

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Trabajo de titulación para la obtención del título de “Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras”

TEMA: “Diseño de un Alojamiento Extra-hotelero bajo la modalidad de Campamento Turístico (Camping) en el sector de Pifo”

AUTOR: Diana Vanessa López Medina

DIRECTOR: Lcdo. José Eduardo Córdova

QUITO - ECUADOR

FEBRERO - 2012

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN

Certifico haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, de Quito; por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Lic. José Eduardo Córdova
170903546-1
Quito, 13 de Enero del 2012

AUTORÍA

Yo, Diana Vanessa López Medina, autora del presente Informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

CI: N° 17219865-1

Quito, 13 de Enero del 2012

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE HOTELERA Y TURISMO

**Trabajo de titulación de Ingeniería en
Administración de Empresas Hoteleras**

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema "Diseño de un Alojamiento Extra-hotelero bajo la modalidad de Campamento Turístico (Camping) en el sector de Pifo", de la estudiante Diana Vanessa López Medina, alumna de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras.

Quito, 13 de Enero del 2012

Para constancia firman

Profesor 1

Profesor 2

AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento a Dios y a mis padres Doctor Miguel Ángel López y María Carmen Medina, quienes con sus consejos y amor han hecho de mi una mujer de bien, y aspiran que sea una buena ciudadana, para con su patria una profesional correcta y ejemplar.

A mi tutor José Eduardo Córdova que dirigió la tesis, quien es ejemplo limpio y claro de un ser valioso y especial de un orden de ideas elevado y espiritual que lo hace coexistir en el escenario de la vida, sabiendo escoger lo que desea, que el tiempo transcurre y que la vida se va cerrando paulatinamente.

A quien enseña que vivir es luchar, es engrandecerse, es perfeccionarse y progresar. A quien estimula a seguir hacia delante. A quien brinda oportunidades, porque sabe que buscar y alcanzar el conocimiento es una tarea sacrificada, pero a la vez la más sublime del ser humano.

A quien con su ejemplo revela que pensar es sobrepasar los límites de lo conocido y existente. A quien hace posible que rompamos las cadenas de la ignorancia, dándonos la posibilidad de enfrentar la vida con valor y seguridad.

A la eterna Facultad de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras, de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, templo de la enseñanza, a mis amigos y a todos quienes me han ayudado para que el presente trabajo se objetive.

Diana Vanessa López Medina

DEDICATORIA

Dedico mi tesis con todo mi amor y cariño a ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado. A mis amigos por darme su incondicional aporte en especial a amiga Stephany Suasnavas quien ha permanecido constantemente en mi vida.

Y no puedo ir sin antes decirles, que sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas sirvieron de algo y aquí está el fruto. Les agradezco a todos ustedes con toda mi alma el haber llegado a mi vida y el compartir momentos agradables y momentos tristes, pero esos momentos son los que hacen crecer y valorar a las personas que nos rodean. Los quiero mucho y nunca los olvidare

Los quiero con todo mi corazón y este trabajo que me llevo un año hacerlo es para ustedes, por ser la más chica de sus hijos aquí esta lo que ustedes me brindaron, solamente les estoy devolviendo lo que ustedes me dieron en un principio.

Diana Vanessa López Medina

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo

La actividad de camping, en la actualidad, a tomado relevancia en el mundo, bajo un concepto de interés de las personas que buscan alternativas para su relajación, ocio para salir del estrés obtenido por el trabajo diario.

Es propicio diseñar un alojamiento extra-hotelerio con la modalidad de camping con diferentes tipos de servicios, actividades, y alimentación, para la obtención óptima de relajación en las personas que quieren liberar el estrés.

La ventaja competitiva es que el establecimiento es innovador, ambientación original y creativa, excelencia en el servicio ofrecido, acompañado de diferentes actividades buscando de ese modo diferenciar de los numerosos competidores del mercado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

LISTA DE CUADROS

Cuadro No 1: Sitios y Número de Personas a ser Encuestadas	41
Cuadro No 2: Operación de variables	42
Cuadro No 3 Operación de variables	43
Cuadro No 4 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo .	52
Cuadro No 5. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	53
Cuadro No 6. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	54
Cuadro No 7 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo.	55
Cuadro No 8. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	56
Cuadro No 9. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo.	57
Cuadro No 10. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	58
Cuadro No 11. Inventario de Alojamiento Extra-hotelero	63
Cuadro No 12. Presupuesto Mobiliario	64
Cuadro No 13. Mano de Obra Alojamiento.....	64
Cuadro No 14 Mobiliario Electrónico Recepción	65
Cuadro No 15. Inventario de restaurante	66
Cuadro No 16. Materiales de Restaurante.....	67
Cuadro No 17. Mobiliario Electrónico	68
Cuadro No 18. Maquinaria Restaurante	69
Cuadro No 19. Mano de obra Restaurante.....	70

Cuadro No 20 Insumos Restaurante	70
Cuadro No 21. Gasto Construcción.....	71
Cuadro No 22. Gasto Construcción.....	71
Cuadro No 23. Tabla de Amortización.....	72
Cuadro No 24. Interpretación datos de Estudio de Mercado.....	84
Cuadro No 25. Interpretación datos de Estudio de Mercado.....	85
Cuadro No 26 Interpretación datos de Estudio de Mercado.....	86
Cuadro No 27 Efectividad mayor de porcentaje de favoritismo de los clientes.	98
Cuadro No 28. Efectividad mayor de porcentaje de favoritismo de los clientes.	99
Cuadro No 29 Análisis Financiero.	102
Cuadro No 30. Flujo de Cajas	103
Cuadro No 31. Estado de Pérdidas y Ganancias.	104
Cuadro No 32 Rol de Pagos.....	105
Cuadro No 33. Rol de Provisiones	105
Cuadro No 34. Valor Actual Neto.	106

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico No 1	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo .	52
Gráfico No 2.	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	53
Gráfico No 3	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	54
Gráfico No 4	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	55
Gráfico No 5	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	56
Gráfico No 6	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	57
Gráfico No 7	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	58
Gráfico No 8	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	84
Gráfico No 9	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	85
Gráfico No 10	Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo	86
Gráfico No 11	del Punto de Equilibrio.....	107

LISTA DE IMAGENES

Imagen No 1 de Pifo	18
Imagen No 2 Logotipo.....	87
Imagen No 3 Diseño de interior del establecimiento.....	91

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama No 1 Organigrama del Establecimiento.....	101
--	-----

Agradecimiento

Dedicatoria

Resumen

CAPÍTULOS

El Tema.....	1
1.2. Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1. Contexto	2
1.3. Formulación del Problema	4
1.4. Preguntas Directrices.....	6
1.5. Delimitación del Problema	6
1.5.1. Contenido	6
1.5.2. Tiempo.....	7
1.5.3. Espacio.....	7
1.6. Justificación	7
1.7. Objetivos	8
1.7.1 Objetivo General.....	8
1.7.2. Objetivos Específicos.....	9
MARCO TEÓRICO	10
2.1 Antecedentes Investigativos	10
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	10
2.1.2 Hoteles urbanos, Relajación y diseño.....	11
2.1.3. ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTE Y ESPARCIMIENTO.....	12
2.1.4. Actividad Física para la Salud.....	16
2.2 Fundamentación Científica	17
2.2.1. Línea Base de la Parroquia de Pifo	17
Reseña Histórica:.....	18

Posición Astronómica:	21
Geología:	21
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	25
Glosario de términos.....	25
2.4 Fundamentación Filosófica	27
2.5 Fundamentación Legal	28
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGÍA.....	37
3.1 Enfoque	37
3.1.1 Métodos Lógicos o Generales	37
3.1.2 La Investigación de campo:	38
3.2 La investigación Bibliográfica:.....	38
3.2.1 Especial	38
3.3 Nivel de Investigación.....	38
3.4 Población y Muestra	39
3.5. Operacionalización de las variables.	42
3.6. Plan de Recolección de Datos	44
3.7. Plan de Procesamiento y Análisis de Datos	44
CAPÍTULO IV.....	49
MARCO EVALUATIVO	49
4.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de resultados.....	49
4.2. Presentación de la Información	50
4.3. Análisis de los Resultados	51
MARCO CONCLUSIVO	59
4.1 Conclusiones	59

CAPITULO V.....	61
5.1 Resumen Ejecutivo.....	61
5.2 Datos Informativos.....	61
5.2.1 Tema:.....	61
5.2.2 Responsable:.....	62
5.2.3 Beneficiarios:.....	62
5.2.4 Presupuesto de ejecución:.....	62
ALIMENTOS Y BEBIDAS:.....	66
5.2.5 Plazo:.....	71
5.2.6 Financiamiento:.....	72
5.2.7 Recursos y convenios:.....	73
5.3 Antecedentes.....	73
5.4 Justificación.....	74
5.5 Objetivos:.....	74
5.5.1 Objetivo General.....	74
5.5.2 Objetivos Específicos.....	75
5.6 Análisis de Factibilidad e Impactos.....	75
MEDIDAS CORRECTIVAS.....	79
5.7 Fundamentación Técnica.....	80
5.7.1 FODA.....	80
TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	84
PERFIL DEL CLIENTE:.....	87
SIGNIFICADO DE COLORES:.....	88
5.7.3 VISIÓN.....	91
5.7.4 MISIÓN.....	91

5.7.5 Diseño de interior del establecimiento	91
5.7.6 Plan de Marketing	92
5.7.7 Análisis Financiero	102

CAPITULO I

EL PROBLEMA

El Tema

“Diseño de un Alojamiento Extra-hotelero bajo la modalidad de Campamento Turístico (Camping) en el sector de Pifo”

1.2. Planteamiento del Problema

La parroquia de Pifo está ubicado en el nororiente del cantón Quito, provincia de Pichincha, cuenta con un importante patrimonio histórico, cultural y natural, que constituye una interesante oferta para los turistas que visitan el territorio pifeño, “con una población 17.175 habitantes” (INEC 2010). Es importante acentuar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicio de lo que genera demanda económica e impulsa la creación de empleos en el sector de servicios y el desarrollo parroquial.

En la actualidad y según Daniel Salazar Presidente de la Junta Parroquial de Pifo manifiesta que no existen establecimientos de alojamientos extra-hotelero principalmente camping dentro de la ciudad de Quito, los valles y sus alrededores, con importancia y las características con el trabajo propuesto.

Además, determina que buena parte de la población de Pifo por su descono-

cimiento, falta de capacitación, por la iniciativa de exigencias de profesionalización, calidad, competitividad, sostenibilidad en el tema extra-hotelerero y bajos recursos económicos para la explotación de recursos ambientales ha permanecido desde hace mucho tiempo dependiente de la agricultura ganadería y pesca, sin tomar en consideración el mercado turístico y hotelero, como una nueva alternativa.

Por otro lado, existen una desintegración entre el hombre con la naturaleza, y cuyas actividades solo han provocado el deterioro ambiental.

1.2.1. Contexto

Macro.

“En los años 60, tras la II Guerra Mundial, empieza a aumentar la demanda de centros de recreación para disfrutar y ocupar el tiempo libre y ocio como consecuencia, por un lado, del mayor tiempo disponible por la reducción de la jornada laboral en los países industrializados y por otro, por el incremento del poder adquisitivo de los ciudadanos

Parte de esta demanda, se orientó hacia actividades del camping, ya fuese de tipo turístico, bien de recreo o por parte de competición.

Dentro del desarrollo sostenible es menester que en la actividad turística se integre el ser humano con el entorno, pronunciando protección y conservación ambiental, como ejemplo, Camping Sangulí, el mejor del año durante la prestigio-

sa feria de Vakantiebeurs en Utrech, la organización Touring Club Royal de Holanda (ANWB) hizo entrega del premio «mejor camping del año» al gerente y a la directora de Calidad del camping Sangulí, Xavier Blasi y Yolanda Tiñena, respectivamente. El galardón fue concedido principalmente por la oferta de bungalows que lanza cada año el establecimiento. Asimismo, en el marco de esta importante feria se le concedió el premio de máxima calidad anual. ” (ESCOBEDO Eugenio, Turismo: una recapitulación, Bonodi, México, 1981, p. 127)

Meso.

“En el Ecuador la oferta de lugares de esparcimiento esta en auge, ya que es un mercado que recién se lo esta manejando, dado por la forma de vida y la influencia de otros países, que genera la necesidad de crear más y mejor variedad de estos sitios.

“Ecuador camping ofrece un selecto grupo de lugares dentro del Ecuador que le brindan como parte de sus servicios la posibilidad de acampar en medio de la naturaleza. Acampar es una forma sana y divertida de compartir con la familia y con la naturaleza. Permite hacer turismo y disfrutar al máximo nuestro entorno natural, en su estado primigenio, sin contaminación atmosférica, visual o sonora, rodeado de toda clase de facilidades y comodidades que nos brinda el siglo XXI.

El Ecuador es un país privilegiado para este tipo de actividades, y cuenta con lugares estupendos para acoger a los campistas. Lugares como Baños y Puyo son de los más apetecidos por aventureros nacionales y extranjeros, en busca de paz, esparcimiento y disfrutar de un momento a solas. Se lanzan campaña

adentro, escapando del ajetreo y presión permanente de las grandes ciudades.

Al camping le acompañan otras actividades de aventura tales como las cabalgatas en dóciles corceles, que harán las delicias de quienes de ellos se valgan para recorrer los hermosos senderos que conducen a increíbles cascadas, reservas faunísticas protegidos en medio de una flora exótica y muchas veces única en el planeta.

El camping permite además observar toda clase de fauna nocturna, dentro de la seguridad del campamento, a la vez que puede hacer las delicias de un entomólogo, acaso de la fortuna de un coleccionista.” (PUBLICACIONES ACCESIBLES VÍA <http://www.ecuadorcamping.com>)

Micro.

Pifo tiene potencialidades naturales y culturales que se desarrolla de manera importante en el Turismo, que constituye una interesante oferta para los turistas que visitan este lugar, de los cuales es importante destacar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicio de lo que genera una importante demanda económica e impulsa la creación de empleos y el desarrollo parroquial.

1.3. Formulación del Problema

¿El Diseño de un alojamiento extra-hoteler (camping) aportará el desarrollo turístico de la Parroquia de Pifo?

1.4. Preguntas Directrices

1. ¿Cuál es el diagnóstico actual de la Parroquia de Pifo dentro del campo turístico y hotelero?
2. ¿La baja demanda de este tipo de establecimientos ocasiona que el viajero visitante opte por otras opciones?
3. ¿Qué características y qué importante es la creación de un alojamiento extra-hotelerero en la parroquia de Pifo?
4. ¿Los miembros de la Parroquia de Pifo y sus visitantes se beneficiarán de la existencia de alojamiento extra-hotelerero en la zona?

1.5. Delimitación del Problema

La investigación se delimita en:

1.5.1. Contenido

La Propuesta se delimito en el campo del desarrollo Hotelero por medio de un establecimiento extra-hotelerero como es el camping, con áreas de actividades turísticas que brindará la parroquia de Pifo, cantón de Quito, Provincia de Pichincha.

De acuerdo al campo de investigación de alojamiento extra-hotelerero con modalidad de camping, el establecimiento deberá dar alojamiento para varios

días, que permitan satisfacer sus necesidades y gustos a las personas interesados a dicho proyecto.

1.5.2. Tiempo

La presente investigación se realizó en el período entre 10 de marzo 2011, hasta marzo 2012, en cantón de Quito, provincia de Pichincha.

