueva Editorial Interamericana, S.A. de C.V. Segunda edición. México D.F. 1982.
- BARRENO LUÍS, Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos de Inversión Privada y Pública. Cedempresarial Consultores. Ecuador, septiembre de 2000.
- SAENZ RODRIGO, Apuntes de Evaluación Financiera de Proyectos. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador, Febrero 1995.
- Ecuador, MITUR, Principales indicadores turísticos, 2000, MITUR, 2000.
- Guía Turística de Ecuador, CAPTUR, 2000.
- Mundo Diners No. 300, Dinediciones, Turismo la salvación del país, Ernesto Trujillo, 2001.
- Políticas y Estrategias para la participación comunitaria en el ecoturismo, ASE, ASEK, 2000.
- Directrices para el Ecoturismo, una guía para los operadores de turismo naturista, Sociedad Mundial de Ecoturismo, 1998.
- Ecuador, Boletín de estadísticas Turística, MITUR, 1993 – 1997.
- Hola Ecuador, Revista Internacional, Cuarta Edición, 1998.