1.5.3. Espacio

El lugar donde se desarrollo la presente investigación es la parroquia de Pifo, cantón Quito, Provincia de Pichincha, ubicada geográficamente en el km 35 de la vía Interoceánica al nororiente de la ciudad de Quito correspondiente al Distrito Metropolitano de Quito, terreno perteneciente al señor Lauro Vicente Medina..

1.6. Justificación

Considerando el crecimiento poblacional existente, se establecieron factores que justificaron el desarrollo de este trabajo, como es la construcción del nuevo aeropuerto del Distrito Metropolitano de Quito, pues se considera que en las parroquias aledañas al mismo surgirán nuevas oportunidades de comercio y de servicios como restaurante, alojamientos, entre otros.

La investigación se enfocó en la necesidad de dar comodidades a turistas, valorizando la interacción con la naturaleza y la mejor alternativa de integrar un camping instalado como alojamiento bajo techo o cielo abierto, brindando servicios de restaurante, piscina, duchas, spa, entre otros.

La parroquia de Pifo cuenta con un importante patrimonio histórico, cultural y natural, que constituye una interesante oferta para los turistas que visitan el territorio pifeño, lo que generará una importante demanda económica e impulsa la creación de empleos en el sector de servicios y el desarrollo parroquial.

En la actualidad existen varios establecimientos turísticos y hoteleros en la ciudad de Quito, considerando valles y alrededores, las mismas que proveen servicios como son; alimentación, alojamientos entre otros, con características y calidad diferentes al planteado en el presente. Para esto se conto con el terreno y con el apoyo del titular del predio.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Diseñar un alojamiento extra-hotelerero bajo la modalidad de Campamento Turístico (Camping) para el fortalecimiento y desarrollo sostenible de la parroquia de Pifo.

1.7.2. Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación actual de los servicios turísticos de la parroquia de Pifo para el desarrollo de la misma.
2. Definir las características físicas del complejo y su localización de acuerdo a los gustos de los viajeros visitantes.
3. Realizar criterios de manejo técnico que van hacer utilizados en el diseño de un alojamiento extra-hotelerero.
4. Diseñar un alojamiento Extra-hotelerero con la finalidad que brinden las herramientas necesarias para la satisfacción de los visitantes en la parroquia de Pifo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Para los siguientes antecedentes investigativos, se han tomado en cuenta significados y conclusiones del tema, como hostelería y alojamiento, camping, actividades turísticas de relajación y esparcimientos y protección ambiental

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Una buena elección para pasar unos días de asueto o vacaciones es acudir a un camping

“Se trata de establecimientos que ofrecen ventajas de tipo económico frente a estancias en hoteles, pensiones o apartamentos alquilados, sin mencionar el contacto directo con la naturaleza que permiten.

Sin embargo el hecho de que resulten más baratos que otro tipo de opciones de vacaciones no debe significar una merma de su calidad o un freno para poder reclamar activamente los derechos si no se respetan.

En España existen miles de campings que, sobre todo en verano, se llenan de gente dispuesta a disfrutar felizmente de su estancia en esos entornos. Una

definición técnica de camping es esta: (es aquel espacio o terreno acondicionado para facilitar la vida al aire libre, con fines turísticos, utilizando como residencia albergues móviles, tiendas de campaña, caravanas).

Por propia definición se trata de un espacio público y por tanto debe ofrecer acceso libre a cualquier usuario, la discriminación no está permitida y si se procede a la expulsión o no admisión de alguien las causas deben estar fundamentadas, teniendo derecho el perjudicado a la reclamación pertinente ante las autoridades competentes.

Por ejemplo, un motivo para denegar la entrada a un camping es el incumplimiento de las normas elementales de higiene y convivencia, de esta forma esta razón autoriza a denunciar ante los encargados del camping a vecinos molestos. ”

(GERVAIS, DANIEL, EL COMERCIO, Una buena elección para pasar unos días de asueto o vacaciones es acudir a un camping, pag12).

2.1.2 Hoteles urbanos, Relajación y diseño.

“Desde tiempo inmemorial la gente viaja por motivos de trabajo, de ocio o en busca de aventura. Hoy en día el concepto de viaje tal y como se entendía en el pasado está cambiando.

La demanda de los viajeros se mueve en otras direcciones debido a la transformación de los valores culturales, económicos y sociales.

De ahí que algunos de los viejos criterios utilizados para satisfacer esta demanda ya no sean válidos y hayan sido sustituidos por otros nuevos. Arquitectos y diseñadores han respondido a estos cambios creando hoteles que son obras maestras sensoriales y únicas.

Como respuesta a la necesidad de alimentar el cuerpo y la mente. Se integra en el concepto de los modernos hoteles un espacio de relajación donde es posible cuidarse con una variedad de terapias y donde todas las comodidades que se pueden imaginar se ponen al servicio de la satisfacción de los viajeros más exigentes. La necesidad de intimidad de los visitantes, considerada un valor supremo en los modernos hoteles. Ha dado lugar a nuevas estructuras y a nuevos diseños del espacio interior. Lugares elegantes y genuinos transmiten al viajero una sensación de unicidad y ponen oasis de paz al alcance de su mano.

Este libro proporciona las claves para entender los cambios a gran escala que ha experimentado el negocio hotelero y presenta excepcionales hoteles de Nueva York. Barcelona. Berlín. Roma y Hong Kong. Así como joyas de la hospitalidad de Omán y del sur del Tirolo. ” (ORIOL, Anja Llorello. Hoteles urbanos, Relajación y diseño. Pág. 3).

2.1.3. ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTE Y ESPARCIMIENTO.

“Sabido es el carácter formativo tanto físico como intelectual de las actividades deportivas y de recreación, como así también las dinámicas lúdicas. No menos importante es su trascendencia en el ámbito de la salud, ya sea en lo preven-

tivo, como en la promoción y recuperación del estado de salud física y mental; y si consideramos que la Organización Mundial de la Salud define "estado de salud como el de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de enfermedad ", encontramos en la actividad física, el juego y el deporte los medios para acceder a este estado de salud.

Desde la antigüedad se le dio una importancia trascendental a la cultura física para el desarrollo intelectual. Ya en la antigua Grecia, atletas y pensadores se reunían en un lugar común, llamado Gimnasium, uniendo allí cultura y deporte. Esta actividad física e intelectual era una premisa indispensable para los estados griegos y romanos en tanto que representaban el bienestar, la estética y el arte.

La salud y el bienestar de una población están ligados profundamente a sus posibilidades de esparcimiento y actividad física y es el estado quien debe promover y proveer los medios para el desarrollo de estas actividades a toda la población, desde el estado nacional, desde las provincias, los municipios, las universidades, colegios, clubes y entidades civiles.

Las ciencias médicas han empezado a comprender que las actividades físicas y de esparcimiento constituyen un aliado indispensable en la medicina preventiva, la lucha contra las adicciones, la promoción y la recuperación de la salud. Algunos profesionales de la salud, sobre todo en el ámbito de la traumatología, la cardiología y la pediatría han avanzado en el concepto del deporte como agente de apoyo terapéutico tanto en la prevención de enfermedades como en la recuperación del estado de salud.

En los últimos cuarenta años, en los países desarrollados y en las últimas décadas en la Argentina, La medicina deportiva ha producido avances significativos, especialmente en el estudio de la fisiología deportiva.

Numerosos estudios médico - sociológicos han demostrado que las personas que realizan algún tipo de actividad física de esparcimiento al menos dos veces por semana, mejoran su nivel de vida y su rendimiento intelectual y físico en el ámbito laboral o de estudio en el cual se desempeñan.

De la misma manera sufren menor número de enfermedades y aún mejor respuesta a los tratamientos médicos, lo que constituye un pilar importante en el concepto de medicina preventiva, y sobre todo en la reducción de gastos en atención médica y farmacológica.

Debemos entender que invertir en actividades físicas y de esparcimiento desde el estado nacional, provincial, municipal, universidades, obras sociales y medicina prepaga, es invertir en salud, entendiendo que esa inversión redundará en ahorros a mediano y largo plazo y en el bienestar de la gente en lo inmediato.

Existen, así mismo, responsabilidades ineludibles por parte, primero, de los profesionales del área de la salud y la educación física en la elaboración de programas de actividad física y de esparcimiento social; segundo, por parte de los centros de formación de esos profesionales en la capacitación de sus alumnos en el diseño y desarrollo de estos programas; y finalmente en la dirigencia social y política, para la implementación y promoción de estos programas.

Es importante destacar que cuando hablamos de actividad física para la salud debemos identificar las diferentes etapas de la vida hacia las cuales proyectamos nuestros programas como así también las condiciones socioeconómicas que rodean al individuo en cuestión.

El Ecuador es considerado como uno de los países de mayor mega diversidad en el mundo, es decir alberga una mayor cantidad de especies de animales y plantas por kilómetro cuadrado que el resto de países del mundo. Por ejemplo, posee dos veces más especies de aves que los Estados Unidos. En las últimas dos décadas el Estado ha dado una máxima atención al tema de la protección ambiental, para preservar esta gran riqueza de flora y fauna, mediante la expedición de numerosas leyes y reglamentos, sustentadas en disposiciones constitucionales y en un amplio marco institucional, para prevenir la contaminación ambiental y la conservación de los ecosistemas. Además se constituyó el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, formado por 33 áreas que tienen una superficie total de 4,7 millones de hectáreas, equivalentes al 18% de la superficie del país. Al mismo tiempo, se ha intentado proteger los bosques que ocupan alrededor de la mitad del territorio nacional, a pesar de la gran deforestación y depredación existente.” (TROTTA, Oscar Julio. Curso de Actividad Física para la Salud Ed. Pág. Protección ambiental).

2.1.4. Actividad Física para la Salud

“Si bien se ha logrado concienciar a la población en esta filosofía ambiental, lamentablemente, ciertos grupos han distorsionado las políticas de preservación, se ha mantenido una actitud radicalmente contraria a las actividades de exploración y explotación petrolera, lo cual ha causado un grave inconveniente en los programas de esta industria de la que depende el país. En efecto, las exportaciones petroleras representaron el 53% en 2004, y la renta petrolera financia el 22% del Presupuesto total del Estado y significa el 30% de los ingresos ordinarios de dicho Presupuesto.

En la región amazónica se localiza la mayor parte de las reservas hidrocarbúricas, precisamente donde se han establecido los parques nacionales y reservas naturales, en las cuales, comunidades indígenas, las ONG y grupos extremistas han puesto toda clase de obstáculos a las actividades de esta industria, cuando actualmente las compañías petroleras cumplen estrictamente con las normas y requisitos ambientales.

Para que se conceda una licencia ambiental, las compañías están obligadas a presentar los estudios de impacto ambiental y los planes de manejo ambiental, a más de cumplir con una serie de requisitos de carácter técnico, con lo cual el impacto es realmente reducido, facilitando la reforestación y la revegetación. A manera de ejemplo podríamos mencionar que en el bloque 31, localizado en el Parque Nacional Yasuní, apenas 100 ha serán utilizadas en el proyecto, equivalentes al 0,01% de la superficie del parque.

Por otra parte, ante la ausencia total del Estado, las compañías petroleras han colaborado activamente con las comunidades indígenas en la atención de los servicios de salud, educación y generación de empleo.

Es importante destacar que el Ecuador mantiene grandes reservas petroleras, con las cuales se podría aumentar la producción y utilizar al 100% la capacidad de los oleoductos, esto es 850 mil barriles diarios,

siempre y cuando se realicen nuevas inversiones en los próximos años, equivalentes a \$1 200 millones anuales para aumentar sus reservas, monto que por estar fuera de la capacidad financiera de Petroecuador, obliga a implementar políticas de incentivos al ingreso de la inversión extranjera, y de esta manera atender las necesidades más urgentes de la población, permitiendo que se mantenga un razonable equilibrio entre las políticas conservacionistas y la explotación de la más importante riqueza del país.” (HUNAMUNO, Miguel, Explored. Protección ambiental y petróleo, publicado el 18/Enero/2005 | 00).

2.2 Fundamentación Científica

2.2.1. Línea Base de la Parroquia de Pifo

Datos Generales

Ubicación:

La Implementación de un complejo hotelero de camping, se encuentra ubicada en la parroquia de Pifo, sector nororiental de la provincia de Pichincha, kilómetro 35 de la Vía Interoceánica correspondiente al Distrito Metropolitano de Quito.



Imagen No 1 de Pifo

FUENTE: Diana V. López M, 2011

Reseña Histórica:

“El nombre Pifo, fue conocido antiguamente como PIPO (año 1535). Etimológicamente, se dice que este vocablo proviene del Colorado Pi, que significa agua y de Po espina; llegándose a deducir como sitio de abundante agua; y de muchos maqueyes, tunas cardos.

La prehistoria de la parroquia de Pifo, tiene como matriz el asentamiento de El Inga que se ubica en las faldas del Ilaló, entre Tumbaco y Pifo. Era un grupo humano conformado por cazadores nómadas cuya implantación tuvo como finalidad la cacería, la recolección de alimentos y la obtención de materiales pétreos extraídos de las montañas (obsidiana, cuarzo, basalto), que lo utilizaban para la fabricación de armas y herramientas.

Prospecciones arqueológicas realizadas por los doctores Kaplan en 1947, Grallnam en 1955 y los efectuados por Robert bell, Meyers y María Angélica Carluci en 1961, permitieron determinar que la cultura Inga duró aproximadamente

5000 años entre 7080 y los 2000 años antes de Cristo. Empero que otros investigadores le asignan mayor antigüedad. Así el profesor W. Meyer Bakes, director del departamento de Antropología de la Universidad de Texas, fija una antigüedad de 11300 AC. (PEREZ, Aquiles, Quitus y Caras. No. 10 Quito 1960 p. 154 Navas Mario; Historia del Ecuador-Quito 1969).

El Padre Juan de Velasco, refiere en la Historia del Reino de Quito, que hace mucho tiempo en lo que actualmente son los territorios de la Provincia de Pichincha, se empezaron a conformar varios pueblos, entre los que se destacó, los denominados Quitos o Quitus que fueron los pobladores más antiguos de esa zona, con la invasión de los Caras desde la costa, los Quitus fueron vencidos y subyugados, el pueblo que cayó primero fue Pifo. De esta fusión de culturas se origina el núcleo Etnocultural Cara al cual los historiadores identifican como "Reino de Quito A esta época Pifo era considerado como "Lajta" que con Otavalo, Cochasqui y Perucho conformaban el "Sector étnico de Cayambe". (BEJER Jean, El manejo del espacio del Ecuador, tomo 1, Quito 1983, p. 14).

"A finales del siglo XV se produce la conquista de los Incas, los mismos que imponen un sistema muy centralizado en la organización político-territorial. En Pifo alcanzan supremacía los invasores tanto en la propiedad y dominio geográfico como en las relaciones sociales. Nos encontramos ante un hecho de radical subyugación ante las poderosas fuerzas y medios incásicos.

Para el siglo XVI tiempo en el cual los españoles llegaron a Ecuador, ya se hace referencia a la existencia de Pifo. Tanto que en el libro primero de Cabildos de Quito, se demuestra que 1535 repartiéndose las tierras más cercanas a Quito,

entre ellas las otorgadas en Posmaqui y Cumbaya.

En 1536 se extiende el área de las tierras entregadas a los españoles en el Valle de los Chillos en las cercanías al río Chillo y Pinta; además hacia Zámbriza en el norte, Pifo en el oriente y a lo largo del camino Panzaleo.

En 1561 según consta en la relación de los encomenderos y los repartimientos del Perú, se hace referencia a los encomenderos de la Real Audiencia de Quito, mismo que recibieron personalmente de Francisco Pizarro las encomiendas situadas entre el nudo de Mojanda y el sur del Valle de Machachi.

De las encomiendas situadas en la jurisdicción actual de Pichincha, la concedida a Francisco Ruiz fue la más valiosa en ella se incluía Pingoilqui, Inga, Pifo, Chananchillo y algunos pueblos de la zona la los Yumbos.” (MORENO, Segundo “Pichincha Monografía de la Región Nuclear Ecuatoriana”, Quito 1981|)

“Tomando en consideración el ordenamiento jurídico-religioso que se establece en la “Relación de la ciudad y el Obispo de San Francisco de Quito” 1583 realizada por el Lcdo. Lope de Atienza, la existencia como “Doctrinas” de varios pueblos indígenas asentados en el territorio de lo que actualmente corresponde a Pichincha, afirma que pertenecía al Clero secular la doctrina de Pifo y Puembo, Chillogallo, Conocoto, Mindo y Nambí. Para 1598 las doctrinas se habían convertido en poblados estables con características geográficas y sociales propias.” (BORCHART, Cristina, El Periodo Colonial. Formación de Social Ecuatoriana., Quito 1986. P.36)

Posición Astronómica:

“Se ubica en las coordenadas: 0° 7' 35" de latitud sur y 78° 18' 42" de longitud oeste.

Geología:

Actividades Productivas:

La población total de Pifo es de 17.175 habitantes de los cuales es importante destacar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicio. Las personas especialmente adultas que trabajan en las empresas agroindustriales y florícolas. La zona se ha convertido en los últimos años en un importante polo de desarrollo industrial florícola.

Manifestaciones Culturales:

Cuentan con:

- **Grupos de Danza:** San Pedro (baile ancestral cuyo personaje principal es el que toca la Tunda), Baile de los Arcos (danza traída de España)
- **Grupo musical:** Sentimiento chequence (sus instrumentos son populares como por ejemplo la hoja, la peinilla).

La artesanía y la pintura también son expresiones de este pueblo.

Calendario festivo:

Una de las celebraciones importantes de la parroquia de Pifo es la fiesta religiosa de San Sebastián, festividad que se celebra el 20 de enero de cada año, con

vísperas de quema de chamiza, voladores, castillos, carros alegóricos, toros y bailes populares.

- 20 de enero, fiesta de fundación,
- 15 de mayo, virgen de mayo,
- 15 de junio, corpus,
- 21 al 29 de Junio, fiesta de San Pedro,
- 8 de Septiembre, Aniversario de La Comuna,
- 30 de Diciembre, Fiestas patrono Divino Niño Jesús.

Comidas Típicas:

La fritada, el ají de cuy y el Chaguar-mishque (jugo de penco).

Servicios Turísticos:

Hostería Nevada, Hostería Chántag, 700 gradas (escalinata en el barrio Chantag), Piscina parroquial (barrio el progreso), Cuevas de Alvaro (barrio Malauco, un hospedaje bajo tierra, digno de conocer), Pesca deportiva (vía interocánica km 18).

Atractivos Turísticos:

La parroquia de Pifo es poseedora de los siguientes atractivos turísticos:

- Iglesia Parroquial y Parque Central
- Casa Parroquial
- Los Picachos Las Puntas

- Mirador Playas de Uravías.
- Un rinconcito tranquilo dentro del agitado Pifo

El número de habitantes de Pifo ha crecido considerablemente en los últimos años. Los fines de semana la cantidad de gente es abrumadora, el paso transitorio de turistas hacia el Quinche empeora la situación; sin contar que varios grupos migratorios procedentes del litoral ecuatoriano y de Colombia se han asentado en este sector.

Servicios Básicos:

La parroquia de Pifo está dotada del servicio de energía eléctrica proveniente del sistema interconectado, además dispone del servicio de agua potable y servicio telefónico convencional, así como también señal para teléfonos celulares. Asimismo cuenta con un sistema de alcantarillado y un sistema de recolección y tratamiento de basura, es decir es un lugar idóneo para cualquier tipo de construcción.

Educación:

La educación es un proceso mediante el cual una persona desarrolla su capacidad física o intelectual, misma que constituye el desarrollo de los pueblos; por este motivo en Pifo existen desde guarderías hasta colegios superiores, es decir, sus habitantes cuentan con las instituciones adecuadas para ser personas instruidas, pero todavía existe un alto índice de analfabetismo, sobre todo en las personas de mayor edad que su ocupación principal es la agricultura.

Salud e higiene pública:

La parroquia de Pifo dispone de Dispensarios Médicos y clínica tanto privadas como públicas, en donde sus habitantes pueden atender con seguridad sus necesidades de salud, ya que ésta es el principal motor personal.

Vivienda:

En la parroquia de Pifo existen construcciones de muy buenas condiciones, conformadas por edificios, departamentos, casas y medias aguas. Las condiciones habitacionales se caracterizan por tener un 90% en viviendas propias y un 10% de viviendas arrendadas. ” (Según el Gobierno de la junta parroquial de Pifo, Presidente, Daniel Salazar.)

Gobierno Parroquial:

Daniel Salazar Presidente Junta Parroquial.

ANÁLISIS CONCLUYENTE DE LA SITUACIÓN ACTUALIDAD DE PIFO

Las condiciones de la zona de Pifo son de un alto nivel energético, que permite el mejoramiento de la salud física y mental, datos verificados por el promedio de vida que existe en los habitantes del lugar, los mismos que sobrepasan los 95 años de edad, en excelentes condiciones, y que de acuerdo al tema propuesto crea un ambiente espléndido para prestar un servicio a la demanda del sector hotelero.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Glosario de términos

CAMPAMENTO:

“Es la acción de acampar (detenerse y permanecer en una zona despoblada, alojándose en tiendas o carpas). Se trata de la instalación eventual en terreno abierto de personas que se reúnen para un fin especial o que van de camino hacia otra parte.”(FONT SILVIA, Xavier, (2009) *Actividades Turísticas*. Editorial síntesis S.A, Madrid-España, pag 2)

CAMPING:

“Es un terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado para la ocupación temporal por personas que pretendan hacer vida al aire libre con fines vacacionales o de ocio y que pasen las noches en tiendas de campaña (acampada), remolques, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables.

Sus instalaciones pueden tener carácter de residencia permanente desde el punto de vista constructivo aunque la Administración puede autorizar construcciones fijas si son destinadas a alojamiento temporal, siempre y cuando se encuentren instalaciones independientes y no superen el 25% de las plazas total del camping. Se clasifican en: lujo, 1ª categoría, 2ª categoría y 3ª categoría. . (<http://www.ofertaformativa.com/manuales/hostelería-y-turismo-pag-1-cat-8htm>)

ESTABLECIMIENTO:

“Lugar en el que se realiza una actividad comercial, industrial o de otro tipo. Alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.” (BOERSNER, Edouard. Diccionario de Spa. Ed. 2005)

HOSTELERÍA:

“Es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.”
(<http://www.ofertaformativa.com/manuales/hostelería-y-turismo-pag-1-cat-8.htm>)

IMPACTO AMBIENTAL:

“Este filtro ayudará a la propuesta planteada a crear un plan de gestión de tal forma que no sea causante de contaminación al ambiente.”(SANTILLAN, Diego,(1991). Gran enciclopedia de la economía. Argentina)

MERCADO:

“Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales.”(ORIO, Anja Llorello (2008). **Hoteles urbanos, Relajación y diseño.** Pág. 334|)

RESTAURANTE: Se comprende todos los establecimientos cualquiera que sea su denominación que sirvan al público mediante un precio, bebidas y comidas para ser consumidas en un mismo local. (CAPTUR, 2006, Sector alimentos y bebidas)

SPA:

“Es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua.” (BOERSNER, Edouard. Diccionario de Spa. Ed. 2005)

TURISMO:

“Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.” (Según La Organización Mundial de Turismo “O.M.T”)

Valor Agregado: Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. El valor agregado o producto interno bruto es el valor creado durante el proceso productivo. (DEFINICIÓN.ORG, valor-agregado)

2.4 Fundamentación Filosófica

Para obtener la satisfacción de los viajeros visitantes, en la estructura de alojamiento propuesta, es necesario generar actividades de camping para bienestar

del ser humano con el entorno pronunciando la protección y conservación ambiental, la eficiencia en su rendimiento, que conduzca a su vez a una conciencia social alcanzada a través del desarrollo hotelero.

2.5 Fundamentación Legal

Permitiendo el desarrollo Turístico y Hotelero en el Ecuador, El Ministerio de Turismo plantea un reglamento de actividades para garantizar que las edificaciones que presten servicios turísticos de cualquier índole, cumplan con los requisitos y normas para satisfacer las necesidades de forma eficiente por parte de los turistas, las cuales son:

“SEGÚN EL REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS”

Título I

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Capítulo I

DE LOS ALOJAMIENTOS

Sección 1

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías.

Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

- Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.
- Grupo 2.- Alojamientos Extra-hoteleros.
- Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Sección 8

CAMPAMENTOS DE TURISMO

Art. 35.- Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remol-

que habitable, mediante precio.

No se someterán a las normas de este reglamento los campamentos de turismo instalados por corporaciones privadas, por instituciones del Estado, o por entidades de derecho privado que los destinen para uso exclusivo de sus miembros o asociados y que no persigan fines de lucro. Estos campamentos estarán obligados únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características.

Art. 36.- Campamentos de tres estrellas.- Los campamentos de tres estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De prestación de asistencia médica. Este servicio, de ser utilizado, será con cargo al cliente, debiendo existir en todo caso el servicio permanente de un enfermero titulado y botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato en cabina aislada;
- d) De lavandería, administrado directamente por el alojamiento;
- e) De vigilancia diurna y nocturna;
- f) De recolección de basura, dos veces al día;
- g) De custodia de valores en caja fuerte;
- h) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; e,
- i) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un administrador o administra-

dor, un recepcionista con conocimientos del idioma inglés, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento, y personal encargado del mantenimiento y limpieza. Todo el personal, excepto el administrador o administrador (sic), deberá estar debidamente uniformado.

Art. 37.- Campamentos de dos estrellas.- Los campamentos de dos estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas.

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) Botiquín de primeros auxilios y prestación de asistencia médica.
El servicio de asistencia médica, de ser utilizado, será con cargo al cliente;
- c) Telefónico, con algún aparato en cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal encargado de la limpieza y mantenimiento. Todo el personal llevará su correspondiente distintivo.

Art. 38.- Campamentos de una estrella.- Los campamentos de una estrella deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De asistencia médica con cargo al cliente, debiendo existir un botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato con cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción;
y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal de mantenimiento y limpieza. Todo el personal deberá llevar el correspondiente distintivo.

Art. 39.- Temporada de funcionamiento de los campamentos de turismo.- Los campamentos de turismo deberán permanecer abiertos durante toda la temporada de funcionamiento, constante en la Licencia Anual de

Funcionamiento.

Cualquier ampliación o reducción de la temporada deberá ser previamente aprobada por el Ministerio de Turismo.

Art. 40.- Informaciones para los campistas.- En la oficina de la recepción o en las proximidades de la entrada al campamento, y siempre en lugar que haga posible su lectura sin dificultad, figurarán, además de las informaciones que se juzguen de interés para los campistas, los siguientes datos y documentos:

- a) Nombre y categoría del campamento;
- b) Temporada de funcionamiento;
- c) Lista oficial de precios;
- d) Cuadro de horarios en el que se especificará el de “silencio” o descanso nocturno y los de utilización de los diferentes servicios;
- e) Plano del campamento, en el que con toda precisión se indicará la situación de todas las instalaciones y servicios, los espacios libres y las superficies destinadas a zona para acampar;
- f) Indicación de que existe a disposición de los clientes un libro oficial de reclamaciones y ejemplares de las disposiciones reglamentarias;
- y,
- g) Reglamento de régimen interno.

Los citados documentos y datos deberán estar redactados en español e inglés, pudiendo emplearse signos convencionales de uso internacional.

Art. 41.- Precios en los campamentos de turismo.- Los precios en los campamentos de turismo se cobrarán por días vencidos, teniendo en cuenta el núme-

ro de noches y entendiéndose que el último día de salida termina a las catorce horas. Para el cobro de los valores correspondientes se tomarán en cuenta los siguientes conceptos:

- a) Por estadía de cada persona, en cuyo concepto estará comprendido el uso de las instalaciones comunes del campamento. Los niños hasta cuatro años de edad no pagarán por este concepto;
- b) Por carpa individual;
- c) Por carpa familiar, considerándose como tal la que tuviere capacidad para dos o más personas;
- d) Por automóviles;
- e) Por remolques;
- f) Por coche cama;
- g) Por autocares; y,
- h) Otros aprobados por el Ministerio de Turismo.

Art. 42.- Obligaciones de los administradores de los campamentos.- Los administradores de los campamentos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento del campamento, en especial de que el trato a la clientela por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Dar cumplimiento a lo dispuesto en el presente reglamento sobre admisión o expulsión de los clientes;
- c) Comunicar a la autoridad competente o a sus agentes cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o duda sobre la identidad de los clientes; y,

d) Dar cuenta a la autoridad sanitaria de los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tengan conocimiento.

En aquellos campamentos en los que no exista administrador, el cumplimiento de las obligaciones a las que se refiere este artículo estará a cargo de la persona que administre el establecimiento, sea o no su propietaria.

Los permisos que necesitan para operar los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas según CAPTUR (Cámara Provincial de Turismo Pichincha) son:

- Registro de Actividad Turística
- Afiliación Cámaras de Turismo
- Licencia Anual de Funcionamiento
- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte anual a CAPTUR
- Permiso de bomberos
- Permiso Sanitario
- Uso de Suelo
- Rótulos y Publicidad exterior
- Inscripción y actualización del R.U.C.
- Impuesto Predial
- Derechos de Autores y Compositores (SAYCE)
- Certificado Ambiental

Artículo 15. Campamentos de turismo o "camping".

1.- Se consideran Campamentos de turismo o "camping", los espacios de terreno, debidamente delimitados y acondicionados, que proporcionan una prestación de servicios a cambio de un precio, y que están dotados con los correspondientes servicios e instalaciones, para su ocupación temporal por aquellas personas que pretendan hacer vida al aire libre, con fines vacacionales o turísticos, mediante la utilización de tiendas de campaña, caravanas, casas móviles, así como de elementos fijos prefabricados acordes con el entorno.

2.- Quedan excluidos de la presente Ley los campamentos juveniles, los centros y colonias escolares y, en general, cualquier campamento en el que la prestación de los servicios de alojamiento turístico se realice de manera ocasional y sin ánimo de lucro.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA.

3.1 Enfoque

Para la presente investigación, se tiene en cuenta el beneficio a corto y largo plazo a fin de valorizar en el mercado extra-hoteler, establecimientos para actividades de camping como alojamiento, los turistas han ido acelerando sus actividades de ocio por lo tanto es necesario de una alternativa para actividades para comodidades de los viajeros visitantes, razón por la cual la investigación se centra en el paradigma cualitativo para dar soluciones rápidas y precisas en sitios de alojamiento y esparcimiento que permita mejorar las condiciones de vida en los viajeros visitantes.

3.1.1 Métodos Lógicos o Generales

La presente investigación se basa en el método deductivo ya que es aquél que parte de los datos generales aceptados, para deducir por medio del razonamiento lógico varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

3.1.2 La Investigación de campo:

La implementación de sitios de alojamiento extrahotelero para la relajación de los turistas en la parroquia de Pifo, es necesario realizar un estudio sistemático de los hechos (causa-efecto) en el sector de Quito, tomando en cuenta con los pobladores de todo el sector de Quito (Norte, Centro, Sur y Valles) para desarrollar la investigación en función de los objetivos planteados.

3.2 La investigación Bibliográfica:

Se examinó tendencias, enfoques, teorías, conceptualizaciones, criterios, conclusiones y recomendaciones, con el propósito de descubrir, desarrollar y analizar los antecedentes de las deficiencias de sitios de alojamiento extra hotelero para así llegar a la satisfacción de los turistas.

3.2.1 Especial

Para beneficio de los viajeros visitantes se desarrolló un estudio de los hechos (causa – efecto), para tener una visión positiva de los orígenes y motivos del desarrollo de actividades de camping para comodidad de los mismos, la realización de la investigación en función de la obtención de los objetivos planteado en la investigación sobre la calidad de vida.

3.3 Nivel de Investigación

El trabajo investigativo se realiza por teórica aplicada, donde ha sido des-

arrollado basado en el sector extra-hotelerero, por cual se diseña un alojamiento de modalidad de camping, la credibilidad de los resultados es irreplicable ya que requiere información recolectada que se interpreta solo en el marco contextual de la situación estudiada.

Empleó el método descriptivo, es decir, describe el estado actual de los hechos, se sitúa en el presente junto al análisis e interpretación imparcial de los mismos.

La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de interpretar la realidad de los viajeros frecuentes de aerolíneas para poder evaluar su comportamiento e interés.

El análisis exploratorio concluye cuando, a partir de los datos recolectados, se adquiere el suficiente conocimiento como para saber qué factores son relevantes al problema y cuáles no. Del análisis de los datos obtenidos surgirán las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación.

3.4 Población y Muestra

El universo de estudio es la totalidad de población de una comunidad a investigar a la cual se la segmenta según los requerimientos que la investigación particular: a esta nueva población se le extrae una muestra representativa, en donde se aplicará los instrumentos de medición del hecho o fenómeno a analizar.

$$N = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

- n = Tamaño de la muestra
- Z = Nivel de confiabilidad del 95%, $0,95/2= 0,4750$, en la tabla Z01, 96.
- P = Probabilidad de ocurrencia del 50 % = 0,5
- Q = probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 =0.5$
- N = Población segmentada
- Z = Nivel de confiabilidad del 95%, $0,95/2= 0,4750$, en la tabla Z01, 96.

La presente investigación se va a desarrollar en el cantón Quito, Provincia de Pichincha, dicho sector tiene una población **1'500.000**.

- I.N.E.C Población de Quito 1500.000 (9.1%)
- $50\%+33\%=83\%$ (42%) entre **18-50 edad**
- $1500.000*0.42=630000$ personas **18- 50 edad**
- $9.1\%= 630000*0.091=57330$ (hombres y mujeres)
- $57330/2=28665$ personas (entre 18-49 edad)
- $n= 0.9604*28665/0.9604+71.6625$
- $n= 27529.866/726229$

➤ **n=379,07968**

➤ **=380 personas**

.Cuadro No 1: Sitios y Número de Personas a ser Encuestadas

Pifo=	76 personas
Norte =	76 personas
Sur=	76 personas
Centro=	76 personas
Cumbaya=	76 personas

Elaboración: Diana López, 2012

3.5. Operacionalización de las variables.

Cuadro No 2: Operación de variables

OPERACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE INDEPENDIENTE: <u>ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE CAMPING.</u>					
CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
<p><u>ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE CAMPING.</u></p> <p>La actividad turística se integra al ser humano en el entorno, pronunciando protección y conservación ambiental.</p> <p>Camping es una actividad comúnmente al aire libre, que implica pasar una o más noches que se aprecia en el ambiente</p>	<p>Actividad</p> <p>Turística</p>	<p>Turismo</p>	<p>¿Las actividades turísticas se incluyen en las actividades de camping para un mejor mercado hotelero?</p> <p>¿Las actividades de camping hacen que el ser humano intervenga en su entorno natural?</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario estructurado sobre el grado de conocimiento de actividades de camping para viajeros y visitantes.</p> <p>Consiste en observar a las personas cuando efectúan su trabajo en la investigación donde se va a proyectar para su debida factibilidad.</p>

Fuente: Diana López, 2012

3.6. Plan de Recolección de Datos

La elaboración de datos, tuvo como objetivo realizar encuestas (cuestionario) a los moradores de la zona de Quito, que conforma norte, centro, sur y valles como prioridad la parroquia de Pifo, dicho proceso se lleva cabo en 4 días, a través de esto se anticipo las variables a observar y analizar, correlacionado los objetivos de la investigación con la realidad estudiada.

3.7. Plan de Procesamiento y Análisis de Datos

1) Procesamiento de la información: sometidos a la revisión crítica de la información (eliminando contradicciones, flexibilidades, antecedentes defectuosos, entre otros).

2) Codificación: Es clasificar los datos tomando como base a las variables independientes y dependientes relacionadas en la investigación, es decir todas las manipulaciones que deben hacerse con los datos numéricos de las variables de manera que puedan descubrir los resultados de esas manipulaciones.

3) Tabulación: Representa el recuento de los datos para determinar el número de casos que encajan en las diferentes categorías

4) La estadística: Contempla estas cuatro fases que se explican a continuación:

- La recopilación de datos: aquí se recogen los datos de acuerdo a las variables, para ello es necesario fijara los principios o puntos de vista que servirán para la ordenación.

- La presentación. La presentación de los datos se lo hace en tablas o cuadros en donde se puede vaciar ordenadamente los datos obtenidos.
- Análisis: El análisis permite la reducción y síntesis de los datos, es preferible la distribución de estos para analizar la dependencia e interdependencia de las variables.
- La interpretación: La interpretación es la expresión de la relación existente entre las variables.

Finalmente, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones.

3.8. Instrumentos de Recolección de Datos

3.8.1. La Encuesta

De preferencia se hicieron preguntas cerradas de elección múltiple o de alternativas ya que estas presentan grandes ventajas. Las preguntas de elección doble son apropiadas cuando son preguntas muy precisas sobre preguntas de hecho, La encuesta a los moradores de la zona de Quito, que conforma norte, centro, sur y valles como prioridad la parroquia de Pifo, presentando así siete preguntas, presentando así siete preguntas, de la cuales cinco preguntas son de opción múltiple, la primera (trabaja, reside, conoce, visita y ninguna), la cuarta (alimentación, baños, área de pic nic, área recreacional, piscina, spa, gimnasio y transporte), la quinta (cabalgata, caminatas, deportes y otros), la sexta (comida típica, internacional, vegetariana y light), la séptima (un día, dos días y tres días o más); y dos preguntas cerradas (respuestas de si –no), procedidas en los siguien-

tes puntos de gran importancia.

- ◆ La importancia de establecer un establecimiento de alojamiento extra-hotelerero como es el camping.
- ◆ La necesidad de emplazar por medio de la naturaleza, un Alojamiento extra-hotelerero, que ofrezca al turista salir de la rutina diaria con la satisfacción de su relajación.
- ◆ Las actividades que serán de su agrado dentro del establecimiento extra-hotelerero.
- ◆ La valorización de la hotelería en el sector para progreso de la misma.
- ◆ La importancia de incluir alimentación variada para diferente tipo de turista y desarrollo de la gastronomía.

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN AD-
MINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERA.**

**“Implementación de un establecimiento extrahotelero de camping en el sector
de Pifo**

Encuestador: Diana Vanessa López M. N° _____

Sector: _____ Fecha: _____

OBJETIVO: Diseñar un alojamiento extrahotelero con la finalidad que brinden las herramientas necesarias para la satisfacción de los visitantes en la parroquia de Pifo.

Estado civil: _____ Ocupación: _____ Sexo: _____

1.- ¿En el sector de Pifo, Usted?

Trabaja Reside Conoce Visita Ninguna

2.- ¿Usted ha experimentado el camping o le gustaría hacerlo?

Si No Porque _____

3.- ¿Cree usted factible que exista un establecimiento extra-hotelerero bajo la modalidad de Campamento Turístico (Camping)?

Si No Porque _____

4.- ¿Qué tipo de servicios le gustaría que exista en el Camping?

Alimentación Baños Área de picnic

Área recreacional Piscina Spa

Gimnasio Transporte

5. ¿Qué tipo de actividades sería de su agrado que exista en el establecimiento?

Cabalgatas Caminatas Deportes

Otros: _____

6.- ¿Qué tipo de alimentación es de su preferencia degustar?

Comida típica Internacional Vegetariana Light

7.- ¿Qué tiempo dedicaría a permanecer en el área de camping, con los servicios que usted prefirió?

1 día 2 días 3 días o más

ELABORACIÓN: Diana López M.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

MARCO EVALUATIVO

4.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de resultados

Posterior a la recopilación de los datos se realizarán las siguientes actividades:

- 1) **Procesamiento de la información:** Para este fin se procesaron los datos matemáticamente ya que la cuantificación o tratamiento estadístico que permitirá llegar a las conclusiones en relación a las variables. Una simple colección de datos no constituye una investigación, es necesario analizarlos, compararlos y presentarlos de tal manera que confirmen o rechacen las variables. Por lo tanto, se trata de especificar el tratamiento que se dar a los datos para ver si se pueden clasificar, codificar y establecer categorías precisas con cada uno de ellos.
- 2) **Codificación:** Codificar entonces es clasificar los datos tomando como base a las variables independientes y dependientes relacionadas en la investigación, es decir todas las manipulaciones que deben hacerse con los datos numéricos de las variables de manera que puedan descubrir los resultados de esas manipulaciones.

3) **Tabulación:** La tabulación representa el recuento de los datos para determinar el número de casos que encajan en las diferentes categorías.

4) **La estadística:** La estadística entonces contempla estas cuatro fases que se explican a continuación:

- La recopilación de datos

Aquí se recogen los datos de acuerdo a las variables, para ello es necesario fijar los principios o puntos de vista que servirán para la ordenación.

- La presentación

La presentación de los datos se lo hace en tablas o cuadros en donde se puede vaciar ordenadamente los datos obtenidos.

- Análisis

El análisis permite la reducción y síntesis de los datos, es preferible la distribución de estos para analizar la dependencia e interdependencia de las variables.

- La interpretación

La interpretación es la expresión de la relación existente entre las variables.

Finalmente, se elaborarán las conclusiones y recomendaciones.

4.2. Presentación de la Información

Las encuestas se estudian, comprobando el cumplimiento de los instrumentos aprobado, constó de un cuestionario de tipo objetivo con preguntas de nivel cuantitativo y graficada, donde se incluyen el diseño del establecimiento extra-hotelerero.

Pero para que el instrumento sea más sólido y valedero para este estudio, se presentó una fundamentación teórica del mismo (fundamentación teórica basada en la validación de los instrumentos de evaluación que integra la población de la parroquia de Pifo).

4.3. Análisis de los Resultados

Después de haber realizado las encuestas a los moradores de la zona de Quito, que conforma norte, centro, sur y valles como prioridad la parroquia de Pifo, se obtuvieron los siguientes resultados:

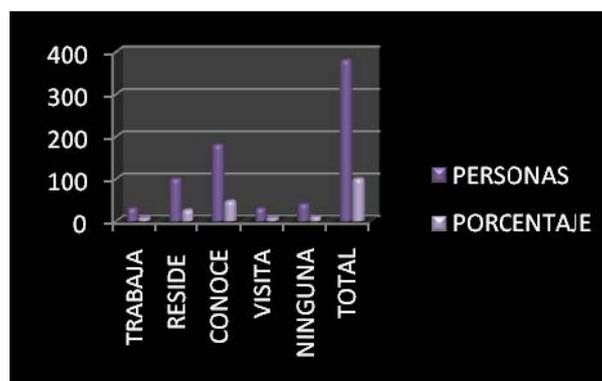
Pregunta 1. ¿En el sector de Pifo, usted?

Cuadro No 4 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo

UBICACIÓN	PERSONAS	PORCENTAJE
TRABAJA	30	7.9
RESIDE	100	26.3
CONOCE	180	47.4
VISITA	30	7.9
NINGUNA	40	10.5
TOTAL	380	100

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 1 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: Las personas con mayor porcentaje con 47.4 %, conocen la Parroquia de Pifo, lo cual hace que el proyecto se desarrolle con ventaja con respecto a la ubicación para el mejoramiento del sector hotelero en la parroquia de Pifo.

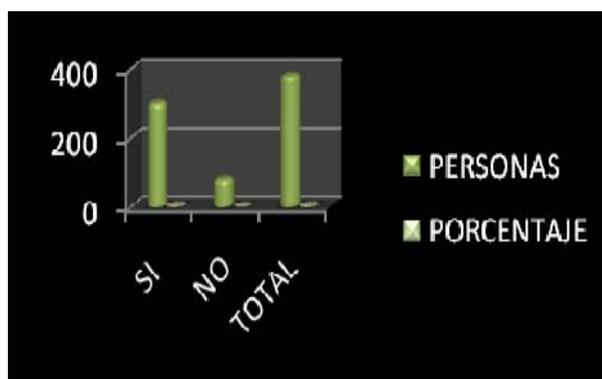
Pregunta 2. ¿Usted ha experimentado el camping o le gustaría hacerlo?

Cuadro No 5. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo

ALOJAMIENTO EXTRA-HOTELERO	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	300	78.90%
NO	80	21.10%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 2. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: En un 78.9%, las personas desean experimentar la actividad de camping, además concurre a satisfacer la necesidad de alojarse en un establecimiento de alojamiento extra-hotelerero.

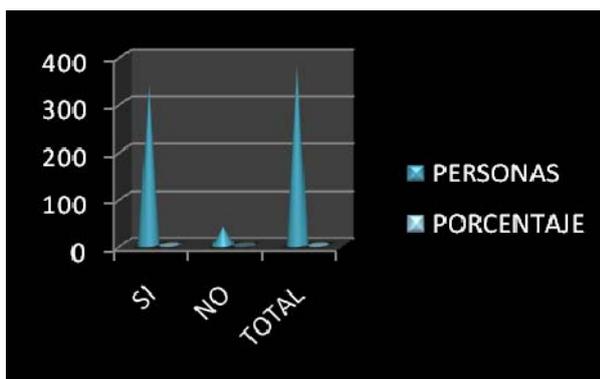
Pregunta 3. ¿Cree usted factible que exista un establecimiento extra hotelero bajo la modalidad de Campamento Turístico (Camping)?

Cuadro No 6. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo

CAMPAMENTO TURÍSTICO	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	340	89.50%
NO	40	10.50%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 3 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: Las personas con un 89.5% desean que exista un establecimiento extra-hotelerero.

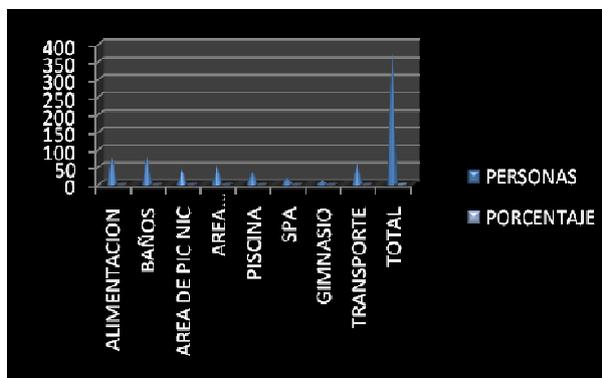
Pregunta 4. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que exista en el Camping?

Cuadro No 7 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo.

SERVICIOS	PERSONAS	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	80	21%
BAÑOS	80	21%
ÁREA DE PIC NIC	40	10.50%
ÁREA RECREACIONAL	50	13.20%
PISCINA	40	10.50%
SPA	20	5.30%
GIMNASIO	10	2.60%
TRANSPORTE	60	15.80%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 4 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: Los servicios con mayor aceptación con mayor aceptación son: Alimentación un 21%, Baños 21%, Área de pic nic 10.5%, Área recreacional 13.2%, Piscina 10.5 y Transporte 15.8%, permitiendo así establecer positivamente estos tipos de servicios que les proporciona el establecimiento extra-hotelerero.

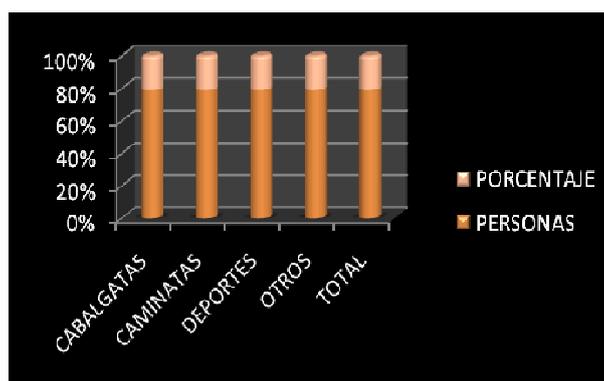
Pregunta 5. ¿Qué tipo de actividades sería de su agrado que exista en el establecimiento?

Cuadro No 8. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo

ACTIVIDADES	PERSONAS	PORCENTAJE
CABALGATAS	90	23.7
CAMINATAS	100	26.3
DEPORTES	100	26.3
OTROS	90	23.7

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 5 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



1

FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: Con un porcentaje de Equidad de 26.3 % las personas desean que existan actividades como; cabalgata caminatas, deportes, sin embargo optan con otras actividades a su elección como por ejemplo, la pesca deportiva

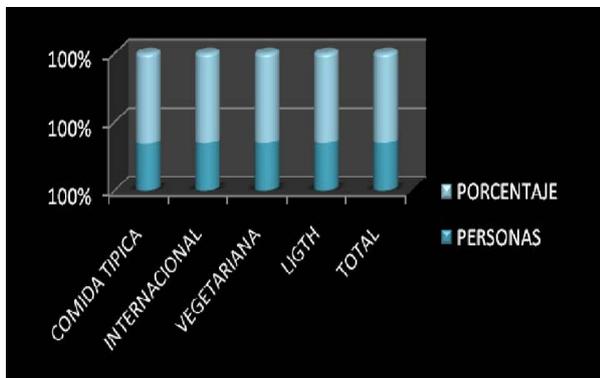
Pregunta 6. ¿Qué tipo de alimentación es de su preferencia de gustar?

Cuadro No 9. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo.

TIPO DE COMIDA	PERSONAS	PORCENTAJE
COMIDA TÍPICA	230	61%
INTERNACIONAL	60	15.80%
VEGETARIANA	60	15.80%
LIGHT	30	7.90%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 6 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: Las personas solicitan una alimentación nutricional con un mayor porcentaje de 61%, optando por la comida típica del Ecuador más que las otras opciones en conjunto.

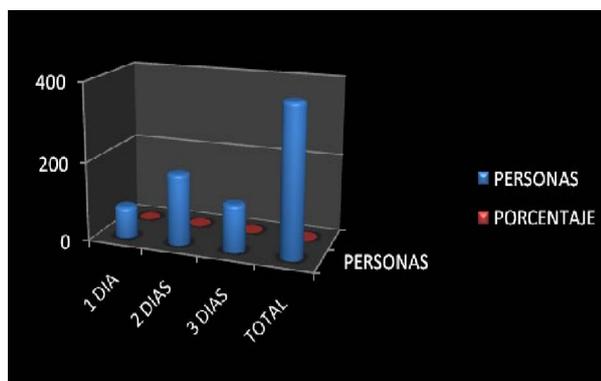
Pregunta 7. ¿Qué tiempo dedicaría a permanecer en el área de camping, con los servicios que usted prefirió?

Cuadro No 10. Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo

DÍAS DE PREFERENCIA	PERSONAS	PORCENTAJE
1 DÍA	80	21%
2 DÍAS	180	47.40%
3 DÍAS o MÁS	120	31.60%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Gráfico No 7 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2012

INTERPRETACIÓN: La respuesta con un mayor porcentaje 47.40% deciden a permanecer en el área de camping por 2 días para mayor satisfacción concu- rriendo así con los diferentes tipos de servicio que brinda el establecimiento extra- hotelero, seguida de un porcentaje 31.6% aceptable de 3 días y más

MARCO CONCLUSIVO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La realización de la encuesta ha permitido ampliar la perspectiva que se ha enfocado obteniendo resultados ventajosos al conocimiento de las necesidades que aún no están en auge en el sector señalado con satisfacción de diseñar un establecimiento extra-hotelerero con la modalidad de camping.

La investigación a demás ha permitido conocer realmente cual es el tipo de servicios y alimentación que desean las personas, de esta forma planificar las estrategias para poder ser competitivos en este campo del sector hotelero.

Un factor muy importante que ésta investigación ha podido resaltar es la factibilidad que exista un establecimiento extra-hotelerero bajo la modalidad de camping en la parroquia de Pifo ya que se conoce los gustos de actividades del establecimiento, por lo que el dato obtenido es un punto de arranque para haber desarrollado las encuestas.

Por lo tanto, luego de haber apreciado los resultados obtenidos se puede indicar que la presente idea de negocio es acogida por las personas de la parroquia de Pifo, los clientes potenciales y que es totalmente factible.

4.2 Recomendaciones

Diseñar una estructura edificada de alojamiento adecuado, que ofrezca la actividad de camping con diferentes tipos de servicios y alimentación, por ende las personas se conducen a la liberación de estrés para su total relajación.

El alojamiento que compense con las nuevas necesidades innovadoras hará que se fomente la demanda hotelera por los habitantes de la ciudad de Quito, impartiendo la actividad de camping a los diferentes tipos de turistas.

De esta forma se establecerá las actividades, servicios y alimentación necesarios para conseguir la aprobación positiva del turista visitante. Conservar condiciones óptimas e idóneas de higiene y asepsia en servicios.

Las ordenanzas municipales deberían modificarse para dar apertura a esta nueva tipología de establecimientos extra-hoteleros según esta propuesta.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 Resumen Ejecutivo

La actividad de camping, en la actualidad, a tomado relevancia en el mundo, bajo un concepto de interés de las personas que buscan alternativas para su relajación, ocio para salir del estrés obtenido por el trabajo diario.

Es propicio diseñar un alojamiento extra-hotelerero con la modalidad de camping con diferentes tipos de servicios, actividades, y alimentación, para la obtención óptima de relajación en las personas que quieren liberar el estrés.

La ventaja competitiva es que el establecimiento es innovador, ambientación original y creativa, excelencia en el servicio ofrecido, acompañado de diferentes actividades buscando de ese modo diferenciar de los numerosos competidores del mercado.

5.2 Datos Informativos

5.2.1 Tema:

DISEÑO DE UN ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO CON MODALIDAD DE CAMPING UBICADO EN LA PARROQUIA DE PIFO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

5.2.2 Responsable:

Las personas responsables de la creación y diseño del proyecto son: la autora de la idea Diana Vanessa López Medina y los socios financieros Lauro Medina, propietario del terreno para el proyecto pronunciado.

5.2.3 Beneficiarios:

Las personas beneficiadas con la fundación del proyecto son: Diana Vanessa López, Lauro Vicente Medina, el recurso humano requerido, los habitantes de la ciudad de Quito y la parroquia de Pifo, a mas de los turistas que requieran de la actividad de camping.

5.2.4 Presupuesto de ejecución:

Para un buen funcionamiento del alojamiento es necesario tener un presupuesto en el cuál consten todos los equipos, maquinarias, materiales, insumos y mano de obra para de esta manera proporcionar al cliente servicio de calidad, para lo cual se necesitará: **\$79.091,25 USD**, en el cual el 75% será a base de un préstamo bancario y 25% fondos propio.

5.2.4.1 ALOJAMIENTO.

El establecimiento brindará el servicio de hospedaje, el cual cubrirá con las necesidades de comodidad para el cliente, mediante cómodas car-

pas diseñadas para su estancia y servicios básicos con personal capacitado para que pueda cumplir con los requerimientos de los clientes; para lo cual se necesitará.

Cuadro No 11. Inventario de Alojamiento Extra-hotelero

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V.UNITARIO	V.TOTAL
20	sleeping bag melesport	\$35.00	\$700,00
7	carpa para 6 personas marca oursky	\$96.00	\$672,00
13	carpa para 2 personas marca oursky	\$63.93	\$831.09
40	lámpara de camping de 11 leds	\$3.50	\$140.00
TOTAL			\$2343,00

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 12. Presupuesto Mobiliario

PRESUPUESTO MOBILIARIO ALOJAMIENTO				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMOR001	1	Estructura recepción	300,00usd	300,00usd
PMOR002	3	Lámparas techo	30,00usd	90,00usd
PMOR003	1	Salón de espera	250,00usd	250,00usd
PMOR004	2	Archivadores	55,00usd	110,00usd
PMOR005	2	Escritorios	400,00usd	800,00usd
PMOR006	3	Cuadros	40,00usd	120,00usd
TOTAL				1670,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 13. Mano de Obra Alojamiento

PRESUPUESTO MANO DE OBRA ALOJAMIENTO EXTRA-HOTELERO				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMR001	1	Administrador	700,00usd	700,00usd
PMR002	1	Recepción	350,00usd	350,00usd
PMR003	1	Guardia	350,00usd	350,00usd
PMR004	1	Guía	300,00usd	300,00usd
PMR005	1	Personal de Lavandería	264,00usd	264,00usd
TOTAL				1964,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 14 Mobiliario Electrónico Recepción

PRESUPUESTO MOBILIARIO ELECTRÓNICO RECEPCIÓN				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMER001	1	LCD (lobby)	900,00usd	900,00usd
PMER003	1	Computador	800,00usd	800,00usd
PMER004	1	Impresora	100,00usd	100,00usd
PMER005	1	Teléfono fijo con fax	75,00usd	75,00usd
PMER006	1	Teléfonos inalámbricos	100,00usd	100,00usd
TOTAL				1975,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

ALIMENTOS Y BEBIDAS:

Incluyendo al establecimiento ofrecerá el servicio de restaurante, el cual tendrá como prioridad: servicios de alimentación, especializada en comida típica nacional e internacional, con menús combinados por entrada, plato fuerte, bebidas y postres, de manera que el cliente se sienta satisfecho con la variedad de comida, lo cual se necesitará.

Cuadro No 15. Inventario de restaurante

PRESUPUESTO MOBILIARIO RESTAURANTE				
CÓDIGO	CANTI-DAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMOR001	3	Juego de me-sas(6pax)	500,00usd	1500,00usd
PMOR002	3	Juego de mesas (4pax)	400,00usd	1200,00usd
PMOR003	4	Juego de mesas (4pax)	300,00usd	1200,00usd
PMOR004	1	Estructura bar	2450,00usd	245,00usd
PMOR005	1	Estructura recep-ción	250,00usd	250,00usd
PMOR006	4	Cuadros	40,00usd	160,00usd
PMOR007	1	Mesón acero inoxi-dable	250,00usd	250,00usd
TOTAL				7010,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 16. Materiales de Restaurante.

PRESUPUESTO MATERIALES RESTAURANTE				
CÓDIGO	CANTI- DAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMTR001	5	Uniformes	45,00usd	225,00usd
PMTR002	50	Vajilla	-	600,00usd
PMTR003	50	Cubiertos	-	380,00usd
PMTR004	60	Vasos	-	225,00usd
PMTR005	20	Jarras	-	40,00usd
PMTR006	8	Ollas aluminio	3,50usd	28,00usd
PMTR007	2	Ollas de Presión	55,00usd	110,00usd
PMTR008	4	Sartenes	7,50usd	30,00usd
PMTR009	4	Espumaderas	1,25usd	5,00usd
PMTR010	4	Cucharones	1,50usd	6,00usd
PMTR011	7	Charoles	5,50usd	38,50usd
PMTR012	3	Tablas de picar	4,50usd	13,50usd
PMTR014	8	Pirex	6,25usd	50,00usd
PMTR015	1	Juego de Cernidores	8,00usd	8,00usd
PMTR016	4	Batidores de Mano	1,50usd	6,00usd
PMTR017	2	Ralladores	2,50usd	5,00usd
PMTR018	3	Exprimidores	1,25usd	3,75usd
PMTR020	10	Juegos de Manteles	15,00usd	250,00usd
PMTR021	50	Servilletas de Tela	2,00usd	100,00usd
PMTR022	10	Toallas	3,00usd	30,00usd
PMTR023	15	Limpiones	1,00usd	15,00usd
PMTR024	70	Mallas	0,10usd	7,00usd
PMTR025	150	Guantes de látex	0,15usd	22,50usd
PMTR026	3	Rollos toallas cocina y baño	10,00usd	30,00usd
PMTR027	150	Comandas	-	45,00usd
PMTR028	10	Esferográficos	0,25usd	2,50usd
PMTR029	20	Paquetes fundas de basura	1,00usd	20,00usd
PMTR030	10	Lustres	0,35usd	3,50usd
PMTR031	2	Trapeadores	3,50usd	7,00usd
PMTR032	8	Guantes para lavar	1,50usd	12,00usd
PMTR033	10	Estropajos	0,20usd	2,00usd
TOTAL				2320,25usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 17. Mobiliario Electrónico

PRESUPUESTO MOBILIARIO ELECTRÓNICO RESTAURANTE				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMER001	1	LCD (lobby)	890,00usd	890,00usd
PMER002	1	Minicomponente	786,00usd	786,00usd
PMER003	1	Computadores de escritorio	875,00usd	8750,00usd
PMER004	1	Impresora	120,00usd	120,00usd
PMER005	1	Teléfono fijo con fax	90,00usd	90,00usd
PMER006	1	Caja Registradora	267,usd	267,usd
PMER007	1	Sistema de Alarmas	1200,00usd	1200,00usd
TOTAL				4228,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 18. Maquinaria Restaurante

PRESUPUESTO MAQUINARIA RESTAURANTE				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMR001	1	Refrigeradoras	600,00usd	600,00usd
PMR002	1	Congeladores	850,00usd	850,00usd
PMR003	1	Horno industrial	250,00usd	250,00usd
PMR004	1	Cocinas industriales	1200,00usd	1200,00usd
PMR005	1	Licuada industrial	650,00usd	650,00usd
PMR006	1	Arrocera	250,00usd	250,00usd
PMR007	1	Plancha de carnes	350,00usd	350,00usd
PMR008	1	Microondas	160,00usd	160,00usd
PMR009	1	Extractor de olores	750,00usd	750,00usd
PMR010	2	Balanzas	160,00usd	320,00usd
PMR013	2	Gas industrial	60,00usd	120,00usd
TOTAL				5500,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 19. Mano de obra Restaurante

PRESUPUESTO MANO DE OBRA RESTAURANTE				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMR001	1	Chef	600,00usd	600,00usd
PMR002	4	Meseros	264,00usd	1056,00usd
PMR003	1	Ayudantes de cocina	300,00usd	300,00usd
PMR004	1	Personal limpieza	264,00usd	264,00usd
TOTAL				2220,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 20 Insumos Restaurante

PRESUPUESTO INSUMOS RESTAURANTE					
CÓDIGO	CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMR002	20	kg	Frutas	3,00usd	50,00 usd
PMR003	40	kg	Cárnicos	2,00usd	80,00 usd
PMR004	20	ml	Lácteos	0,70usd	14,00 usd
PMR005	20	kg	Abarrotes	4,00usd	80,00 usd
TOTAL					224,00 usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 21. Gasto Construcción

Presupuesto Gasto Construcción				
CÓDIGO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PMOR001		800m2	60,00usd	48000,00usd

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 22. Gasto Construcción

Distribución del Presupuesto para la ejecución del proyecto.**Costo de Elaboración de la Propuesta**

Inventario de Alojamiento Extra-hoteleros	
Materiales Camping	\$2343,00
Mano de obra de alojamiento extra-hoteleros	\$1964,00
P. Mobiliario Electrónico Alojamiento	\$1975,00
P. Mobiliario Alojamiento	\$1670,00
P. Mobiliario Restaurante	\$7010,00
P. Mobiliario Electrónico Restaurante	\$4228,00
P. Maquinaria	\$5500
P. Materiales	\$2320,25
P. Insumos	\$224,00
P. Mano de Obra Restaurante	\$2220,00
Presupuesto gasto Construcción	\$48000,00
Total	\$ 79359,00

FUENTE: Diana V. López M, 2012

5.2.5 Plazo:

El presente proyecto se realizará en un periodo de 3 años, en la parroquia de Pifo, cantón Quito, Provincia de Pichincha.

5.2.6 Financiamiento:

El tipo de financiamiento del restaurante es de un 75% por la Corporación Financiera Nacional y el 25% es de fondos propios.

Cuadro No 23. Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION PRÉSTAMO				
INTERES ANUAL	8.00%			
INTERES MENSUAL	0.6667%			
PERIODOS	24			
CAPITAL	59000			
PERIODO	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	SALDO CAPITAL
				59,000.00
1	2,668.42	393.35	2,275.07	56,724.93
2	2,668.42	378.19	2,290.24	54,434.70
3	2,668.42	362.92	2,305.50	52,129.19
4	2,668.42	347.55	2,320.88	49,808.32
5	2,668.42	332.07	2,336.35	47,471.97
6	2,668.42	316.50	2,351.93	45,120.04
7	2,668.42	300.82	2,367.61	42,752.44
8	2,668.42	285.03	2,383.39	40,369.05
9	2,668.42	269.14	2,399.28	37,969.76
10	2,668.42	253.14	2,415.28	35,554.49
11	2,668.42	237.04	2,431.38	33,123.11
12	2,668.42	220.83	2,447.59	30,675.52
13	2,668.42	204.51	2,463.91	28,211.61
14	2,668.42	188.09	2,480.33	25,731.28
15	2,668.42	171.55	2,496.87	23,234.41
16	2,668.42	154.90	2,513.52	20,720.89
17	2,668.42	138.15	2,530.27	18,190.62
18	2,668.42	121.28	2,547.14	15,643.47
19	2,668.42	104.30	2,564.13	13,079.35
20	2,668.42	87.20	2,581.22	10,498.12
21	2,668.42	69.99	2,598.43	7,899.70
22	2,668.42	52.67	2,615.75	5,283.94
23	2,668.42	35.23	2,633.19	2,650.75
24	2,668.42	17.67	2,650.75	0.00
	64,042.10	5,042.10	59,000.00	

FUENTE: Diana V. López M, 2012

5.2.7 Recursos y convenios:

- Recursos materiales

En el desarrollo de la propuesta se utilizó impresiones, copias, movilización, computadora, calculadora, lápices, esferográficos, internet, libros; estos recursos ayudaron para el desenvolvimiento del mismo.

- Recursos financieros

Durante la propuesta se utilizaron fondos propios por parte de la autora para lograr un buen desarrollo del proyecto.

- Talento humano

Para el desarrollo de la propuesta del establecimiento se contó con una arquitecta la cuál ayudó al diseño y distribución de espacios del establecimiento, un economista – auditor para el estudio financiero.

5.3 Antecedentes

En nuestro entorno, toda actividad que realizan las personas por el trabajo diario causa estrés, razón por la cual la gente busca establecimientos, de la vida al aire libre, amante de la naturaleza y hacer actividades fuera de lo común para su debida relajación, tranquilidad, comodidad, finiquitando en sentirse en total tranquilidad

En el Ecuador existen establecimientos que ofrecen este tipo de servicios, pero no en todos los sectores, de esta manera, es indispensable crear un establecimiento de alojamiento extra-hotelerero con la modalidad de

camping en el sector de Pifo, brindando los diferentes tipos de servicios, ocasionando que las personas encuentren satisfacción para la calma en sí mismos.

5.4 Justificación

Las personas en Ecuador, diversificando los tipos de turistas, presentan diferentes tipos de acciones, por lo que requieren un tipo de establecimiento extra-hotelerero con modalidad de camping, concurriendo a servicios, alimentación y alojamiento que estén dentro de su agrado con el fin de satisfacer necesidades de ocio, relajación, tranquilidad, etc., llevan a las personas a sentirse en plena vida para aquellas que conllevan una vida monótona.

Ecocamping va a transmitir la variación de carácter y ánimo de los individuos, por tal motivo es necesario que los turistas, tengan sano esparcimiento de integración y comodidad

5.5 Objetivos:

5.5.1 Objetivo General

- Diseñar e implementar un establecimiento de alojamiento extra-hotelerero pionero en el sector de de Pifo con la modalidad de Camping, con características de servicios turísticos completos, que cumplan con las expectativas del mercado.

5.5.2 Objetivos Específicos

- ◆ Analizar los tipos de viajeros visitantes para el incremento de actividades que estén dentro de sus satisfacciones y así conseguir mayor potencial de turistas en la zona.
- ◆ Diseñar actividades para el viajero visitante con el propósito de satisfacer sus necesidades en la parroquia de Pifo.
- ◆ Crear publicidad dentro y fuera de la zona para su mayor conocimiento de la zona, logrando un mayor porcentaje de turistas.
- ◆ Trabajar eficazmente para que se logre alcanzar las metas de ventas planteadas.

5.6 Análisis de Factibilidad e Impactos

Factibilidad Social:

La razón de la propuesta es brindar servicios y alimentación de calidad, no evidentes en la ciudad de Quito, como es un establecimiento de alojamiento con la modalidad de camping, con el fin de diseñar dicho proyecto para beneficio de los propietarios, promoviendo al ser humano fuentes de trabajo.

La aptitud que se tomará con respecto al servicio a ofrecer, se obtendrá a través de personal especializado obteniendo la satisfacción correcta, dando imagen al establecimiento, para esto se establecerá normas necesarias con respecto al establecimiento diseñado, en que los trabajadores se sientan en un buen ambi-

to de trabajo, ya que ellos son parte importante del establecimientos y para los clientes.

Se rendirá en orden los permisos necesarios para que siga en movimiento el establecimiento y no tener problema alguno.

Así es importante dar el privilegio al cliente dando sus preferencias y comodidades, obteniendo así que la persona regrese nuevamente y conlleve una buena impresión. Los empleados serán capacitados para mejor conocimientos técnicos que requieran en cualquier área de trabajo, logrando acciones eficientes y eficacia en los empleados y clientes.

Es la forma en que la sociedad se desenvuelve para enfrentar cualquier tipo de problema de decisiones como para quien producir el mercado, relacionando los tipos de establecimientos que se encuentra el sector para dar un cambio continuo para la localización de recursos en cual se debe considerar.

Factibilidad Económico-Financiera:

El establecimiento de alojamiento estará compuesto por un administración en el desarrollará sus funciones compartiendo con un analista financiero, realizando el flujo de caja, teniendo en cuenta los conocimientos del capital y presupuestos con estimación programada de manera sistemática con condiciones de operación a obtención de resultados para obtener un alojamiento en responsabilidad. Planificación, coordinación y control.

De igual forma será considerado un contador, mismo que tiene la función de registrar todas las entradas y salidas del dinero dentro del establecimiento, así se realizará contabilidad, balances, etc.

Dentro de los beneficios propios que tiene el proyecto de factibilidad, sería la utilización y aprovechamiento del personal y productos agrícolas del sector a fin de reducir costos y estos canalizarlos para una mejor inversión en mejoras para el restaurante y fomentarlo al comercio mayor.

El alojamiento estará integrado por personas de conocimiento técnico, los cuales desarrollaran sus habilidades en diferente áreas sin embargo, ellos serán entrevistados por el departamento de recursos humanos así como también serán encargados de remunerar a todo el personal del establecimiento.

La empresa tiende a obtener rentabilidad y sostenibilidad contando con personas capaces de ascender por su esfuerzo diario.

Factibilidad Ambiental:

Las áreas naturales son espacios físicos en donde los ambiente originales no han sido significadamente alterados por las actividades humanas, de esta forma el establecimiento de alojamiento con la modalidad de camping, requiere un campo ambiental. Es decir un plan de manejo de control ambiental, corriendo el riesgo de obtener impactos ambientales propensos en el establecimiento, para la conservación del ambiente obteniendo resultados positivos de responsabilidad, nor-

mas, control para su cumplimiento a realizarse.

La energía factor importante para la conservación de recursos ambientales, por lo que se concurre ahorrar, de tal forma de no consumir en vano la energía y gastar en alternativas propicias, tenemos la energía solar que es importante dando un valor de ahorro.

Es importante crear conciencia en las personas que visitan el lugar y en los administradores del alojamiento, dando una referencia principal de higiene y salubridad que deben regir en los servicios, alimentación, actividades. Partiendo así en colocar basureros dentro del establecimiento para obtener un ambiente sano y no contaminado.

Factor necesario y vital es el agua para el ser humano, de esta manera abra una norma de uso para lugares indicados lográndola disminución de los costos operativos del lugar.

La conservación del ambiente es importante recolectar y reciclar para la conservación del ambiente, después llevar a lugares favorables para ser reciclados, como papel, vidrios plástico, ropa usada, etc.

La interpretación ambiental es una actividad educativa que pretende revelar significados e interacciones, actualmente la interpretación ambiental es utilizada como servicio que se ofrece a los turistas que visitaran el lugar como área natural cuyo objetivo es facilitar el conocimiento de la naturaleza y de las sociedad y el medio ambiente.

MEDIDAS CORRECTIVAS.

Cualquier situación que presenta el establecimiento de emergencia tendrá respuesta inmediata, con el propósito de prevenir los impactos adversos a la salud humana y, al mismo tiempo, proteger el área de influencia y medio ambiente.

Medidas de Mitigación: Es el manejo adecuado de las instalaciones de la estructura del establecimiento de alojamiento extrahotelero, permitiendo de esta forma disminuir impactos causado al ambiente.

Medidas de Prevención: Esta medida es realizada para no errar peligros ante la gente es así, anunciar letreros en los cuales no sean factible para los viajes visitantes, como botar la basura en su lugar para no contaminar el medio ambiente.

Medida de Contingencia: Es importante tener responsabilidad de la seguridad de los turistas dentro del establecimiento, recurre a tener planes de emergencia básicamente son:

- ◆ Plan de contingencia para emergencia ambiental.
- ◆ Plan de contingencia para emergencias contra la salud y seguridad.
- ◆ Plan de contingencia en caso de evacuación.

Estos planes deben tener en cuenta un control de diferentes factores como son: control de incendios, control de plagas, control y otras eventualidades ambientales, atención médica de emergencia, comunicación de emergencia transporte de víctimas, abastecimiento de agua entre otros

5.7 Fundamentación Técnica

5.7.1 FODA

FORTALEZA

- **UBICACIÓN:** El proyecto se encuentra en una ubicación preferencial, en un sector del valle de la ciudad de Quito de enorme desarrollo.
- **EXCLUSIVIDAD:** En el sector de Pifo no existen alojamientos extra-hoteleros del nivel que EcoCamping dará al mercado, por tal razón este establecimiento será el primer desarrollo que prestara servicios turístico y hotelero, fortaleciendo su calidad que permitirá cubrir la demanda de un mercado hasta ahora insatisfecho.
- **ACCESIBILIDAD:** El proyecto es factible por su accesible ruta de vías en buen estado y centralización a la ciudad de Quito.
- **ÁREAS:** El establecimiento cuenta con ambientes a techo abierto o cerrado de tamaño apropiado, y pueden ser adaptadas a ocupación sencilla, doble o triple dependiendo del requerimiento del huésped.

- **EQUIPO TÉCNICO:** El proyecto cuenta con el respaldo de un equipo técnico de primera.
- **IMPACTO AMBIENTAL:** El proyecto cumple con todas las especificaciones requeridas para conservar el medio ambiente y generar un mínimo de impacto en su entorno.

DEBILIDADES

- La comercialización en el Ecuador de tiempo compartido no tiene legislación que permita un marco jurídico de operación establecido, esto perjudica a la industria, ya que empresas que no tienen la solidez suficiente entran al mercado a generar expectativas falsas dando una imagen negativa del servicio.
- El proyecto se generará por programas existente de crédito por parte de la Corporación Financiera (C.F.N), por efectos de la crisis económica mundial no podría concretarse, esto altera al cronograma para su diseño.
- El sector no cuenta con Establecimientos de Educación Superior con carreras profesionales en el área de Hotelería y Turismo, esto hace que la oferta de personal calificado en esta zona sea insuficiente, motivo por el cual se debe movilizar personas de otros sectores, siendo este un factor que incrementa los costos de operación.
- La infraestructura de acceso al sector donde se ubica el proyecto, carecen de mantenimiento adecuado, lo que origina dificultades de acceso.

OPORTUNIDADES:

- El trabajo Eco-Camping aporta un servicio de alta calidad que actualmente no existe en la zona de Pifo, tal condición permitirá captar una demanda hasta hora insatisfecha.
- Existe experiencia nuevas adquirida en el desarrollo del trabajo con el fin de mejorar y dando mayor interés en la parroquia de Pifo.
- Cercanía a centros poblados de gran afluencia turística, involucrando el nuevo aeropuerto.
- Existen programas de crédito para proyectos por parte de la Corporación Financiera Nacional (C.F.N).

AMENAZAS:

- Inestabilidad política por cambio de Gobierno ya que se esperan nuevas normas y leyes que reglamenten la nueva constitución que comenzó a regir desde año 2009.
- Crecimiento y posicionamiento relativo de los principales competidores en el lugar donde se va a desarrollar el establecimiento.
- El sector no cuenta con Establecimiento de Educación Superior con carreras profesionales en el área de Hotelería y Turismo, esto hace que la oferta de personal calificado en esta zona sea insuficiente.

5.7.2 Estudio de mercado

Segmentación de Mercado:

Para el estudio de segmentación se realizó una encuesta a 380 personas, divididas en 4 grupos de 76 personas cada uno, correspondientes a la parroquia de Pifo, el valle de Tumbaco, Norte, Centro y Sur de Quito.

Presentando así siete preguntas, de la cuales cinco preguntas son de opción múltiple, la primera (trabaja, reside, conoce, visita y ninguna), la cuarta (alimentación, baños, área de pic nic, área recreacional, piscina, spa, gimnasio y transporte), la quinta (cabalgata, caminatas, deportes y otros), la sexta (comida típica, internacional, vegetariana y light), la séptima (un día, dos días y tres días); y dos preguntas cerradas (respuestas de si –no), procedidas en los siguientes puntos de gran importancia.

- ◆ La importancia de establecer un establecimiento de alojamiento extra-hotelerero como lo es el camping.
- ◆ La necesidad de emplazar por medio de la naturaleza, un Alojamiento extra-hotelerero, que ofrezca al turista salir de la rutina diaria con la satisfacción de su relajación.
- ◆ Las actividades que serán de su agrado dentro del establecimiento extra-hotelerero.
- ◆ La valorización de la hotelería en el sector para progreso de la misma.
- ◆ La importancia de incluir alimentación variada para diferente tipo de turista y desarrollo de la gastronomía.

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Cuadro No 24. Interpretación datos de Estudio de Mercado

CAMPAMENTO TURÍSTICO	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	25	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	25	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2011

El cliente tiene una aceptación positiva de 100% en la creación de una estructura de alojamiento extra-hotelerero con los servicios respectivos.

Gráfico No 8 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



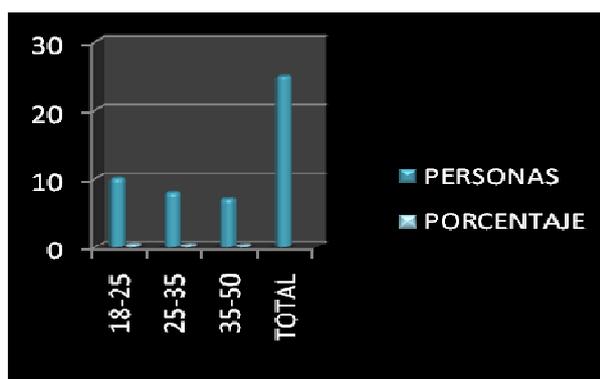
FUENTE: Diana V. López M, 2011

Cuadro No 25. Interpretación datos de Estudio de Mercado

EDADES	PERSONAS	PORCENTAJE
18-25	10	40%
25-35	8	32%
35-50	7	28%
TOTAL	25	

FUENTE: Diana V. López M, 2011

Gráfico No 9 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2011

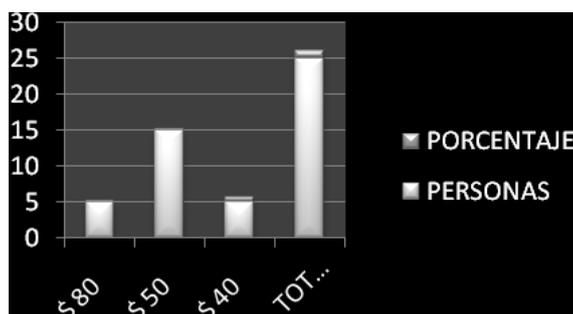
Las edades de los encuestados fluctuaron de 18 a 50 años para determinar al potencial del cliente.

Cuadro No 26 Interpretación datos de Estudio de Mercado

PRECIOS	PERSONAS	PORCENTAJE
\$80	5	20%
\$50	15	20%
\$40	5	60%
TOTAL	25	100%

FUENTE: Diana V. López M, 2011

Gráfico No 10 Encuesta aplicada al norte, centro y sur de Quito, Parroquia de Pifo



FUENTE: Diana V. López M, 2011

EL mercado estableció una tarifa de cincuenta dólares americanos (\$40) por un día de alojamiento, en el que incluye con el servicio de desayuno buffet y utilización de piscina; esto enfoca a nuestros visitantes en un target medio- medio alto.

PERFIL DEL CLIENTE:

El cliente a ser atendido, con el nuevo diseño del establecimiento extra-hotelerero con la modalidad de camping con mayor aceptabilidad, fluctúa un rango de edad de 18 a 50 años, teniendo en cuenta el target medio-medio alto.

Alojamiento:

NOMBRE DEL PROYECTO:

Se ha tomado el nombre de Ecocamping, por el tipo de actividades, alojamiento y servicio a realizarse.

ESLOGAN:

“EL SUEÑO DE ACAMPAR”

Es lo que se ofrecerá dentro del establecimiento “El sueño de poder acampar”

LOGOTIPO:



Imagen No 2 Logotipo

FUENTE: Diana V. López M, 2011

SIGNIFICADO DE COLORES:

Introducción:

El color es una parte del espectro lumínico, y, al fin, es energía vibratoria.

Esta energía afecta de diferente forma al ser humano, dependiendo de su longitud de onda (del color en concreto) produciendo diferentes sensaciones de las que normalmente no somos conscientes.

VERDE: Es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Por su asociación a la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos.

CAFÉ: El color café significa las personas físicas. El color de la tierra, lo neutro. Es un color que se encuentra en la tierra, en la madera, en la piedra. Es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.

El color café representa la salubridad. Si bien podría considerarse un poco aburrido, por otra parte representa la constancia, la sencillez, la amabilidad, la confianza, y la salud.

BLANCO: El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad. Se le considera el color de la perfección.

El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva.

GRIS: Estabilidad que inspira la creatividad. Simboliza el éxito.

AZUL: Es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad.

Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno.

Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma.

El alojamiento debe encontrarse en la parroquia de Pifo a pocos minutos del nuevo aeropuerto de Tababela, las instalaciones del mismo tienen que estar emplazadas y decoradas con la modalidad de camping, además de proporcionar los servicios, actividades y alimentación.

Para que el cliente esté satisfecho con lo que le estamos ofreciendo y con lo que en el futuro podamos ofrecerlo, es necesaria una correcta gestión de las relaciones entre el establecimiento y el cliente.

Es importante que el cliente sea el protagonista de la acción comercial. Dar una buena respuesta a sus demandas y resolver cualquier tipo de

sugerencia o propuesta es imprescindible. El cliente es, por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro del establecimiento.

Competencia:

De lo investigado, la competencia sería: El hotel EcoParque Monte Selva, que se mantiene segmentos fijos con relación similar que se implementará en el mercado, así:

- ◆ HOTEL ECO PARQUE MONTE SELVA, se encuentra en la Amazonía, apenas a 45 kilómetros de Hostel SPA Termal Monte Selva en Baños de Agua Santa, en lo que se conoce mundialmente como la "Ruta de las Cascadas".

En este corto tramo, hay atractivos impresionantes como las (ahora son dos) Cascadas del Manto de la Novia, el Pailón del Diablo (donde se filmó "Prueba de Vida" con Rosell Crown y Meg Rayan), pueblitos encantadores y llenos de servicios turísticos como Río Blanco, Río Verde, Ríos Negro, Mera y Shell una población militar, luego de la cual está el Hotel SPA Shamánico Monte Selva, llamado también Ecoparque, antes de llegar a Puyo.

Es importante tomar en cuenta el apareamiento de nuevos competidores en el mercado, debido a la propuesta de establecer el alojamiento extrahotelero con modalidad de camping, implementado nuevas técnicas como es el valor agregado, es decir implementando servicios de calidad y actividades innovadoras, dando su respectiva evaluación del cliente para saber las necesidades que hagan falta o de mejorar.

5.7.3 VISIÓN

Para el año 2016 será una empresa que brindará una experiencia única a nuestros clientes mientras disfrutan del contacto con la naturaleza y de diversas actividades con servicios que originen una estancia inolvidable, y un reconocimiento al establecimiento.

5.7.4 MISIÓN

Brindar al cliente un espacio diferenciado para satisfacer necesidades de alojamiento, distracción y ocio, contacto con la naturaleza y diversas actividades que generen una estancia inolvidable.

5.7.5 Diseño de interior del establecimiento



Imagen No 3 Diseño de interior del establecimiento

Fuente: Diana López. 2012

5.7.6 Plan de Marketing

El presente plan de marketing analizará la demanda potencial que enfrentarán los emprendimientos de hotelería rural, se combina la siguientes herramientas que están compuestos por cuatro variables o elementos que permite direccionar sus actividades económicas partiendo de las necesidades de los consumidores.

Estas variables son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Producto:

La oferta en servicios está establecido en “brindar calidad como alojamiento extra-hotelerero con modalidad de camping”, para diferenciar de la competencia; todo esto logrado en base a las instalaciones físicas, al personal capacitado y al material de comunicación y promoción.

“Eco-Camping” ofrecerá comodidad, buen atractivo, descanso, contacto con la naturaleza para gran acogida de los visitantes.

Camping: El alojamiento con modalidad de camping cuenta, 7 carpas familia-

res y 13 Individuales, brindara un confort ante los clientes.

En cuanto a las instalaciones físicas del complejo hotelero estas incluyen:

Restaurante: El establecimiento extra-hotelero contará con una zona para atender y compensar a los clientes con su satisfacción, en el sector del restaurante se ofrecerá menús nacionales e internacionales.

El restaurante cuenta con 3 mesas para seis personas, 4 mesas para cuatro pax y 6 para dos pax, 46 sillas, cubiertos, vajillas, mantelería, cuadros, persianas, baño, piso.

Piscina: El establecimiento consta de una piscina orgánica con capacidad para 20 personas. Otros servicios: Consta de áreas verdes, canchas deportivas para que las personas se relacionen con la naturaleza.

En lo que referente a servicios, será dirigido por personal capacitado para las diferentes áreas del establecimiento extra-hotelera, para brindar servicio de calidad.

Precio:

Para la determinación de precio para los servicios ofrecidos se consideró debido a las estrategias del establecimiento que está enfocada a lo innovador, para satisfacer al cliente y ofrecer servicios de eficacia.

Se identifica la demanda que tiene el producto, los precios de la competen-

cia, el poder adquisitivo de los compradores, las tendencias actuales, los gustos del mercado meta. Indicadores que son factores influyentes al momento de definir el precio de un producto ofrecido.

Los parámetros que se utilizaron para establecer los precios fueron:

En base del favoritismo de la encuesta de mercado realizado a los clientes y a los precios de los paquetes que ofrece la competencia.

Forma de determinarlo: El precio está calculado en función de los costos fijos y variables del establecimiento extra-hoteler, rendimiento esperado, precios del favoritismo de la encuesta realizada, precios de la competencia nacional, precios referentes a la economía del lugar donde se proyecta el establecimiento.

Paquete Estrella (1 día 1 noche) \$40 USD

Incluye:

- Carpa individual
- Desayuno
- Derecho a piscina
- Uso de canchas deportivas.

Plaza – Canales de Distribución:

Para distribuir el servicio, se contará con agencias de viaje nacionales, flayer dando la información requerida para el visitante, para dar a conocer al establecimiento, serán herramientas importantes para llegar a nuestros consumidores.

Se considero participar de las actividades promocionales turísticas y hoteleras enfocada a nivel nacional, como ferias capacitaciones, conferencias, ferias, entre otros.

Se publicara páginas de internet del establecimiento, dando referencias del establecimiento hotelero para facilitar las reservaciones vía web.

Promoción- Comunicación:

Por el auge que ejerce la comunicación en las ventas. Es importante utilizar medios factibles y convenientes para dar a conocer “ Eco-Camping” a sus clientes potenciales.

El objetivo principal de la promoción es el aumento de las ventas, por medio de la comunicación, envío de información y persuasión de los stakeholders - accionistas, clientes actuales o reales y potenciales, proveedores, gobierno, sindicatos, empleados.

La promoción también es un recurso útil para consolidar la imagen e identidad de establecimiento hacen parte de esta variable, la publicidad, las relaciones públicas, el marketing directo, el tele-marketing, la venta personal y la promoción de ventas.

Para la promoción, se utilizará las siguientes, por ser adecuadas y optimas para comunicar los servicios del establecimiento:

Publicidad

- Comercialización (Merchandising)
- Relaciones Públicas
- Ventas personas.
- Publicidad:

“Eco –Camping” en su fase inicio, arrancará por medio de agencias turísticas nacionales.

El material publicitario que se presente es apoyo para la mayor difusión de los servicios y para captación de clientes.

Se realizara campaña de publicidad donde se informará las fortalezas y ventajas del proyecto como: Ubicación, precios, calidad de servicios, propuestas innovadora en el lugar, números telefónicos para mayor contacto, entre otras características.

Agencias de Viajes: Se entregará flayers en agencias de viajes en la ciudad y agencias de viajes de otras ciudades en que visiten la ciudad de Quito. Costo estimado \$200 USD.

Internet. Se utilizará este medio de comunicación, se considera por ser económico y mejor comunicación del sector hotelero. Por este medio se podrán contestar inquietudes y comentarios sugeridos por clientes potenciales. Costo estimado \$300 USD anuales.

La publicidad anunciada, ayudará a conseguir alto nivel potencial del establecimiento ante los consumidores, del mismo modo se mejorará la imagen del establecimiento.

Comercialización (Merchandising):

Esta herramienta, se encargara de todo material útil y optimó para las ventas de nuestros servicios en los puntos de venta, este incluirá

Folletos

Fotografías

Videos del establecimiento.

Cálculo de la Capacidad de Carga Física (CCF)

La formula de la capacidad de carga física es la siguiente:

$$CCF = \frac{S * Nv}{Sp}$$

Donde:

S= Es la superficie disponible en metros lineales 800 m².

Sp= Es la superficie usada por persona (1.20 m² en el baño 1.80 m² en la carpa+ 1.80 m² en la piscina, 1.20 m². en el restaurante= 6 m²).

$$NV = \frac{Ha}{Ta}$$

Ha= Horas de atención (24 horas)

Ta= Tiempo de atención para cada cliente (24 hora)

$$NV = \frac{Ha}{Ta} = \frac{24 \text{ horas}}{24 \text{ horas}} = 1$$

$$CCF = \frac{S}{Sp} * \frac{Nv}{6 \text{ m}} = \frac{800 \text{ m}^2}{6 \text{ m}} * 1 = 133,333$$

Distribución de clientes en el establecimiento.

Cuadro No 27 Efectividad mayor de porcentaje de favoritismo de los clientes.

ESTABLECIMIENTO	%	CLIENTES	DISTRIBUCIÓN
Piscina	15%	19.95	19
Restaurante	35%	46.55	46
Camping	50%	66.55	68
TOTAL			113 PERSONAS

Fuente: Diana López. 2012

Cuadro No 28. Efectividad mayor de porcentaje de favoritismo de los clientes.

Distribución de Carpas			
CLIENTES	CARPAS	PERSONAS	PAX
Familiares	7	6	42
Individuales	13	2	26
TOTAL	20		68

Fuente: Diana López.2012.

Funcionamiento:

Área de Producción:

Esta área es la encargada de transformar la materia prima en servicio, utilizando los recursos humanos, económicos y materiales necesarios para su elaboración; así tenemos las siguientes actividades:

La compra de materiales e insumos, la compra de equipos para prestar un servicio de calidad, la prestación del servicio realizado en manos expertas y el control de calidad para verificar que todas las actividades anteriores se realicen de manera eficaz y eficiente.

Área Administrativa:

Esta área se encargará del buen funcionamiento del restaurante en cuanto costos, ventas, gastos, publicidad, entrada de clientes, salida de platos, manejo de inventarios para alcanzar los objetivos y metas empresariales y al mismo tiempo velar por que los recursos externos requeridos por el restaurante sean adquiridos a plazos e intereses favorables; cumpliendo con las expectativas del negocio.

Área Recurso Humano

Esta es el área que se encargará de la dirección eficiente y efectiva del recurso humano de la empresa, dentro de las principales funciones para cada empleado tenemos:

Administrador:

La función del administrador es llevar a cabo las operaciones a realizarse en el establecimiento de alojamiento y restaurante, así como también llevar la parte financiera del mismo.

Recepcionista:

Se encargará de contestar llamadas, fax, revisar correos y cobrar a los clientes por sus consumos dentro del establecimiento.

Chef:

Es el encargado de decidir los tipos de menús que se ofrecerán en el restaurante, para que estos sean del gusto del cliente y a la vez coordinará con los ayudantes de cocina para preparar los alimentos.

Ayudantes de Cocina:

Serán los encargados de preparar los alimentos según lo acordado por el chef, así como también se turnaran para la limpieza del menaje y cocina.

Meseros:

Será el encargado de recibir y tomar la orden al cliente, servir los alimentos ya preparados en cocina, limpiar y asear el salón.

Guía:

Se encargará de guiar a los visitantes en dentro del establecimiento, llevar a la estancia de cada lugar.

Guardia:

Se encargará de cuidar el bienestar del cliente y establecimiento, velar por el cliente mientras permanece en el restaurante.

Organigrama del Establecimiento.



Diagrama No 1 Organigrama del Establecimiento

Fuente: Diana López. 2012

5.7.7 Análisis Financiero.

Cuadro No 29 Análisis Financiero.

PRESUPUESTO INICIAL, GASTOS MENSUALES	
Gasto de Construcción	48,000.00
Servicios Básicos	400.00
Sueldos personal	4,184.00
Suministros de oficina	300.00
TOTAL	52,884.00
INVERSIÓN	
1. CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo / caja	52,884.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	52,884.00
2. ACTIVOS FIJOS	
Mobiliario restaurante y alojamiento	8,680.00
Mobiliario Electrónico restaurante y alojamiento	6,203.00
Maquinaria	5,500.00
Materiales	2,320.25
Insumos	224.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	22,927.25
3. ACTIVOS DIFERIDOS	
3.1. Gastos de Constitución	3,280.00
3.1.1. Gastos Legales	400.00
3.1.2. Gastos de arreglo y decoración	1,800.00
3.1.5. Gastos de Publicidad Inicial	1,000.00
3.1.6. Gasto pago predial anual	80.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3,280.00
TOTAL DE INVERSIÓN	79,091.25

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 30. Flujo de Cajas

FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
CONCEPTO	AÑO 0	MES 1	MES 2	MES 3	MESES 9	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS								
Alojamiento		4,520.00	6,760.00	9,040.00	101,520.00	121,840.00	127,932.00	134,328.60
Restaurante		1,130.00	1,690.00	1,690.00	17,730.00	22,240.00	23,352.00	24,519.60
OTROS INGRESOS								
Préstamo banco	59,000.00							
Fondos propios	20,091.25							
Otros ingresos	-							
TOTAL INGRESOS	79,091.25	5,650.00	8,450.00	10,730.00	119,250.00	144,080.00	151,284.00	158,848.20
EGRESOS								
INVERSION INICIAL								
Equipo Electrónico	6,203.00							
Mobiliario Restaurante y alojamiento	8,680.00							
Equipos de alojamiento y cocina	5,500.00							
Materiales	2,320.25							
Insumos varios	224.00							
Gastos construcción	48,000.00	400.00	400.00	400.00	3,600.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00
Gasto predial anual	80.00						84.00	84.00
Servicios básicos	400.00	400.00	400.00	400.00	3,600.00	4,800.00	5,040.00	5,292.00
Suministros de Oficina	300.00							
Gastos legales	400.00							
Arreglos y decoraciones	1,800.00							
Publicidad	1,000.00							
Sueldos	4,184.00	4,184.00	4,184.00	4,184.00	37,656.00	50,208.00	52,718.40	55,354.32
Insumos de clientes		271.20	405.60	405.60	4,255.20	5,337.60	5,604.48	5,884.70
Mantenimiento de equipos				100.00	300.00	400.00	420.00	441.00
Mantenimiento de áreas verdes		120.00	120.00	120.00	120.00	480.00	504.00	529.20
PAGO DE OBLIGACIONES								
Capital		2,275.07	2,290.24	2,305.50	21,453.67	28,324.48	30,675.52	-
Intereses		393.35	378.19	362.92	2,562.12	3,696.57	1,345.53	-
TOTAL EGRESOS	79,091.25	8,043.62	8,178.02	8,278.02	73,546.99	98,046.65	102,948.98	108,096.43
Movimiento de Caja	-	-2,393.62	271.98	2,451.98	45,703.01	46,033.35	48,335.02	50,751.77
Saldo anterior		-	-2,393.62	-2,121.64	330.34	-	46,033.35	94,368.36
Saldo actual		-2,393.62	-2,121.64	330.34	46,033.35	46,033.35	94,368.36	145,120.13

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 31. Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+) Ingresos venta de servicios	144,080.00	151,284.00	158,848.20
(-) Costo de Ventas	51,489.76	53,968.70	56,571.58
Sueldos y Salarios Personal	44,241.12	46,453.18	48,775.83
Insumos de alimentación humanos	5,337.60	5,604.48	5,884.70
Depreciacion activos fijos	1,100.00	1,100.00	1,100.00
Amortización menaje	811.04	811.04	811.04
(=) Utilidad Bruta de Operación	92,590.24	97,315.30	102,276.62
(-) Gasto administrativo	21,873.74	22,802.97	23,778.67
Sueldos y Salarios Personal Administrativo	16,700.64	17,535.67	18,412.46
Servicios Básicos, Pago predial, Suministros oficina	780.00	819.00	859.95
Depreciación activos fijos	2,503.10	2,503.10	2,503.10
Amortizacion diferidos	786.00	786.00	786.00
Gastos varios	1,104.00	1,159.20	1,217.16
(=) Utilidad Neta de Operación	70,716.50	74,512.33	78,497.96
(-) Costo Financiero	3,696.57	1,345.53	-
(=) Utilidad antes de Rep. Utilidades e Imp.	67,019.93	73,166.80	78,497.96
(-) Reparto Utilidades Trabajadores 15%	10,052.99	10,975.02	11,774.69
(=) Utilidad antes Impuestos	56,966.94	62,191.78	66,723.26
(-) Impuesto a la renta 25%	14,241.73	15,547.95	16,680.82
(=) Utilidad o Pérdida del Ejercicio	42,725.20	46,643.84	50,042.45

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 32 Rol de Pagos.

ROL DE PAGOS											
(EN DÓLARES DE LOS EEUU)											
#	NOMBRE	SUELDO	BONO	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENT	COMISIONES	TOTAL	APORTE IESS	IMPUESTO	TOTAL	NETO A
		BÁSICO	LABORAL				INGRESOS		A LA RENTA	EGRESOS	RECIBIR
1	Chef	600.00	0	0.00	0	0	600.00	56.10		56.10	543.90
2	Administrador	700.00					700.00	65.45		65.45	634.55
3	Guia	300.00					300.00	28.05		28.05	271.95
4	Ayudante de cocina	300.00					300.00	28.05		28.05	271.95
5	Personal de Limpieza	264.00					264.00	24.68		24.68	239.32
6	Meseros (264usd)	1056.00					1056.00	98.74		98.74	957.26
7	Guardias	350.00					350.00	32.73		32.73	317.28
8	Personal lavandería	264.00					264.00	24.68		24.68	239.32
9	Recepcionista	350.00					350.00	32.73		32.73	317.28
10	TOTAL	4184.00					4184.00	391.20		391.20	3792.80
		4692.36	APORTE MENSUAL								

FUENTE: Diana V. López M, 2012

Cuadro No 33. Rol de Provisiones

ROL DE PROVISIONES									
#	NOMBRE	DÉCIMO	DÉCIMO	VACACIONES	FONDOS	APORTE	TOTAL	SUELDO	COSTO
		TERCERO	CUARTO		DE RESERVA	PATRONAL	BENEFICIOS	BÁSICO	
1									
2	Chef	50.00	22.00	25.00	50.00	72.90	219.90	600.00	819.90
3	Administrador	58.33	22.00	29.17	58.33	85.05	252.88	700.00	952.88
4	Guia	25.00	22.00	12.50	25.00	36.45	120.95	300.00	420.95
5	Ayudante de cocina	25.00	22.00	12.50	25.00	36.45	120.95	300.00	420.95
6	2 Personal de Limpieza	22.00	22.00	11.00	22.00	32.08	109.08	264.00	373.08
7	5 Meseros (320usd)	88.00	22.00	44.00	88.00	128.30	370.30	1056.00	1426.30
8	2 Guardias	29.17	22.00	14.58	29.17	42.53	137.44	350.00	487.44
9	1 Personal lavandería	22.00	22.00	11.00	22.00	32.08	109.08	264.00	373.08
10	2 Recepcinista	29.17	22.00	14.58	29.17	42.53	137.44	350.00	487.44
	TOTAL	348.67	198.00	174.33	348.67	508.36	1578.02		5762.02

FUENTE: Diana V. López M, 2012

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

VALOR ACTUAL NETO = AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3-INVERSION

FED= (Flujos de efectivos descontados)

i =tasa de interés pasiva=8%

$$FED = FEN / (1+i)^n$$

$$Van = 46,033.35 / (1+0.08)^1 + 48,335.02 / (1+0.08)^2 + 50,751.77 / (1+0.08)^3 - inversión$$

$$Van = 46,033.35 / (1+0.08)^1 + 48,335.02 / (1+0.08)^2 + 50,751.77 / (1+0.08)^3 - 79091.25 =$$

$$VAN = 45,260.10$$

Cuadro No 34. Valor Actual Neto.

VALOR ACTUAL NETO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
FEN	46,033.35	48335.02	50751.77	145120.14
FED	42623.4722	41439.49	40288.39	124351.35
VAN	45260.10			

TIR se calcula cuando VAN = 0				
$i = [(FEN/Inversión)^{1/n}] - 1$	0.22423958			
$i = TIR =$	22.42%			
VRI = Valor de Recuperación de la Inversión				
VRI = 1/TIR	4.45951601			
VRI =	4,45 años			

FUENTE: Diana V. López M, 2012

PUNTO DE EQUILIBRIO

Ventas 5270

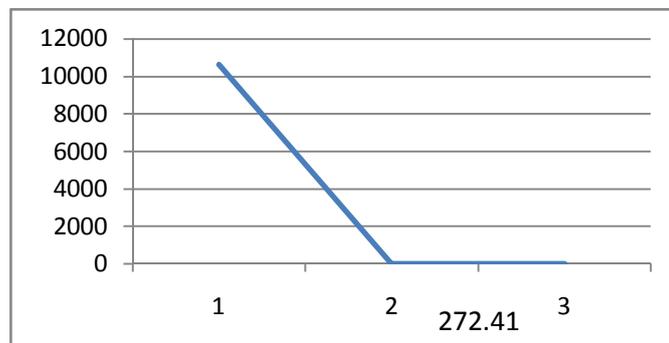
Costo Total Unitario 10621.60

Costo Unitario 2.01

$$\frac{10621.6}{(40-1.01)} = 38.99$$

$$\frac{10621.6}{38.99} = 272.41 = \text{Anual.}$$

Gráfico No 111 del Punto de Equilibrio



FUENTE: Diana V. López M, 2012

BIBLIOGRAFIA

(GERVAIS, DANIEL, EL COMERCIO, Una buena elección para pasar unos días de asueto o vacaciones es acudir a un camping, pag12).

(ESCOBEDO Eugenio, Turismo: una recapitulación, Bonodi, México, 1981, p. 127)

(ORIOLO, Anja Llorello. Hoteles urbanos, Relajación y diseño. Pág. 3).

(TROTTA, Oscar Julio. Curso de Actividad Física para la Salud Ed. Pág. Protección ambiental).

(4UNAMUNO, Miguel, Explored. Protección ambiental y petróleo, publicado el 18/Enero/2005 | 00).

(BEJER Jean, El manejo del espacio del Ecuador, tomo 1, Quito 1983, p. 14).

(BORCHART, Cristina, El Periodo Colonial. Formación de Social Ecuatoriana., Quito 1986. P.36)

(BOERSNER, Edouard. Diccionario de Spa. Ed. 2005)

(SANTILLAN, Diego,(1991). **Gran enciclopedia de la economía**. Argentina)

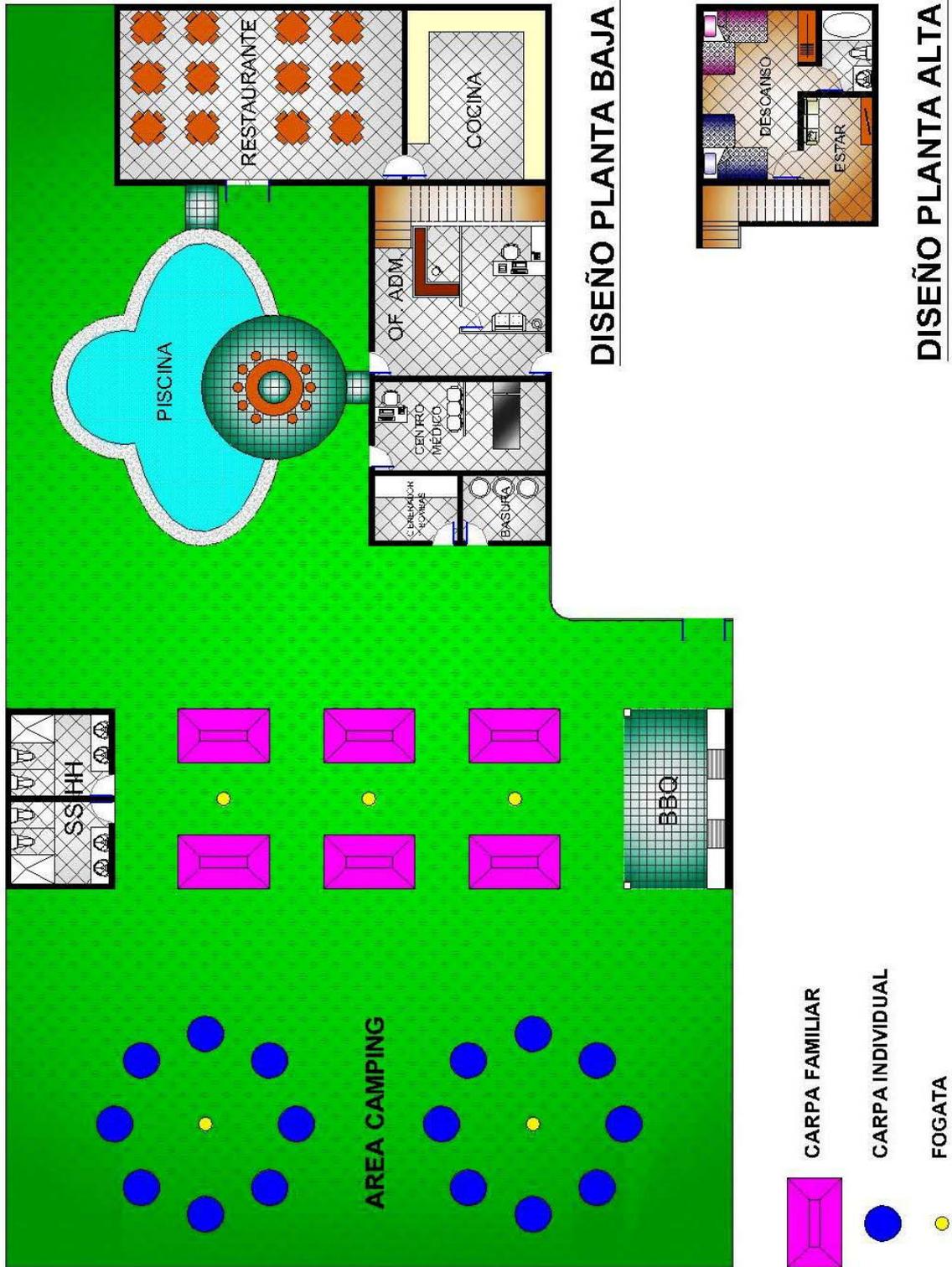
(ORIOLO, Anja Llorello (2008). **Hoteles urbanos, Relajación y diseño**. Pág. 334|)

(Según La Organización Mundial de Turismo "O.M.T")

(PUBLICACIONES ACCESIBLES VÍA <http://www.ecuadorcamping.com>)

(<http://www.ofertaformativa.com/manuales/hostelería-y-turismo-pag-1-cat-8htm>)

ANEXO 1 DISEÑO INTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO



ANEXO 2 DISEÑO EXTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO

