

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
“CAFÉ-LIBRERÍA TURÍSTICA” EN UNA HOSTERÍA EN  
PROCESO DE CONSTRUCCIÓN EN EL PUEBLO DE MINDO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**YESSENIA ANDINO VELÁSQUEZ**

**DIRECTOR: Ing. Juan Carlos Latorre**

**QUITO, JUNIO 2016**



**DIRECTOR DE DISERTACIÓN:**

Ing. Juan Carlos Latorre

**INFORMANTES:**

Ing. Ximena Villamar

Mtr. Marco Yáñez

## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

*Dedico este trabajo principalmente a Dios por darme la oportunidad de cumplir este gran sueño tomada de su mano, por ser la guía en cada momento de mi vida, por haberme rescatado y por darme las más grandes bendiciones.*

*A mi padre Edwin, por ser un hombre ejemplar, por ser mi compañero y ser el mejor padre que Dios me pudo dar. Gracias por exigirme cada día más, por estar junto a mí todos estos años, por creer que soy capaz de lo que sea que me proponga en la vida y por siempre tener una palabra de aliento.*

*A mi madre Jeanette, por haberme dado la vida, por ser mi amiga de locuras y mi apoyo incondicional. Gracias por enseñarme todas las cosas con paciencia y amor, por no haberme dejado nunca, por pelear conmigo cada batalla y por alumbrar mis días con su hermosa sonrisa.*

*A mi hermano Pietro, por ser mi ejemplo a seguir, por ser un amigo indispensable y por permitirme compartir mi vida junto a él. Gracias por tu amor, por tu ternura y por tu entrega en todo momento, gracias por los consejos oportunos y los abrazos inesperados que me brindas.*

*A mi tutor de tesis Juan Carlos Latorre, por brindarme su ayuda y sus conocimientos durante todo este proceso.*

*A todos y cada uno de ustedes, mi gratitud.*

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
1. ANTECEDENTES	2
1.1. HISTORIA DE LA PARROQUIA DE MINDO	2
1.1.1. Mindo Antiguo	2
1.1.2. Mindo Actual	5
1.1.3. Turismo de Mindo	9
1.2. HISTORIA DE LA EMPRESA “LA ROCA”	12
1.2.1. Historia	12
1.2.2. Visión, Misión y Principios	14
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	16
2.1. POBLACIÓN Y MUESTRA	16
2.1.1. Definición población objetivo	16
2.1.2. Cálculo tamaño de la muestra	20
2.1.3. Diseño de los métodos de investigación	22
2.1.4. Tabulación y análisis de encuesta piloto	36
2.1.5. Tabulación y análisis encuesta	37
2.1.6. Análisis de demanda insatisfecha	60
3. ANÁLISIS SITUACIONAL HOSTERÍA “LA ROCA Y “CAFÉ-LIBRERÍA TURÍSTICA”	64
3.1. DIAGNÓSTICO INTERNO	64
3.1.1. Organigrama	64
3.1.2. Cadena de Valor	66
3.2. DIAGNÓSTICO EXTERNO	69
3.2.1. Macroambiente	69
3.2.1.1. Factor Social	69
3.2.1.2. Factor Económico	71

3.2.1.3.	Factor Político .....	73
3.2.1.4.	Factor Tecnológico.....	75
3.2.2.	Microambiente .....	77
3.2.2.1.	Proveedores .....	77
3.2.2.2.	Competidores .....	78
3.2.2.3.	Clientes.....	92
3.2.3.	Identificación de Oportunidades y Amenazas.....	93
3.2.3.1.	Oportunidades .....	93
3.2.3.2.	Amenazas .....	94
3.2.4.	Identificación de Fortalezas y Debilidades .....	95
3.2.4.1.	Fortalezas .....	95
3.2.4.2.	Debilidades.....	96
4.	PROCESO, DISEÑO Y SERVICIOS “CAFÉ-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	98
4.1.	DELINEACIÓN DE PROCESO DE CONTRUCCIÓN .....	98
4.1.1.	Determinación del lugar .....	98
4.1.2.	Proceso y materiales para la construcción “Café-Librería Turística” ....	99
4.2.	TIPO DE SERVICIOS .....	103
4.2.1.	Gustos y preferencias de los turistas .....	103
4.3.	DETERMINACIÓN DEL DISEÑO .....	104
4.3.1.	Investigación de diseño de interiores .....	104
5.	MARKETING MIX .....	109
5.1.	CUATRO “P”.....	109
5.1.1.	Producto .....	109
5.1.2.	Plaza y distribución .....	124
5.1.3.	Promoción y comunicación.....	127
5.1.4.	Precio.....	129
5.2.	ATL.....	131
5.2.1.	Prensa .....	131
5.3.	BTL .....	132
6.	ESTRUCTURA FINANCIERA .....	135
6.1.	INVERSIÓN .....	135
6.1.1.	Activos Fijos .....	136
6.1.1.1.	Maquinaria y Equipos .....	137
6.1.1.2.	Equipo de Oficina .....	140
6.1.1.3.	Equipo de Computación.....	141

6.1.1.4.	Muebles y Enseres.....	143
6.1.1.5.	Vehículo .....	144
6.1.1.6.	Depreciación de Activos .....	145
6.1.2.	Gastos de Constitución .....	146
6.1.3.	Capital de Trabajo .....	147
6.2.	FINANCIAMIENTO .....	148
6.3.	COSTOS Y GASTOS .....	152
6.3.1.	Costos de Producción .....	152
6.3.1.1.	Costos Directos .....	158
6.3.1.1.1.	Materia Prima.....	158
6.3.1.1.2.	Insumos Directos.....	159
6.3.1.1.3.	Mano de Obra.....	160
6.3.1.2.	Costos Indirectos .....	161
6.3.1.2.1.	Menaje.....	161
6.3.1.2.2.	Decorativos.....	162
6.3.1.2.3.	Adecuaciones de Infraestructura .....	163
6.3.1.2.4.	Mano de Obra.....	164
6.3.1.2.5.	Útiles de Aseo .....	165
6.3.1.2.6.	Uniformes.....	167
6.3.1.2.7.	Servicios Básicos.....	168
6.3.2.	Gastos de Ventas .....	168
6.3.2.1.	Publicidad.....	169
6.3.3.	Gastos Administrativos .....	169
6.3.3.1.	Suministros de Oficina.....	170
6.3.3.2.	Sueldos Administrativos .....	171
6.3.3.3.	Servicios Básicos .....	172
6.3.3.4.	Adecuaciones de Infraestructura .....	173
6.3.3.5.	Uniformes.....	173
6.4.	PROYECCIÓN COSTOS Y GASTOS.....	174
6.5.	PRESUPUESTO .....	176
6.6.	ESTADOS FINANCIEROS .....	179
6.6.1.	Balance General .....	179
6.6.2.	Estado de Resultados.....	180
6.6.3.	Flujo de Efectivo .....	181
6.7.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	182
6.7.1.	Cálculo de la Tasa de Descuento .....	183
6.7.2.	Valor Actual Neto .....	184
6.7.3.	Tasa Interna de Retorno .....	186
6.7.4.	Período de Recuperación de la Inversión.....	187
6.7.5.	Relación Beneficio-Costo .....	189
6.7.6.	Punto de Equilibrio .....	190
6.7.7.	Índices Financieros.....	192
6.8.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	194
7.	CONCLUSIONES .....	197

8.	RECOMENDACIONES .....	202
9.	BIBLIOGRAFÍA .....	204

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. INGRESO POR TURISMO .....	9
CUADRO 2. INGRESO DE TURISTAS Y TASA DE CRECIMIENTO .....	11
CUADRO 3. PROYECCIÓN INGRESO DE TURISTAS SEMANAL.....	16
CUADRO 4. RESUMEN TOTAL CUADRO 2 .....	19
CUADRO 5. TABLA DE GÉNERO .....	37
CUADRO 6. TABLA DE EDAD .....	39
CUADRO 7. TABLA PROMEDIO DE EDAD DE TURISTAS NACIONALES.....	39
CUADRO 8. TABLA PROMEDIO DE EDAD DE TURISTAS EXTRANJEROS .....	40
CUADRO 9. TABLA ESTADO CIVIL.....	41
CUADRO 10. TABLA NÚMERO DE HIJOS .....	42
CUADRO 11. TABLA VISITAS A MINDO .....	43
CUADRO 12. TABLA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN .....	45
CUADRO 13. TABLA GASTO DE HOSPEDAJE.....	47
CUADRO 14. TABLA MOTIVACIÓN CLIENTE .....	48
CUADRO 15. TABLA CONOCIMIENTO DE HOSTERÍAS.....	50
CUADRO 16. TABLA GUSTOS Y PREFERENCIAS .....	51
CUADRO 17. TABLA CONOCIMIENTO “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	53
CUADRO 18. TABLA “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	54
CUADRO 19. TABLA SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	57
CUADRO 20. PROYECCIÓN OFERTA ANUAL .....	61
CUADRO 21. PROYECCIÓN DEMANDA ANUAL .....	62
CUADRO 22. CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA .....	63
CUADRO 23. PROVEEDORES CONSTRUCCIÓN.....	77
CUADRO 24. PROVEEDORES HOSTERÍA .....	78
CUADRO 25. MATRIZ RESUMEN “MINDO GARDEN” .....	81
CUADRO 26. MATRIZ RESUMEN “LA CASA DE PIEDRA” .....	83
CUADRO 27. PAQUETES TURÍSTICOS “BIO HOSTAL” .....	86
CUADRO 28. MATRIZ RESUMEN “BIO HOSTAL” .....	86
CUADRO 29. TIPOS DE CABAÑA HOSTERÍA “EL CARMELO” .....	88
CUADRO 30. MATRIZ RESUMEN “EL CARMELO” .....	89
CUADRO 31. MATRIZ RESUMEN “MINDO REAL” .....	91
CUADRO 32. ANÁLISIS FODA .....	97
CUADRO 33. PRECIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	108
CUADRO 34. SERVICIOS HOSTERÍA “LA ROCA” .....	110
CUADRO 35. SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	117
CUADRO 36. DETERMINACIÓN PRECIO.....	129
CUADRO 37. COSTOS SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	130
CUADRO 38. COSTOS PERIÓDICO “EL COMERCIO” .....	132
CUADRO 39. INVERSIÓN TOTAL.....	136
CUADRO 40. ACTIVOS FIJOS.....	137

CUADRO 41. MAQUINARIA Y EQUIPO.....	138
CUADRO 42. EQUIPO DE OFICINA .....	140
CUADRO 43. EQUIPO DE COMPUTACIÓN .....	142
CUADRO 44. MUEBLES Y ENSERES .....	143
CUADRO 45. VEHÍCULO.....	145
CUADRO 46. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS .....	146
CUADRO 47. GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	147
CUADRO 48. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN .....	147
CUADRO 49. CAPITAL DE TRABAJO .....	148
CUADRO 50. FINANCIAMIENTO.....	149
CUADRO 51. AMORTIZACIÓN DEUDA .....	150
CUADRO 52. MATERIA PRIMA .....	158
CUADRO 53. INSUMOS DIRECTOS.....	160
CUADRO 54. MANO DE OBRA DIRECTA .....	160
CUADRO 55. MENAJE .....	161
CUADRO 56. DECORATIVOS .....	163
CUADRO 57. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA.....	164
CUADRO 58. MANO DE OBRA INDIRECTA .....	165
CUADRO 59. ÚTILES DE ASEO.....	166
CUADRO 60. UNIFORMES .....	167
CUADRO 61. SERVICIOS BÁSICOS.....	168
CUADRO 62. PUBLICIDAD .....	169
CUADRO 63. SUMINISTROS DE OFICINA .....	170
CUADRO 64. SUELDOS ADMINISTRATIVOS .....	172
CUADRO 65. SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS.....	172
CUADRO 66. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVOS.....	173
CUADRO 67. UNIFORMES ADMINISTRATIVOS .....	174
CUADRO 68. INFLACIÓN SUELDOS Y SALARIOS .....	175
CUADRO 69. PROYECCIÓN COSTOS Y GASTOS .....	175
CUADRO 70. PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	178
CUADRO 71. BALANCE GENERAL.....	180
CUADRO 72. ESTADO DE RESULTADOS .....	181
CUADRO 73. FLUJO DE EFECTIVOS .....	182
CUADRO 74. CÁLCULO CPPC.....	183
CUADRO 75. CÁLCULO TASA DE DESCUENTO.....	184
CUADRO 76. CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO.....	185
CUADRO 77. CÁLCULO DE TIR.....	187
CUADRO 78. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	188
CUADRO 79. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO.....	189
CUADRO 80. CLASIFICACIÓN COSTOS Y GASTOS .....	190
CUADRO 81. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	191
CUADRO 82. ÍNDICES FINANCIEROS .....	194
CUADRO 83. ESCENARIO I .....	195
CUADRO 84. ESCENARIO II .....	195
CUADRO 85. ESCENARIO III.....	196

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. CIRCULAR GÉNERO .....	38
GRÁFICO 2. CIRCULAR EDAD .....	40
GRÁFICO 3. CIRCULAR ESTADO CIVIL.....	41
GRÁFICO 4. CIRCULAR NÚMERO DE HIJOS.....	42
GRÁFICO 5. CIRCULAR VISITAS A MINDO.....	44
GRÁFICO 6. CIRCULAR BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN .....	46
GRÁFICO 7. CIRCULAR GASTO DE HOSPEDAJE .....	47
GRÁFICO 8. CIRCULAR MOTIVACIÓN CLIENTE.....	49
GRÁFICO 9. CIRCULAR CONOCIMIENTO DE HOSTERÍAS .....	50
GRÁFICO 10. CIRCULAR GUSTOS Y PREFERENCIAS .....	52
GRÁFICO 11. CIRCULAR CONOCIMIENTO “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” ..	53
GRÁFICO 12. CIRCULAR “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	54
GRÁFICO 13. CIRCULAR SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	56
GRÁFICO 14. ORGANIGRAMA .....	65
GRÁFICO 15. CADENA DE VALOR.....	66
GRÁFICO 16. PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR .....	70
GRÁFICO 17. PROCESO CONSTRUCCIÓN “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” ..	101
GRÁFICO 18. REGLAMENTO INTERNO.....	111
GRÁFICO 19. HOJA DE ALMUERZOS.....	112
GRÁFICO 20. MENÚ ALMUERZOS HOSTERÍA “LA ROCA” .....	113
GRÁFICO 21. MENÚ MERIENDAS HOSTERÍA “LA ROCA” .....	114
GRÁFICO 22. FLUJO DE SERVICIO HOSTERÍA “LA ROCA” .....	116
GRÁFICO 23. FLUJO DE SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	120
GRÁFICO 24. CICLO DE VIDA .....	121
GRÁFICO 25. LOCALIZACIÓN.....	124
GRÁFICO 26. INFLACIÓN ANUAL.....	174

## ÍNDICE DE FOTOS

FOTO 1. PARQUE DE MINDO .....	8
FOTO 2. ENTRADA A MINDO .....	8
FOTO 3. ENTREVISTA #1-HOSTERÍA “MINDO GARDEN” .....	28
FOTO 4. ENTREVISTA #2-PRESIDENTE G.A.D. PARROQUIAL .....	32
FOTO 5. HOSTERÍA “MINDO GARDEN” .....	81
FOTO 6. HOSTERÍA “LA CASA DE PIEDRA” .....	84
FOTO 7. CABAÑAS HOSTERÍA “LA CASA DE PIEDRA” .....	84
FOTO 8. HOSTERÍA “BIO HOSTAL” .....	87
FOTO 9. ÁREA DE DESCANZO HOSTERÍA “BIO HOSTAL” .....	87
FOTO 10. HOSTERÍA “EL CARMELO” .....	89
FOTO 11. LAGO HOSTERÍA “EL CARMELO” .....	90
FOTO 12. PISCINA HOSTERÍA “MINDO REAL” .....	91
FOTO 13. ENTRADA HOSTERÍA “LA ROCA” .....	99
FOTO 14. MATERIAL MADERA .....	100
FOTO 15. MATERIAL VIDRIO .....	100
FOTO 16. DISEÑO CENTRO INFORMÁTICO .....	105
FOTO 17. DISEÑO ÁREA DE GALERÍA DE FOTOS .....	105
FOTO 18. DISEÑO ÁREA DE CINE .....	106
FOTO 19. DISEÑO ÁREA DE LECTURA .....	107
FOTO 20. LOGO HOSTERÍA “LA ROCA” .....	115
FOTO 21. SLOGAN HOSTERÍA “LA ROCA” .....	115
FOTO 22. LOGO “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	119
FOTO 23. SLOGAN “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA” .....	120

## ÍNDICE DE GUÍAS

GUÍA 1. FICHA DE OBSERVACIÓN .....	23
GUÍA 2. GUÍA PARA ENTREVISTAS #1.....	25
GUÍA 3. GUÍA PARA ENTREVISTAS #2.....	26
GUÍA 4. ENCUESTA TURISTAS NACIONALES.....	33
GUÍA 5. ENCUESTA TURISTAS EXTRANJEROS .....	35

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Proyecto tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de una “cafetería-librería turística” en la Hostería “La Roca” (en proceso de construcción) ubicada en la parroquia de Mindo. El propósito de esta hostería es innovar el servicio a proporcionar a los clientes.

La investigación comenzó con la obtención de datos acerca de la parroquia de Mindo, particularmente su historia y atractivos turísticos. Mediante la investigación de mercado se determinó los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, y la demanda insatisfecha dentro de esta zona. Las cifras obtenidas en cuanto al turismo resultaron alentadoras para el desarrollo del presente Proyecto.

Posteriormente, se realizó un análisis situacional, el cual consistió en un estudio interno (de la empresa) y externo (del macroambiente y microambiente), donde se analizó los diferentes factores que pueden afectar o beneficiar a la creación del Proyecto.

Consecuentemente, se determinó el lugar y el procedimiento más conveniente para la construcción de la “cafetería-librería turística”. Además, se estableció los servicios a ofrecer y el diseño a implementar, con el objetivo de satisfacer a los clientes potenciales.

En el capítulo de Marketing Mix se analizó las CUATRO “P” (producto, precio, plaza y promoción) y se determinó las diferentes estrategias a tomar en cada una de ellas. Se eligió las formas idóneas para dar a conocer la Hostería “La Roca” y la “cafetería-librería turística” mediante los diferentes medios publicitarios (ATL y BTL).

Por último, en el capítulo correspondiente al estudio financiero, se realizó el análisis de factibilidad del Proyecto, determinándose los costos y gastos para su apertura, los ingresos necesarios para su desarrollo, y la inversión requerida para la puesta en marcha del negocio. Además, se realizó el análisis de sensibilidad e índices financieros.

## INTRODUCCIÓN

La parroquia de Mindo es una zona donde el ecoturismo ha crecido notablemente durante los últimos años, por lo cual fue necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de la “cafetería-librería turística” con la premisa de implementar una idea innovadora que genere valor agregado dentro de la hostería “La Roca”, la cual cuenta con una infraestructura privilegiada: restaurante, alojamiento, espacios verdes, cancha de vóley y acceso al río.

Fue fundamental realizar un estudio financiero, para establecer los costos y gastos necesarios para la creación de la Hostería “La Roca” y de la “cafetería-librería turística”, proyectándose los mismos a 5 años. Conjuntamente, se determinó mediante los diferentes estados financieros, las ganancias que tendrán los socios. Igualmente, se calculó indicadores importantes como el Valor Neto Actual, la Tasa Interna de Retorno, entre otros, los cuales arrojaron cifras favorables al Proyecto, generándose un ambiente propicio para la toma de decisiones por parte de los socios.

## **1. ANTECEDENTES**

### **1.1. HISTORIA DE LA PARROQUIA DE MINDO**

Para el presente estudio acerca de la historia de la parroquia de Mindo, se ha procedido a recopilar información de varios documentos, por ejemplo tesis de grado, libros, revistas y páginas web de diferentes autores importantes, los cuales han dado la pauta para entender y conocer más sobre el pueblo de Mindo y sus alrededores.

#### **1.1.1. Mindo Antiguo**

En el año 973 la parroquia de Mindo aparece en el mapa de una manera peculiar e inesperada. Según el Padre Juan de Velasco, cuando los Caras pasaban por Mindo a la conquista del Reino de los Quitus (que en ese entonces era un gran valle) lo utilizaron como un campamento de aprovisionamiento para los viajeros, ya sea de alimentos o de mercadería;

además aprovechaban este sitio para retomar fuerza. Es por esto que este lugar era considerado de suma importancia para ellos. (Velasco, 1946)

Antes de que los Caras hayan pasado por este territorio hacia la conquista del Reino de Quito, este lugar estaba habitado por la tribu de los Yumbos, según revelan los diferentes estudios realizados por el investigador, Salomón Frank. (Corporación Ecológica Amigos de la Naturaleza de Mindo, 1994)

En el año 1861, ocurrió un evento importante para esta zona: Mindo fue declarada como parroquia por la Convención Nacional. Cabe recalcar que este territorio se fue poblando poco a poco, la mayoría de la población que habitaba en Mindo llegó desde varias partes del país, principalmente de Manabí, Carchi, Loja, Colombia, Esmeraldas, y de algunas partes del exterior. Por otro lado, Mindo estaba constituido por fincas y haciendas, las cuales contribuyeron con el desarrollo de vías y accesos a estas, ya que en sus inicios solo eran carriles o vías de herradura al borde de precipicios que atravesaban la selva, las cuales fueron muy significativas para los habitantes de esta zona ya que fueron el principal apoyo para hacer realidad la comercialización de los productos agrícolas que se producían en Mindo, también aportó a la explotación de maderas finas, como por ejemplo el cedro, lo cual fue el motivo para empezar la tala selectiva de bosques, otra de las fuentes principales de ingresos fue la actividad ganadera. En cuanto a las viviendas, las casas eran construidas con materiales naturales, la

mayoría provenientes de esta zona y sus techos eran cubiertos de paja. La vestimenta de los habitantes de Mindo era común y no portaban calzado. Por otro lado, las actividades más usuales que se realizaba eran labores de recolección de caucho e incienso, la producción de almidón de yuca, algodón, ají, y especialmente la sal que llevaban a la capital. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Mindo, 2012)

Durante el Gobierno del Dr. Isidro Ayora en el año 1923, emigró una colonia de austríacos hacia el territorio ecuatoriano, colonia que estaba conformada por ochenta pequeñas familias, provenientes de la ciudad de Viena (Europa Central), las cuales estuvieron situadas por 30 años desde el cantón Los Bancos hacia el occidente. Después de este tiempo, muchas de las familias regresaron a su país, otras se trasladaron a Quito, otras a Santo Domingo de los Colorados y unas pocas permanecieron en el pueblo de Mindo, debido a que ya estaban asentados, con sus viviendas y negocios. (Aguirre, 2007)

La época de grandes cambios en Mindo inicia en 1956, con la construcción de la primera carretera en buen estado, la cual cruza los pueblos de Nono, Tandayapa y Mindo, proyecto auspiciado por Don César Garzón, de nacionalidad colombiana. Posteriormente, el señor Jorge Getchel toma la iniciativa de reconstruir Mindo después de la erupción del volcán Pichincha

(1999). Es por esto que el 19 de Mayo se celebra la Fundación de Mindo.  
(Aguirre, 2007)

Después de conocer un poco más sobre la historia de Mindo, podemos hacer énfasis que es un pueblo que ha tenido un desarrollo notable en el tiempo. La construcción de carreteras, la colaboración de los habitantes y sobretodo, la privilegiada flora y fauna que posee, han sido factores clave para este desarrollo. Así, este pequeño y hermoso lugar, es cada vez más conocido como una parada turística importante. Cabe señalar que la visión de prosperidad a través del turismo, ha hecho que los habitantes sean activos defensores ecologistas, conservando la naturaleza de Mindo y haciendo diferencia a nivel de lugares turísticos nacional e internacionalmente.

### **1.1.2. Mindo Actual**

La Parroquia de Mindo se encuentra ubicada aproximadamente a 78 kilómetros de distancia desde la ciudad de Quito, localizada a 1.250 metros sobre el nivel del mar, posee un clima húmedo tropical y una variedad de especies tanto de flora como en fauna, lo cual ha hecho de esta parroquia

una de las más visitadas por los turistas durante todo el año. (Hinojosa Naranjo, 2008)

En 1988 nace el proyecto “Bosque Protector Mindo Nambillo”, como una iniciativa de los habitantes de proteger el medio ambiente. Mindo es uno de los últimos reductos boscosos que posee el Ecuador; cuenta con 19 200 hectáreas y además alberga cinco pisos climáticos. Gracias a esta variación significativa en su altura ha favorecido en gran manera a esta zona, principalmente por la diversidad de especies animales y vegetales que abarca. “Se calcula que existen 450 especies de aves, 370 de orquídeas, 300 de mariposas, y mamíferos como los osos de anteojos, cusumbos, armadillos, guantas y venados” (Maldonado & Rueda, 2007). Mindo es conocido a nivel nacional e internacional por la gran cantidad de especies de aves que posee, ya que suman más de la cuarta parte del total de especies de aves que han sido registradas hasta la fecha en el Ecuador, que son aproximadamente 1.600.

Debido a lo antes mencionado, en el año 1997, Birdlife Internacional, declaró a Mindo “Primer Área de Importancia para las Aves de América.” (Aguirre, 2007)

En la actualidad Mindo cuenta con todos los servicios básicos a disposición de sus habitantes está en continua preparación para poder recibir cada vez mejor a sus nuevos y numerosos turistas, actividad que se ha convertido en una de las más importantes dentro de la parroquia, dejando atrás a la actividad ganadera que años atrás se la consideraba de suma importancia. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Mindo, 2012)

Después de conocer a Mindo en su actualidad, podemos ver que el paso de los años ha sido fructífero ya que su progreso ha sido notable comparándolo con el Mindo antiguo. A pesar de que el mundo en el que vivimos es cambiante y cada vez más exigente, Mindo ha podido adaptarse a las exigencias de sus clientes potenciales: los turistas. A pesar de que Mindo ha logrado este desarrollo, los habitantes de la zona no han dejado de luchar por mantener la naturaleza y el hábitat natural, esto se puede notar en que a pesar de que existen calles pavimentadas a la entrada a esta parroquia, por los alrededores de Mindo sus calles siguen siendo de tierra, lo cual es valorado por los turistas, ya que es sinónimo de aventura. Hoy por hoy, Mindo es uno de los lugares más concurridos en el año.

**FOTO 1. PARQUE DE MINDO**



Tomada por: Yessenia Andino

**FOTO 2. ENTRADA A MINDO**



Tomada por: Yessenia Andino

### 1.1.3. Turismo de Mindo

A nivel mundial el turismo se ha convertido con el pasar del tiempo en una actividad económica fuerte en todos los países. En los últimos años se ha avivado un entusiasmo por el turismo ecológico, donde las personas valoran a la naturaleza y el ecosistema.

En el Ecuador el turismo ha crecido notablemente ya que además de generar ingresos para la zona y el país, genera nuevas plazas de empleo contribuyendo así a la economía del mismo. Como se puede observar en el CUADRO 1 el desarrollo del turismo es claro y además ocupa un puesto (ubicación) importante dentro de la entrada de divisas en el Ecuador.

**CUADRO 1. INGRESOS POR TURISMO**

<b>AÑO</b>	<b>TURISMO</b>
<b>2010</b>	786,5 millones
<b>Ubicación</b>	3
<b>2011</b>	849,7 millones
<b>Ubicación</b>	4
<b>2012</b>	1038,7 millones
<b>Ubicación</b>	4
<b>2013</b>	1251,2 millones
<b>Ubicación</b>	4
<b>2014</b>	1487,2 millones
<b>Ubicación</b>	3

Fuente: INEC-Ministerio de Turismo

Elaboración: INEC-Ministerio de Turismo

Hace aproximadamente 13 años comenzó el auge del turismo en la parroquia de Mindo debido a diferentes factores importantes como la conciencia por la naturaleza y la necesidad de explorar nuevos territorios por parte de los turistas. Gracias a su diversidad de aves y sus hermosos paisajes por toda la zona, varios científicos la declararon como una de los lugares más importantes para la observación de flora y fauna. La mayoría de la población se ha enfocado en la actividad turística, teniendo como resultado un significativo y muy valioso desarrollo de la comunidad y ha hecho que la población busque nuevas e innovadoras formas de atraer turistas, satisfaciendo las necesidades prioritarias de todos aquellos que los visitan, convirtiéndose el turismo de aventura muy popular dentro de Mindo, todo esto tomando en cuenta el cuidado del medio ambiente que lo rodea. (Hinojosa Naranjo, 2008)

Podemos observar en el CUADRO 2, mediante datos estadísticos que desde el año 1996 el ingreso de turistas tanto nacionales como internacionales a la Parroquia de Mindo se ha ido incrementando poco a poco hasta el año 2005 (1,16% en promedio), cifra que ha sido importante para el desarrollo de actividades turísticas dentro de la zona, lo cual ha generado ingresos extras para los nativos. Cabe recalcar que hasta el presente año el turismo sigue expandiéndose por toda la zona debido al reconocimiento dado a esta hermosa parroquia. (Hinojosa Naranjo, 2008)

**CUADRO 2. INGRESO DE TURISTAS Y TASA DE CRECIMIENTO**

<b>INGRESO DE TURISTAS A MINDO SEMANAL</b>				
<b>1996-2005</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>TURISTA EXTRANJERO</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>TURISTA NACIONAL</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>
1996	2,712		4,298	
1997	2,912	0,0737	4,345	0,0109
1998	3,081	0,0580	4,398	0,0122
1999	3,182	0,0328	4,445	0,0107
2000	3,231	0,0154	4,432	-0,0029
2001	3,312	0,0251	4,510	0,0176
2002	3,318	0,0018	4,590	0,0177
2003	3,415	0,0292	4,637	0,0102
2004	3,468	0,0155	4,698	0,0132
2005	3,569	0,0291	4,769	0,0151
<b>SUMA</b>	=	0,2806		0,1047
<b>PROMEDIO</b>	=	0,0312		0,0116

Fuente: Corporación ecológica amigos de la naturaleza de Mindo.

Elaboración: Corporación ecológica amigos de la naturaleza de Mindo.

Actualmente se considera que los turistas visitan la parroquia de Mindo por diversas y diferentes actividades turísticas, entre las cuales: “Avistamiento de aves, visitas a orquidearios, ecoturismo, ecología, recorridos por senderos, caminatas y deportes de aventura entre los cuales están los más primitivos que son las regatas y trekking por los alrededores”. (Aguirre, 2007)

Uno de los puntos que más ha marcado el progreso de esta parroquia como podemos ver es el turismo, gracias a la protección del medio ambiente por parte de los nativos de esta zona, se ha logrado que sin maltratar la naturaleza y con la ayuda de la innovación, existan diversas actividades

turísticas, la mayoría de carácter aventurero, lo que ha hecho que muchos turistas prefieran este destino a cualquier otro.

## 1.2. HISTORIA DE LA EMPRESA “LA ROCA”

Para la recopilación de información acerca de la historia de la hostería “La Roca” se entrevistó a los dueños del lugar. Esta hostería está en proceso de construcción por lo que los dueños no tienen definido aún los aspectos a tratar en esta sección, por lo cual con la colaboración de la autora del presente Proyecto de Tesis y consentimiento de los dueños se llegó a las siguientes conclusiones:

### 1.2.1. Historia

En el año 2007, Edwin Andino y Jeanette Velásquez, una pareja quiteña de esposos, viajaron a Mindo como turistas, quedando encantados con el lugar. En el año 2008, se presentó la primera oportunidad para adquirir un terreno dentro de este destino turístico. Pensando en su familia y en los paseos que podrían hacer hacia Mindo, no tuvieron que analizar mucho la propuesta y lo adquirieron, el terreno está ubicado a 10 minutos del pueblo de Mindo, cerca del Mariposario. La visión inicial de la propiedad para la

convivencia familiar, se transforma en el año 2015 en la evolución del lugar en una hostería, para aprovechar la oportunidad de negocio que ofrece esta zona.

Actualmente “La Roca” cuenta con los siguientes servicios para la satisfacción de los clientes potenciales:

- Alojamiento: diez cabañas bien equipadas.
- Restaurante y un amplio comedor al aire libre.
- Salón de reuniones.
- Entrada directa al río.
- Hermosa vista.
- Parqueaderos.
- Senderos y áreas verdes.
- Cancha de vóley.

Cabe señalar que la Hostería “La Roca” ha optado por conservar el ambiente ecológico en todas y cada una de estas áreas, construidas en madera (alojamiento, restaurante, comedor, salón de reuniones) y muchas

de ellas se han establecido usando elementos de la propia naturaleza (parqueaderos, senderos, áreas verdes, entrada al río).

### 1.2.2. Visión, Misión y Principios

**Visión:** Ser la mejor hostería en Mindo mediante la innovación, promoviendo la creatividad, calidad y servicio, logrando así la fidelización de los clientes.

**Misión:** Satisfacer las necesidades turísticas de la parroquia de Mindo, cantón Quito, ofreciendo a los turistas tanto nacionales como extranjeros interesados en experimentar la biodiversidad y cultura de esta zona, una experiencia única en cuanto a la calidad del servicio de hospedaje, alimentación y distracción.

**Principios:** Los principios serán practicados por todos los empleados tanto por los altos mandos como los subordinados y se nombrará como empleado del mes a aquel funcionario que se destaque en la práctica de los siguientes principios:

- Respeto al Cliente.
- Honestidad.
- Pasión por el trabajo.
- Responsabilidad Social y Ecológica.
- Disciplina.
- Pro actividad.
- Disponibilidad al cambio.
- Autocrítica

## 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### 2.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 2.1.1. Definición población objetivo

Se necesita diseñar un plan de estudio para conocer sobre la factibilidad de implementar una “cafetería-librería turística” dentro de la Hostería “La Roca”, para lo que se ha definido como población objetivo los turistas tanto nacionales como extranjeros que frecuentan la parroquia de Mindo.

**CUADRO 3. PROYECCIÓN INGRESO DE TURISTAS**

PROYECCIÓN TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES EN MINDO 2008-2017			
AÑOS	PROYECCIÓN TURÍSTICA EXTRANJERO	PROYECCIÓN TURÍSTICA NACIONAL	TOTAL
2014	4,705	5,292	9,997
2015	4,852	5,354	10,205
2016	5,003	5,416	10,419
2017	5,159	5,479	10,638

Fuente: Corporación ecológica amigos de la naturaleza de Mindo.  
Elaboración: Yessenia Andino

Este cuadro se lo ha elaborado para saber cuál es la proyección de los datos antes vistos. Se utilizó la tasa de crecimiento promedio del CUADRO 2, en donde para los turistas nacionales es de 1,16% y para los turistas extranjeros 3,12%. Como podemos observar que durante el paso de los años el ingreso de turistas a Mindo tanto nacionales como extranjeros va a seguir creciendo. En este año (2016) se espera que la entrada de turistas semanalmente a Mindo sea de 10.419.

**CUADRO 2. INGRESO DE TURISTAS Y TASA DE CRECIMIENTO**

INGRESO DE TURISTAS A MINDO SEMANAL				
1996-2005				
AÑOS	TURISTA EXTRANJERO	TASA DE CRECIMIENTO	TURISTA NACIONAL	TASA DE CRECIMIENTO
1996	2,712		4,298	
1997	2,912	0,0737	4,345	0,0109
1998	3,081	0,0580	4,398	0,0122
1999	3,182	0,0328	4,445	0,0107
2000	3,231	0,0154	4,432	-0,0029
2001	3,312	0,0251	4,510	0,0176
2002	3,318	0,0018	4,590	0,0177
2003	3,415	0,0292	4,637	0,0102
2004	3,468	0,0155	4,698	0,0132
2005	3,569	0,0291	4,769	0,0151
<b>SUMA</b>	=	0,2806		0,1047
<b>PROMEDIO</b>	=	0,0312		0,0116

Fuente: Corporación ecológica amigos de la naturaleza de Mindo.

Elaboración: Corporación ecológica amigos de la naturaleza de Mindo.

En este cuadro podemos observar que:

En el año 1996, el número de turistas nacionales es aproximadamente el doble de los turistas extranjeros, lo cual quiere decir que en el comienzo, Mindo era visitado más por los ecuatorianos.

Para el año 2005, el margen se reduce entre cantidad de turistas nacionales y extranjeros que acuden a este pueblo.

A pesar de que los turistas nacionales son los que más visitan esta zona, como podemos ver la tasa de crecimiento promedio de los turistas extranjeros (3,12%) es superior a la tasa de crecimiento promedio de los turistas nacionales (1,16%), lo que quiere decir que con el pasar de los años los turistas extranjeros han aumentado su a esta zona, mientras que los turistas nacionales han aumentado su concurrencia durante los años, pero en menor grado.

**CUADRO 4. RESUMEN TOTAL CUADRO 2**

<b>INGRESO DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES A MINDO SEMANAL 1996-2005</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>
1996	7,01	
1997	7,257	0,0352
1998	7,479	0,0306
1999	7,627	0,0198
2000	7,663	0,0047
2001	7,822	0,0207
2002	7,908	0,011
2003	8,052	0,0182
2004	8,166	0,0142
2005	8,338	0,0211
<b>SUMA</b>	=	0,1755
<b>PROMEDIO</b>	=	0,0195

Fuente: Corporación ecológica amigos de la naturaleza de Mindo.

Elaboración: Julio César Naranio

En este cuadro podemos observar que:

Desde el año 1996 hasta el año 2005 ha habido un notable crecimiento en el ingreso de los turistas nacionales y extranjeros a Mindo.

Desde el año 1996 hasta el año 2005 la tasa de crecimiento promedio de los turistas nacionales y extranjeros ha sido de 1,95%.

En el año 2000, la tasa de crecimiento es baja comparándola con los demás años; si observamos el CUADRO 2 podemos concluir que esto se debe a que los turistas nacionales tienen una tasa de crecimiento negativa, lo que significa un declive en la concurrencia a esta zona.

En el año 1997, la tasa de crecimiento es superior comparándola con los demás años, si observamos el si vemos el CUADRO 2 podemos concluir que los turistas, tanto nacionales como extranjeros, acudían cada vez en mayor cantidad a esta zona.

### 2.1.2. Cálculo del tamaño de la muestra

Realizaremos el cálculo del tamaño de la muestra, lo que nos servirá para determinar la cantidad de encuestas que se deben elaborar, mediante la siguiente fórmula de muestreo:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}, \text{ en donde:}$$

**N**= El número de turistas nacionales y extranjeros que visitan el pueblo de Mindo semanalmente en el año 2016 son 10419 turistas según los datos proyectados en el CUADRO #3.

**P**= La probabilidad de éxitos es del 50%.

**Q**= La probabilidad de fracasos es del 50%.

**E**= El nivel de precisión de la muestra tiene un nivel de 5% en este caso (error).

**Z**= La validez de los resultados se mide con una seguridad del 95%, en donde la desviación estándar es del 1,96.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 10419}{(0,05)^2 * (10419 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 370,50$$

Se deberían realizar 371 encuestas a los turistas tanto nacionales como internacionales dentro de la parroquia de Mindo. Para la prueba piloto se tomará un 10% de la muestra calculada, que en este caso son 37 encuestas, pero para mayor facilidad de cálculo se redondeará a 40.

### **2.1.3. Diseño de los métodos de investigación**

Para esta investigación se utilizará tres métodos de investigación:

- La observación: Mediante este método se procederá a recopilar información importante que sirva para determinar ciertos aspectos necesarios para poder competir con las demás empresas. Estas fichas llenadas con la información correspondiente a cada una de las hosterías observadas estará en el ANEXO 1 (CD).

**FICHA DE OBSERVACIÓN:****GUÍA 1. FICHA DE OBSERVACIÓN**

FICHA DE OBSERVACIÓN				
No Ficha:		Fecha:		Encuestador:
IDENTIFICACIÓN				
Nombre Hostería:				
Ubicación:				
CARACTERÍSTICAS				
<u>Servicios:</u>				
Alojamiento		Restaurant		Área de juegos
Piscina		Paq. Turístico		Estacionamiento
Otros				
<u>Diseño:</u>				
Rústico		Moderno		Minimalista
Otros				
<u>Precio:</u>				
Bajo		Medio		Alto
Promoción		Cúales?		
Costo				
<u>Calidad del Servicio:</u>				
Cordialidad		Información precisa		
Atención				
<u>Observaciones:</u>				

Fuente: Yessenia Andino

Elaboración: Yessenia Andino

Los resultados más relevantes de la observación son:

Los servicios que ofrecen la mayoría de hosterías son: alojamiento, restaurant, piscina y estacionamiento. Existen pocas hosterías que tienen servicios adicionales a los mencionados anteriormente como barbacoa, área de camping, Wi-Fi, tv cable, salas de eventos, servicio de lavandería, transporte, yacuzzi, hidromasaje, entre otros.

En cuanto al diseño de las hosterías la mayoría son de tipo rústico y moderno. Hay pocas hosterías que han innovado en este aspecto, por ejemplo una hostería que posee casas en los árboles y otra que tiene casas de lujo para compartir entre varias familias fabricadas con piedra.

Los precios de hospedaje son variados, oscilando entre 10 y 60 dólares por persona. En la mayoría de hosterías, el IVA ya está incluido en el precio, además, un desayuno de cortesía.

En cuanto a la calidad del servicio se pudo comprobar que en la mayor parte de hosterías tratan al cliente de una manera adecuada; la cordialidad y la buena atención fueron factores que se apreciaron en esta observación.

- Las entrevistas: Mediante este método se pudo obtener información de primera mano, ya que estas entrevistas se las realizó a personas expertas o que tenían algún conocimiento previo de un negocio innovador. La información obtenida se encuentra en el ANEXO 2 (CD).

## ENTREVISTAS:

### GUÍA 2. GUÍA PARA ENTREVISTAS #1

<p align="center"><b>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR</b>  <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b>  <b>GUÍA PARA ENTREVISTA #1</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nombre del negocio, ¿por qué ese nombre? ¿Cuántos años tiene esta hostería?</li> <li>2. ¿Cómo se formó el negocio? ¿Cómo surgió esa idea? ¿Qué fue lo más difícil de superar en ese proceso? ¿Qué fue lo más gratificante?</li> <li>3. ¿Con qué afluencia van los turistas a su negocio? ¿En qué fechas existe más afluencia de turistas? ¿Quiénes concurren más su negocio, turistas nacionales o extranjeros?</li> <li>4. ¿Cree que los servicios que usted ofrece son un atractivo para sus clientes? ¿Algún servicio que cree que le falte su negocio? ¿Qué ha identificado usted que les agrada más de su negocio a los clientes que lo visitan?</li> <li>5. ¿Qué es innovación para usted? ¿Qué piensa acerca de los negocios innovadores? ¿Cree usted que su negocio es uno de ellos? ¿Por qué lo cree? ¿Cree que es importante que las hosterías en Míndo innoven constantemente?, ¿por qué? ¿En qué aspectos ha innovado usted su hostería? ¿Sabe usted de alguna hostería que tenga un concepto parecido a su hostería?</li> <li>6. ¿Cree que el uso de tecnología de punta para ciertos servicios ayudaría a atraer nuevos clientes?, ¿por qué y en qué aspectos? ¿Qué tipo de tecnología usa usted?</li> </ol>
--

Elaboración: Yessenia Andino

La guía para entrevistas #1 se realizó a los diferentes dueños de empresas que han logrado un reconocimiento dentro de la parroquia de

Mindo. El objetivo de esto es poder conocer y entender de una manera amplia el comportamiento del consumidor que concurre al pueblo de Mindo para poder tomar las mejores decisiones para el consumidor y para la hostería “La Roca”, ya que mediante esta encuesta también se podrá determinar cómo las hosterías investigadas fueron consiguiendo el reconocimiento y fidelidad de sus clientes actuales y así poder utilizar ese conocimiento para el bienestar de la Hostería “La Roca” y su nuevo proyecto la “cafetería-librería turística”.

### GUÍA 3. GUÍA PARA ENTREVISTAS #2

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**GUÍA PARA ENTREVISTA #2**

1. Breve reseña de Mindo. ¿Cómo era antes el pueblo de Mindo? ¿Cuáles cambios drásticos y significativos se ha dado en los últimos años?
2. Desarrollo del pueblo de Mindo. ¿En qué áreas se ha desarrollado más Mindo? ¿Cuál es su principal actividad económica?
3. Atractivos y datos curiosos de Mindo. ¿Qué es lo que motiva a los turistas a visitar Mindo? ¿Algo curioso de Mindo?
4. Turismo en Mindo. ¿Qué tipo de turistas frecuentan Mindo? ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados? ¿En qué fechas existe la mayor prominencia de turistas en Mindo? ¿En qué le ha ayudado el turismo a los nativos de Mindo?
5. Innovación en Mindo. ¿Qué es para usted la innovación? ¿Cuántas hosterías hay en Mindo? ¿Cuántas hosterías poseen algo diferente? ¿Cree usted que la innovación dentro de las hosterías es un atractivo y un incentivo para los turistas al momento de elegir una hostería de otra?
6. Demografía. ¿Cómo ha cambiado la población de Mindo en los últimos años, en cuanto a su mortalidad, fecundidad y movilidad? ¿Cómo la compara la demografía de Mindo con la demografía del Ecuador? ¿Qué diferencias existen?
7. Tecnología. ¿Qué tan avanzado tecnológicamente cree que está Mindo comparado con el resto del Ecuador? ¿En qué aspectos cree que Mindo debería hacer uso de la nueva tecnología? ¿Cree que la tecnología ayudaría al desarrollo de Mindo?, ¿en qué aspectos y por qué?
8. Políticas y leyes. ¿Qué leyes han afectado de manera importante a Mindo y en qué aspecto? ¿Qué leyes han ayudado de manera importante a Mindo y en qué aspecto?

Elaboración: Yessenia Andino

La guía para entrevista #2 se la realizó a personas expertas en los diferentes temas de interés sobre el pueblo de Mindo: demografía, el turismo, la tecnología, los atractivos y la política, con el fin de conocer más a profundidad esta hermosa parroquia.

A continuación se presentará un pequeño resumen de las entrevistas realizadas:

Srta. Johanna Gonzales, Gerente General de la Hostería Mindo Garden:

Se entrevistó a la Gerente General de la Hostería Mindo Garden por ser una de las hosterías más visitadas y recomendadas dentro del pueblo de Mindo. Lo que se puede resaltar de esta entrevista es:

Mindo Garden lleva 15 años satisfaciendo necesidades de los turistas de Mindo; su dueño es Germán Ortega, también propietario del grupo “Pelicanos” y otras tierras en Mindo.

Mindo Garden obtuvo el “Certificado Joven Turismo”, lo que hace que se sitúen en las primeras posiciones cuando se busca en internet. El extranjero es su cliente principal y para poder hospedarse en esta hostería debe hacer reservación por página; para acceder a los diferentes paquetes es necesario ser socio.

Lo que Mindo Garden está buscando por el momento es expandirse, y su programa familiar es el más apto para ellos, ya que cuentan con cabañas para grandes grupos. Una debilidad de esta hostería es que no ha dado énfasis en la tercera edad. Buscan innovar en cuanto al aspecto del contacto con la naturaleza, lo hacen para dar nuevas experiencias a sus clientes, una de las razones principales por la sus clientes los eligen.

Mindo Garden realizó un estudio en donde llegó a la conclusión que el primer destino turístico es Mindo y ya no la playa, destino preferido anteriormente.

Mindo Garden se diferencia por la arquitectura, el servicio, la buena comida, y es escogida entre muchas porque se la ha considerado tradicional (lleva mucho tiempo en el mercado).

**FOTO 3. ENTREVISTA #1-GERENTE GENERAL HOSTERÍA  
“MINDO GARDEN”**



Tomada por: Edwin Andino

Sr. Henry Medardo Patiño Orozco, Presidente de la Junta de Ambiente y

Turismo de Mindo: Se entrevistó al presidente de la Junta de Ambiente y Turismo de Mindo para obtener información de primera mano y a la vez para contestar ciertas dudas; lo más relevante fue:

En los años entre 1982-1992 Mindo aún no estaba involucrado en el turismo, la población se dedicaba a otras actividades. En el año 1998 se creó el proyecto “Mindo Nambillo”, lo que les permitió tener una proyección de Mindo como potencia turística.

Lo que les motiva a los turistas a visitar Mindo son los diferentes atractivos que posee, por lo que se ha convertido en el alma del turismo de Mindo; además tiene patrimonios naturales como vertientes de agua no exploradas.

Un sector importante de nativos de Mindo están capacitándose para ofrecer un servicio de calidad a los turistas. EL objetivo de las capacitaciones es obtener herramientas para la innovación, y en Mindo hay gente con entusiasmo para formar parte de estas capacitaciones. Los nativos de Mindo se han convertido en consumidores y ya no en productores, lo cual significa un cambio en la mentalidad de la

población, del conformismo al emprendimiento. En otro ámbito, se está fomentando una campaña de concientización para evitar comprar productos contaminados y sustituirlos por productos orgánicos para el deleite de los turistas.

En cuanto al crecimiento poblacional ha ido aumentando con los años, turistas van llegando y van estableciendo su residencia en Mindo, lo cual no es conveniente; sin embargo se busca satisfacer la necesidad de toda la gente.

Sr. Fidel Yaguachi Infante, Presidente G.A.D Parroquial de Mindo: Se entrevistó al presidente de la G.A.D Parroquial de Mindo para profundizar en el conocimiento de ciertos aspectos, para lo cual lo más relevante fue:

Mindo no posee recursos económicos para satisfacer las necesidades de toda la población; los servicios de salud no son buenos, pero se ha tratado de que estos servicios mejoren con el pasar del tiempo para que los pobladores tengan una vida digna. Lo que hace falta en la parroquia de Mindo es mejorar los servicios de la comunidad, para la comunidad.

El 40% de la población no tiene vivienda; las condiciones de vida de la gente que habita aquí no son buenas y es preocupante tanto para los habitantes como para sus gobernantes.

Se está fomentando la protección de las áreas de Mindo. Se realizará también una campaña de deforestación local y se sembrará árboles.

Actualmente se están dando tres seminarios para que la población esté facultada para recibir a los turistas y lo que es más importante y hay que resaltar es que los jóvenes están siendo capacitados de acuerdo a la necesidad poblacional.

La capacidad de gestión y la inversión financiera es algo que falta en este pueblo y en todo el Ecuador, se debe pensar en las buenas condiciones de vida para la nueva generación. Lo que le hace falta a Mindo son emprendimientos que le ayuden a desarrollarse.

**FOTO 4. ENTREVISTA #2-PRESIDENTE G.A.D. PARROQUIAL**

Tomada por: Edwin Andino

- Las encuestas: Mediante este método se determinará los gustos y preferencias de los clientes potenciales de esta zona, tomando los resultados como una base para la toma de decisiones para este proyecto. Con la muestra piloto se procederá a realizar 40 encuestas, de las cuales el 48,02% se efectuará a turistas extranjeros y el 51,98% a turistas nacionales; estos porcentajes se determinaron proporcionalmente del total de la proyección del CUADRO 3 para el año 2016, es decir, se realizará 19 encuestas a los turistas extranjeros y 21 encuestas a turistas nacionales. Estas encuestas contestadas con la información correspondiente estarán en el ANEXO 3 (CD).

**FORMATO DE ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES Y  
TURISTAS EXTRANJEROS:**

**GUÍA 4. ENCUESTA TURISTAS NACIONALES**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ENCUESTA**

**OBJETIVO:** Conocer la factibilidad de creación de una cafetería-librería turística en el pueblo de Mindo.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X en la o las respuesta que usted elija.

1. ¿Cuál es su género?

F  M

2. ¿Qué edad tiene?

\_\_\_\_\_ años.

3. ¿Estado Civil?

Soltero  Casado  Divorciado  Otro

4. Si tiene hijos ¿cuántos tiene? Indique cuantos y en el rango de edades. Si no tiene ponga 0.

\_\_\_\_\_ hijos.

EDAD	RANGO	CANTIDAD
1-5 AÑOS		
6-10 AÑOS		
11-15 AÑOS		
16-20 AÑOS		
MÁS DE 21 AÑOS		

5. ¿Con qué frecuencia usted visita al año Mindo?

\_\_\_\_\_

6. Para conseguir hospedaje en Mindo ¿dónde busca información?

Recomendaciones dentro de Mindo  Páginas Web

Revistas  "Boca a boca"  Otros  ¿Cuál/es? \_\_\_\_\_

7. ¿Cuánto acostumbra gastar diariamente en su hospedaje en Mindo?

\$ \_\_\_\_\_

8. ¿Qué es lo que le motiva a elegir una hostería para hospedarse en Mindo?

Precio  Distracciones  Diseño de Interiores

Paquetes Turísticos  Cafetería  Librería   
 Piscina  Acceso al río  Cultivos Hidropónicos  Otro  ¿Cuál/es?

---

9. ¿Cuántas hosterías conoce en Mindo? Indique el nombre.



---



---



---



---

10. ¿Qué le gusta hacer después de un día de aventura en el pueblo de Mindo?

Leer un libro  Dormir  Ver una película  Admirar la naturaleza   
 Salir a pasear  Otro(s)  ¿Cuál/es? \_\_\_\_\_

11. ¿Sabe usted que es una “cafetería-librería turística”?

Si  No

12. ¿Se hospedaría en una hostería que posea una “cafetería-librería turística”?

Si  No

¿Por qué?

---



---

13. ¿Qué le gustaría que tenga esta “cafetería-librería turística”?

Libros de la naturaleza del Ecuador  Libros de Lectura   
 Juegos para desarrollar el pensamiento  Libros electrónicos   
 Centro Informático  Área de lectura  Área de cine  Galería de Fotos  
 Otros  ¿Cuál/es? \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

Elaboración: Yessenia Andino

## GUÍA 5. ENCUESTA TURISTAS EXTRANJEROS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
SURVEY

**OBJECTIVE:** Know the factibility of the creation of a “turistic library coffee” in the town of Mindo.

**INSTRUCTIONS:** Put an (X) in the anwers that you choose.

1. What is your gender?

Femenine  Masculine

2. How old are you?

\_\_\_\_\_ years

3. Marital Status?

Single  Married  Divorced  Other

4. If you have childre, how many do you have? Please indicate how many and the age range. If you don't have put 0.

\_\_\_\_\_

AGE	RANGE	QUANTITY
1-5 YEARS		
6-10 YEARS		
11-15 YEARS		
16-20 YEARS		
MÁS DE 21 YEARS		

5. In a year, how many times did you travel to Mindo?

\_\_\_\_\_

6. To get lodging in Mindo, where do you search for information?

Recomendations in Mindo  Web pages

Magazines  Tourist guides  Recomendations of Friends  Other   
Wich? \_\_\_\_\_

7. How many money do you spend in a day in lodging in Mindo?

\$ \_\_\_\_\_

8. What is your motivation for choosing a hostel for lodging in Mindo?

Price  Distractions  Tour packages  Coffee shop

Library  Pool  Access to the river  Interior Design   
 Hydroponics cultives  Other  Wich? \_\_\_\_\_

9. How many hostel do you known in Mindo? Indicate the name.



---



---



---



---

10. What would you like to do after an adventure day in the town of Mindo?

Read a book  Sleep/take a nap  Go out for a walk   
 Admire the nature  Watch a movie  Other  Wich? \_\_\_\_\_

11. Do you know what is a “turistic library coffee”?

Yes  No

12. Do you like to stay in a hostel that has a “turistic library coffee”?

Yes  No

Why?

---



---

13. What would you like to have in a “turistic library coffee”?

Books with pictures of the nature of Ecuador   
 Books for Reading  Games for developing thinking   
 Electronic Books  Computer center  Reading area   
 Cinema area  Photo galery  Other  Wich? \_\_\_\_\_

**Thanks for your feedback!**

Elaboración: Yessenia Andino

#### 2.1.4. Tabulación y análisis de encuesta piloto

Para la encuesta piloto se tomó una muestra de 40 personas. Estas encuestas se realizaron en la parroquia de Mindo, el día 14 de noviembre del 2015 a las 9 de la mañana. Después de realizar la indagación se pudo ver que la encuesta estaba bien diseñada, es decir, fácil de entender y de responder. La tabulación de las encuestas piloto se encuentra en el ANEXO #3 (CD), donde podemos ver un resumen de estas. Con estos antecedentes se procedió a realizar la encuesta.

### 2.1.5. Tabulación y análisis encuesta

La encuesta se realizó a 371 personas en la parroquia de Mindo, 193 a turistas nacionales y 178 a turistas extranjeros; los días 27, 28 y 29 de noviembre de 2015 y los días 5 y 6 de diciembre de 2015. Los resultados que arrojaron las encuestas fueron los siguientes:

#### **PREGUNTA #1: ¿Cuál es su género?**

**CUADRO 5. TABLA DE GÉNERO**

GÉNERO		EXTRANJERO		NACIONAL	
Masculino	195	Masculino	94	Masculino	101
Femenino	176	Femenino	84	Femenino	92

Los turistas que acuden a Mindo en cuanto al género son hombres en un 55% y mujeres en un 45%. Los porcentajes se diferencian por una mínima diferencia de 10%, por lo que se puede determinar que ambos géneros visitan esta parroquia prácticamente por igual. Los turistas en su mayoría, van acompañados por sus amigos o familiares según preguntas realizadas mientras respondían las encuestas.

**GRÁFICO 1. CIRCULAR GÉNERO**



**PREGUNTA #2: ¿Qué edad tiene?****CUADRO 6. TABLA EDAD**

EDAD		
19-25	103	28,07%
26-32	142	38,69%
33-39	111	30,25%
más de 40	11	3,00%

El promedio de edad de la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros que viajan a Mindo es de 30 años. El sector mayoritario de turistas está entre 26 y 32 años de edad, significando el 38.69% de los invitados.

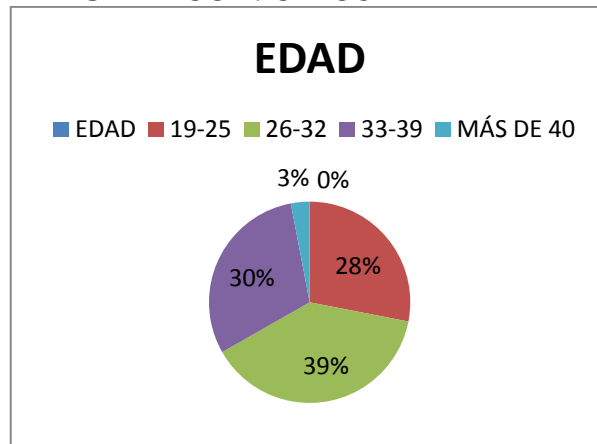
**CUADRO 7. TABLA PROMEDIO DE EDAD DE TURISTAS NACIONALES**

NACIONAL													
EDAD													
32	38	30	33	35	37	37	22	30	26	35	32	34	
26	30	25	37	32	28	30	37	34	23	28	37	27	
30	27	19	33	28	29	26	31	22	21	23	29	20	
25	29	21	30	35	25	37	37	26	22	31	36	28	
34	33	22	37	29	35	23	20	31	30	25	38	24	
25	36	27	32	34	28	31	24	23	24	34	38	28	
24	32	20	28	30	25	21	35	29	38	34	29	31	
25	36	30	29	35	34	26	26	35	23	27	22	28	
25	20	35	37	37	33	35	28	26	27	19	23	35	
27	24	24	33	27	26	27	33	19	36	33	36	22	
38	22	22	24	35	25	19	29	21	28	21	31	25	
19	25	30	32	32	37	37	29	34	26	29	35	30	
31	30	32	27	38	24	20	32	37	22	22	24	34	
31	30	20	30	32	28	19	25	35	30	25	38	30	
22	30	34	25	27	34	22	26	27	33	28			
PROMEDIO												28,796	

**CUADRO 8. TABLA PROMEDIO DE EDAD DE TURISTAS EXTRANJEROS**

EXTRANJERO											
EDAD											
30	38	22	38	28	38	38	29	25	31	28	29
30	34	22	25	24	24	41	31	34	35	35	35
22	28	30	21	23	35	38	32	24	26	24	32
34	35	36	41	29	34	39	37	29	23	31	40
26	36	33	35	36	37	25	26	40	32	25	28
29	40	40	28	33	22	36	37	30	31	28	35
23	28	36	41	29	29	36	26	36	28	35	33
33	21	26	41	31	35	29	20	32	32	35	25
28	21	36	32	20	29	20	25	40	23	24	38
34	35	27	36	22	22	30	31	27	26	32	28
31	25	35	30	32	23	20	34	27	32	33	30
40	28	32	28	23	34	26	36	41	32	35	29
28	21	34	37	23	34	28	22	23	24	38	21
60	28	31	28	52	32	20	42	43	27	59	54
46	41	28	41	36	59	52	29	35	36		
<b>PROMEDIO</b>										<b>30,449</b>	

**GRÁFICO 2. CIRCULAR EDAD**



En cuanto a los turistas extranjeros se observa que el promedio de edad es 31 años, un poco más elevado que el promedio general. En cuanto a los turistas nacionales se evidencia que el promedio de edad es 29 años, un

poco más abajo del promedio general. Es decir, el turista tanto nacional como extranjero joven es el que más acude a Mindo.

**PREGUNTA #3: ¿Estado Civil?**

**CUADRO 9. TABLA ESTADO CIVIL**

ESTADO CIVIL		EXTRANJERO		NACIONAL	
SOLTERO	304	SOLTERO	136	SOLTERO	168
CASADO	57	CASADO	32	CASADO	25
DIVORCIADO	0	DIVORCIADO	0	DIVORCIADO	0
OTRO	10	OTRO	10	OTRO	0

**GRÁFICO 3. CIRCULAR ESTADO CIVIL**



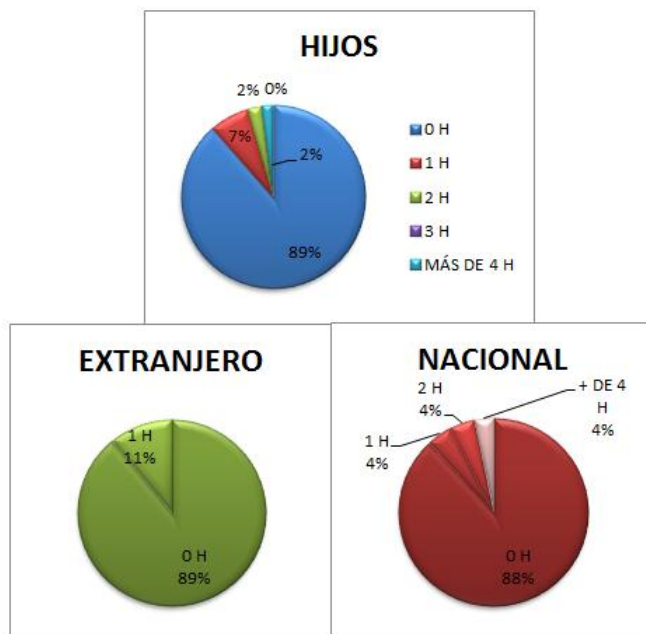
Los turistas que más acuden a Mindo son, en su mayor parte personas solteras (83%), las personas casadas ocupan el segundo lugar en cuanto a concurrencia con el 14%. No se obtuvieron muestras de personas divorciadas.

**PREGUNTA #4: Si tiene hijos ¿cuántos tiene? Indique cuántos y en el rango de edades. Si no tiene ponga 0.**

**CUADRO 10. TABLA NÚMERO DE HIJOS**

HIJOS	EXTRANJERO		NACIONAL		
	0	MÁS DE 4	0	MÁS DE 4	
0	325	0	157	0	168
1	30	1	21	1	9
2	8	2	0	2	8
3	0	3	0	3	0
MÁS DE 4	8	MÁS DE 4	0	MÁS DE 4	8

**GRÁFICO 4. CIRCULAR NÚMERO DE HIJOS**



La mayor parte de turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo no poseen hijos; por otra parte, un porcentaje pequeño tiene un hijo (7%).

En cuanto a los turistas extranjeros se pudo observar que de los 156 encuestados, 139 personas no poseen hijos (89%) y tan solo 17 personas poseen 1 hijo (11%). En cuanto a los turistas nacionales se pudo observar que de los 211 encuestados, 186 no poseen hijos (88%).

**PREGUNTA #5: ¿Con qué frecuencia usted visita al año Mindo?**

**CUADRO 11. TABLA VISITAS A MINDO**

VISITAS		EXTRANJERO		NACIONAL	
1	279	1	136	1	143
2	25	2	0	2	25
3	31	3	31	3	0
4	19	4	11	4	8
MÁS DE 5	17	MÁS DE 5	0	MÁS DE 5	17

De los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo, por lo menos lo hacen 1 vez al año.

En cuanto a los turistas extranjeros, se pudo observar que de los 156 encuestados, 120 personas visitan Mindo una vez al año (77%), 27

personas lo hacen 3 veces al año (17%) y tan solo 9 personas lo hacen 4 veces (6%). En cuanto a los turistas nacionales, se pudo observar que de los 211 encuestados, 157 personas visitan Mindo una vez al año (74%), 27 personas visitan 2 veces al año (13%), 9 personas visitan 4 veces al año (4%) y 18 personas lo hacen más de 5 veces al año (9%).

**GRÁFICO 5. CIRCULAR VISITAS A MINDO**



**PREGUNTA #6: Para conseguir hospedaje en Mindo ¿dónde busca información?**

**CUADRO 12. TABLA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN**

INFORMACIÓN		EXTRANJERO		NACIONAL	
Rec. Mindo	100	Rec. Mindo	16	Rec. Mindo	84
Pág. Web	208	Pág. Web	70	Pág. Web	138
Revistas	31	Revistas	31	Revistas	0
"Boca a boca"	118	"Boca a boca"	86	"Boca a boca"	32
Otros	21	Otros	0	Otros	21

Mediante los resultados que se muestra, la mayoría de turistas nacionales y extranjeros buscan información de hospedaje en las diferentes páginas web (44%), el famoso “boca a boca” (25%) y recomendaciones dentro de Mindo (21%).

En cuanto a los turistas extranjeros se pudo observar que de los 156 encuestados, 86 personas respondieron que consiguieron información de hospedaje por “boca a boca” o recomendaciones de sus allegados (42%), mientras que 70 personas lo hacen por páginas web (25%). En cuanto a los turistas nacionales, se pudo observar que de los 211 encuestados, 138 personas obtienen información de hospedaje mediante las páginas web (50%) y 84 personas lo hacen mediante las recomendaciones dentro del pueblo de Mindo (30%).

**GRÁFICO 6. CIRCULAR BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN**

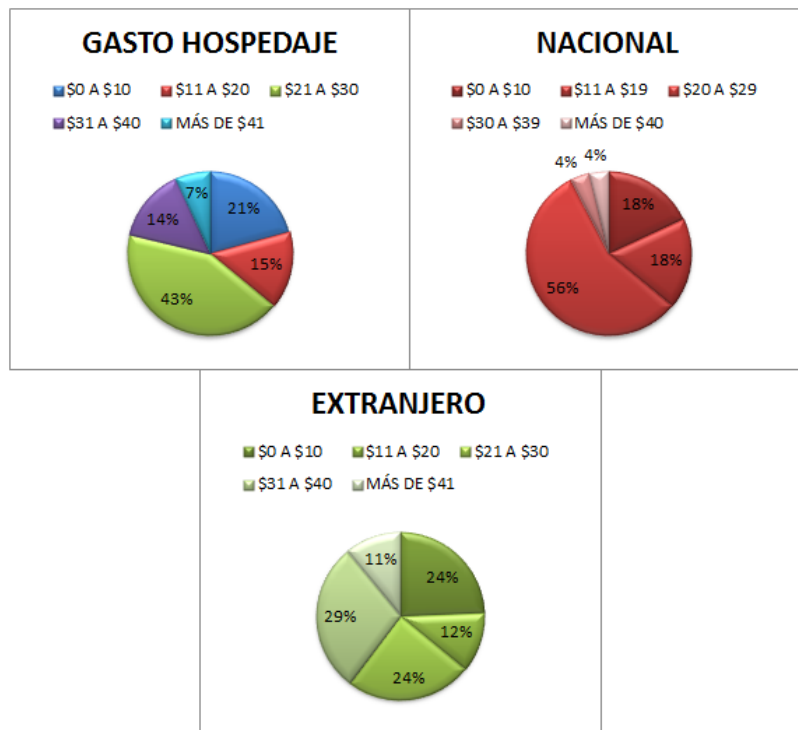
Mediante los resultados que se muestra, la mayoría de turistas nacionales y extranjeros buscan información de hospedaje en las diferentes páginas web (44%), el famoso “boca a boca” (25%) y recomendaciones dentro de Mindo (21%).

**PREGUNTA #7: ¿Cuánto acostumbra gastar diariamente en su hospedaje en Mindo?**

**CUADRO 13. TABLA GASTO DE HOSPEDAJE**

GASTO HOSPEDAJE		EXTRANJERO		NACIONAL	
\$0 A \$10	76	\$0 A \$10	42	\$0 A \$10	34
\$11 A \$20	55	\$11 A \$20	21	\$11 A \$19	34
\$21 A \$30	151	\$21 A \$30	42	\$20 A \$29	109
\$31 A \$40	60	\$31 A \$40	52	\$30 A \$39	8
MÁS DE \$41	29	MÁS DE \$41	21	MÁS DE \$40	8

**GRÁFICO 7. CIRCULAR GASTO DE HOSPEDAJE**



En cuanto al gasto de hospedaje se evidencia que una gran parte de turistas nacionales y extranjeros invierten entre 21 dólares y 30 dólares por día, por persona (43%).

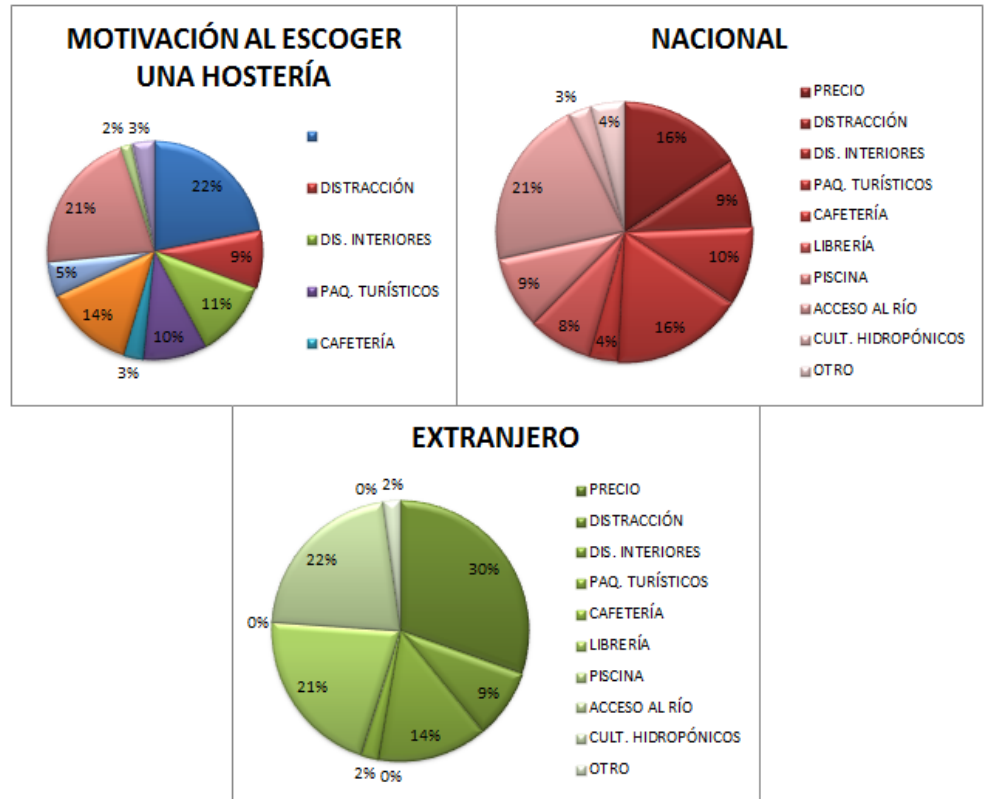
En cuanto a los turistas extranjeros, se pudo observar que la mayoría gasta en un día de hospedaje por persona entre 31 y 40 dólares (29%). En cuanto a los turistas nacionales se pudo observar que la mayoría gasta en un día de hospedaje por persona entre los 20 y 29 dólares (56%).

**PREGUNTA #8: ¿Qué es lo que le motiva a elegir una hostería para hospedarse en Mindo?**

**CUADRO 14. TABLA MOTIVACIÓN CLIENTE**

MOTIVACIÓN		EXTRANJERO		NACIONAL	
PRECIO	234	PRECIO	137	PRECIO	97
DISTRACCIÓN	92	DISTRACCIÓN	39	DISTRACCIÓN	53
DIS. INTERIORES	123	DIS. INTERIORES	62	DIS. INTERIORES	61
PAQ. TURÍSTICOS	102	PAQ. TURÍSTICOS	0	PAQ. TURÍSTICOS	102
CAFETERÍA	32	CAFETERÍA	10	CAFETERÍA	22
LIBRERÍA	145	LIBRERÍA	95	LIBRERÍA	50
PISCINA	56	PISCINA	0	PISCINA	56
ACCESO AL RÍO	229	ACCESO AL RÍO	98	ACCESO AL RÍO	131
CULT. HIDROPÓNICOS	18	CULT. HIDROPÓNICOS	0	CULT. HIDROPÓNICOS	18
OTRO	36	OTRO	10	OTRO	26

### GRÁFICO 8. CIRCULAR MOTIVACIÓN CLIENTE



A la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros, en el momento de elegir una hostería, lo que les motiva es el precio (22%), el acceso al río (21%), una librería (14%) y el diseño de interiores (11%).

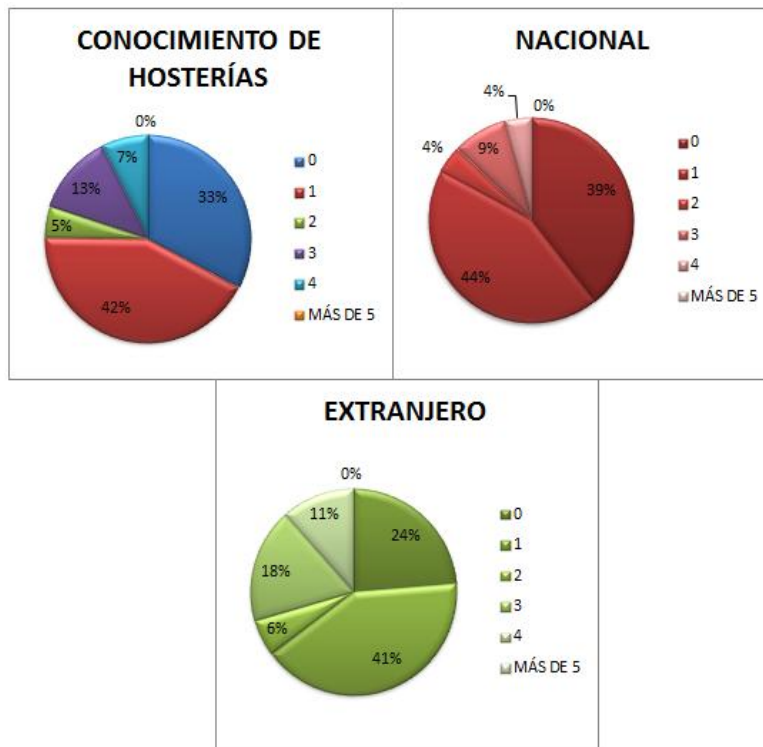
En cuanto a los turistas extranjeros, se pudo observar que la mayoría toman su decisión basados en el precio (30%), el acceso al río (22%), una librería (21%) y el diseño de interiores (14%). En cuanto a los turistas nacionales, se pudo observar que la mayoría determinan la hostería a hospedarse tomando en cuenta el acceso al río (21%), los paquetes turísticos que ofrezca la hostería (16%) y el precio (16%).

**PREGUNTA #9: ¿Cuántas hosterías conoce en Mindo? Indique el nombre.**

**CUADRO 15. TABLA CONOCIMIENTO DE HOSTERÍAS**

CONOCIMIENTO		EXTRANJERO		NACIONAL	
0	118	0	42	0	76
1	157	1	73	1	84
2	19	2	11	2	8
3	48	3	31	3	17
4	29	4	21	4	8
MÁS DE 5	0	MÁS DE 5	0	MÁS DE 5	0

**GRÁFICO 9. CIRCULAR CONOCIMIENTO DE HOSTERÍAS**



De los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo, muchos de ellos conocen al menos una hostería dentro del pueblo de Mindo (42%). En

cuanto a los turistas extranjeros, se pudo observar que de los 156 entrevistados, 64 personas conocen una sola hostería (41%) y 37 personas no conocen ninguna (24%). En cuanto a los turistas nacionales, se pudo observar que de los 211 encuestados, 92 personas conocen una hostería (44%) y 83 personas no conocen ninguna (39%).

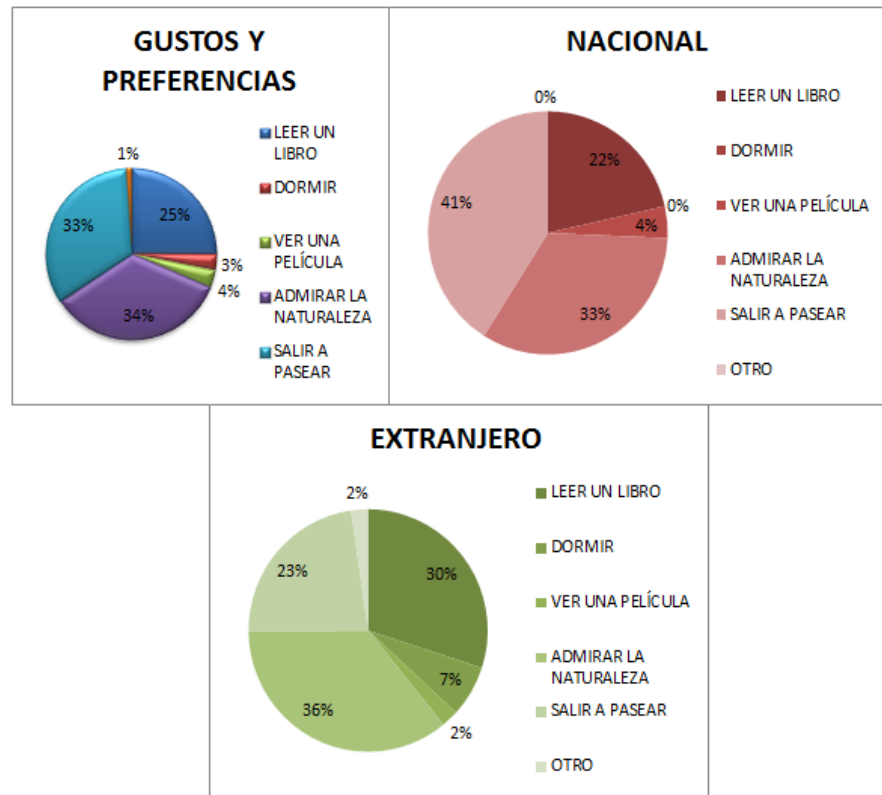
Las hosterías más visitadas fueron: El Carmelo, Bio Hostal, Casa de Piedra y Mindo Real.

**PREGUNTA #10: ¿Qué le gusta hacer después de un día de aventura en el pueblo de Mindo?**

**CUADRO 16. TABLA GUSTOS Y PREFERENCIAS**

GUSTOS / PREFERENCIA		EXTRANJERO		NACIONAL	
LEER UN LIBRO	207	LEER UN LIBRO	105	LEER UN LIBRO	102
DORMIR	24	DORMIR	24	DORMIR	0
PELÍCULA	28	PELÍCULA	8	PELÍCULA	20
NATURALEZA	283	NATURALEZA	125	NATURALEZA	158
PASEAR	275	PASEAR	80	PASEAR	195
OTRO	8	OTRO	8	OTRO	0

### GRÁFICO 10. CIRCULAR GUSTOS Y PREFERENCIAS



Lo que les gusta hacer después de un día de aventura en el pueblo de Mindo a la gran parte de turistas nacionales y extranjeros es admirar la naturaleza (34%), salir a pasear (33%) y leer un libro (25%).

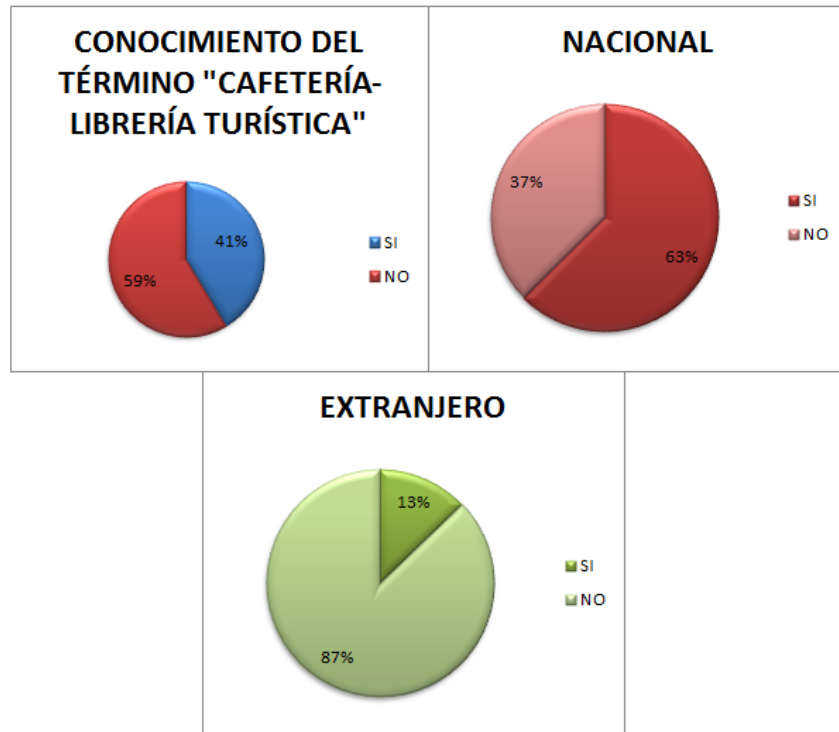
En cuanto a los turistas extranjeros se pudo observar que lo que prefieren hacer después de un día de aventura en el pueblo de Mindo es admirar la naturaleza (36%), leer un libro (30%) y salir a pasear (23%). En cuanto a los turistas nacionales se pudo observar que lo que eligen hacer después de un día de aventura en el pueblo de Mindo es salir a pasear (41%), admirar la naturaleza (33%) y leer un libro (22%).

**PREGUNTA #11: ¿Sabe usted que es una “cafetería-librería turística”?**

**CUADRO 17. CONOCIMIENTO “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

CLT		EXTRANJERO		NACIONAL	
SI	138	SI	21	SI	117
NO	233	NO	157	NO	76

**GRÁFICO 11. CIRCULAR CONOCIMIENTO “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**



La mayor parte de turistas nacionales y extranjeros no conocen que es una “cafetería-librería turística” (59%).

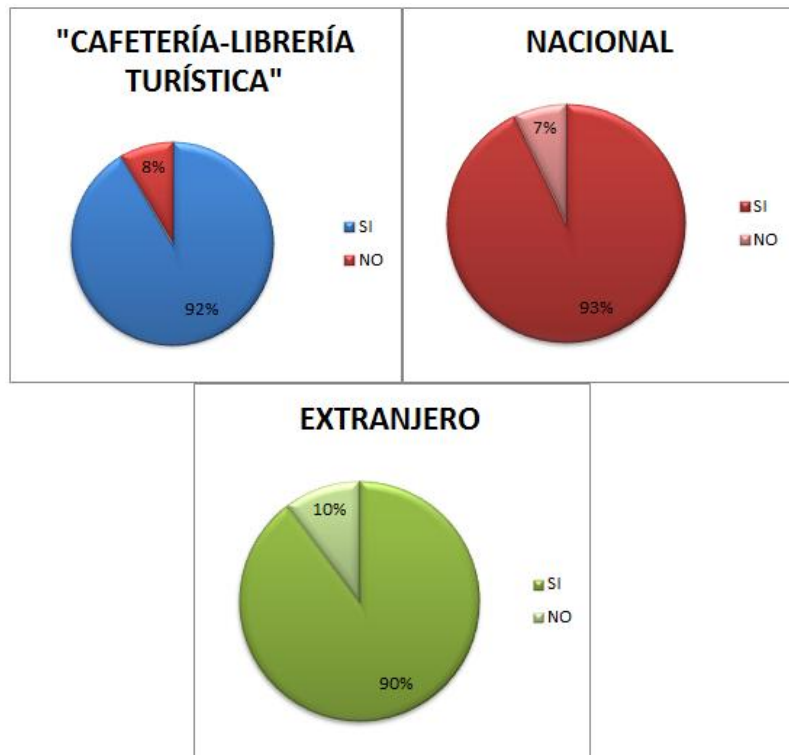
En cuanto a los turistas extranjeros se pudo observar que un porcentaje aún mayor no conocen que es o de que se trata una “cafetería-librería turística” (87%). En cuanto a los turistas nacionales se pudo observar que la mayoría conoce que es una “cafetería-librería turística” (63%).

**PREGUNTA #12: ¿Se hospedaría en una hostería que posea una “cafetería-librería turística?”**

**CUADRO 18. “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

	CLT	EXTRANJERO	NACIONAL
SI	333	157	176
NO	38	21	17

**GRÁFICO 12. “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**



Tanto los turistas nacionales como extranjeros se hospedarían en una hostería que posea una “cafetería-librería turística” en un porcentaje muy alto (92%).

En cuanto a los turistas extranjeros, se pudo observar que la mayoría se hospedarían en una hostería que posea una “cafetería-librería turística” (90%). En cuanto a los turistas nacionales, se pudo observar que la mayoría se hospedarían en una hostería que posea una “cafetería-librería turística” (93%).

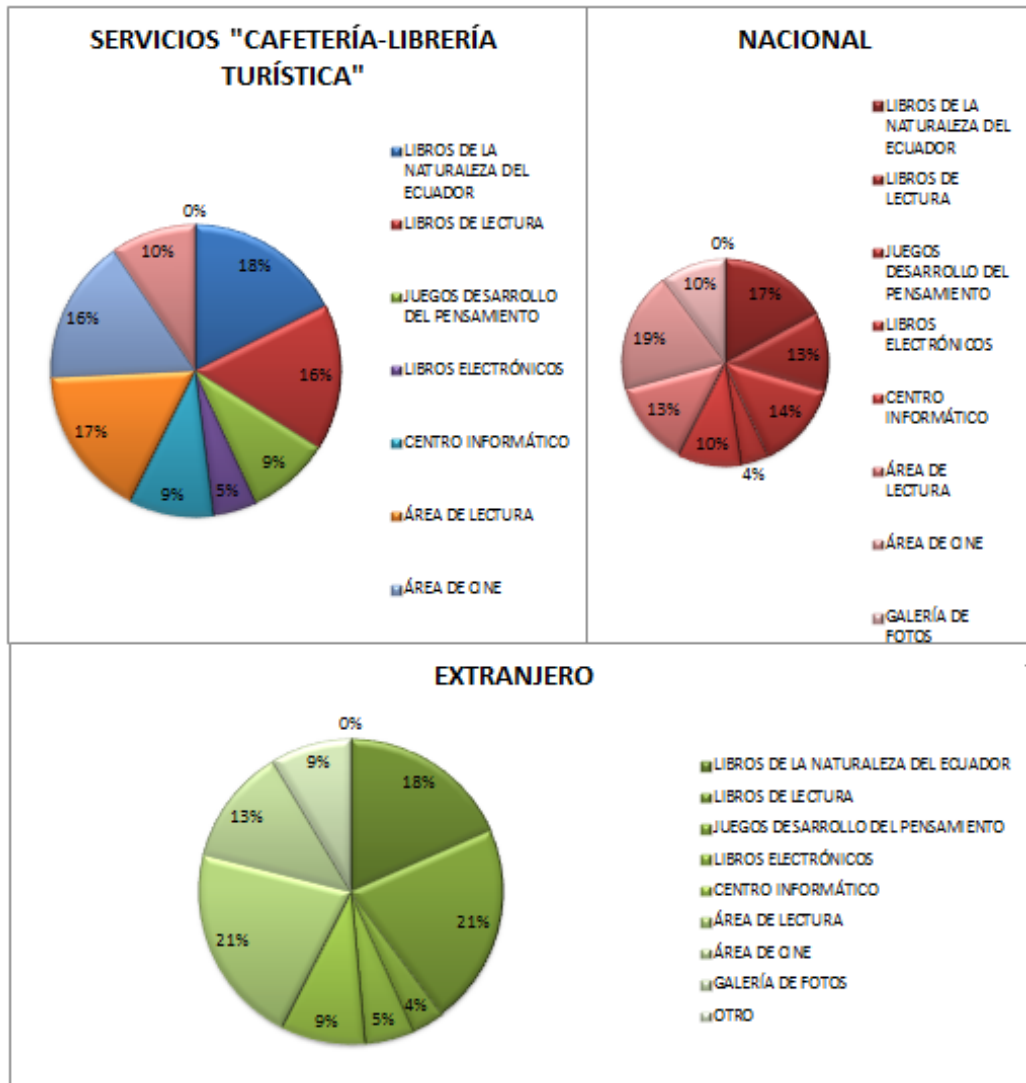
**PREGUNTA #13: ¿Qué le gustaría que tenga esta “cafetería-librería turística”?**

Lo que les gustaría que haya en una “cafetería-librería turística” a los turistas nacionales y extranjeros son libros de la naturaleza del Ecuador (18%), una área de lectura (17%) y un área de cine (16%).

En cuanto a los turistas extranjeros se pudo observar que a la mayoría desean que en una “cafetería-librería turística” haya un área de lectura (21%), libros de lectura (21%) y libros de la naturaleza del Ecuador (18%).

En cuanto a los turistas nacionales se pudo observar que a la mayoría les gustaría que en una “cafetería-librería turística” haya un área de cine (19%), libros de la naturaleza del Ecuador (17%) y juegos para desarrollar el pensamiento (14%).

**GRÁFICO 13. CIRCULAR SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**



**CUADRO 19. TABLA SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

SERVICIOS CLT		EXTRANJERO		NACIONAL	
NATURALEZA	233	NATURALEZA	103	NATURALEZA	130
LIBROS	215	LIBROS	120	LIBROS	95
DESARR. PENSAM.	123	DESARR. PENSAM.	20	DESARR. PENSAM.	103
ELECTRÓNICOS	63	ELECTRÓNICOS	29	ELECTRÓNICOS	34
CENTRO INF.	125	CENTRO INF.	50	CENTRO INF.	75
ÁREA DE LECTURA	222	ÁREA DE LECTURA	120	ÁREA DE LECTURA	102
CINE	214	CINE	70	CINE	144
GALERÍA FOTOS	126	GALERÍA FOTOS	48	GALERÍA FOTOS	78
OTRO	0	OTRO	0	OTRO	0

**CONCLUSIONES:**

Tanto hombres como mujeres visitan el pueblo de Mindo ya sea acompañados por sus amigos o familiares, lo cual es de beneficio ya que el proyecto de la “cafetería-librería turística” busca ofrecer un turismo sin diferenciación entre sexos.

El promedio de edad de los turistas que visitan Mindo es 29 años, es decir, son personas jóvenes que buscan nuevas aventuras y experiencias como lo es la “cafetería-librería turística”.

Los turistas que más acuden a Mindo son personas solteras y casadas. Algo interesante es que las personas divorciadas no representan un sector

importante de visitantes, con esto se evidencia el cliente al cual se debe satisfacer prioritariamente.

A la parroquia de Mindo acuden turistas que en su mayoría no poseen hijos; por esta razón, la “cafetería-librería turística” estará destinada, acoplada y diseñada más para las personas jóvenes y adultas.

Los turistas visitan por lo menos una vez al año Mindo, lo que supone que un lugar turístico, para ser exitoso, debe ser competitivamente innovador y con calidad de servicio, requisitos que cumplirá la “cafetería-librería turística”.

Los turistas buscan información de hospedaje principalmente en páginas web, también se informan mediante las recomendaciones de sus amigos y las recomendaciones dentro del pueblo de Mindo, con lo que se puede determinar las diferentes maneras de atraer clientes a este nuevo destino turístico, para lo cual la hostería “La Roca” buscará estrategias que le ayuden a ganar mercado, por ejemplo deberá implementar la creación de su página web.

La mayor parte de turistas gastan en hospedaje entre 21 dólares y 30 dólares por día y por persona; este rango nos sirve para determinar el precio de hospedaje que deberá ofrecer la hostería “La Roca”.

Al momento de elegir una hostería lo que les motiva o les atrae a los turistas es que esta tenga acceso al río, un precio asequible, una librería y un acogedor diseño de interiores, para lo cual la hostería “La Roca” potenciar la satisfacción de cada una de estas necesidades con la creación de la “cafetería-librería turística”.

La mayor parte de turistas conocen al menos una hostería dentro del pueblo de Mindo, Por lo cual la hostería “La Roca”deberá buscar estrategias publicitarias para estar entre las preferencias de los turistas de Mindo.

A los turistas, lo que les agrada hacer después de un día de aventura en el pueblo de Mindo, es admirar la naturaleza, salir a pasear y leer un libro. como podemos ver, la “cafetería-librería turística” podrá satisfacer la necesidad de leer un libro, mientras se disfruta de la naturaleza.

Los turistas nacionales y extranjeros no conocen en su mayoría, qué es una “cafetería-librería turística”; de esto se puede deducir que el proyecto es innovador, y a pesar de que los turistas no saben de que se trata o que es, con una pequeña explicación es fácil de entender y apreciar.

La mayor parte de turistas se hospedarían en una hostería que posea una “cafetería-librería turística” y al ser la única hostería que posea esta idea desarrollada, se podrá crear la ventaja competitiva que necesita.

A la mayor parte de turistas les gustaría que en una “cafetería-librería turística” haya libros de la naturaleza del Ecuador, una área de lectura y un área de cine; esto nos servirá para saber que tipo de contenido a nivel de libros se debe incluir en la “cafetería-librería turística” para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

#### **2.1.6. Análisis de demanda insatisfecha**

**Oferta:**

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, en el año 2010 la capacidad instalada es de 540 personas por día, en donde la oferta anual fue de 197.100.

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta que en los últimos años la creación de nuevas hosterías en Mindo es nula, por lo tanto la oferta se mantiene constante como se detalla en el CUADRO 20:

**CUADRO 20. PROYECCIÓN OFERTA ANUAL**

OFERTA	
AÑO	OFERTA
2010	197,100
2011	197,100
2012	197,100
2013	197,100
2014	197,100
2015	197,100
2016	197,100
2017	197,100

Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaboración: Yessenia Andino

**Demanda:**

Para el cálculo de la proyección de la demanda se utilizó los datos proporcionados en el CUADRO 4, en donde se muestra la proyección de

turistas tanto nacionales como internacionales que visitan Mindo semanalmente.

### CUADRO 21. PROYECCIÓN DEMANDA ANUAL

DEMANDA	
AÑO	DEMANDA
2010	442,272
2011	451,344
2012	460,608
2013	470,112
2014	479,856
2015	489,840
2016	500,112
2017	510,624

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Yessenia Andino

Para la proyección de la demanada anual se multiplicó los valores del CUADRO 4 por 48 semanas.

#### **Demanda Insatisfecha:**

Según los resultados obtenidos en el CUADRO 22, podemos ver que existe una gran demanda insatisfecha de mercado desde el año 2010. Para el año 2016 se prevé una demanda insatisfecha de 6313 plazas, lo cual es un gran beneficio para la hostería “La Roca”, ya que podría cubrir una parte de la demanda insatisfecha.

**CUADRO 22. CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA ANUAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA SEMANAL</b>
2010	442,272	197,100	245,172	5,108
2011	451,344	197,100	254,244	5,297
2012	460,608	197,100	263,508	5,490
2013	470,112	197,100	273,012	5,688
2014	479,856	197,100	282,756	5,891
2015	489,840	197,100	292,740	6,099
2016	500,112	197,100	303,012	6,313
2017	510,624	197,100	313,524	6,532

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Yessenia Andino

### **3. ANÁLISIS SITUACIONAL HOSTERÍA “LA ROCA” Y “CAFÉ-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

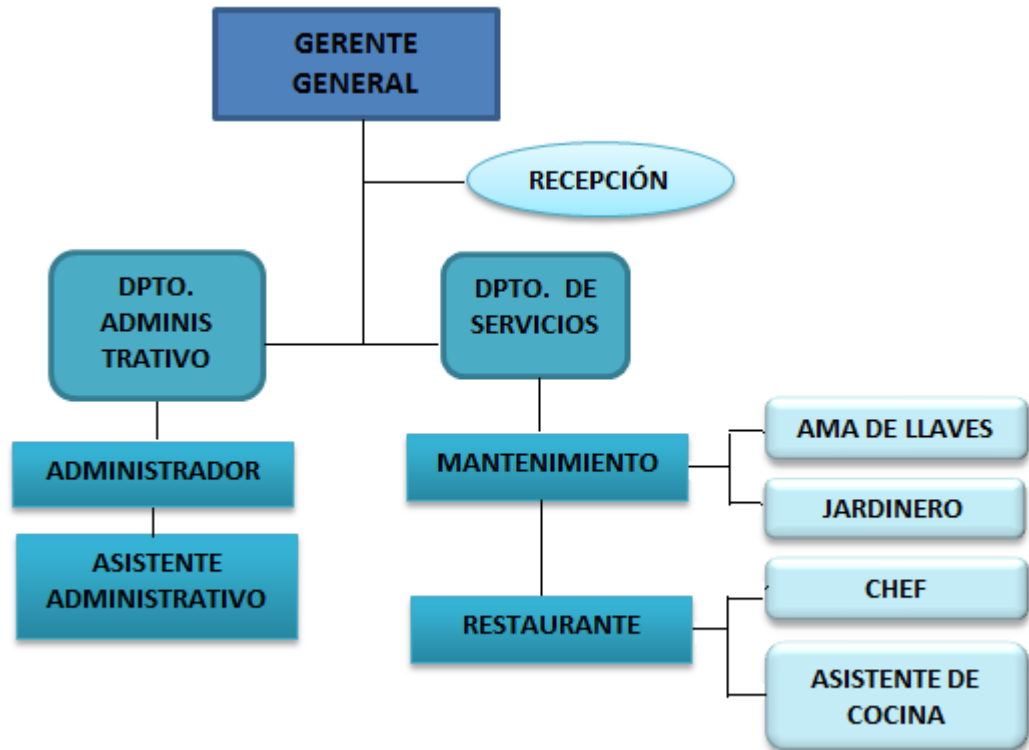
#### **3.1. DIAGNÓSTICO INTERNO**

Para determinar la información relevante que se procederá a utilizar más adelante en el análisis de la cadena de valor para esta empresa, se visitó las instalaciones de la hostería “La Roca” y mediante un diálogo con los dueños se llegó a las siguientes conclusiones:

##### **3.1.1. Organigrama**

La Hostería “La Roca” cuenta con un organigrama vertical, el mismo que le ha facilitado en temas de transmisión de información de departamento en departamento y además se ha logrado resolver de una manera más ágil los diferentes problemas que se han presentado. Los departamentos con los que cuenta actualmente son los siguientes:

GRÁFICO 14. ORGANIGRAMA



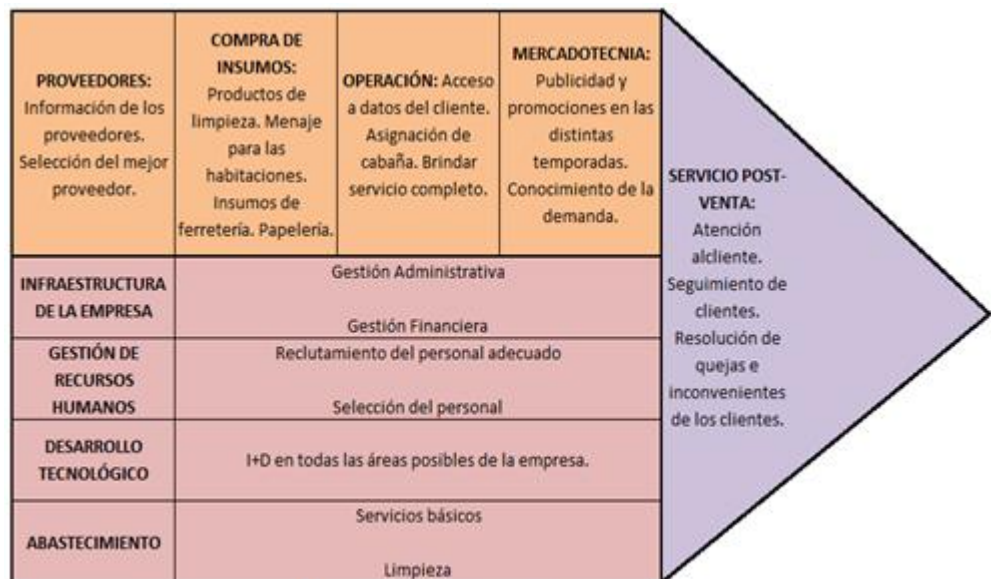
Elaborado por: Yessenia Andino

- La gerencia general, en donde el director como cabeza de la empresa es responsable de que las obligaciones de los demás departamentos sean cumplidas en un tiempo establecido.
- La recepción, cumple un papel muy importante dentro de la organización ya que realiza funciones significativas desde antes que llegue el cliente, durante, y hasta que éste se retira del establecimiento turístico. La recepcionista se encargará de: asignar una cabaña a los clientes, llevar a los clientes a la cabaña asignada, llenar hoja de almuerzos de los clientes, etc.

- El departamento administrativo, el cual se encargará de sacar el máximo beneficio económico posible para la empresa. La administradora también se encargará de administrar la “cafetería-librería turística”.
- El departamento de servicios, el cual se encargará de proporcionar oportuna y eficientemente los servicios que se requiera en las diferentes áreas.

### 3.1.2. Cadena de valor

**GRÁFICO 15. CADENA DE VALOR**



Elaborado por: Yessenia Andino

La hostería “La Roca” cuenta con diferentes procesos que generan un valor agregado al servicio que actualmente ofrece, los cuales hacen una diferencia con las demás hosterías. Estos procesos son:

- Servicio Post-Venta: Este proceso es el que más se ha fomentado dentro de esta hostería, ya que cada uno de los empleados está consciente de la importancia que tiene la satisfacción total de los clientes que acuden a este lugar, lo cual incluye la resolución de sus quejas e inquietudes inmediatamente, y el constante seguimiento de cada uno de los clientes, lo que ha dado como resultado la fidelidad de la mayoría de ellos.
- Abastecimiento: Este proceso ha sido tomado muy en cuenta para el deleite de los clientes que visitan esta hostería, puesto que los administradores (dueños) han optado por ser precavidos y muy minuciosos para tener siempre a disposición del cliente todo en cuanto al abastecimiento para satisfacer sus necesidades. Los abastecimientos principales serán de comida y útiles de aseo.
- Operación: En cuanto a este proceso, la principal necesidad por cubrir ha sido realizar las operaciones de manera rápida y eficiente, lo cual ha

sido un punto a favor para que así los clientes vuelvan a elegir a esta hostería recurrentemente, a futuro.

Dentro de la cadena de valor existen ciertos procesos que podrían hacer que las actividades de la hostería sean más eficaces. Estos procesos son:

- **Mercadotecnia:** La hostería “La Roca” al momento cuenta con el famoso medio de publicidad “boca a boca”, el cual ha resultado de una manera adecuada durante todo este tiempo, sin embargo, es susceptible de crecimiento en gran medida. Por ejemplo, la hostería no cuenta con publicidad en los diferentes medios de comunicación como internet, a través de una página web propia, una de las principales vías de publicidad.
- **Desarrollo Tecnológico:** En cuanto al desarrollo tecnológico, esta hostería tiene una deficiencia que le impide competir con las demás hosterías del lugar, por esto, deberá desarrollar e implementar ciertas estrategias tecnológicas para poder competir en el mercado y poder satisfacer las necesidades actuales de los clientes, como por ejemplo la implementación de “Zona Wi-Fi”.

## 3.2. DIAGNÓSTICO EXTERNO

Para el diagnóstico externo se procedió a indagar y recolectar información confiable mediante autores reconocidos de las diferentes páginas web, con lo que pudimos investigar el macroambiente y el microambiente en el que se desarrolla la hostería “La Roca”:

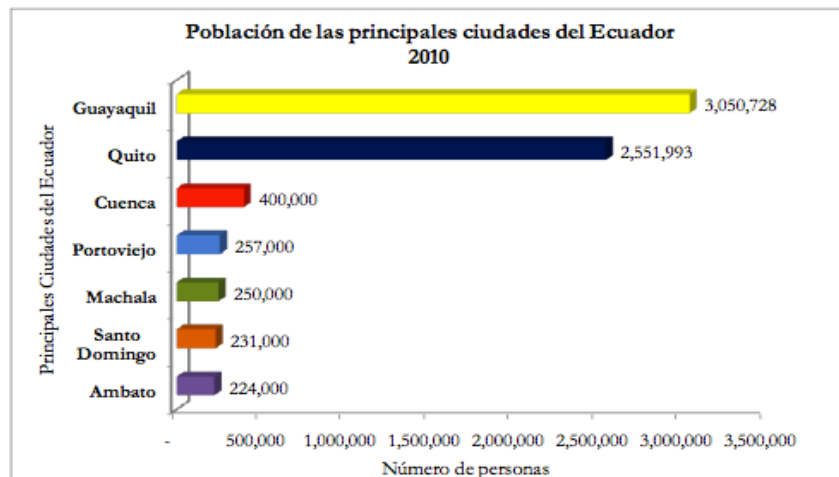
### 3.2.1. Macroambiente

**3.2.1.1. Factor Social:** Según el Censo de Población y Vivienda que se realizó en el año 2010, la población del Ecuador alcanzó los 14'306,876 habitantes, lo que nos muestra que en los últimos años la población ecuatoriana ha crecido notablemente, ya que en el anterior Censo realizado en el año 2001 la población era de 12'090.804, mientras que la densidad demográfica en el año 2014 ha cambiado a 55.80 habitantes, siendo en el año 2001 de 56.5 habitantes por kilómetro cuadrado. Una característica significativa de nuestro país es que es multiétnico y pluricultural, con presencia de numerosas razas y diferentes grupos indígenas, de las principales: mestizos (65%), indígenas (25%), blancos (7%) y afro-ecuatorianos (3%). Las regiones más pobladas son la Costa y

la Sierra ecuatoriana, una gran parte de los habitantes del Ecuador reside en los centros urbanos (75%), donde la tasa de crecimiento es del 2,3%; mientras que el 25% restante habita en la parte rural. (Embajada del Ecuador en la República Popular de China, 2014)

Por otro lado, las ciudades del Ecuador que abarcan el mayor número de habitantes y desarrollan diferentes actividades económicas importantes son las que se muestran a continuación en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO 16. PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR**



Fuente: Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)  
Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones / PRO ECUADOR

Como se puede observar, las ciudades más pobladas son Guayaquil con 3'050,728 habitantes y Quito con 2'551,993 habitantes; por esta razón, estas dos ciudades se consideran las principales del Ecuador.

Según el Anuario de Ingresos y Salidas en el año 2013, el Ecuador recibió aproximadamente a 1'061,561 turistas extranjeros, mientras que salieron al extranjero 652,254 ecuatorianos por el mismo motivo: turismo. Esto quiere decir, que el turismo de nuestro país fue bastante llamativo para las personas extranjeras, ya que este número fue casi el doble de los ecuatorianos que viajaron a otro país. Cabe recalcar que del total de extranjeros que ingresan al país por turismo el 53,5% son hombres y el 46,5% son mujeres; no existe una diferencia significativa, pero podemos apreciar, que existen mayor número de turistas de sexo masculino que ingresan a nuestro país. En cuanto a la edad el mayor porcentaje de turistas que visita Ecuador está entre los 40 a 49 años, que equivale a personas adultas. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

**3.2.1.2. Factor Económico:** Para poder establecer la condición económica en que se encuentra nuestro país, se procede a continuación, a analizar varios indicadores:

El PIB per cápita que cada año se vuelve más complejo, es considerado como uno de los indicadores más importantes ya que mide la calidad de vida de cada uno de los habitantes. En nuestro caso, en el año 2013, este indicador fue de 4,253 dólares por persona,

con lo que se puede deducir que la calidad de vida de los ciudadanos es muy baja en comparación a los demás países sudamericanos, por ejemplo Uruguay en el mismo año tiene un PIB per cápita de 16,609; Chile 15,776; entre otros. Se puede decir que uno de los factores que afectó de manera directa al crecimiento del PIB fue el importante ingreso que tuvo el país por parte de la Industria Petrolera, al pasar de 112,3 millones de barriles, en el año 2012, a 124,1 millones en el año 2013 (aumento de 10,51%) según Petroecuador. Todo esto ha llevado que el Gobierno Ecuatoriano tome medidas como los altos niveles de inversión, restricción de importaciones, entre otros. (Datos Macroeconómicos, 2014)

En los últimos años, el turismo se ha convertido en un factor muy importante para la economía del país, ya que suman más de \$ 1.200 millones al año y es uno de los sectores con mayor dinamismo. Podemos recalcar que en el año 2008 el Ministerio de Turismo tuvo un presupuesto anual de casi \$ 20 millones, mientras que para este año (2014) subió a los \$ 56,7 millones. Por otro lado, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 señala el aumentar a un 64% los ingresos por turismo; en diciembre del año 2006 este indicador llegó al 47,5%, y para el 2012 llegó a 57,17%.

Existen otros tipos de indicadores como el de Desarrollo Humano (IDH), el cual sirve para medir el progreso que tiene un país. Para el año 2013, este indicador fue de 0,711 puntos, situándonos en el puesto 95 de la tabla de 178 países. En los últimos años nuestro país se ha desarrollado notablemente, pero aun así el indicador sigue siendo bajo en comparación a los demás países, para el año 2014 fue de 0,806 ubicándonos en el puesto 80 de 149 países.

En cuanto al tema de negocios, nuestro país se encuentra en el puesto 135 de los 189 países que conforman el famoso Doing Business, Ranking que clasifica a los países según la facilidad que cada uno ofrece para hacer negocios. En este tiempo, el Ecuador ha optado por tener relaciones fuertes con algunos países, lo que le ha facilitado varios negocios en el extranjero, como la venta de petróleo.

El índice de percepción de la corrupción del sector público es de 35 puntos, lo que se considera bastante elevado en un país de nuestra magnitud territorial, por lo que se colocó en el puesto 100 de los 175 publicados en dicho ranking. (El Telégrafo, 2014)

**3.2.1.3. Factor Político:** La inestabilidad política en el Ecuador es algo que se ha venido dando desde ya década atrás, un claro ejemplo de esta

inestabilidad es que en 26 años consecutivos, solo 3 presidentes han logrado concluir sus períodos presidenciales.

El factor clave para este desequilibrio ha sido la grave corrupción que se ha vivido en todos los gobiernos de nuestro país, razón por la cual, desde el año 1997, han existido 8 presidentes la consecuencia de todo esto es el fuerte estancamiento en la creación de políticas de estado.

El actual Presidente Rafael Correa, que desde el año 2007 ha liderado nuestro país, ha obtenido muchos logros con el pasar de los años, de los cuales se puede destacar los siguientes: el establecimiento de la Asamblea Constituyente y la redacción de una nueva Constitución que ha dado cierta estabilidad institucional al país; otro de los logros fundamentales de este gobierno fue la eliminación de muchos privilegios que gozaba la llamada "partidocracia", además la reducción de los salarios de los altos cargos del Estado.

Cabe mencionar que en este gobierno se dado mayor apertura al socialismo, lo cual se ve reflejado en las distintas alianzas realizadas con países como Venezuela, Bolivia, Irán, Nicaragua, entre otros.

En cuanto al tema de educación, se observa una mayor posibilidad de acceso a una educación básica para los niños en sus primeros años, lo cual ha tenido una gran aceptación por parte de los ecuatorianos en general. (UNESCO, 2015)

Mencionado todo lo anterior, es claro que se debe tomar medidas y crear planes de contingencia dentro de las compañías, los cuales servirán para enfrentar cualquier caso de inestabilidad política que se pueda dar en los próximos años. Todos estos cambios políticos han dado lugar a que los principales afectados sean las organizaciones; particularmente las hosterías han sido afectadas con la disminución en el ingreso de turistas a nuestro país, debido a un mal manejo económico y político en todos estos años.

**3.2.1.4. Tecnología:** En el sector hotelero se pueden aplicar ciertas tecnologías que son capaces de ofrecer rapidez, seguridad, control y agilidad beneficiando tanto a las empresas como a los clientes, estas herramientas tecnológicas aportan de una manera favorable a servir al cliente de una forma más efectiva. Algunos ejemplos de estas herramientas son los siguientes:

SYSME HOTEL: Esta herramienta permite obtener el máximo rendimiento de los recursos de un hotel, hostería o parador. (SYSME SOFTWARE, 2014)

AM HOTEL-SOFTWARE GESTIÓN DE HOTELES: Es un programa informático que está dirigido a la completa gestión administrativa del hotel, el cual se basa en un planning de reservas gráfico e interactivo que permite una rápida asignación de habitaciones al cliente. El programa se ha desarrollado sencillo e intuitivo para su manejo. (AM SYSTEM, 2014)

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT): Ayuda a la relación con los consumidores potenciales de una empresa. (CRM, 2014)

El uso de una o varias de estas herramientas potenciará la satisfacción del cliente de la Hostería “La Roca”, creándose fidelidad a la marca. Sin embargo, previamente se deberá realizar un análisis de presupuesto para cualquier implementación tecnológica.

### 3.2.2. Microambiente

**3.2.2.1. Proveedores:** Los principales proveedores de mano de obra y materiales para la construcción tanto de la Hostería “La Roca” como de la “cafetería-librería turística” son empresas que operan en este pueblo, mediante personas que se dedican a brindar estos servicios dentro de la zona, como se detalla a continuación:

**CUADRO 23. PROVEEDORES CONSTRUCCIÓN**

PROVEEDORES		
#	PROVEEDOR	¿QUÉ PROVEE?
1	Sr. Diego Patiño	Materiales de Construcción
2	Sr. Diego Patiño	Mano de Obra

Fuente: Hostería "La Roca"

Elaboración: Yessenia Andino

El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que se está generando nuevas plazas de empleo dentro de la parroquia y se está consumiendo productos de la zona, lo cual favorece a Mindo.

Por otro lado, los proveedores para satisfacer las necesidades de la Hostería “La Roca”, son los siguientes:

**CUADRO 24. PROVEEDORES HOSTERÍA**

PROVEEDORES		
#	PROVEEDOR	¿QUÉ PROVEE?
1	SANTA CLARA	Artículos de aseo y limpieza
2	SUPERMAXI	Comida
3	SU CASA	Decoración
4	PICCA	Electrodomésticos y productos de hogar

Fuente: Hostería "La Roca"

Elaboración: Yessenia Andino

El poder de negociación de estos proveedores es alto ya que es relativamente costoso traer todos estos implementos de otros lugares fuera de Mindo.

**3.2.2.2. Competidores:** A lo largo del pueblo de Mindo, existen aproximadamente 24 hosterías, de las cuales, con la construcción de la “cafetería-librería turística”, ninguna sería una competencia directa para la Hostería “La Roca”, a continuación se describen las más importantes:

**“MINDO GARDEN”:**

“Mindo Garden ha creado una base para disfrutar de la selva cercana. Cuenta con varias cabañas con habitaciones dobles,

triples y cuádruples construidas con las mejores maderas y decoradas cada cual con un estilo único y personal. Todo está dispuesto para que se pueda apreciar la armonía de la naturaleza y sobre todo para que se pueda disfrutar de la comodidad necesaria.”  
(Mindo Garden, 1999)

**Precios:**

- Temporada baja: La temporada baja se la considera del 16/09 al 30/06 de cada año. Los precios dependiendo de la habitación a elegir son: single a \$45.00 por persona, doble a \$30.00 por persona, triple a \$25.00 por persona y cuádruple a \$20.00 por persona. Estos precios son por noche, no incluyen impuestos (12% de IVA y 10% de servicio) e incluye desayuno Americano, que consiste en café o leche, jugo de frutas, huevos, pan, mermelada o mantequilla.
- Temporada alta: La temporada alta se la considera del 01/07 al 15/09 y feriados de cada año. Los precios dependiendo de la habitación a elegir son: single a \$55.00 por persona, doble a

\$35.00 por persona, triple a \$30.00 por persona y cuádruple a \$25.00 por persona. Estos precios son por noche, no incluyen impuestos (12% de IVA y 10% de servicio) e incluye desayuno Americano.

Los detalles adicionales por habitación son las siguientes:

- Habitación Doble: Cama matrimonial *Queen size* o dos camas sencillas, baño privado y agua caliente.
- Habitación Triple: Cama matrimonial *Queen size*, cama sencilla, baño privado y agua caliente.
- Habitación Cuádruple: Cama matrimonial *Queen size*, dos camas sencillas, baño privado y agua caliente.

**Paquetes y grupos:**

- Precios especiales para grupos y agencias.
- Paquete con excursiones incluidas.

**CUADRO 25. MATRIZ RESUMEN “MINDO GARDEN”**

MATRIZ DE RESUMEN	
HOSTERÍA	"MINDO GARDEN"
PRECIO	\$20-\$55 por noche, por persona.
SERVICIOS	Paquete con excursiones incluidas. Restaurant. Cultivos hidropónicos. Precios especiales para grupos y agencias.

Fuente: Hostería "Mindó Garden"

Elaboración: Yessenia Andino

**FOTO 5. HOSTERÍA “MINDO GARDEN”**

Tomada por: Edwin Andino

**“CASA DE PIEDRA”:**

“Casa de Piedra fue construida como una cabaña de descanso, esparcimiento, relax y tranquilidad para el que visita la ciudad de Mindo.” (Casa de Piedra)

**Instalaciones:** Las instalaciones que la “Casa de Piedra” ofrece a sus clientes son los siguientes:

- Cabaña privada.
- Habitaciones para familias.
- Habitaciones matrimoniales.
- Habitaciones para grupos.
- Restaurante.
- Bar.
- Salas de estar y de lectura.
- Wi-Fi e Internet gratuito.
- BBQ y especialidades al carbón.
- Piscina.
- Jardines.
- Juegos de salón y de mesa.
- Juegos para niños, rompecabezas.

**Servicio prestados:** Los servicios que ofrece la “Casa de Piedra” a sus clientes son los siguientes:

- Atención para grupos, empresas e incentivos.
- Arreglo de excursiones y visitas guiadas.
- Observación de aves y mariposas.
- Degustación de chocolate.
- Deportes de aventura: canopy, tarabita, tubing, regatas, canyoning y bicicletas.
- Organización de eventos especiales y fiestas privadas.
- Transfers.

**CUADRO 26. MATRIZ RESUMEN “LA CASA DE PIEDRA”**

<b>MATRIZ DE RESUMEN</b>	
<b>HOSTERÍA</b>	"LA CASA DE PIEDRA"
<b>PRECIO</b>	\$20-\$25 por noche, por persona.
<b>SERVICIOS</b>	Paquete con excursiones incluidas. Restaurant. WI-FI. Juegos de salón, de mesa y juegos para niños. Bar. Sala de lectura. BBQ. Piscina. Jardines. Observación de aves y mariposas. Degustación de chocolate. Deportes de aventura. Transfers. Fiestas privadas y eventos especiales.

Fuente: Hostería "La Casa de Piedra"

Elaboración: Yessenia Andino

**FOTO 6. HOSTERÍA “LA CASA DE PIEDRA”**



Tomada por: Edwin Andino

**FOTO 7. CABAÑAS HOSTERÍA “LA CASA DE PIEDRA”**



Tomada por: Edwin Andino

**“BIO HOSTAL”:**

“Empresa familiar que se preocupa por dar el mejor servicio a sus clientes y se preocupa también por sus colaboradores. Biohostal ofrece un ambiente de paz y tranquilidad.” (Bio Hostal, 2012)

**Servicios:**

Cuenta con 10 amplias habitaciones con baño privado, agua caliente, áreas sociales de televisión, sala de lectura, jardines, aparcamiento, conexión a internet, Wi-Fi y servicio de lavandería.

**Paquetes Turísticos:**

- Aventuras: Tubing, canopy, teleférico y el senderismo a la cascada.
- Amantes de la Naturaleza: Mariposario, orquideario, jardín de aves, caminatas por el bosque nuboso.

**Precios:** A continuación se puede observar los diferentes precios y paquetes que esta hostería ofrece al público:

**CUADRO 27. PAQUETES TURÍSTICOS BIO HOSTAL**

<b>BASIC MINDO</b>	
<b>PRECIO:</b> USD \$35 por persona, todos los días. <b>INCLUYE:</b> 2 días 1 noche, habitación a elección, desayuno. <b>ENTRADAS:</b> Jardín de la Mariposa. Cascadas. Fábrica de chocolate.	
<b>PRECIO:</b> USD \$65 por persona, todos los días. <b>INCLUYE:</b> 2 días 1 noche (Birdwatching en la mañana ), habitación a elección, desayuno <b>ENTRADAS:</b> Jardín de la Mariposa. Cascadas. Fábrica de Chocolate. Observación de Aves.	
<b>PRECIO:</b> USD \$155 por persona, todos los días. <b>INCLUYE:</b> 2 días 1 noche, habitación a elección, desayuno. <b>ENTRADAS:</b> Jardín de la Mariposa. Cascadas. Fábrica de chocolate. Observación de aves en San Francisco. Observación de aves en la Roca. Observación de aves en el Milpe.	

Fuente: Hostería "Bio Hostal"

Elaboración: Yessenia Andino

**CUADRO 28. MATRIZ RESUMEN "BIO HOSTAL"**

<b>MATRIZ DE RESUMEN</b>	
<b>HOSTERÍA</b>	"BIO HOSTAL"
<b>PRECIO</b>	\$35-\$155 2 días 1 noche, por persona.
<b>SERVICIOS</b>	Fabrica de chocolate. Cascadas. Observación de aves. Jardín de las mariposas. Áreas Deportes de aventura. sociales. Paquetes turísticos. WI-FI. Lavandería. Jardines.

Fuente: Hostería "Bio Hostal"

Elaboración: Yessenia Andino

**FOTO 8. HOSTERÍA “BIO HOSTAL”**

Tomada por: Yessenia Andino

**FOTO 9. ÁREA DE DESCANZO HOSTERÍA “BIO HOSTAL”**

Tomada por: Edwin Andino

**“EL CARMELO”:**

“El Carmelo de Mindo, es una hostería de tipo natural. Antes de ser un hotel, fue parte de una gran hacienda llamada San Carlos, perteneciente a notables generales que participaron en las luchas

de la Independencia. Con el transcurso del tiempo, la hacienda San Carlos fue dividida en haciendas más pequeñas, una de ellas fue llamada El Carmelo, nombre perteneciente a los primeros dueños, provenientes de Colombia. En el año 1989, la hacienda fue adquirida por parte de los actuales dueños. Toda la belleza natural que Mindo posee, albergó la posibilidad de construir una hostería que permita conservar y dar a conocer la gran riqueza natural que este valle posee. La hostería ha incrementado y mejorado todas sus instalaciones con el pasar del tiempo.” (El Carmelo, 1994)

**Precios:**

**CUADRO 29. TIPOS DE CABAÑA HOSTERÍA “EL CARMELO”**

TIPO DE CABAÑA	CAPACIDAD	PRECIO
Cabaña Nativa	2 personas	75
Cabaña Familiar	6 personas	196
Cabaña Superior	2 personas	90
Cabaña en el árbol	2 personas	90
Cabaña en el árbol con jacuzzi	2 personas	120
Habitación Familiar Dúplex	5 personas	160
Habitación	2 personas	85

Fuente: Hostería "El Carmelo"

Elaboración: Yessenia Andino

Los precios incluyen desayunos americanos y el uso de todas las instalaciones para las personas que se hospeden en las diferentes cabañas y habitaciones.

**CUADRO 30. MATRIZ RESUMEN “EL CARMELO”**

MATRIZ DE RESUMEN	
HOSTERÍA	"EL CARMELO"
PRECIO	\$75-\$196 por cabaña, por noche.
SERVICIOS	Paquete con excursiones incluidas. Restaurant. Jacuzzi. Sala de conferencias. Piscina. Cabañas en los árboles.

Fuente: Hostería "El Carmelo"

Elaboración: Yessenia Andino

**FOTO 10. HOSTERÍA “EL CARMELO”**



Tomada por: Edwin Andino

**FOTO 11. LAGO HOSTERÍA “EL CARMELO”**

Tomada por: Yessenia Andino

**“MINDO REAL”:**

“La Hostería Mindo Real es un lugar paradisiaco, rico en flora y fauna silvestre. Las instalaciones y hospedaje están diseñadas para su completa tranquilidad y descanso total.” (Mindo Real)

**Servicios:** Cuenta con cómodas habitaciones y funcionales áreas sociales y de servicio. Dispone de grandes espacios verdes, que facilitan el contacto pleno con la naturaleza así como el disfrute total de variedad de aves, mariposas y la diversidad de coloridas orquídeas, típicas de la zona. A unos pasos de la hostería se podrá acampar junto al río de agua cristalina.

**Precios:**

- Alojamiento por noche: Desde \$25 por persona. Este precio incluye: Uso de instalaciones y desayuno.

**FOTO 12. PISCINA HOSTERÍA “MINDO REAL”**

Tomada por: Edwin Andino

**CUADRO 31. MATRIZ RESUMEN “MINDO REAL”**

MATRIZ DE RESUMEN	
HOSTERÍA	"MINDO REAL"
PRECIO	\$25 por noche, por persona.
SERVICIOS	Acampada junto al río. Restaurant. Acceso al río. Piscina.

Fuente: Hostería "Mindo Real"

Elaboración: Yessenia Andino

Las hosterías antes mencionadas son aquellas que brindan un servicio de calidad a los turistas de Mindo, lo cual ha hecho que posean clientes fieles y leales, un punto común entre estas

hosterías es el factor *innovación*, el cual tendría también la Hostería “La Roca”, con la creación de la “cafetería-librería turística”.

**3.2.2.3. Clientes:** Los clientes *externos* potenciales para la hostería “La Roca” son familias de un nivel económico medio, que buscan diversión al aire libre, acompañado de la armonía de la naturaleza, y un espacio para compartir con la familia. Por otro lado, también se encuentran los turistas nacionales y extranjeros que gustan un entorno natural, donde puedan disfrutar de la comodidad, el descanso fuera de la ciudad, el deleite de ideas innovadoras recreacionales y de descanso. Cabe recalcar que el servicio que brinda la Hostería “La Roca” es de alta calidad y con la nueva ventaja que tiene es que al darse a conocer con el nuevo servicio de la “café-librería turística” puede acceder a nuevos mercados meta.

Por otro lado, la hostería “La Roca” ha decidido implementar el B2C<sup>1</sup>, ya que con esto se podrá atraer a un gran número de nuevos posibles consumidores, por esta razón, se creará una página web donde los clientes puedan hacer reservas y tengan acceso a

---

<sup>1</sup> Estrategia que desarrollan las empresas para llegar de una forma más directa al cliente.

informarse de todos los servicios que la hostería proporciona, además de recibir respuesta a inquietudes y asesoría, dando como resultado la mayor satisfacción de los clientes.

Los clientes *internos* de la hostería “La Roca”, son todos y cada uno de sus empleados. Para esta empresa los empleados son igual de importantes que sus clientes externos, puesto que son ellos los que sustentan en gran medida al desarrollo de la empresa. Por este motivo, los dueños han logrado proporcionarles un ambiente agradable para trabajar y seguro, equipado de implementos para el correcto cumplimiento de sus funciones. Un punto importante en la relación con los empleados, es el hábito de escuchar sus diferentes opiniones y recomendaciones, así como las quejas y reclamos que han recibido por parte de clientes. Esto es un factor básico para la toma de decisiones desde la gerencia.

### **3.2.3. Identificación Oportunidades y Amenazas**

#### **3.2.3.1. Oportunidades:**

- Expansión de mercado meta<sup>2</sup>.
- Ser reconocida por los turistas como una de las mejores hosterías en Mindo.
- Nuevas necesidades de los turistas de Mindo.
- Crecimiento de la población ecuatoriana.
- Los diferentes avances tecnológicos que se han dado en los últimos años en el sector del turismo.
- Creciente importancia del turismo en el país.
- Ecuador es un país multiétnico y pluricultural.
- Mayor ingreso de turistas en los últimos años al Ecuador y a Mindo.
- Estabilidad institucional y económica con la creación de la Asamblea Constituyente.

#### **3.2.3.2. Amenazas:**

- Construcción de nuevas hosterías innovadoras.
- Construcción de nuevas hosterías que implementen la misma idea del “café-librería turística”.
- Precios de la competencia.

---

<sup>2</sup> Destinatario ideal de un producto o servicio

- Poder de negociación de los proveedores.
- Bajo progreso económico del país.
- Cambios políticos que afectan a la organización y al ingreso de turistas a Mindo.

### **3.2.4. Identificación Fortalezas y Debilidades**

#### **3.2.4.1. Fortalezas:**

- Ser la primera hostería con la idea de una “café-librería turística”.
- Ser una hostería cercana a todos los lugares turísticos más visitados de Mindo.
- Ofrecer nuevos servicios a los turistas.
- Calidad en el servicio proporcionado.
- Buena atención al cliente.
- Ambiente natural.
- Precios accesibles.
- Importancia a la satisfacción de necesidades de los clientes.
- Creación de fidelidad en los clientes.

- Buen sistema de abastecimiento.
- Servicio eficiente.

#### **3.2.4.2. Debilidades:**

- Ser una hostería nueva y en proceso de construcción.
- Falta de cabañas para recibir a los clientes.
- Baja publicidad.
- Bajo desarrollo tecnológico.

### CUADRO 32. ANÁLISIS FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	
	Ser la primera hostería con la idea de un “café-librería turística”.	Ser una hostería nueva y en proceso de construcción.	
	Ser una hostería cercana a todos los lugares turísticos más visitados de Mindo.		
	Ofrecer nuevos servicios a los turistas.	Poder de negociación con los proveedores.	
	Crear plazas de empleo para los nativos de esta zona.		
	Cuidado del medio ambiente y la naturaleza de Mindo.	Falta de infraestructura.	
	Calidad en el servicio proporcionado.		
	Buena atención al cliente.		
	Ambiente Natural.		
	Precios accesibles.		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>F-O</b>	<b>D-O</b>	
Expansión de mercado meta.	Mediante la buena atención al cliente podrá ser reconocida como una de las mejores hosterías de Mindo.  Por ser la primera hostería de Mindo con la idea de una “cafetería-librería turística” se podrá expandir el mercado meta.  Mediante la buena calidad en el servicio proporcionado se podrá satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.  Mediante los precios accesibles y los nuevos servicios para nuestros clientes podremos cubrir la nueva demanda de clientes y su crecimiento.  Mediante el cuidado del medio ambiente se podrá mostrar la preocupación que tiene la empresa por la naturaleza.	A pesar de ser una hostería nueva y en proceso de construcción, se podrá satisfacer nuevas necesidades de los clientes con la creación de la “cafetería-librería turística”.	
Ser reconocida por los turistas como una de las mejores hosterías en Mindo.		A pesar de la falta de infraestructura, con el crecimiento de la población y los avances tecnológicos se podrá tener la infraestructura necesaria para poder satisfacer las necesidades de los consumidores.	
Satisfacer nuevas necesidades de los clientes.			
Preocupación por el cuidado y mantenimiento de la naturaleza.			
Crecimiento elevado de la población.			A pesar de que el poder de negociación de los proveedores es alto, al convertirse en una de las hosterías más reconocidas en Mindo, se podrá dar solución a esto.
Diferentes avances tecnológicos en el sector del turismo.			
Fomentación del turismo en el país.			
<b>AMENAZAS</b>	<b>F-A</b>	<b>D-A</b>	
Construcción de nuevas hosterías innovadoras.	Al ser la primera hostería con la idea de un “café-librería turística”, se podrá lidiar con la construcción de nuevas hosterías innovadoras.	Se tendrá un fondo de caja para que tanto los precios de la competencia como la inestabilidad política no afecten a la adquisición por parte de la empresa en cuanto a la infraestructura de la misma.	
Construcción de nuevas hosterías que implementen la misma idea del “café-librería turística”.	La calidad del servicio proporcionado y la buena atención al cliente será la diferenciación con las hosterías que implementen este mismo servicio.		
Inestabilidad tanto política como económica.	Los precios accesibles de la hostería, serán un diferenciador entre los precios de la competencia.	Se realizará un plan de contingencia para que la construcción de nuevas hosterías y la implementación de esta nueva idea de la “cafetería-librería turística” no sea afectada por el hecho de ser una nueva hostería en proceso de construcción.	
Precios de la competencia.			

Elaboración: Yessenia Andino

## **4. PROCESO, DISEÑO Y SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

### **4.1. Delineación de proceso de construcción**

Para el proceso de construcción de la “cafetería-librería turística”, se hizo un recorrido por las instalaciones de la Hostería “La Roca” junto a los propietarios de este lugar, con esto se determinó lo siguiente: el lugar de construcción, los materiales necesarios, y el proceso a seguir para dicha construcción como a continuación se detalla a lo largo de este numeral:

#### **4.1.1. Determinación del lugar**

La cafetería-librería turística se encontrará situada a la entrada de la hostería, constará de 3 pisos para la implementación de los diferentes servicios que los clientes demandan según el análisis realizado previamente. Como se puede ver en la FOTO 13, este será el espacio destinado para dicha construcción.

**FOTO 13. ENTRADA HOSTERÍA “LA ROCA”**

Tomada por: Yessenia Andino

**4.1.2. Proceso y materiales para la construcción de la “café-librería turística”****Materiales:**

Madera: Se utilizará este tipo de material para la construcción de la “cafetería-librería turística”, ya que es el material más apto en este tipo de

clima que posee la parroquia de Mindo, además que se desea mantener el ambiente de selva y bosque.

**FOTO 14. MATERIAL MADERA**



Tomada por: Blanche Reyna

Vidrio: Se utilizará este tipo de material para la construcción de uno de los pisos de la “cafetería-librería turística” para darle un toque especial al estilo de la misma y para el deleite de la naturaleza de los clientes.

**FOTO 15. MATERIAL VIDRIO**

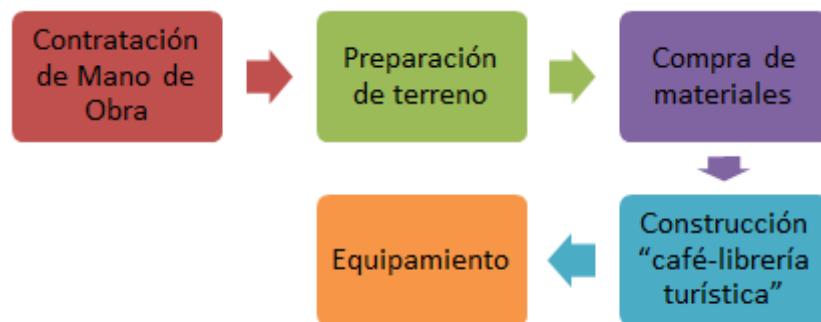


Tomada por: Researchers Inc.

Proceso:

Para el proceso de construcción de la “cafetería-librería turística” se ha definido los siguientes pasos a seguir como se detalla a continuación en el GRÁFICO 17:

**GRÁFICO 17. PROCESO CONTRUCCIÓN “CAFÉ-LIBRERÍA TURÍSTICA”**



Elaboración: Yessenia Andino

- **Contratación de mano de obra:** Para la contratación de mano de obra se elegirá a personas nativas de la zona, puesto que, es más económico, y se contribuirá con la creación de plazas de trabajo en Mindo. Después de buscar la mejor opción a nivel económico y de calidad, se determinó que el Sr. David Saltos sea quien construya la “cafetería-librería turística”.

- **Preparación del terreno:** Para la preparación del terreno se deberá retirar todos los árboles y la maleza existente en la zona donde se construirá la “cafetería-librería turística”, cabe indicar que este trabajo lo realizará también el Sr. David Saltos.
  
- **Compra de materiales:** Se procederá a comprar la madera y el vidrio necesarios para la fachada de la “cafetería-librería turística”. Estos materiales también proveerá el Sr. David Saltos.
  
- **Construcción “café-librería turística”:** Luego de tener todos los materiales listos, se procederá a construir la “cafetería-librería turística” de acuerdo a las especificaciones que se detallará más adelante en este capítulo.
  
- **Equipamiento:** Se procederá a comprar todos los bienes muebles necesarios para equipar la “cafetería-librería turística” según los diseños como se detallará más adelante en este capítulo.

## 4.2. TIPO DE SERVICIOS

Para la definición del tipo de servicios de la “cafetería-librería turística” se tomarán datos relevantes de las encuestas realizadas a los turistas nacionales como extranjeros que acuden a esta zona. Los resultados fueron los siguientes:

### 4.2.1. Gustos y preferencias de Turistas

Después de realizar las respectivas encuestas en la parroquia de Mindo, se constató que los principales servicios que los clientes demandan en la “cafetería-librería turística” son:

- Área de lectura, lo que incluye los libros de la naturaleza del Ecuador y libros de literatura en general.
- Área de cine.
- Centro informático.
- Galería de fotos.

### 4.3. DETERMINACIÓN DEL DISEÑO

Para la determinación del diseño de cada piso de la “cafetería-librería turística”, se procedió a buscar ideas innovadoras y llamativas para que el cliente quede satisfecho al visitar el lugar. Estas ideas se discutieron con los dueños de la hostería “La Roca” y se llegó a las siguientes conclusiones:

#### 4.3.1. Investigación de diseño de interiores

Primer piso: Centro Informático y galería de fotos.

El primer piso estará destinado para el centro informático y la galería de fotos. El interior estará dividido en dos para que los clientes puedan disfrutar de mejor manera cada uno de los servicios que se ofrecerán. En cuanto al centro informático se tendrá tecnología de punta para una experiencia satisfactoria de navegación. El centro informático tendrá cabida para 3 personas mientras que la galería de fotos será renovada (fotos) una vez por mes y tendrá cabida para 6 personas.

**FOTO 16. DISEÑO CENTRO INFORMÁTICO**



Tomada por: Aula Xátiva

**FOTO 17. DISEÑO ÁREA DE GALERÍA DE FOTOS**



Tomada por: Galería Betances

Segundo Piso: Área de cine.

El segundo piso estará destinado para el área de cine, en cual deberá ser un espacio totalmente cerrado y tendrá cabida para un máximo de 12 personas en 3 filas de 4.

**FOTO 18. DISEÑO ÁREA DE CINE**



Tomada por: Smartcomm

Tercer Piso: Área de lectura.

El tercer y último piso estará destinado para el área de lectura. Las paredes serán construidas con vidrio para el deleite de la naturaleza en la parte más alta de la “cafetería-librería turística”. Por otro lado, el interior tendrá un diseño exclusivo para el Confort y agrado de los clientes que la visiten. Tendrá cabida para 6 personas aproximadamente.

**FOTO 19. DISEÑO ÁREA DE LECTURA**

Tomada por: Petrohue Lodge

Horarios y precios: La “cafetería-librería turística” estará abierta de lunes a domingo de 09H00 a 21H00 (12 horas) para el deleite de los servicios que esta ofrece por parte de los clientes.

Los precios de los servicios se determinaron mediante el precio de la competencia, así como también de los costos y gastos que la empresa incurrirá al poner en marcha la “cafetería-librería turística”. Los precios por servicio prestado se presentan a continuación en el CUADRO 33:

**CUADRO 33. PRECIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

PRECIOS			
SERVICIO	CABIDA (personas)	PRECIO (dólares)	HORAS
Área de Lectura	6	\$ 2,50	3 H
Área de Cine	12	\$ 3,00	3 H
Galería de Fotos	6	\$ 2,00	2 H
Centro Informático	3	\$ 0,65	2 H

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

En el cuadro anterior se detalla el número de personas (CABIDA) que pueden entrar cada cierto tiempo también especificado (HORAS), así como también el precio por ese tiempo.

## 5. MARKETING MIX

### 5.1. CUATRO P

Para que los consumidores potenciales de la empresa “La Roca” puedan gozar de un buen servicio, se utilizará el análisis de las cuatro P, en donde se podrá evaluar estos factores claves, ya que de esta manera el cliente podrá percibir de manera tangible el valor de la empresa, y por otro lado, ayudará a la inversión eficiente de los recursos que esta posee. Para el análisis de las cuatro P se tomó información importante tanto del análisis del mercado como de la opinión de los propietarios y se llegó a las siguientes conclusiones:

#### 5.1.1. Producto

**Hostería “La Roca”:** La hostería “La Roca” es una empresa ubicada en la parroquia de Mindo que brinda hospedaje tanto a turistas nacionales como

extranjeros. Los diferentes servicios que ofrece a los consumidores son los siguientes:

**CUADRO 34. SERVICIOS HOSTERÍA “LA ROCA”**

PRODUCTOS		
#	TIPO	SERVICIO
1	Alojamiento	Cabañas para 8-10 personas
2	Alimentación	Restaurant
3	Esparcimiento	"Cafetería-librería turística"
		Acceso al río
		Salón de Reuniones
		Cancha

Fuente: Hostería "La Roca"


Elaboración: Yessenia Andino

- Alojamiento: La hostería “La Roca” cuenta con 10 cabañas de las cuales 6 tienen la capacidad para alojar a 10 personas por cabaña y 4 para alojar a 8 personas por cabaña, es decir, la hostería tiene una capacidad máxima de hospedaje para 92 personas por día. Cabe recalcar que el propósito de la empresa es expandirse con el pasar del tiempo y poder alojar a más clientes, aproximadamente 28 nuevos usuarios, 2 cabañas con capacidad para alojar a 10 personas por cabaña y 1 cabaña con capacidad para alojar a 8 personas.

En cada una de las cabañas se tendrá el reglamento interno de la Hostería “La Roca” para que los clientes siempre puedan visualizar las normas y reglas de la empresa. Además la recepcionista al darles la

bienvenida deberá insistir en todas estas reglas como se indica a continuación:

## GRÁFICO 18. REGLAMENTO INTERNO



**LA ROCA**  
HOSTERÍA

Una experiencia  
sin igual  
A unique  
experience

**¡BIENVENIDOS!**

**REGLAMENTO INTERNO**

1. En caso de daño de las instalaciones de la cabaña a usted asignada o de algún lugar de la Hostería "La Roca" deberá ser cubiertos de manera monetaria por su persona.
2. No es responsabilidad de la Hostería "La Roca" en caso de pérdida de objetos de valor.
3. Prohibido sustraerse objetos pertenecientes a la Hostería "La Roca" (toallas, ropa de cama, almohadas, etc.)
4. Guardar silencio a altas horas de la noche para no tener inconvenientes con los demás clientes que se encuentran hospedados en la Hostería "La Roca".
5. La "cafetería-librería turística" se encontrara abierta en el horario de 9 a.m. a 9 p.m.
6. Si desea desayunar, almorzar o cenar en la Hostería "La Roca" es necesario por lo menos con una hora de anticipación hacer su pedido en la recepción.
7. Prohibido ingresar bebidas alcohólicas a la Hostería "La Roca".
8. Prohibido fumar en cualquier lugar de la Hostería "La Roca".
9. Cuidar los senderos y áreas verdes. No botar basura en estas áreas.

Elaboración: Yessenia Andino

Alimentación: Se cuenta con un comedor amplio con vista a la naturaleza propia de la Hostería. En este restaurante se proveerá de comida exquisita y bien preparada. Cabe recalcar que los clientes que demanden este servicio deberán reservar el plato a servirse por lo menos con una hora de anticipación debido a que es comida preparada al instante en que se lo pide. Este espacio debe también expandirse en tamaño con el tiempo. La administradora y la recepcionista deberán llenar la siguiente hoja en cuanto a este aspecto:

**GRÁFICO 19. HOJA DE ALMUERZOS**

HOJA DE ALMUERZOS/MERIENDAS			
PLATO 1		SOPA 1	
PLATO 2		SOPA 2	
PLATO 3		SOPA 3	
PLATO 4		SOPA 4	
PLATO 5		SOPA 5	
COMBINACIÓN DEL DÍA			
EXTRAS			

Fuente: Hostería "La Roca"

Elaboración: Yessenia Andino

La administradora deberá pasar por todas las habitaciones a las 10:00 y a las 16:00 para preguntar qué es lo que se desean servir y si en alguna habitación no se encuentran las personas hospedadas, la administradora dará un reporte a la recepcionista para que esta hasta las 11:00 y hasta las 17:00 pueda llenar la información faltante de alguna cabaña.

Los almuerzos y meriendas a ofrecerse serán diferentes todos los días y será una combinación de los platos fuertes y sopas. Tendrán un costo de \$3,50 y \$4,00 respectivamente. Como se puede ver en los siguientes cuadros, si los clientes eligen comer la “combinación del día” podrán ahorrar \$0,50 por plato.

El menú a ofrecerse será el siguiente:

**GRÁFICO 20. MENÚ ALMUERZOS HOSTERÍA “LA ROCA”**

<b>MENÚ</b>			
<b>PLATOS FUERTES</b>		<b>SOPAS</b>	
PLATO 1. Puré de papa gratinada con queso parmesano, bistec de carne en salsa de champiñones y ensalada verde (lechuga, tomate, pepinos y cebolla).	\$ 2,50	SOPA 1. Crema de espárragos con pollo y canguil.	\$ 1,50
PLATO 2. Arroz verde, pechuga de pollo a la plancha con miel, mostaza y limón y ensalada hervida (brócoli, vainitas y coliflor hervidas salteadas con ajo y orégano).	\$ 2,50	SOPA 2. Sopa de verduras (zanahoria, brócoli, arveja, vainitas y papa).	\$ 1,50
PLATO 3. Pescado al horno (dorado o tilapia), papas fritas o cocinadas, arroz a los pimientos y curtido de cebolla (tomate y cebolla picada).	\$ 2,50	SOPA 3. Caldo de pollo.	\$ 1,50
PLATO 4. Cordon blue de pavo, tocino, queso mozzarella y orégano, papas fritas o cocinadas y ensalada capressa (tomate y albaca aderezada con vinagre, sal, pimienta y parmesano).	\$ 2,50	SOPA 4. Sopa de cebada con tostado.	\$ 1,50
PLATO 5. Churrasco (arroz, papas fritas, huevo frito y carne apanada).	\$ 2,50	SOPA 5. Sopa de bolas de verde.	\$ 1,50
<b>POSTRES Y BEBIDAS</b>			
Pastel del día	\$ 2,00	Agua sin gas	\$ 0,50
Fruittillas con crema	\$ 1,50	Agua con gas	\$ 0,65
Granola con Yogurt	\$ 1,25	Jugo del día	\$ 1,20
Gelatina	\$ 0,50	Batido (naranja, piña, frutilla, melón o papaya)	\$ 1,50
<b>EXTRAS</b>			
Porción de arroz	\$ 1,25	Porción de papas fritas o cocinadas	\$ 2,00
Porción de patacones	\$ 2,00	Porción de tostado/canguil	\$ 1,00

Fuente: Hostería “La Roca”  
Elaboración: Yessenia Andino

**GRÁFICO 21. MENÚ MERIENDAS HOSTERÍA “LA ROCA”**

<b>MENÚ</b>			
<b>PLATOS</b>		<b>SOPAS</b>	
PLATO 1. Puré de papa gratinada con queso parmesano.	\$ 2,50	SOPA 1. Caldo de pollo.	\$ 2,00
PLATO 2. Pechuga de pollo a la plancha con limón y ensalada.	\$ 2,50	SOPA 2. Sopa de cebada con tostado.	\$ 2,00
PLATO 3. Papas fritas o cocinadas.	\$ 2,50		
PLATO 4. Ensalada (tomate, lechuga y queso, albaca aderezada con vinagre, sal y pimienta).	\$ 2,50		
<b>POSTRES Y BEBIDAS</b>			
Frutillas con crema	\$ 1,50	Agua sin gas	\$ 0,50
Granola con Yogurt	\$ 1,25	Agua con gas	\$ 0,65
Gelatina	\$ 0,50	Batido (naranja, tomate de árbol, naranja, piña, frutilla, melón o papaya)	\$ 1,50

Fuente: Hostería "La Roca"  
Elaboración: Yessenia Andino

- **Esparcimiento:** La hostería cuenta con un acceso al río en donde los consumidores podrán disfrutar de este atractivo a cualquier hora del día y tendrá un costo de \$1,00 para las personas que no se encuentran hospedadas en la Hostería “La Roca”, así de la misma manera con la cancha de vóley que tendrá el mismo costo (\$1,00). Además, cuenta con un salón de reuniones que tiene cabida para 49 y el alquiler cuesta \$0,75 por persona personas y cabe señalar que se cobrará un mínimo de \$20 si es para menos de 27 personas. Y para mediados del año 2016 la hostería contará con la “cafetería-librería turística” con las características descritas anteriormente en el CAPÍTULO 4 de este proyecto.

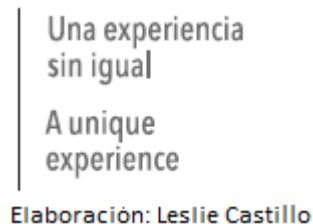
**Logo y slogan de la hostería “La Roca”:** El logo de la hostería “La Roca”, como se aprecia, es una piedra. El nombre y el correspondiente logo de la Hostería fue un idea de los propietarios de esta, quienes se inspiraron en la de cristiana que profesan, según la cual, Jesucristo es la roca firme en que está asentada su vida. Es importante destacar que este logo irá tallado en madera.

**FOTO 20. LOGO HOSTERÍA “LA ROCA”**



En cuanto al slogan, la Hostería “La Roca” tiene el siguiente:

**FOTO 21. SLOGAN HOSTERÍA “LA ROCA”**

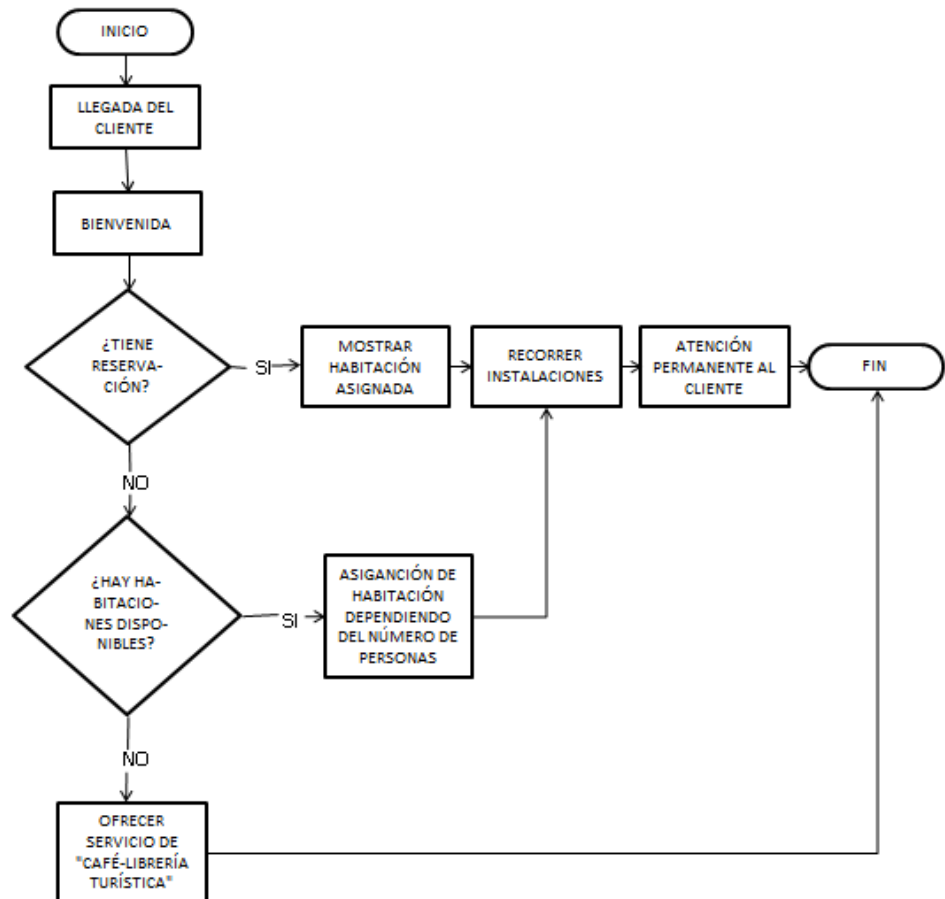


Se eligió este slogan ya que busca que cada una de las experiencias y vivencias que tengan los turistas que visiten esta hostería sea algo

inolvidable para ellos, esto se logrará mediante el servicio brindado, además de los diferentes atractivos turísticos que la hostería posee. Para conseguir uniformidad con el logo, este slogan también irá tallado en madera.

**Flujo del servicio:** El flujo de servicio que la recepcionista debe seguir para asignar las habitaciones y para atender a los clientes potenciales de la Hostería “La Roca” será de la siguiente manera:

**GRÁFICO 22. FLUJO DE SERVICIO HOSTERÍA “LA ROCA”**



Elaboración: Yessenia Andino

**“Cafetería-librería turística”:** Con la puesta en marcha del nuevo servicio de “cafetería-librería turística”, el hospedaje tendrá un nuevo costo, pero se podrá satisfacer nuevas necesidades de los clientes.

**CUADRO 35. SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

PRODUCTOS	
#	SERVICIOS
1	Centro Informático
2	Galería de Fotos
3	Área de Cine
4	Área de Lectura

Fuente: Hostería "La Roca"

Elaboración: Yessenia Andino

La “cafetería-librería turística” constará de cuatro servicios:

- **Centro informático:** Este centro informático servirá para que las personas puedan tener acceso a cualquier tipo de información que necesiten, a través de Internet; además contará con recursos multimedia como imágenes, videos y documentos de texto, para que las personas se puedan instruir de la diversidad cultural, económica, política, ideológica, social y natural de nuestro país.
- **Galería de fotos:** En esta galería de fotos se podrá exhibir obras de arte que estén basadas en la diversidad cultural, los diferentes

cambios políticos que se han dado en nuestro país, la realidad económica de la población ecuatoriana y la biodiversidad. Se dará apertura al artista ecuatoriano para que exhiba sus obras de arte en esta galería, también se llegará a un acuerdo con el mismo para que exista una posibilidad de que los clientes puedan comprar copias de los cuadros exhibidos.

- Área de cine: En el área de cine se proyectarán películas a elección de los clientes se incluirán películas ecuatoriana y documentales acerca de Ecuador.
- Área de lectura: El área de lectura será un sitio con ambiente relajado; además tendrá una vista hacia la naturaleza lo cual creará un ambiente único y agradable.

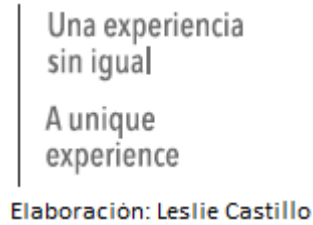
Cada una de estas áreas de servicio tendrá una cafetería por área, así como también snacks, entre otras comidas para el deleite del público.

**Logo y Slogan de la “Cafetería-librería turística”:****FOTO 22. LOGO “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

El logo de la “cafetería-librería turística” es una taza de café vista desde arriba, ya que esto representa la esencia principal que tiene este proyecto. Este logo irá tallado en madera como el de la Hostería “La Roca” para que tenga más armonía.

El slogan de la “cafetería-librería turística” es el mismo que el de la hostería “La Roca”, que es:

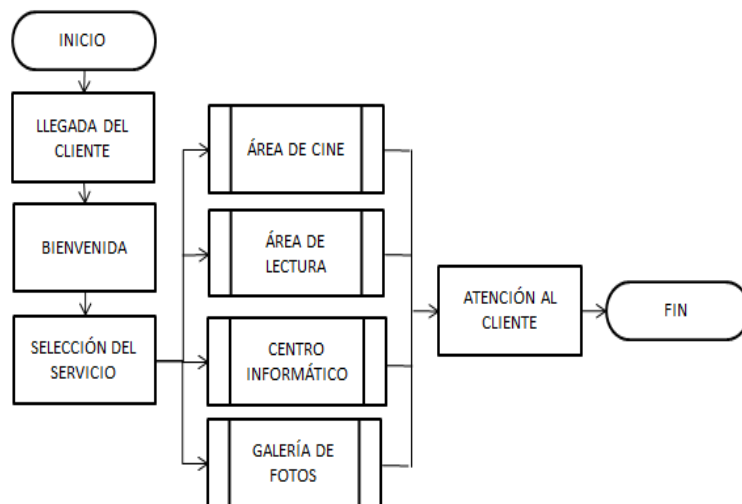
### FOTO 23. SLOGAN “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”



De igual manera las experiencias que los turistas tengan en la “cafetería-librería turística” serán gratas e inigualables, por los diferentes servicios innovadores que se brindará a los consumidores y por la calidad de la prestación ofrecida.

**Flujo del Servicio:** El flujo de servicio de la “cafetería-librería turística” servirá para que la recepcionista pueda direccionar a los diferentes servicios que ofrece la misma para el consumo de los clientes.

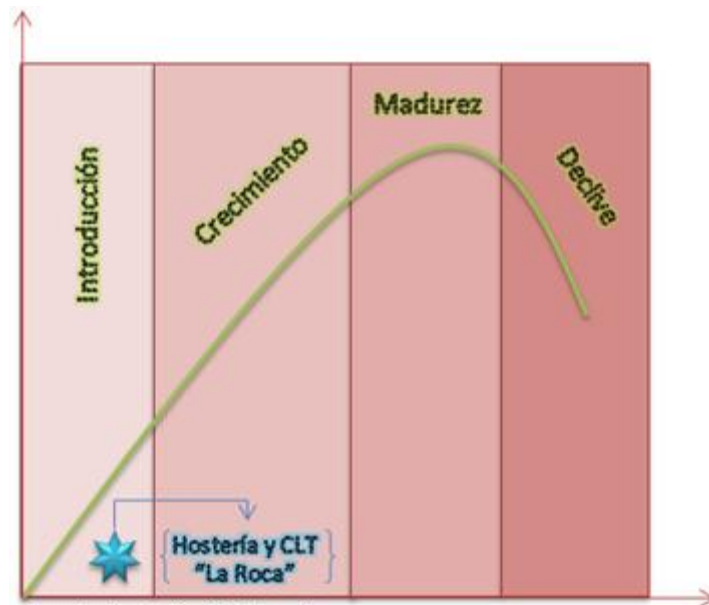
### GRÁFICO 23. FLUJO DE SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”



Elaboración: Yessenia Andino

**Ciclo de Vida del producto:**

En cuanto al ciclo de vida de la hostería y de la “cafetería-librería turística” se encuentran en la fase de introducción ya que la hostería se encuentra en proceso de construcción y equipamiento, y la “cafetería-librería turística”, idea innovadora que la hostería podrá implementar a mediados del año 2016 después de abastecer primeramente la Hostería.

**GRÁFICO 24. CICLO DE VIDA**

Fuente: Hostería "La Roca"  
Elaboración: Yessenia Andino

**Posicionamiento:**

La hostería “La Roca” se posicionará en el mercado mediante su nuevo producto estrella llamado “cafetería-librería turística” gracias a los atractivos y diferentes servicios que proporcionará a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la parroquia de Mindo. Como se puede ver, la hostería “La Roca” sería la única y primera hostería que cuente con esta variedad de servicios a la disposición de todos los consumidores en todo el pueblo de Mindo.

Estrategias:

- *Cliente:* Se tendrá una atención constante, así como también un aprendizaje continuo acerca de las necesidades de los clientes, por lo que se capacitará permanente al personal que trabaje en la Hostería, se tratará de que cada cuatro meses los empleados se capaciten en las diferentes áreas que conlleva una buena atención al cliente, se pedirá al administrador de la Hostería que se prepare e imparta dichas capacitaciones, con lo que se logrará satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

- *Diferenciación:* Se acatará dos ámbitos importantes: la gastronomía y los acabados de la construcción. En el ámbito de gastronomía, se buscará consultoría especializada para ofrecer los diferentes platos típicos ecuatorianos, innovar los platos típicos de la zona y crear nuevas recetas, propias de la casa. En el ámbito de los acabados de construcción, se buscará consultoría especializada para obtener acabados rústicos-elegantes que sean característicos de la “cafetería-librería turística” y además la Hostería “La Roca” continuará con ideas para el cuidado del ecosistema.
  
- *Gestión de Calidad:* El área administrativa de la hostería “La Roca” deberá elaborar un manual de procesos de calidad para que tanto los clientes internos (empleados) como los clientes externos (turistas) puedan cumplir con estas normas y así tener como resultado clientes satisfechos, felices y fieles, que recomienden a sus conocidos la Hostería. El plan mencionado se renovará cada cierto tiempo, el cual dependerá de las necesidades que los consumidores vayan sugiriendo.

### 5.1.2. Plaza y Distribución

Para satisfacer los deseos y necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo, la hostería “La Roca” se encuentra localizada a diez minutos del pueblo y a unos 100 metros antes de llegar al mariposario, un sitio perfecto para disfrutar de la naturaleza y de todos los atractivos turísticos de esta zona.

**GRÁFICO 25. LOCALIZACIÓN**

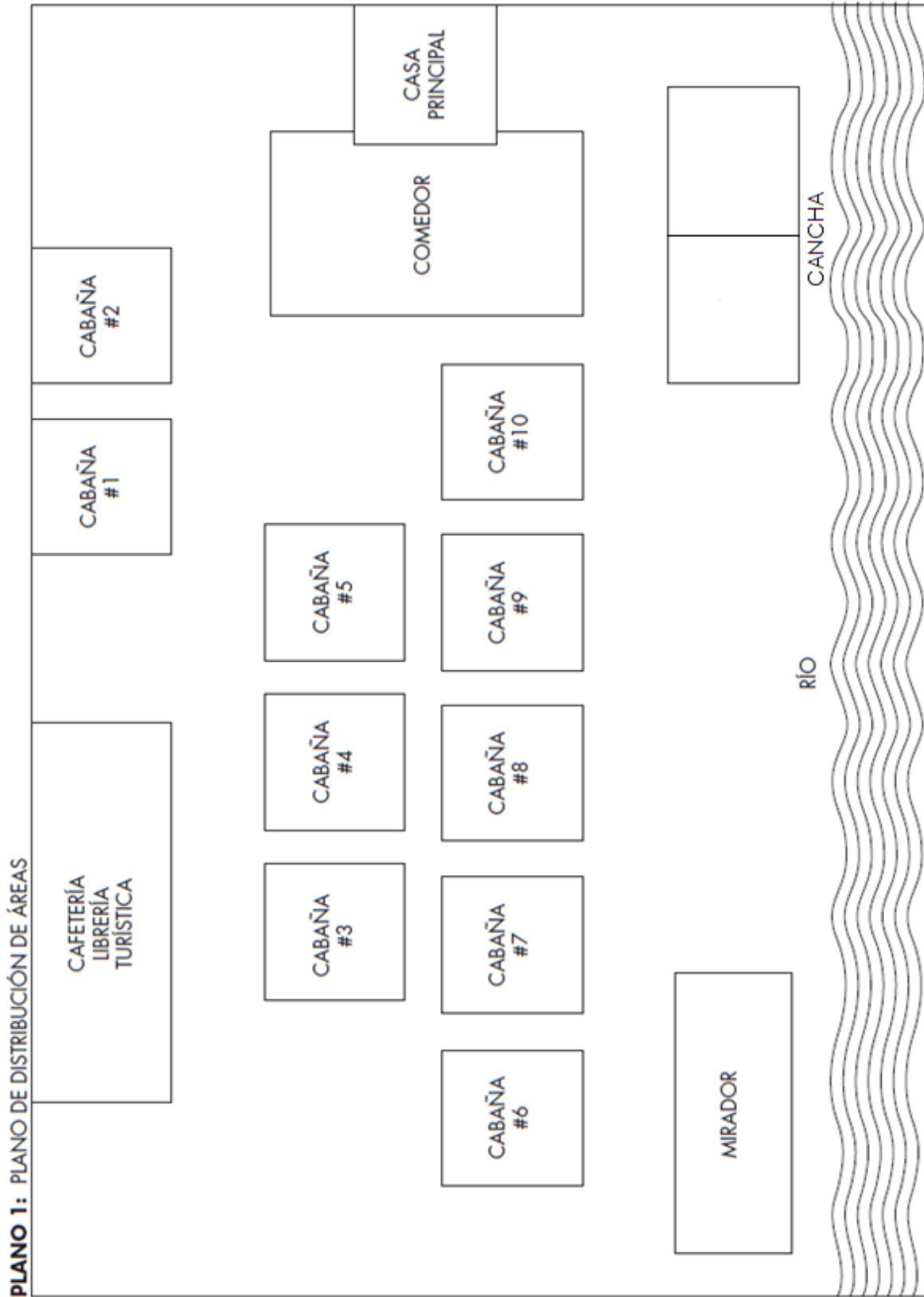


La “cafetería-librería turística” se encuentra localizada cerca de la entrada a la hostería, un sitio perfecto para poder admirar la majestuosidad de la naturaleza y el hermoso paisaje.

Los canales de distribución que posee tanto la hostería como la “cafetería-librería turística” para ofrecer de manera eficiente los productos y servicios que ambas brindan a sus clientes, son las alianzas estratégicas con las agencias o centros turísticos de Mindo, quienes se encargan de las actividades turísticas de esta zona.

### **LAYOUT:**

De acuerdo a los diferentes planos proporcionados por los administradores de la Hostería y las constantes visitas realizadas por mi persona, se determinó la distribución de la siguiente manera:



Elaboración: Leslie Castillo

### Estrategias:

*Alianzas Estratégicas:* La alianza estratégica a utilizarse es la *de canal*, con la cual se podrá ofrecer a los diferentes clientes los paquetes turísticos. La hostería “La Roca” buscará aliarse con uno de los centros turísticos de la parroquia de Mindo, ofreciéndoles diferentes beneficios a estos centros como descuento en el uso de la “cafetería-librería turística” para que así tanto la hostería como los centros turísticos puedan obtener ganancias continuas. El beneficio que la empresa obtendrá es la llegada de nuevos clientes al establecimiento y el aumento de rentabilidad. Esto beneficiará a los clientes, quienes podrán experimentar una experiencia turística más variada y de calidad.

#### **5.1.3. Promoción y Comunicación:**

La promoción es el medio más útil que la hostería “La Roca” ha de utilizar para crear tanto una imagen positiva en sus clientes, y para aumentar el margen de sus ventas. Uno de los aspectos a tomar en cuenta en la promoción es la forma de difundir el producto, ya que mediante esto los consumidores potenciales podrán acceder a la información acerca de servicios, tanto de la hostería como de la “cafetería-librería turística”. Los

incentivos que la hostería “La Roca” ofrecerá a su mercado meta son los siguientes:

Estrategias:

- *Publicidad:* La hostería “La Roca” deberá publicitar sus servicios y los nuevos productos que ofrecerá la “cafetería-librería turística” para poder darse a conocer a su mercado meta. El medio de comunicación a utilizarse será la prensa escrita, el diario “El Comercio” será el diario donde se publicará la información de la empresa y también especialmente en las más leídas tanto en Mindo como en las diferentes provincias del Ecuador, para lo que se realizará una investigación posterior para la determinación de estas.
- *Promoción en Ventas:* La hostería “La Roca” ofrecerá a los clientes más frecuentes descuentos que se detallarán a continuación en la cuarta P de este capítulo (precio), además de diferentes promociones como premio a su fidelidad con la hostería. Todo esto se realizará para no descuidar a los consumidores más potenciales y para atraer a nuevos clientes.

- *E-commerce*: La hostería “La Roca” deberá crear y diseñar el portal web de la hostería, para así llegar a los clientes de una manera más sencilla y directa para la generación actual. El precio aproximado por la creación de este portal es \$1200, con todas las especificaciones indicadas por los dueños de la hostería a un ingeniero en sistemas con conocimientos en diseño gráfico y programación web.

#### 5.1.4. Precio

La hostería “La Roca” cobrará por el hospedaje un valor de veinte dólares (\$20) por persona y por noche. Este precio se calculó tomando en cuenta los costos y gastos mensuales que debe incurrir la empresa para brindar un servicio de calidad, no dejando de tomar en cuenta los precios de la competencia, averiguados en la presente investigación.

Costos fijos, costos variables y determinación del precio:

**CUADRO 36. DETERMINACIÓN PRECIO**

Costos y Gatos Mensuales	\$ 24.224,32
Capacidad	1472
Costo Unitario	\$ 16,46
Margen Ganancia (20%)	\$ 3,29
<b>PRECIO</b>	<b>\$ 19,75</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

Como se pudo determinar en el CUADRO 69 de proyección de costos y gastos, asciende a \$290.691,80 dólares anuales (\$24.224,32 dólares mensuales), el cual dividido para la capacidad que tiene la Hostería y más el porcentaje de ganancia, el precio a cobrar es de \$20. Cabe recalcar que para los clientes que se hospeden en la hostería “La Roca” los servicios que ofrece la “cafetería-librería turística” serán gratuitos: el precio incluirá 1 entrada para el cine, 1 entrada para la galería de fotos, 1 hora en el centro informático y 1 hora en el área de lectura por cada dos días de hospedaje. Para los clientes que deseen solo los servicios de la “cafetería-librería turística” tendrán los siguientes costos por persona:

**CUADRO 37. COSTOS SERVICIOS “CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”**

<b>"CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA"</b>	
<b>SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
Centro informático	0,65 por 2 horas
Galería de fotos	2,00 por 2 horas
Área de cine	3,00 por 3 horas
Área de lectura	2,50 por 3 horas
Snacks, café y otros	Diferentes precios

Fuente: Hostería "La Roca"  
Elaboración: Yessenia Andino

Estos precios han sido determinados por los dueños de la empresa “La Roca”, se basaron tanto en los precios de la competencia, y también se tomó en cuenta que sea un precio accesible para los consumidores que acuden a esta hostería. Se prevé que los precios permanezcan hasta diciembre de 2016.

### Estrategias:

- *Descuento por cantidad de visitas:* Se dará un descuento de cinco por ciento (5%) a los clientes más fieles que tenga la hostería “La Roca”. Se considerará a los clientes que acudan a esta hostería para hospedarse tres o más veces en el año. En este caso, el precio será de diecinueve dólares (\$19) por persona.

## 5.2. ATL

Para poder cumplir con las estrategias de publicidad antes mencionadas en promoción y ventas, se utilizará la prensa escrita como el medio de comunicación esencial para llegar de una manera más directa a los clientes de la hostería “La Roca”. A continuación se detallará los costos:

### 5.2.1. Prensa

- **El Comercio**

Se escogió de entre todos los periódicos que circulan al diario “El Comercio” por los siguientes factores: cobertura a nivel nacional, cantidad de lectores, y tipo y estilo de contenido.

**CUADRO 38. COSTOS PERIÓDICO “EL COMERCIO”**

	LUNES A VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	TOTAL
<b>DOS SEMANAS</b>	<b>CUADERNILLO 1</b>			
	\$ 113,00	\$ 123,00	\$ 170,00	\$ 406,00
<b>DOS SEMANAS</b>	<b>OTROS CUADERNILLOS</b>			
	\$ 87,00	\$ 91,00	\$ 130,00	\$ 308,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 714,00</b>

Fuente: El Comercio

Elaboración: Yessenia Andino

### 5.3. BTL

De la misma manera se pensó en diferentes medios no tan convencionales para llegar a los consumidores potenciales. A continuación se detallará los precios que se deberá pagar por publicidad en cada una de las redes sociales más visitadas.

**Redes Sociales:** Se utilizará de entre las redes sociales más utilizadas en los últimos años, tres de las más populares en nuestro medio<sup>3</sup> para promocionar, tanto la hostería “La Roca” como la “cafetería-librería turística”, su nuevo producto estrella. Estas redes sociales serán gestionadas por el administrador de la hostería.

<sup>3</sup> <http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>

Cabe recalcar que la creación de las páginas en estas redes sociales no tiene ningún costo.

- **Facebook**

En esta red social se creará una fan page<sup>4</sup> para que la gente pueda enterarse de todas las novedades de la hostería. Se publicará semana a semana las diferentes experiencias que tengan los clientes con la hostería mediante fotos y publicaciones escritas. Inicialmente, se mantendrá la gratuidad de este servicio. Sin embargo, cuando el presupuesto lo permita, se contratará la publicación de anuncios dirigidos al mercado meta que se estableció en el presente Proyecto.

- **Twitter**

Esta red social permitirá promocionar cada uno de los descuentos que la hostería ofrece a sus clientes, los servicios que ofrece la Hostería y la cafetería; además se publicará el pueblo de Mindo y las maravillas que este guarda.

Cabe señalar que se pondrá así mismo mensajes ecológicos para dar a conocer

---

<sup>4</sup> Estrategia de marketing en Facebook con objeto de consolidar una marca.

la importancia que tiene la empresa por el medio ambiente en el que se desenvuelve. Se publicará 2 tweets por día.

- **Instagram**

Esta red social permitirá promocionar la Hostería “La Roca” mediante fotos y pequeños videos, llegando a los clientes de una manera multimedia. Lo que se publicitará en esta página será las visitas de los clientes y sus experiencias. A cada familia, pareja o persona que ingrese a la Hostería, se le propondrá el reto de tomarse una foto única en cualquier parte de la propiedad, la misma que se regalará impresa, al finalizar su estadía.

## **6. ANÁLISIS FINANCIERO**

En este capítulo se estudiará las diferentes inversiones a realizarse en el presente proyecto; en este caso son: maquinaria, equipos de computación, equipos de oficina, útiles de aseo, entre otros recursos necesarios para el correcto funcionamiento de la Hostería “La Roca” y la cafetería–librería turística “La Roca”.

A continuación se procede a determinar el monto total de la inversión, los ingresos y egresos que se incurrirán durante la vida útil del proyecto, para lo cual se procederá a estructurar estados financieros que ayuden a determinar la liquidez y rentabilidad de la Hostería “La Roca”.

### **6.1. INVERSIÓN**

La inversión que debe tener la empresa para poner a funcionar tanto la Hostería “La Roca” como la Cafetería-Librería Turística es \$230.780,98 para poder cubrir

todas las obligaciones. La inversión será financiada tanto de recursos propios como ajenos, según se detalla a continuación:

**CUADRO 39. INVERSIÓN TOTAL**

INVERSIÓN TOTAL	
INVERSIÓN	VALOR
Activos fijos	\$ 208.674,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00
Capital de Trabajo	\$ 21.606,98
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 230.780,98</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

Como se puede observar en el CUADRO 39 los activos fijos son los que más porcentaje de inversión abarcan de entre todos los rubros especificados. A continuación se explicará detalladamente como se sacó cada uno de los montos señalados en el cuadro mencionado anteriormente.

### **6.1.1. Activos Fijos**

Los activos fijos son de suma importancia puesto que son aquellos que utiliza la empresa para poder desarrollar el servicio final a comercializarse. Entre los activos fijos se tiene la maquinaria, muebles y enseres, equipo de computación, entre otros.

**CUADRO 40. ACTIVOS FIJOS**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Construcción	\$ 150.000,00
Maquinaria y Equipos	\$ 18.769,00
Equipo de Oficina	\$ 1.120,00
Equipo de Computación	\$ 6.600,00
Muebles y Enseres	\$ 17.185,00
Vehículo	\$ 15.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 208.674,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

El monto total a invertirse en activos fijos es de \$208.674,00 dólares, siendo el valor más significativo dentro de la inversión, la construcción de la hostería y la “cafetería-librería turística” cuyo monto es \$150.000,00 dólares (CUADRO 40). Cabe recalcar que los otros rubros no son menos importantes, ya que todos contribuyen al correcto y óptimo funcionamiento para la satisfacción de los clientes que visiten la Hostería.

#### 6.1.1.1. Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo son aquellas herramientas que se adquieren para brindar un servicio de buena calidad a todos los clientes de la empresa en las diferentes áreas como restaurante, salón de reuniones, recepción, etc.

El monto en maquinaria y equipo a invertirse es \$18.769,00 dólares, como se detalla en el CUADRO 41:

#### CUADRO 41. MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>HABITACIONES</b>			
Minibar	10	\$ 210,00	\$ 2.100,00
<b>SUBTOTAL HABITACIONES</b>			<b>\$ 2.100,00</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
Cocina Industrial	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Mesa Acero Inoxidable	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Licuada Industrial	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Microondas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cilindro De Gas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Armario Mixto	1	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00
Estantería Acero Inoxidable	2	\$ 350,00	\$ 700,00
<b>SUBTOTAL RESTAURANTE</b>			<b>\$ 6.710,00</b>
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Dispensador De Agua	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Decodificador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Micrófono	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Proyector	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Pantalla Enrollable Para Proyectar	1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>SUBTOTAL SALÓN DE REUNIONES</b>			<b>\$ 410,00</b>
<b>LAVANDERÍA</b>			
Lavadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Secadora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Plancha	1	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>SUBTOTAL LAVANDERÍA</b>			<b>\$ 1.340,00</b>
<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Cafetera	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Modem Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 65,00</b>

<b>ÁREA DE CINE</b>			
Cafetera	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Dvd	1	\$ 89,00	\$ 89,00
Proyector	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Pantalla enrollable	1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE CINE</b>			<b>\$ 374,00</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Cafetera	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Modem Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 65,00</b>
<b>GALERÍA DE FOTOS</b>			
Cafetera	1	\$ 35,00	\$ 35,00
<b>SUBTOTAL GALERÍA DE FOTOS</b>			<b>\$ 35,00</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>SEGURIDAD</b>			
Cámaras De Seguridad	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Extintor	2	\$ 25,00	\$ 50,00
<b>TOTAL SEGURIDAD</b>			<b>\$ 170,00</b>
<b>EXTRAS</b>			
Generador Eléctrico	1	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
<b>TOTAL EXTRAS</b>			<b>\$ 7.500,00</b>
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 18.769,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
 Elaboración: Yessenia Andino

Como se puede ver en el CUADRO 41 en todas las áreas de la “cafetería-librería turística” (área de lectura, área de cine, centro informático y galería de fotos) se proveerá de una cafetera debido a la propuesta para el deleite de los clientes potenciales.

## 6.1.1.2. Equipo de Oficina

El equipo de oficina son todos los activos que se necesitan para poder gestionar los diferentes servicios que se ofrece en las distintas áreas tanto de la Hostería como de la “cafetería-librería turística”, por ejemplo caja registradora, teléfono, entre otras.

**CUADRO 42. EQUIPO DE OFICINA**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>RESTAURANTE</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Caja Registradora	1	\$ 750,00	\$ 750,00
<b>SUBTOTAL RESTAURANTE</b>			<b>\$ 780,00</b>
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL SALÓN DE REUNIONES</b>			<b>\$ 30,00</b>
<b>LAVANDERÍA</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL LAVANDERÍA</b>			<b>\$ 30,00</b>
<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 30,00</b>
<b>ÁREA DE CINE</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE CINE</b>			<b>\$ 30,00</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Caja Registradora	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 40,00</b>
<b>GALERÍA DE FOTOS</b>			
Teléfono	2	\$ 30,00	\$ 60,00
<b>SUBTOTAL GALERÍA DE FOTOS</b>			<b>\$ 60,00</b>

<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>RECEPCIÓN</b>			
Teléfono	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Calculadora	1	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>SUBTOTAL RECEPCIÓN</b>			<b>\$ 70,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Calculadora	2	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 50,00</b>
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>\$ 1.120,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

El monto a invertirse en los equipos de oficina de la Hostería “La Roca” y la “cafetería-librería turística” asciende a \$1.120,00 dólares. Como se puede observar en el CUADRO 42, los equipos de oficina son implementos básicos para la puesta en marcha de la empresa y contribuyen a brindar un mejor servicio a los clientes que visiten tanto la Hostería como la “cafetería-librería turística”.

#### 6.1.1.3. Equipo de Computación

El equipo de computación son las adquisiciones hechas por la empresa para gestionar toda la documentación virtual de una manera eficiente. El monto a invertirse en equipos de computación es \$6.600,00 dólares.

**CUADRO 43. EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Laptop Toshiba	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
<b>SUBTOTAL SALÓN DE REUNIONES</b>			<b>\$ 3.000,00</b>
<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 500,00</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Computadora	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Impresora Multifunción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 1.700,00</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>RECEPCIÓN</b>			
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Multifunción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL RECEPCIÓN</b>			<b>\$ 700,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Multifunción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 700,00</b>
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>\$ 6.600,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

En el área de lectura se utilizará una computadora para que los clientes modernos puedan investigar libros virtuales y leerlos mediante este medio.

## 6.1.1.4. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres son aquellos que se adquieren para brindar los diferentes servicios que se ofrece dentro de la Hostería y la “cafetería-librería turística” como camas, mesas, sillas, etc., los cuales ayudarán a satisfacer las necesidades de los clientes. La inversión en este rubro es \$17.185,00 dólares.

**CUADRO 44. MUEBLES Y ENSERES**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>HABITACIONES</b>			
Literas (Plaza Y Media)	16	\$ 320,00	\$ 5.120,00
Cama (Plaza Y Media)	4	\$ 180,00	\$ 720,00
Cama (Dos Plazas)	10	\$ 220,00	\$ 2.200,00
Colchón (Plaza Y Media)	20	\$ 85,00	\$ 1.700,00
Colchón (Dos Plazas)	10	\$ 100,00	\$ 1.000,00
Velador	20	\$ 50,00	\$ 1.000,00
Espejo De Baño	10	\$ 30,00	\$ 300,00
<b>SUBTOTAL HABITACIONES</b>			<b>\$ 12.040,00</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
Mesa	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Silla	95	\$ 10,00	\$ 950,00
<b>SUBTOTAL RESTAURANTE</b>			<b>\$ 1.350,00</b>
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Mesa	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Silla	42	\$ 10,00	\$ 420,00
<b>SUBTOTAL SALÓN DE REUNIONES</b>			<b>\$ 460,00</b>
<b>LAVANDERÍA</b>			
Silla	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Mesa De Planchado	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Repisa	2	\$ 90,00	\$ 180,00
<b>SUBTOTAL LAVANDERÍA</b>			<b>\$ 240,00</b>

<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Mesa De Madera Rectangular	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Estantería De Madera	3	\$ 150,00	\$ 450,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 610,00</b>
<b>ÁREA DE CINE</b>			
Sillas Especiales (4 En 1)	3	\$ 145,00	\$ 435,00
Mesa Pequeña	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Estantería De Snacks Artesanal	2	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE CINE</b>			<b>\$ 505,00</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Mesa De Madera Rectangular	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 150,00</b>
<b>GALERÍA DE FOTOS</b>			
Cuadro de Madera	10	\$ 25,00	\$ 250,00
<b>SUBTOTAL GALERÍA DE FOTOS</b>			<b>\$ 250,00</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>RECEPCIÓN</b>			
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla Giratoria	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Archivador	3	\$ 85,00	\$ 255,00
<b>SUBTOTAL RECEPCIÓN</b>			<b>\$ 455,00</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Escritorio	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Silla Giratoria	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Archivador	5	\$ 85,00	\$ 425,00
Silla De Madera	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Sofá	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 1.125,00</b>
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 17.185,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.1.1.5. Vehículo

La compra de 1 vehículo servirá tanto para la movilización del personal como para la adquisición de materia prima, insumos necesarios, etc. También servirá para la movilización de los

clientes que necesiten el servicio de transporte hasta el centro de Mindo y sus alrededores. El costo del vehículo usado es \$15.000,00 dólares.

**CUADRO 45. VEHÍCULO**

VEHÍCULO			
DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camioneta Chevrolet usada	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
<b>TOTAL VEHÍCULO</b>			<b>\$ 15.000,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.1.1.6. Depreciación de Activos

La depreciación es conocida como el desgaste de los activos con el pasar de los años por el uso que se les da en la prestación del servicio. El cálculo de la depreciación sirve para efecto de impuestos, puesto que mientras más alto sea este valor, menor es el impuesto a pagar.

El valor a depreciarse anualmente es de \$15.527,40 dólares como se muestra en el CUADRO 46, de los cuales \$11.310,40 dólares corresponden al área de producción y \$1.235,00 dólares al área administrativa.

**CUADRO 46. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS**

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS								
ÁREA DE PRODUCCIÓN								
ACTIVOS	VIDA ÚTIL	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Construcción	20 años	\$ 150.000,00	\$ 7.500,00	\$ 142.500,00	\$ 135.000,00	\$ 127.500,00	\$ 120.000,00	\$ 112.500,00
Maquinaria y Equipos	10 años	\$ 11.099,00	\$ 1.109,90	\$ 9.989,10	\$ 8.879,20	\$ 7.769,30	\$ 6.659,40	\$ 5.549,50
Equipo de Oficina	10 años	\$ 1.000,00	\$ 100,00	\$ 900,00	\$ 800,00	\$ 700,00	\$ 600,00	\$ 500,00
Equipo de Computación	5 años	\$ 5.200,00	\$ 1.040,00	\$ 4.160,00	\$ 3.120,00	\$ 2.080,00	\$ 1.040,00	\$ -
Muebles y Enseres	10 años	\$ 15.605,00	\$ 1.560,50	\$ 14.044,50	\$ 12.484,00	\$ 10.923,50	\$ 9.363,00	\$ 7.802,50
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 182.904,00</b>	<b>\$ 11.310,40</b>	<b>\$ 171.593,60</b>	<b>\$ 160.283,20</b>	<b>\$ 148.972,80</b>	<b>\$ 137.662,40</b>	<b>\$ 126.352,00</b>
ÁREA ADMINISTRATIVA								
ACTIVOS	VIDA ÚTIL	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipos	10 años	\$ 7.670,00	\$ 767,00	\$ 6.903,00	\$ 6.136,00	\$ 5.369,00	\$ 4.602,00	\$ 3.835,00
Equipo de Oficina	10 años	\$ 120,00	\$ 12,00	\$ 108,00	\$ 96,00	\$ 84,00	\$ 72,00	\$ 60,00
Equipo de Computación	5 años	\$ 1.400,00	\$ 280,00	\$ 1.120,00	\$ 840,00	\$ 560,00	\$ 280,00	\$ -
Muebles y Enseres	10 años	\$ 1.580,00	\$ 158,00	\$ 1.422,00	\$ 1.264,00	\$ 1.106,00	\$ 948,00	\$ 790,00
Vehículo	5 años	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00	\$ 3.000,00	\$ -
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 25.770,00</b>	<b>\$ 4.217,00</b>	<b>\$ 21.553,00</b>	<b>\$ 17.336,00</b>	<b>\$ 13.119,00</b>	<b>\$ 8.902,00</b>	<b>\$ 4.685,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

**6.1.2. Gastos de Constitución**

Los gastos de constitución son los bienes que la empresa necesita adquirir para poner el negocio en marcha y con esto brindar el servicio demandado. De acuerdo a las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), los gastos de constitución se amortizan en el primer año de funcionamiento. Los gastos de constitución tienen un valor total de \$500,00 dólares donde también está incluido el costo de sacar la marca para la empresa (CUADRO 47, CUADRO 48).

**CUADRO 47. GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR
Marca	\$ 150,00
Gastos de Constitución	\$ 350,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>\$ 500,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

**CUADRO 48. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

AMORTIZACIÓN			
DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL
Marca	\$ 150,00	1 año	\$ 150,00
Gastos de Constitución	\$ 350,00	1 año	\$ 350,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 500,00</b>	<b>1 año</b>	<b>\$ 500,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

### 6.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el monto de dinero que una empresa necesita para cubrir tanto los costos como los gastos adquiridos durante el tiempo en el que no se posee ingresos que en este caso es por ser una Hostería en proceso de construcción.

Para el cálculo de capital de trabajo se utilizará el método de desfase, el cual es utilizado por empresas que cumplen la condición de funcionar todos

los días del año, siendo este el caso de la Hostería “La Roca”. La fórmula es la siguiente:

$$CT = \frac{\text{Costos y Gastos Totales} - (\text{Depreciaciones} + \text{Amortizaciones})}{365 \text{ días}} * \text{días desfase}$$

Como se puede observar en la fórmula de método de desfase, se necesitan los costos totales, gastos totales, depreciaciones y amortizaciones los cuales se establecieron en los CUADROS 46, 51 y 69.

#### **CUADRO 49. CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 21.606,98</b>
Costos y Gastos Totales	\$ 278.912,37
Depreciaciones	\$ 15.527,40
Amortizaciones	\$ 500,00
Días de desfase	30
Días	365

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

El monto total del capital de trabajo es \$21.606,98 dólares (CUADRO 49) tanto para la Hostería “La Roca” como para la “cafetería-librería turística”.

## 6.2. FINANCIAMIENTO

El financiamiento es el dinero que necesita la empresa para poder cubrir el monto total a invertirse. Se puede financiar tanto por recursos propios (socios, inversionistas, etc.), como por recursos ajenos (préstamos, obligaciones, etc.). Debido a que la empresa necesita invertir un elevado monto (230.780,98 dólares) para poner en marcha el negocio, el financiamiento del proyecto se hará tanto por recursos propios (46%) como por recursos ajenos (54%), como se muestra en el CUADRO 50.

**CUADRO 50. FINANCIAMIENTO**

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	APORTACIÓN	%
Socio 1	\$ 52.890,49	23%
Socio 2	\$ 52.890,49	23%
Préstamo	\$ 125.000,00	54%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 230.780,98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

El préstamo requerido será solicitado a la Corporación Financiera Nacional por un monto de \$125.000,00 dólares (como se indica en el CUADRO 50) con una tasa de interés del 10%, a pagarse a 6 años plazo.

La cuota fija a pagarse mensualmente a la Corporación Financiera Nacional es \$2.315,73 dólares, que incluye tanto el interés mensual como la cuota de capital amortizada mensualmente. A continuación se muestra el cálculo de la cuota fija, cuyo valor se utilizará para la tabla de amortización (CUADRO 51), en donde al final del año 6 se tendrá de saldo \$0.00,00 dólares:

$$CF = \frac{\text{Préstamo} * \text{interés} * (1 + \text{interés})^n}{(1 + \text{interés})^n - 1}$$

$$CF = \frac{125.000,00 * 0,0083 * (1 + 0,0083)^{72}}{(1 + 0,0083)^{72} - 1}$$

$$CF = \$2.315,73$$

### CUADRO 51. AMORTIZACIÓN DEUDA

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO					
MES	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	CUOTAS	SALDO
0	\$ 125.000,00				\$ 125.000,00
1	\$ 125.000,00	\$ 1.041,67	\$ 1.274,06	\$ 2.315,73	\$ 123.725,94
2	\$ 123.725,94	\$ 1.031,05	\$ 1.284,68	\$ 2.315,73	\$ 122.441,26
3	\$ 122.441,26	\$ 1.020,34	\$ 1.295,39	\$ 2.315,73	\$ 121.145,87
4	\$ 121.145,87	\$ 1.009,55	\$ 1.306,18	\$ 2.315,73	\$ 119.839,69
5	\$ 119.839,69	\$ 998,66	\$ 1.317,07	\$ 2.315,73	\$ 118.522,62
6	\$ 118.522,62	\$ 987,69	\$ 1.328,04	\$ 2.315,73	\$ 117.194,58
7	\$ 117.194,58	\$ 976,62	\$ 1.339,11	\$ 2.315,73	\$ 115.855,47
8	\$ 115.855,47	\$ 965,46	\$ 1.350,27	\$ 2.315,73	\$ 114.505,21
9	\$ 114.505,21	\$ 954,21	\$ 1.361,52	\$ 2.315,73	\$ 113.143,69
10	\$ 113.143,69	\$ 942,86	\$ 1.372,87	\$ 2.315,73	\$ 111.770,82
11	\$ 111.770,82	\$ 931,42	\$ 1.384,31	\$ 2.315,73	\$ 110.386,52
12	\$ 110.386,52	\$ 919,89	\$ 1.395,84	\$ 2.315,73	\$ 108.990,67
13	\$ 108.990,67	\$ 908,26	\$ 1.407,47	\$ 2.315,73	\$ 107.583,20
14	\$ 107.583,20	\$ 896,53	\$ 1.419,20	\$ 2.315,73	\$ 106.164,00
15	\$ 106.164,00	\$ 884,70	\$ 1.431,03	\$ 2.315,73	\$ 104.732,97
16	\$ 104.732,97	\$ 872,77	\$ 1.442,96	\$ 2.315,73	\$ 103.290,01
17	\$ 103.290,01	\$ 860,75	\$ 1.454,98	\$ 2.315,73	\$ 101.835,03
18	\$ 101.835,03	\$ 848,63	\$ 1.467,10	\$ 2.315,73	\$ 100.367,93
19	\$ 100.367,93	\$ 836,40	\$ 1.479,33	\$ 2.315,73	\$ 98.888,60
20	\$ 98.888,60	\$ 824,07	\$ 1.491,66	\$ 2.315,73	\$ 97.396,94
21	\$ 97.396,94	\$ 811,64	\$ 1.504,09	\$ 2.315,73	\$ 95.892,85
22	\$ 95.892,85	\$ 799,11	\$ 1.516,62	\$ 2.315,73	\$ 94.376,23
23	\$ 94.376,23	\$ 786,47	\$ 1.529,26	\$ 2.315,73	\$ 92.846,97
24	\$ 92.846,97	\$ 773,72	\$ 1.542,01	\$ 2.315,73	\$ 91.304,96
25	\$ 91.304,96	\$ 760,87	\$ 1.554,86	\$ 2.315,73	\$ 89.750,11
26	\$ 89.750,11	\$ 747,92	\$ 1.567,81	\$ 2.315,73	\$ 88.182,29
27	\$ 88.182,29	\$ 734,85	\$ 1.580,88	\$ 2.315,73	\$ 86.601,42
28	\$ 86.601,42	\$ 721,68	\$ 1.594,05	\$ 2.315,73	\$ 85.007,36
29	\$ 85.007,36	\$ 708,39	\$ 1.607,34	\$ 2.315,73	\$ 83.400,03
30	\$ 83.400,03	\$ 695,00	\$ 1.620,73	\$ 2.315,73	\$ 81.779,30

31	\$ 81.779,30	\$ 681,49	\$ 1.634,24	\$ 2.315,73	\$ 80.145,06
32	\$ 80.145,06	\$ 667,88	\$ 1.647,85	\$ 2.315,73	\$ 78.497,21
33	\$ 78.497,21	\$ 654,14	\$ 1.661,59	\$ 2.315,73	\$ 76.835,62
34	\$ 76.835,62	\$ 640,30	\$ 1.675,43	\$ 2.315,73	\$ 75.160,19
35	\$ 75.160,19	\$ 626,33	\$ 1.689,39	\$ 2.315,73	\$ 73.470,80
36	\$ 73.470,80	\$ 612,26	\$ 1.703,47	\$ 2.315,73	\$ 71.767,32
37	\$ 71.767,32	\$ 598,06	\$ 1.717,67	\$ 2.315,73	\$ 70.049,65
38	\$ 70.049,65	\$ 583,75	\$ 1.731,98	\$ 2.315,73	\$ 68.317,67
39	\$ 68.317,67	\$ 569,31	\$ 1.746,42	\$ 2.315,73	\$ 66.571,26
40	\$ 66.571,26	\$ 554,76	\$ 1.760,97	\$ 2.315,73	\$ 64.810,29
41	\$ 64.810,29	\$ 540,09	\$ 1.775,64	\$ 2.315,73	\$ 63.034,64
42	\$ 63.034,64	\$ 525,29	\$ 1.790,44	\$ 2.315,73	\$ 61.244,20
43	\$ 61.244,20	\$ 510,37	\$ 1.805,36	\$ 2.315,73	\$ 59.438,84
44	\$ 59.438,84	\$ 495,32	\$ 1.820,41	\$ 2.315,73	\$ 57.618,43
45	\$ 57.618,43	\$ 480,15	\$ 1.835,58	\$ 2.315,73	\$ 55.782,86
46	\$ 55.782,86	\$ 464,86	\$ 1.850,87	\$ 2.315,73	\$ 53.931,99
47	\$ 53.931,99	\$ 449,43	\$ 1.866,30	\$ 2.315,73	\$ 52.065,69
48	\$ 52.065,69	\$ 433,88	\$ 1.881,85	\$ 2.315,73	\$ 50.183,84
49	\$ 50.183,84	\$ 418,20	\$ 1.897,53	\$ 2.315,73	\$ 48.286,31
50	\$ 48.286,31	\$ 402,39	\$ 1.913,34	\$ 2.315,73	\$ 46.372,96
51	\$ 46.372,96	\$ 386,44	\$ 1.929,29	\$ 2.315,73	\$ 44.443,68
52	\$ 44.443,68	\$ 370,36	\$ 1.945,37	\$ 2.315,73	\$ 42.498,31
53	\$ 42.498,31	\$ 354,15	\$ 1.961,58	\$ 2.315,73	\$ 40.536,73
54	\$ 40.536,73	\$ 337,81	\$ 1.977,92	\$ 2.315,73	\$ 38.558,81
55	\$ 38.558,81	\$ 321,32	\$ 1.994,41	\$ 2.315,73	\$ 36.564,40
56	\$ 36.564,40	\$ 304,70	\$ 2.011,03	\$ 2.315,73	\$ 34.553,38
57	\$ 34.553,38	\$ 287,94	\$ 2.027,78	\$ 2.315,73	\$ 32.525,59
58	\$ 32.525,59	\$ 271,05	\$ 2.044,68	\$ 2.315,73	\$ 30.480,91
59	\$ 30.480,91	\$ 254,01	\$ 2.061,72	\$ 2.315,73	\$ 28.419,19
60	\$ 28.419,19	\$ 236,83	\$ 2.078,90	\$ 2.315,73	\$ 26.340,28
61	\$ 26.340,28	\$ 219,50	\$ 2.096,23	\$ 2.315,73	\$ 24.244,06
62	\$ 24.244,06	\$ 202,03	\$ 2.113,70	\$ 2.315,73	\$ 22.130,36
63	\$ 22.130,36	\$ 184,42	\$ 2.131,31	\$ 2.315,73	\$ 19.999,05
64	\$ 19.999,05	\$ 166,66	\$ 2.149,07	\$ 2.315,73	\$ 17.849,98
65	\$ 17.849,98	\$ 148,75	\$ 2.166,98	\$ 2.315,73	\$ 15.683,00
66	\$ 15.683,00	\$ 130,69	\$ 2.185,04	\$ 2.315,73	\$ 13.497,96
67	\$ 13.497,96	\$ 112,48	\$ 2.203,25	\$ 2.315,73	\$ 11.294,71
68	\$ 11.294,71	\$ 94,12	\$ 2.221,61	\$ 2.315,73	\$ 9.073,11
69	\$ 9.073,11	\$ 75,61	\$ 2.240,12	\$ 2.315,73	\$ 6.832,99
70	\$ 6.832,99	\$ 56,94	\$ 2.258,79	\$ 2.315,73	\$ 4.574,20

71	\$ 4.574,20	\$ 38,12	\$ 2.277,61	\$ 2.315,73	\$ 2.296,59
72	\$ 2.296,59	\$ 19,14	\$ 2.296,59	\$ 2.315,73	\$ (0,00)

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

### 6.3. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del proyecto se dividen en: costos de producción, gastos de venta, gastos financieros y gastos administrativos, cada uno se describirá detalladamente en este numeral (6.3) a continuación:

#### 6.3.1. Costos de Producción

Los costos de producción son aquellos valores necesarios y gastos incurridos para la puesta en marcha del negocio. Existen dos tipos de costos de producción: los *costos directos* que son aquellos que se encuentran directamente relacionados con el servicio que se va a brindar, y los *costos indirectos*, que son aquellos que ayudan a que el servicio brindado sea eficaz y eficiente.

Para el cálculo de los costos directos e indirectos, se ha tomado en consideración los siguientes servicios proporcionados por la Hostería “La Roca” y la “cafetería-librería turística”:

#### ALOJAMIENTO:

Dentro del servicio de alojamiento se tiene como costos directos a la materia prima (alimentos) de desayunos, almuerzos y cenas demandados por los clientes potenciales de la Hostería, donde el número promedio de hospedados es de 8832 al año. Cabe recalcar que este número se lo obtuvo de la multiplicación de la capacidad de alojamiento de la Hostería (92 personas) por los 2 días que la gente más acupe a Mindo (viernes y sábados), por las 4 semanas de cada mes y por los 12 meses del año. Por otro lado, se tiene como mano de obra directa, a la ama de llaves que se encargará de tener las habitaciones limpias y en orden para la satisfacción de los clientes que visiten la Hostería “La Roca”. Por último, para completar la lista de los insumos directos, se tiene a los diferentes productos que se necesitan para que las habitaciones estén listas para el uso de los clientes (como la ropa de cama, almohadas, instructivo del hotel, etc.).

Como costos indirectos se tiene los decorativos que Favorecen a que el área de alojamiento brinde comodidad a los clientes, por ejemplo toallas, cortinas, entre otros. Además, son las adecuaciones de infraestructura como basureros, espejos, etc. Están incluidos en esta categoría, los útiles de aseo que se proporcionarán en todas y cada una de las cabañas. Por último, los uniformes para el ama de llaves, necesarios para la identificación de esta funcionaria dentro de la Hostería “La Roca” como a los demás funcionarios.

#### RESTAURANTE:

En cuanto al servicio de restaurante se tiene como materia prima los diferentes productos e insumos que se necesitan para proporcionar un servicio de alimentación que incluye una variedad de menús a las personas que no se encuentran alojadas en la Hostería “La Roca” pero que demandan este servicio. En esta área se tiene como mano de obra directa al chef y al ayudante de cocina, quien además se encargará de servir las órdenes de los clientes.

Como costos indirectos se encuentra el menaje que ayuda a que las órdenes de comida sean preparadas y servidas a los clientes; por ejemplo utensilios, vajilla, ollas, etc. Se incluye en la lista de costos indirectos los uniformes del chef y del ayudante de cocina, además los útiles de aseo de esta área.

#### SALÓN DE REUNIONES:

En el caso del salón de reuniones se tiene como materia prima los botellones de agua que la Hostería “La Roca” proporcionará cuando se contrate este servicio.

Como costo indirecto se tiene el menaje correspondiente a vasos desechables para que los clientes que utilicen este servicio.

#### ÁREAS RECREATIVAS:

En cuanto a las áreas recreativas, específicamente la entrada al río y la cancha de vóley que se encuentra junto a ella, no tienen costos directos ni indirectos.

“CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”:

En cuanto a la “cafetería-librería turística” se tiene como costos directos e indirectos los siguientes, dependiendo del área:

- Área de Lectura: Los costos indirectos corresponden a elementos decorativos y otros elementos para generar confort y un ambiente propicio para la lectura; por ejemplo cojines para crear un ambiente más propicio para la lectura.
- Área de Cine: En el área de cine los costos directos conciernen a la materia prima, que son los snacks que se ofrecerán para el deleite de los consumidores mientras ven una película. Los costos indirectos corresponden a los elementos que favorecen a brindar una ambiente cómodo; por ejemplo cojines, para crear un ambiente más cómodo al momento de disfrutar de esta área.
- Centro Informático: En el área del centro informático los costos directos corresponden a las resmas de papel, a ser usadas en el servicio de impresión.

Como costos directos en las áreas especificadas en los puntos anteriores, incluyendo al área de galería de fotos, se tiene como materia prima el café. Como costos indirectos se tiene el menaje correspondiente a servilletas, útiles de aseo (trapeador, desinfectante, etcétera) y los costos de servicios básicos (luz, agua, teléfono).

#### ÁREAS SOCIALES:

Las áreas sociales corresponden a los baños que se encuentran ubicados en diferentes sitios específicos dentro de la Hostería Los costos indirectos que se tiene son las adecuaciones de infraestructura, como dispensadores de jabón, espejos, entre otros. Además, los útiles de aseo personal de los clientes.

#### ÁREAS VERDES:

En cuanto al mantenimiento de áreas verdes, se tiene como costo indirecto la mano de obra del jardinero, quien se encargará de mantener los caminos limpios y la vegetación propia de la Hostería “La Roca” en buen estado.

#### 6.3.1.1. Costos Directos

##### **6.3.1.1.1. Materia Prima:**

Los montos más significativos dentro de la materia prima son el de alojamiento, que tienen un valor de \$69.955,00 dólares y el restaurante con un costo de \$63.953,00 dólares.

#### **CUADRO 52. MATERIA PRIMA**

<b>MATERIA PRIMA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>			
Desayuno	8832	\$ 3,50	\$ 30.912,00
Almuerzos	6952	\$ 4,00	\$ 27.808,00
Merienda	3210	\$ 3,50	\$ 11.235,00
<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>			<b>\$ 69.955,00</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
<b>TEMPORADA BAJA</b>			
12:00-15:00	2105	\$ 4,00	\$ 8.420,00
16:00-19:00	1500	\$ 3,50	\$ 5.250,00
<b>TEMPORADA ALTA</b>			
12:00-15:00	7956	\$ 4,00	\$ 31.824,00
16:00-19:00	5274	\$ 3,50	\$ 18.459,00
<b>TOTAL RESTAURANTE</b>			<b>\$ 63.953,00</b>
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Botellón de Agua	96	\$ 3,50	\$ 336,00
<b>SUBTOTAL SALÓN DE REUNIONES</b>			<b>\$ 336,00</b>
<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Café	7	\$ 28,50	\$ 199,50
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 199,50</b>
<b>ÁREA DE CINE</b>			
Café	6	\$ 28,50	\$ 171,00
Canguil	200	\$ 3,00	\$ 203,00
Cola	300	\$ 2,50	\$ 750,00
Snacks	336	\$ 0,40	\$ 134,40
<b>SUBTOTAL ÁREA DE CINE</b>			<b>\$ 1.258,40</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Resma de Papel	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Café	7	\$ 28,50	\$ 199,50
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 224,50</b>
<b>GALERÍA DE FOTOS</b>			
Café	6	\$ 28,50	\$ 171,00
<b>SUBTOTAL GALERÍA DE FOTOS</b>			<b>\$ 171,00</b>
<b>TOTAL COSTO MATERIA PRIMA</b>			<b>\$ 136.097,40</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

Cabe señalar, que los precios de venta para el restaurante se establecieron de acuerdo a los valores

cobrados en el pueblo de Mindo. Los precios establecidos son: desayunos, 3,50 dólares; almuerzos 4,00 dólares; y meriendas, 3,50 dólares.

#### 6.3.1.1.2. Insumos Directos:

El único monto que se tiene en cuanto a los insumos directos es el alojamiento, cuyo rubro asciende a \$5.860,00 dólares, como se detalla a continuación (CUADRO 53):

**CUADRO 53. INSUMOS DIRECTOS**

INSUMOS DIRECTOS			
INSUMOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>ALOJAMIENTO</b>			
Protector Colchón (Plaza y Media)	20	\$ 30,00	\$ 600,00
Protector Colchón (Dos Plazas)	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Sábana (Plaza y Media)	20	\$ 60,00	\$ 1.200,00
Sábana (Dos Plazas)	10	\$ 35,00	\$ 350,00
Cobertor (Plaza y Media)	20	\$ 80,00	\$ 1.600,00
Cobertor (Dos Plazas)	10	\$ 130,00	\$ 1.300,00
Almohada	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Cobertor Almohada	60	\$ 2,50	\$ 150,00
Instructivo Hotel	10	\$ 1,00	\$ 10,00
<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>			<b>\$ 5.860,00</b>
<b>TOTAL INSUMOS DIRECTOS</b>			<b>\$ 5.860,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.3.1.1.3. Mano de Obra:

El monto total a invertirse en mano de obra es  
\$43.543,58 dólares anuales (CUADRO 54).

### CUADRO 54. MANO DE OBRA

MANO DE OBRA										
DETALLE	CANT.	SUELDO	TOTAL SUELDO	IESS	13ER SUELDO	14TO SUELDO	VACAC.	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>ALOJAMIENTO</b>										
Ama de Llaves	2	\$ 354,00	\$ 708,00	\$ 86,02	\$ 59,00	\$ 29,50	\$ 29,50	-	\$ 1.266,02	\$ 15.192,26
<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>										<b>\$ 15.192,26</b>
<b>RESTAURANTE</b>										
Chef	1	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 57,71	\$ 39,58	\$ 29,50	\$ 19,79	-	\$ 1.096,59	\$ 13.159,05
Ayudante Chef	2	\$ 354,00	\$ 708,00	\$ 86,02	\$ 59,00	\$ 29,50	\$ 29,50	-	\$ 1.266,02	\$ 15.192,26
<b>SUBTOTAL RESTAURANTE</b>										<b>\$ 28.351,31</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>										<b>\$ 43.543,58</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.3.1.2. Costos Indirectos

##### 6.3.1.2.1. Menaje

### CUADRO 55. MENAJE

MENAJE			
DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>RESTAURANTE</b>			
Balanza de alimentos	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Extractor de jugos	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Colador	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Cuchara de mango largo de acero inoxidable	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Cuchillo carnicero	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Tabla de picar	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Rodillo	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Espátula	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Pelador de papas	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Juego de ollas de 100 litros acero inoxidable	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Pirex rectangular	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Cuchara sopera (12 piezas)	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Cuchillo de mesa (12 piezas)	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Tenedor de mesa (12 piezas)	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Cuchara de café (12 piezas)	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Juego de vasos (12 piezas)	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Salero	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Azucarero	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Ajicero	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Mantequillero	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Olla de presión	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Exprimidor de limón	12	\$ 3,45	\$ 41,40
Sartén	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Vasos de vidrio	95	\$ 0,70	\$ 66,50
Platos postre	95	\$ 4,00	\$ 380,00
<b>SUBTOTAL RESTAURANTE</b>			<b>\$ 2.388,90</b>



<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Vasos desechables (25 vasos)	672	\$ 1,10	\$ 739,20
<b>SUBTOTAL SALÓN DE REUNIONES</b>			<b>\$ 739,20</b>
<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Servilletas	8	\$ 5,00	\$ 40,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 40,00</b>
<b>ÁREA DE CINE</b>			
Servilletas	16	\$ 5,00	\$ 80,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE CINE</b>			<b>\$ 80,00</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Servilletas	4	\$ 5,00	\$ 20,00
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 20,00</b>
<b>GALERÍA DE FOTOS</b>			
Servilletas	8	5	\$ 40,00
<b>SUBTOTAL GALERÍA DE FOTOS</b>			<b>\$ 40,00</b>
<b>TOTAL MENAJE</b>			<b>\$ 3.308,10</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

Como se puede observar en el CUADRO 55 el monto total del menaje para las diferentes áreas es \$3.308,10 dólares al año.

#### **6.3.1.2.2. Decorativos**

El monto total en decorativos es de 1.131,50 dólares. Como se observa en el CUADRO 56, el rubro de alojamiento (1.077,50 dólares) representa casi la totalidad del monto a invertirse, siendo los ítems

incluidos en este rubro, toallas, alfombras y cortinas a ofrecerse a los clientes en cada una de las cabañas.

**CUADRO 56. DECORATIVOS**

DECORATIVOS			
SUMINISTROS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>ALOJAMIENTO</b>			
Toalla para manos	17	\$ 2,50	\$ 42,50
Toalla para cuerpo	138	\$ 5,00	\$ 690,00
Alfombra de baño	15	\$ 15,00	\$ 225,00
Cortina de baño	10	\$ 12,00	\$ 120,00
<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>			<b>\$ 1.077,50</b>
<b>ÁREA DE LECTURA</b>			
Cojines	6	\$ 3,00	\$ 18,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE LECTURA</b>			<b>\$ 18,00</b>
<b>ÁREA DE CINE</b>			
Cojines	12	\$ 3,00	\$ 36,00
<b>SUBTOTAL ÁREA DE CINE</b>			<b>\$ 36,00</b>
<b>TOTAL DECORATIVOS</b>			<b>\$ 1.131,50</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

### 6.3.1.2.3. Adecuaciones de Infraestructura

El monto significativo en cuanto a las adecuaciones de infraestructura corresponden al servicio de alojamiento, el cual tiene un valor de \$1.360,00 dólares, que comparado con el monto total, representa casi todo el monto a invertirse debido en mayor medida a los

suministros de cortinas que se pondrán en cada una de las cabañas (CUADRO 57).

**CUADRO 57. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA**

<b>ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA</b>			
<b>SUMINISTROS</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>			
Dispensador de jabón	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Porta papel higiénico	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Basurero	10	\$ 8,00	\$ 80,00
Espejo	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Gancho de ropa	10	\$ 8,00	\$ 80,00
Porta toalla	20	\$ 10,00	\$ 200,00
Cortinas	20	\$ 20,00	\$ 400,00
<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>			<b>\$ 1.360,00</b>
<b>ÁREAS COMUNES</b>			
Dispensador de jabón	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Porta papel higiénico	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Basurero	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Espejo	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Dispensador de toallas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
<b>SUBTOTAL ÁREAS COMUNES</b>			<b>\$ 196,00</b>
<b>TOTAL ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA</b>			<b>\$ 1.556,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.3.1.2.4. Mano de Obra

El monto total a invertirse en mano de obra indirecta en las áreas verdes (jardinero) es \$9.897,13 dólares

anualmente, como se puede observar en el CUADRO 58.

**CUADRO 58. MANO DE OBRA INDIRECTA**

MANO DE OBRA INDIRECTA										
DETALLE	CANT.	SUELDO	TOTAL	IESS	13ER SUELDO	14TO SUELDO	VACAC.	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>ÁREAS VERDES</b>										
Jardinero	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	29,5	14,75	-	\$ 824,76	\$ 9.897,13
<b>SUBTOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>										<b>\$ 9.897,13</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.3.1.2.5. Útiles de Aseo

En cuanto a los útiles de aseo, el rubro más significativo corresponden al área del restaurante, que tiene un monto total de \$1.115,70 dólares debido en mayor medida al número de fundas de basura que se necesita para mantener el área limpia y en buen estado para la comodidad de los consumidores (CUADRO 59).

**CUADRO 59. ÚTILES DE ASEO**

<b>ÚTILES DE ASEO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
Escoba	4	\$ 5,50	\$ 22,00
Trapeador	3	\$ 7,50	\$ 22,50
Desinfectante	24	\$ 4,00	\$ 96,00
Funda de basura (paquete)	200	\$ 2,50	\$ 500,00
Cloro	24	\$ 5,00	\$ 120,00
Detergente	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Jabón de platos	48	\$ 1,15	\$ 55,20
Limpión industrial	12	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>SUBTOTAL RESTAURANTE</b>			<b>\$ 1.115,70</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>			
Jabón líquido	24	\$ 2,50	\$ 60,00
Papel higiénico	130	\$ 1,50	\$ 195,00
Jabón	260	\$ 1,00	\$ 260,00
Shampoo	145	\$ 0,50	\$ 72,50
Acondicionador	145	\$ 0,50	\$ 72,50
Armadores	70	\$ 0,05	\$ 3,50
<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>			<b>\$ 663,50</b>
<b>ÁREAS COMUNES</b>			
Jabón líquido	24	\$ 2,50	\$ 60,00
Papel higiénico	24	\$ 1,50	\$ 36,00
<b>SUBTOTAL ÁREAS COMUNES</b>			<b>\$ 96,00</b>
<b>CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA</b>			
Escoba	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Trapeador	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Detergente	15	\$ 10,00	\$ 150,00
Desinfectante	15	\$ 4,00	\$ 60,00
Ambientador	20	\$ 4,50	\$ 90,00
<b>SUBTOTAL CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA</b>			<b>\$ 313,00</b>
<b>TOTAL ÚTILS DE ASEO</b>			<b>\$ 2.188,20</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

### 6.3.1.2.6. Uniformes

Se proveerá uniformes a todo el personal que trabaja tanto en la Hostería “La Roca” como en la “cafetería-librería turística”, rubro que asciende a \$332,00 dólares anuales. Se entregará uniformes cada año al personal (CUADRO 60).

**CUADRO 60. UNIFORMES**

UNIFORMES				
DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANT. ANUAL	PRECIO	TOTAL
Ama de llaves	Jean	2	\$ 22,00	\$ 44,00
	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Chef	Jean	2	\$ 25,00	\$ 50,00
	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
	Delantal	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Ayudante de cocina	Jean	2	\$ 25,00	\$ 50,00
	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
	Delantal	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Jardinero	Jean	2	\$ 25,00	\$ 50,00
	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
<b>TOTAL UNIFORMES</b>				<b>\$ 332,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

### 6.3.1.2.7. Servicios básicos

**CUADRO 61. SERVICIOS BÁSICOS**

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>HOSTERÍA</b>		
Energía Eléctrica	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua	\$ 50,00	\$ 600,00
Teléfono	\$ 65,00	\$ 780,00
<b>SUBTOTAL HOSTERÍA</b>		<b>\$ 2.340,00</b>
<b>CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA</b>		
Energía Eléctrica	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua	\$ 50,00	\$ 600,00
Teléfono	\$ 65,00	\$ 780,00
<b>SUBTOTAL CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA</b>		<b>\$ 2.340,00</b>
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>		<b>\$ 4.680,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

Como se puede observar en el CUADRO 61, el monto total a invertirse en servicios básicos de la Hostería “La Roca” y la “cafetería-librería turística” es \$4680,00 dólares.

### 6.3.2. Gastos de Venta

Los gastos de venta son todos aquellos montos que se invierten para dar a conocer los servicios que ofrece la Hostería “La Roca” incluida la

“cafetería-librería turística” mediante los diferentes medios de publicidad.

A continuación de detalla estos gastos:

### 6.3.2.1. Publicidad

Como se puede observar en el CUADRO 62, la publicidad que utilizará la Hostería “La Roca” se realizará a través de la prensa escrita, lo cual tiene un costo anual de \$4.284,00 dólares, que circunscribe la publicación de 6 anuncios.

**CUADRO 62. PUBLICIDAD**

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Prensa escrita	\$ 714,00	\$ 4.284,00
<b>TOTAL GASTO PUBLICIDAD</b>		<b>\$ 4.284,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

### 6.3.3. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos gastos que se incurren para que la Hostería funcione de manera eficiente favoreciendo el logro de los objetivos adquiridos por la empresa. Se incluyen a estos gastos a los

suministros de oficina, sueldos administrativos, servicios básicos, adecuaciones de infraestructura y uniformes.

### 6.3.3.1. Suministros de Oficina

El monto total a invertirse en los suministros de oficina es \$1.385,40 dólares, como se puede observar en el CUADRO 63, el área de recepción y administración generan la mayor proporción del valor, principalmente debido al costo anual de la tinta de impresora.

**CUADRO 63. SUMINISTROS DE OFICINA**

SUMINISTROS DE OFICINA			
DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>RECEPCIÓN</b>			
Papel Bond (resma)	24	\$ 3,50	\$ 84,00
Archivador oficio	24	\$ 1,50	\$ 36,00
Perforadora	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Grapadora	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Esfero (caja)	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Lápiz (caja)	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Sello	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Tinta impresora	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Papelera	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Cuaderno	10	\$ 1,20	\$ 12,00
Facturas	10	\$ 8,50	\$ 85,00
Modem Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL RECEPCIÓN</b>			<b>\$ 556,00</b>

<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Papel Bond (resma)	24	\$ 3,50	\$ 84,00
Archivador oficio	35	\$ 1,50	\$ 52,50
Perforadora	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Grapadora	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Esfero (caja)	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Lápiz (caja)	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Sello	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Tinta impresora	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Papelera	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Cuaderno	7	\$ 1,20	\$ 8,40
Modem Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 493,40</b>
<b>CENTRO INFORMÁTICO</b>			
Tinta impresora	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Papel bond (resma)	24	\$ 3,50	\$ 84,00
Grapadora	1	\$ 12,00	\$ 12,00
<b>SUBTOTAL CENTRO INFORMÁTICO</b>			<b>\$ 336,00</b>
<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA</b>			<b>\$ 1.385,40</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

### 6.3.3.2. Sueldos Administrativos

En cuanto a los sueldos administrativos se tiene un total \$47.923,16 dólares anuales (como se observa en el CUADRO 64) por la contratación de un administrador que se encargará tanto de la Hostería “La Roca” como la “cafetería-librería turística”, la recepcionista, que se encargará de atender al cliente, suministrándole la información que necesite y gestionando sus requerimientos, y por último, un asistente administrativo, que se

encargará de colaborar en la gestión del administrador en todo lo que este le solicite.

### CUADRO 64. SUELDOS ADMINISTRATIVOS

SUELDOS ADMINISTRATIVOS										
DETALLE	CANT.	SUELDO	TOTAL	IESS	13ER SUELDO	14TO SUELDO	VACAC.	FONDOS DE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 127,58	\$ 87,50	\$ 14,75	\$ 43,75	\$ -	\$ 2.373,58	\$ 28.482,90
Recepcionista	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ -	\$ 810,01	\$ 9.720,13
Asistente administrativa	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 14,75	\$ -	\$ 810,01	\$ 9.720,13
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>										<b>\$ 47.923,16</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.3.3.3. Servicios Básicos

Como se muestra en el CUADRO 65, el monto total anual a invertirse en servicios básicos anualmente es \$546,00 dólares. La energía eléctrica y el teléfono son los rubros más significativos generados por el área administrativa, con montos de \$180,00 dólares y \$144 ,00 dólares respectivamente.

### CUADRO 65. SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS

SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	\$ 15,00	\$ 180,00
Agua	\$ 8,50	\$ 102,00
Teléfono	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>SUBTOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>		<b>\$ 546,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

## 6.3.3.4. Adecuaciones de Infraestructura

En cuanto a las adecuaciones de infraestructura, el monto total a invertirse es \$36,50 dólares (CUADRO 66).

**CUADRO 66. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVOS**

<b>ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA</b>			
<b>SUMINISTROS</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
<b>RECEPCIÓN</b>			
Basurero	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Florero	1	\$ 2,50	\$ 2,50
<b>SUBTOTAL RECEPCIÓN</b>			<b>\$ 10,50</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Basurero	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Cuadro	2	\$ 5,00	\$ 10,00
<b>SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 26,00</b>
<b>TOTAL ADECUACIONES</b>			<b>\$ 36,50</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

## 6.3.3.5. Uniformes

Como se puede observar en el CUADRO 67 se proporcionará de uniformes tanto al administrador como al asistente y a la recepcionista con el fin de distinción dentro de los clientes que visitan la Hostería y sus servicios donde el monto asciende a \$116,00 dólares.

**CUADRO 67. UNIFORMES ADMINISTRATIVOS**

<b>GASTO UNIFORMES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Administrador	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Recepcionista	Jean	1	\$ 22,00	\$ 22,00
	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Asistente administrativo	Jean	1	\$ 22,00	\$ 22,00
	Camiseta	2	\$ 12,00	\$ 24,00
<b>TOTAL GASTO UNIFORMES</b>				<b>\$ 116,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

#### 6.4. PROYECCIÓN COSTOS Y GASTOS

De acuerdo a la proyección anual del BCE (Banco Central del Ecuador), el presente año la inflación asciende a 3,09%, como se indica en el GRÁFICO 26 y en el caso de sueldos y salarios asciende a 7,71% como se muestra en el CUADRO 68.

Con estos porcentajes se determinó la proyección de los siguientes años como se indica en el CUADRO 69.

**GRÁFICO 26. INFLACIÓN ANUAL**

<b>PRECIOS</b>		<b>Dic-2015</b>	<b>Ene-2016</b>
<b>Inflación</b>			
Anual		3,38%	3,09%
Mensual		0,09%	0,31%
Acumulada		3,38%	0,31%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Banco Central del Ecuador

**CUADRO 68. INFLACIÓN SUELDOS Y SALARIOS**

<b>EVOLUCIÓN SUELDOS Y SALARIOS</b>		
<b>AÑO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>% INCREMENTO</b>
2010	\$ 240,00	9%
2011	\$ 264,00	10%
2012	\$ 292,00	11%
2013	\$ 318,00	9%
2014	\$ 340,00	7%
2015	\$ 354,00	4%
2016	\$ 366,00	4%
<b>PROMEDIO</b>		<b>7,71%</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

**CUADRO 69. PROYECCIÓN COSTOS Y GASTOS**

<b>PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	\$ 185.500,98	\$ 193.246,54	\$ 201.386,77	\$ 209.945,85	\$ 218.949,63
<b>ALOJAMIENTO</b>	\$ 91.007,26	\$ 94.521,92	\$ 98.199,38	\$ 102.048,84	\$ 106.080,14
Habitaciones	\$ 5.860,00	\$ 6.041,07	\$ 6.227,74	\$ 6.420,18	\$ 6.618,56
Alimentación	\$ 69.955,00	\$ 72.116,61	\$ 74.345,01	\$ 76.642,27	\$ 79.010,52
Mano de Obra Directa	\$ 15.192,26	\$ 16.364,24	\$ 17.626,62	\$ 18.986,39	\$ 20.451,06
<b>RESTAURANTE</b>	\$ 92.304,31	\$ 96.467,56	\$ 100.860,59	\$ 105.498,31	\$ 110.396,68
Materia Prima	\$ 63.953,00	\$ 65.929,15	\$ 67.966,36	\$ 70.066,52	\$ 72.231,57
Mano de Obra Directa	\$ 28.351,31	\$ 30.538,42	\$ 32.894,24	\$ 35.431,79	\$ 38.165,10
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>	\$ 336,00	\$ 346,38	\$ 357,09	\$ 368,12	\$ 379,49
Materia Prima	\$ 336,00	\$ 346,38	\$ 357,09	\$ 368,12	\$ 379,49
<b>CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA</b>	\$ 1.853,40	\$ 1.910,67	\$ 1.969,71	\$ 2.030,57	\$ 2.093,32
Materia Prima	\$ 1.853,40	\$ 1.910,67	\$ 1.969,71	\$ 2.030,57	\$ 2.093,32
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	\$ 34.403,33	\$ 33.970,49	\$ 35.163,67	\$ 36.431,74	\$ 37.779,96
Menaje	\$ 3.308,10	\$ 3.410,32	\$ 3.515,70	\$ 3.624,33	\$ 3.736,33
Decorativos	\$ 1.131,50	\$ 1.166,46	\$ 1.202,51	\$ 1.239,66	\$ 1.277,97
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 1.556,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.897,13	\$ 10.660,63	\$ 11.483,02	\$ 12.368,85	\$ 13.323,02
Útiles de Aseo	\$ 2.188,20	\$ 2.255,82	\$ 2.325,52	\$ 2.397,38	\$ 2.471,46
Uniformes	\$ 332,00	\$ 342,26	\$ 352,83	\$ 363,74	\$ 374,98
Depreciaciones	\$ 11.310,40	\$ 11.310,40	\$ 11.310,40	\$ 11.310,40	\$ 11.310,40
Servicios Básicos	\$ 4.680,00	\$ 4.824,61	\$ 4.973,69	\$ 5.127,38	\$ 5.285,82
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 219.904,31	\$ 227.217,03	\$ 236.550,44	\$ 246.377,59	\$ 256.729,59

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Suministros de Oficina	\$ 1.385,40	\$ 1.428,21	\$ 1.472,34	\$ 1.517,84	\$ 1.564,74
Sueldos y Salarios	\$ 47.923,16	\$ 51.620,09	\$ 55.602,22	\$ 59.891,53	\$ 64.511,73
Servicios Básicos	\$ 546,00	\$ 562,87	\$ 580,26	\$ 598,19	\$ 616,68
Depreciaciones	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 36,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Uniformes	\$ 116,00	\$ 119,58	\$ 123,28	\$ 127,09	\$ 131,02
<b>SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 54.724,06</b>	<b>\$ 57.947,76</b>	<b>\$ 61.995,10</b>	<b>\$ 66.351,65</b>	<b>\$ 71.041,16</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Prensa escrita	\$ 4.284,00	\$ 4.416,38	\$ 4.552,84	\$ 4.693,52	\$ 4.838,55
<b>SUBTOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 4.284,00</b>	<b>\$ 4.416,38</b>	<b>\$ 4.552,84</b>	<b>\$ 4.693,52</b>	<b>\$ 4.838,55</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Gastos de Interés	\$ 11.779,43	\$ 10.103,04	\$ 8.251,12	\$ 6.205,27	\$ 3.945,20
<b>SUBTOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 11.779,43</b>	<b>\$ 10.103,04</b>	<b>\$ 8.251,12</b>	<b>\$ 6.205,27</b>	<b>\$ 3.945,20</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$ 290.691,80</b>	<b>\$ 299.684,21</b>	<b>\$ 311.349,50</b>	<b>\$ 323.628,04</b>	<b>\$ 336.554,51</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

## 6.5. PRESUPUESTO

El presupuesto de ingresos es la sumatoria de entradas de dinero por concepto de diferentes servicios que presta la Hostería “La Roca y la “cafetería-librería turística”. Este presupuesto se obtiene multiplicando la cantidad de clientes por el precio unitario de cada servicio y los siguientes años se multiplica el servicio por el porcentaje de crecimiento determinado en cada servicio como se muestra en el CUADRO 70.

Se prevé prestar los siguientes cinco servicios:

**ALOJAMIENTO:** Se espera atender los días sábados y domingos de todas las semanas del año a un total de 8832 clientes, los cuales pagarán por el servicio demandado un total de \$20,00 dólares por persona y por noche. Este precio incluye los diferentes servicios que ofrece la “cafetería-librería turística” y las áreas sociales. Se prevé que tendrá un crecimiento del 5% cada 2 años durante los próximos 4 años, crecimiento esperado por el sector donde se desarrolla.

**RESTAURANTE:** Se espera atender en temporada baja a 2105 clientes en el almuerzo y 1500 en la merienda, y en temporada alta, a 7956 clientes en el almuerzo y 5274 en la merienda. Los almuerzos tendrán un costo de \$4,00 dólares y las meriendas, un costo de \$3,50 dólares. Se prevé que tendrá un crecimiento del 5% cada 2 años durante los próximos 4 años, crecimiento esperado por el sector donde se desarrolla.

**SALÓN DE REUNIONES:** El costo de este servicio es de \$0,75 dólares por persona por cada tres horas, y tiene cabida para 49 personas como máximo. Adicionalmente, el mínimo a pagarse es de \$20,00 dólares por las tres horas de uso. Se prevé que por lo menos una vez al mes se tendrá alquilado este servicio y tendrá un crecimiento del 5% por año durante los próximos 4 años, crecimiento esperado por el sector donde se desarrolla.

ÁREAS SOCIALES: Las áreas sociales tendrán un costo de \$1,00 dólar por persona. Las áreas sociales son el acceso al río y la cache deportiva (vóley).

“CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA”: La “cafetería-librería turística” estará abierta desde las 9:00 horas hasta las 21:00 horas todos los días del año. El área de lectura tendrá un costo de \$2,50 dólares por persona, por cada 3 horas de uso; esta área tendrá cabida para 6 personas, estimándose, 24 personas por día. El área de cine tendrá cabida para 12 personas cada 3 horas y el costo de este servicio será de \$3,00 dólares, estimándose, 48 personas por día. El centro informático tendrá un costo de \$0,65 dólares cada 2 horas y tendrá cabida para 3 personas, estimándose, 18 personas por día. La galería de fotos tendrá cabida para 6 personas cada 2 horas y tendrá un costo de \$2,00 dólares, estimándose, 36 personas por día.

**CUADRO 70. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
SERVICIO	% CREC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento	5%	\$ 176.640,00	\$ 185.472,00	\$ 185.472,00	\$ 194.745,60	\$ 194.745,60
Restaurante	5%	\$ 63.953,00	\$ 67.150,65	\$ 67.150,65	\$ 70.508,18	\$ 70.508,18
Salon de Reuniones	5%	\$ 441,00	\$ 463,05	\$ 463,05	\$ 486,20	\$ 486,20
Áreas Sociales	0%	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00
Cafetería-Librería Turística	0%	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40
Área de Lectura		\$ 17.280,00	\$ 17.280,00	\$ 17.280,00	\$ 17.280,00	\$ 17.280,00
Área de Cine		\$ 27.648,00	\$ 27.648,00	\$ 27.648,00	\$ 27.648,00	\$ 27.648,00
Centro Informático		\$ 2.246,40	\$ 2.246,40	\$ 2.246,40	\$ 2.246,40	\$ 2.246,40
Galería de Fotos		\$ 9.216,00	\$ 9.216,00	\$ 9.216,00	\$ 9.216,00	\$ 9.216,00
<b>TOTAL INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$ 331.923,40</b>	<b>\$ 343.975,10</b>	<b>\$ 343.975,10</b>	<b>\$ 356.629,39</b>	<b>\$ 356.629,39</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

## 6.6. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son aquellos informes que son utilizados por los socios e inversionistas para poder analizar de qué manera va evolucionando el proyecto y verificar si es conveniente las inversiones que proyectan realizar a largo y corto plazo. Los estados financieros que se elaboraron son: balance general, estado de resultados y flujo de efectivo, los cuales se detalla a continuación:

### **6.6.1. Balance General**

El balance general detalla los activos que posee la empresa, las deudas y el patrimonio, como se especifica a continuación, en el CUADRO 71. Para verificar que el balance general está correcto, el total de los activos debe ser igual al total de los pasivos más el patrimonio en todos los años.

**CUADRO 71. BALANCE GENERAL**

<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ 22.106,98	\$ 62.856,65	\$ 89.217,02	\$ 99.646,59	\$ 110.855,47	\$ 105.164,69
Caja/Bancos	\$ 22.106,98	\$ 62.856,65	\$ 89.217,02	\$ 99.646,59	\$ 110.855,47	\$ 105.164,69
<b>NO CORRIENTES</b>	\$ 208.674,00	\$ 193.146,60	\$ 177.619,20	\$ 162.091,80	\$ 146.564,40	\$ 131.037,00
Construcción	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 18.769,00	\$ 18.769,00	\$ 18.769,00	\$ 18.769,00	\$ 18.769,00	\$ 18.769,00
Equipo de Oficina	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00
Equipo de Computación	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00
Muebles y Enseres	\$ 17.185,00	\$ 17.185,00	\$ 17.185,00	\$ 17.185,00	\$ 17.185,00	\$ 17.185,00
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (15.527,40)	\$ (31.054,80)	\$ (46.582,20)	\$ (62.109,60)	\$ (77.637,00)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 230.780,98	\$ 256.003,25	\$ 266.836,22	\$ 261.738,39	\$ 257.419,87	\$ 236.201,69
<b>PASIVOS</b>						
Amortización Prestamo	\$ 125.000,00	\$ 108.990,67	\$ 91.304,96	\$ 71.767,32	\$ 50.183,84	\$ 26.340,28
15% participación trabajadores	\$ -	\$ 6.184,74	\$ 6.362,06	\$ 4.309,99	\$ 4.042,21	\$ 1.756,03
22% impuesto a la renta	\$ -	\$ 7.710,31	\$ 7.931,37	\$ 5.373,12	\$ 5.039,29	\$ 2.189,19
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 125.000,00	\$ 122.885,72	\$ 105.598,39	\$ 81.450,42	\$ 59.265,34	\$ 30.285,50
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 105.780,98	\$ 105.780,98	\$ 105.780,98	\$ 105.780,98	\$ 105.780,98	\$ 105.780,98
Utilidad Neta	\$ -	\$ 27.336,55	\$ 28.120,30	\$ 19.050,14	\$ 17.866,56	\$ 7.761,66
Utilidad Acumulada	\$ -	\$ -	\$ 27.336,55	\$ 55.456,85	\$ 74.506,98	\$ 92.373,55
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 105.780,98	\$ 133.117,53	\$ 161.237,83	\$ 180.287,97	\$ 198.154,53	\$ 205.916,19
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	\$ 230.780,98	\$ 256.003,25	\$ 266.836,22	\$ 261.738,39	\$ 257.419,87	\$ 236.201,69

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

**6.6.2. Estado de Resultados**

El estado de resultados detalla tanto los ingresos como los costos y gastos totales que ha de incurrir la empresa con el fin de calcular la utilidad neta o bien la pérdida. Como se puede observar en el CUADRO 72, se prevé que en todos los años la Hostería obtendrá utilidad.

**CUADRO 72. ESTADO DE RESULTADOS**

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$ 331.923,40</b>	<b>\$ 343.975,10</b>	<b>\$ 343.975,10</b>	<b>\$ 356.629,39</b>	<b>\$ 356.629,39</b>
Alojamiento	\$ 176.640,00	\$ 185.472,00	\$ 185.472,00	\$ 194.745,60	\$ 194.745,60
Restaurante	\$ 63.953,00	\$ 67.150,65	\$ 67.150,65	\$ 70.508,18	\$ 70.508,18
Salón de Reuniones	\$ 441,00	\$ 463,05	\$ 463,05	\$ 486,20	\$ 486,20
Áreas Sociales	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00	\$ 34.499,00
Cafetería-Librería Turística	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40	\$ 56.390,40
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 219.904,31</b>	<b>\$ 229.019,88</b>	<b>\$ 240.288,71</b>	<b>\$ 252.191,24</b>	<b>\$ 264.766,30</b>
Costos Directos	\$ 185.500,98	\$ 194.912,76	\$ 204.841,75	\$ 215.318,93	\$ 226.377,31
Costos Indirectos	\$ 34.403,33	\$ 34.107,12	\$ 35.446,96	\$ 36.872,31	\$ 38.389,00
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 112.019,09</b>	<b>\$ 114.955,22</b>	<b>\$ 103.686,39</b>	<b>\$ 104.438,15</b>	<b>\$ 91.863,08</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 59.008,06</b>	<b>\$ 62.438,45</b>	<b>\$ 66.702,04</b>	<b>\$ 71.284,82</b>	<b>\$ 76.211,00</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 54.724,06</b>	<b>\$ 57.971,79</b>	<b>\$ 62.044,93</b>	<b>\$ 66.429,14</b>	<b>\$ 71.148,29</b>
Suministros de Oficina	\$ 1.385,40	\$ 1.444,47	\$ 1.506,06	\$ 1.570,27	\$ 1.637,23
Sueldos y Salarios	\$ 47.923,16	\$ 51.620,09	\$ 55.602,22	\$ 59.891,53	\$ 64.511,73
Servicios Básicos	\$ 546,00	\$ 569,28	\$ 593,55	\$ 618,86	\$ 645,25
Depreciaciones	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Uniformes	\$ 116,00	\$ 120,95	\$ 126,10	\$ 131,48	\$ 137,09
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 36,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 4.284,00</b>	<b>\$ 4.466,66</b>	<b>\$ 4.657,11</b>	<b>\$ 4.855,67</b>	<b>\$ 5.062,71</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 53.011,03</b>	<b>\$ 52.516,77</b>	<b>\$ 36.984,36</b>	<b>\$ 33.153,33</b>	<b>\$ 15.652,08</b>
Gasto Financiero	\$ 11.779,43	\$ 10.103,04	\$ 8.251,12	\$ 6.205,27	\$ 3.945,20
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. TRABAJADORES</b>	<b>\$ 41.231,60</b>	<b>\$ 42.413,73</b>	<b>\$ 28.733,24</b>	<b>\$ 26.948,06</b>	<b>\$ 11.706,88</b>
15% participación trabajadores	\$ 6.184,74	\$ 6.362,06	\$ 4.309,99	\$ 4.042,21	\$ 1.756,03
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 35.046,86</b>	<b>\$ 36.051,67</b>	<b>\$ 24.423,25</b>	<b>\$ 22.905,85</b>	<b>\$ 9.950,85</b>
22% impuesto a la Renta	\$ 7.710,31	\$ 7.931,37	\$ 5.373,12	\$ 5.039,29	\$ 2.189,19
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 27.336,55</b>	<b>\$ 28.120,30</b>	<b>\$ 19.050,14</b>	<b>\$ 17.866,56</b>	<b>\$ 7.761,66</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

**6.6.3. Flujo de Efectivo**

El flujo de efectivo es aquel en donde se muestra la liquidez de la empresa.

Cuando el flujo de fondos financieros es positivo, se constata que los ingresos han sido mayores que los egresos, mientras que cuando este flujo

es negativo, significa que los egresos han sido mayores que los ingresos.

Como se puede observar en el CUADRO 73, se prevé que en todos los años la Hostería cubra todos sus egresos.

### CUADRO 73. FLUJO DE EFECTIVOS

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>						
<b>FLUJO DE EFECTIVO INICIAL</b>	\$ -	\$ 22.106,98	\$ 62.856,65	\$ 89.217,02	\$ 99.646,59	\$ 110.855,47
Venta de servicios	\$ -	\$ 331.923,40	\$ 343.975,10	\$ 343.975,10	\$ 356.629,39	\$ 356.629,39
Valor residual activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 131.037,00
<b>TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS</b>	\$ -	\$ 354.030,38	\$ 406.831,75	\$ 433.192,12	\$ 456.275,98	\$ 598.521,85
<b>FLUJO DE COSTOS</b>						
Costos de Producción	\$ -	\$ 208.593,91	\$ 217.709,48	\$ 228.978,31	\$ 240.880,84	\$ 253.455,90
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 50.007,06	\$ 53.754,79	\$ 57.827,93	\$ 62.212,14	\$ 66.931,29
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 4.284,00	\$ 4.466,66	\$ 4.657,11	\$ 4.855,67	\$ 5.062,71
Gastos Financieros	\$ -	\$ 11.779,43	\$ 10.103,04	\$ 8.251,12	\$ 6.205,27	\$ 3.945,20
<b>INVERSIONES</b>	\$ 208.674,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos	\$ 102.893,02	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de constitución	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Socios	\$ 105.780,98	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL FLUJO DE COSTOS</b>	\$ 208.674,00	\$ 275.164,40	\$ 286.033,97	\$ 299.714,46	\$ 314.153,93	\$ 329.395,10
<b>FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS</b>	\$ (208.674,00)	\$ 78.865,98	\$ 120.797,78	\$ 133.477,66	\$ 142.122,05	\$ 269.126,75
Préstamo	\$ 125.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Socios	\$ 105.780,98	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Préstamo	\$ -	\$ 16.009,33	\$ 17.685,71	\$ 19.537,64	\$ 21.583,48	\$ 23.843,56
15% Participación Trabajadores	\$ -	\$ -	\$ 6.184,74	\$ 6.362,06	\$ 4.309,99	\$ 4.042,21
22% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ 7.710,31	\$ 7.931,37	\$ 5.373,12	\$ 5.039,29
<b>FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS</b>	\$ 22.106,98	\$ 62.856,65	\$ 89.217,02	\$ 99.646,59	\$ 110.855,47	\$ 236.201,69

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

## 6.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para evaluar la factibilidad económica de este Proyecto, se necesita determinar la tasa de descuento y los diferentes indicadores como se detalla a continuación:

### 6.7.1. Cálculo de la tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento del costo promedio ponderado de capital (tasa CPPC) se usa la siguiente fórmula:

$$\text{CPPC} = \frac{((\text{Recursos Propios} / \text{Monto Invertido}) * \% \text{Tasa Pasiva}) + ((\text{Monto Préstamo} / \text{Monto Invertido}) * \% \text{Tasa de Interés}) * (1 - \text{Tasa Impuesto})}{1}$$

**CUADRO 74. CÁLCULO CPPC**

Recursos Propios	% aporte socios	46%
Tasa Pasiva	%tasa pasiva	4,98%
Monto Invertirse	% préstamo	54%
Tasa Interés	% tasa interés	10%
Tasa Impuesto	% tasa impuestos	33%
<b>CPPC</b>	<b>Costo promedio ponderado de capital</b>	<b>5,16%</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

Después de reemplazar valores en la fórmula especificada anteriormente, el CPPC es 5,16%, como se observa en el CUADRO 74. Este cálculo sirve para poder determinar la tasa de descuento, calculada con la siguiente fórmula:

$$\text{TD} = \text{CPPC} + \% \text{Riesgo Pais} + \% \text{Inflación}$$

**CUADRO 75. CÁLCULO TASA DE DESCUENTO**

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
CPPC	5,16%
% Riesgo país	5,69%
% Inflación promedio	3,38%
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>14,23%</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

Después de realizar el cálculo de la fórmula especificada anteriormente se obtuvo un 14,23% de tasa de descuento, la cual se utilizará para calcular el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

### 6.7.2. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) se utiliza para evaluar si un proyecto es viable o no dependiendo del resultado, como se indica a continuación:

- Si el VAN es menor a cero (0), los ingresos son menores que los egresos. Por lo tanto, el proyecto no es viable.
- Si el VAN es igual a cero (0), los ingresos son iguales a los egresos. Por lo tanto, el proyecto es viable, pero no se obtendrá utilidades.
- Si el VAN es mayor a cero (0), los ingresos son mayores que los egresos. Por lo tanto, el proyecto es viable, y se obtendrá utilidades.

El Valor Actual Neto se obtiene multiplicando cada uno de los flujos de efectivos sacados del CUADRO 73 por el factor de actualización. A continuación la fórmula para sacar el VAN:

$$\text{VAN} = \sum (\text{Flujo de Efectivo} * 1 / (1 + \text{Factor Actualización})^n)$$

**CUADRO 76. CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO**

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ (105.780,98)	1	\$ (105.780,98)
1	\$ 62.856,65	0,8754	\$ 55.027,19
2	\$ 89.217,02	0,7664	\$ 68.375,41
3	\$ 99.646,59	0,6709	\$ 66.856,06
4	\$ 110.855,47	0,5874	\$ 65.112,07
5	\$ 236.201,69	0,5142	\$ 121.454,47
<b>VAN</b>			<b>\$ 237.282,79</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

El Valor Actual Neto de este Proyecto es \$237.282,79 dólares, con una tasa de descuento de 14,23%. Siendo el VAN mayor a “0” se determinó que el proyecto es viable y que se obtendrán utilidades.

### 6.7.3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se utiliza para medir la rentabilidad que tiene un proyecto dependiendo del resultado, como se indica a continuación:

- TIR menor a la tasa de descuento, el dinero invertido no es recuperado. PROYECTO NO VIABLE (no rentable).
- TIR mayor a la tasa de descuento, el dinero invertido se recupera en el menor tiempo posible (menor a 1 año). PROYECTOR VIABLE (rentable).

La Tasa Interna de Retorno se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = Tasa\ negativa + (Tasa\ Positiva - Tasa\ Negativa) * \frac{VAN\ positivo}{VAN\ positivo - VAN\ negativo}$$

**CUADRO 77. CÁLCULO DE TIR**

Tasa positiva	14,23%
Tasa negativa	78,00%
VAN positivo	\$ 237.282,79
VAN negativo	\$ (213,48)
<b>TIR</b>	<b>77,735%</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

La tasa positiva se la obtuvo del cálculo del Valor Actual Neto que es 14,23%, con un VAN positivo de \$237.282,79 dólares. La tasa negativa después de varios intentos con el método de prueba y error, se determinó que con 78% se obtiene un VAN negativo de -\$213,48 dólares. Con estos datos aplicados a la fórmula especificada anteriormente se determinó que el TIR de este Proyecto es 77,74%. Siendo el TIR mayor a la tasa de descuento (TD), el Proyecto es viable.

**6.7.4. Período de Recuperación de la Inversión**

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI), es el lapso en el que los socios podrán recuperar el capital invertido en este Proyecto. Además, es importante señalar que el período de recuperación de la inversión no debe pasar a los años de vida útil, para que el Proyecto siga siendo rentable para los socios.

El período de recuperación de la inversión se calcula con la siguiente fórmula:

$$PRI = a + (b - c) / d ; \text{ donde:}$$

**a**= año donde el flujo acumulado no pasa del inicial

**b**= flujo inicial en el AÑO 0

**c**= flujo acumulado que no pasa al flujo del AÑO 0

**d**= flujo acumulado pase al flujo inicial

Como se puede observar en el CUADRO 78, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es 1 año, 8 meses y 26 días.

#### CUADRO 78. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN		
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ 105.780,98	
1	\$ 55.027,19	\$ 55.027,19
2	\$ 68.375,41	\$ 123.402,60
3	\$ 66.856,06	\$ 190.258,65
4	\$ 65.112,07	\$ 255.370,72
5	\$ 121.454,47	\$ 376.825,20
<b>PRI</b>	<b>1,74</b>	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

### 6.7.5. Relación Beneficio-Costo

El indicador de la relación entre el Beneficio-Costo da a conocer en qué porcentaje sobrepasan los ingresos a los egresos. Solamente cuando este indicador es mayor a 1, el proyecto es rentable. La fórmula para determinar el indicador Relación Beneficio-Costo es la siguiente:

$$B - C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actuales}}{\Sigma \text{Egresos Actuales}}$$

Como se puede observar en el CUADRO 79, la Relación Beneficio-Costo es 1,22 (22%). Esto significa que el Proyecto es rentable, debido a que el indicador en mención es mayor a 1.

**CUADRO 79. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO**

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO				
AÑO	BENEFICIOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0			\$ 208.674,00	\$ 208.674,00
1	\$ 354.030,38	\$ 309.932,16	\$ 275.164,40	\$ 240.889,77
2	\$ 406.831,75	\$ 311.793,49	\$ 286.033,97	\$ 219.214,77
3	\$ 433.192,12	\$ 290.642,32	\$ 299.714,46	\$ 201.087,93
4	\$ 456.275,98	\$ 267.998,28	\$ 314.153,93	\$ 184.521,47
5	\$ 598.521,85	\$ 307.758,82	\$ 329.395,10	\$ 169.374,35
<b>SUMA</b>		<b>\$ 1.488.125,07</b>		<b>\$ 1.223.762,29</b>
<b>RELACIÓN BENEFICIO-COSTO</b>				<b>\$ 1,22</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

### 6.7.6. Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio indica a la empresa el volumen de ventas que deben realizar para obtener un valor por ingresos igual al valor de los costos. El punto de equilibrio se calcula aplicando la fórmula a continuación, para lo cual es necesario clasificar los costos y gastos del Proyecto, como se muestra en el CUADRO 80.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

**CUADRO 80. CLASIFICACIÓN COSTOS Y GASTOS**

CLASIFICACIÓN DE COSTOS Y GASTOS			
DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			
<b>ALOJAMIENTO</b>			
Habitaciones	\$ 5.860,00		\$ 5.860,00
Alimentación		\$ 69.955,00	\$ 69.955,00
Mano de Obra Directa	\$ 15.192,26		\$ 15.192,26
<b>RESTAURANTE</b>			
Materia Prima		\$ 63.953,00	\$ 63.953,00
Mano de Obra Directa	\$ 28.351,31		\$ 28.351,31
<b>SALÓN DE REUNIONES</b>			
Materia Prima		\$ 336,00	\$ 336,00
<b>CAFETERÍA-LIBRERÍA TURÍSTICA</b>			
Materia Prima		\$ 1.853,40	\$ 1.853,40

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Menaje	\$ 3.308,10		\$ 3.308,10
Decorativos	\$ 1.131,50		\$ 1.131,50
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 1.556,00		\$ 1.556,00
Mano de Obra Indirecta	\$ 9.897,13		\$ 9.897,13
Útiles de Aseo		\$ 2.188,20	\$ 2.188,20
Uniformes	\$ 332,00		\$ 332,00
Depreciaciones	\$ 11.310,40		\$ 11.310,40
Servicios Básicos	\$ 4.680,00		\$ 4.680,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Suministros de Oficina	\$ 1.385,40		\$ 1.385,40
Sueldos y Salarios	\$ 47.923,16		\$ 47.923,16
Servicios Básicos	\$ 546,00		\$ 546,00
Depreciaciones	\$ 4.217,00		\$ 4.217,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00		\$ 500,00
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 36,50		\$ 36,50
Uniformes	\$ 116,00		\$ 116,00
<b>GASTO DE VENTAS</b>			
Prensa Escrita		\$ 4.284,00	\$ 4.284,00
<b>TOTAL CLASIFICACIÓN</b>	<b>\$ 136.342,77</b>	<b>\$ 142.569,60</b>	<b>\$ 278.912,37</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

Para que los ingresos sean iguales a los costos, la Hostería “La Roca” deberá tener una entrada anual de \$349.610,40 dólares, como se muestra en el CUADRO 81.

#### **CUADRO 81. PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 230.229,27</b>
<b>CFT</b>	<b>\$ 136.342,77</b>
<b>CVT</b>	<b>\$ 142.569,60</b>
<b>IT</b>	<b>\$ 349.610,40</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yessenia Andino

### 6.7.7. Índices Financieros

Los índices financieros ayudan a los socios a ver tanto la rentabilidad como la liquidez del Proyecto.

**ÍNDICE DE LIQUIDEZ:** Es el porcentaje de pasivos corrientes con respecto a sus activos corrientes. En el caso de la Hostería “La Roca” se puede ver que cada año aumenta de forma extraordinaria, siendo el valor del último año, 490%.

**MARGEN DE UTILIDAD BRUTA:** Es el porcentaje de ganancia antes de restar tanto los gastos administrativos como los de ventas. Para la Hostería “La Roca”, el primer año tendrá 34% de ganancia y se incrementará durante los 4 años siguientes.

**MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL:** Es el porcentaje de ganancia antes de restar los gastos operacionales, administrativos y de ventas. En el caso de la Hostería “La Roca”, el primer año tendrá 16% de ganancia.

**MÁRGEN DE UTILIDAD NETA:** Es el porcentaje de ganancia neta después de restar las obligaciones por pagar que tiene la empresa. Para la Hostería “La Roca”, todos los años aumenta significativamente, hasta llegar al 28% en el año 5.

**RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO:** Es el porcentaje de rentabilidad de las aportaciones dadas por los socios. En el caso de la Hostería “La Roca”, su porcentaje mayor es en el año 3, con 32%.

**RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS TOTALES:** Es el porcentaje de eficiencia de los activos para generar utilidades. En el caso de la Hostería “La Roca”, todos los años aumenta.

**CUADRO 82. ÍNDICES FINANCIEROS**

ÍNDICES FINANCIEROS						
INDICADORES	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>LIQUIDEZ</b>						
Índice de Liquidez	$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	52%	110%	199%	325%	490%
<b>RENTABILIDAD</b>						
Márgen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	34%	41%	46%	51%	56%
Márgen de Utilidad Operacional	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$	16%	24%	31%	38%	44%
Márgen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	8%	14%	20%	24%	28%
Rendimiento sobre el Patrimonio	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	21%	29%	32%	31%	30%
Rendimiento sobre Activos Totales	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$	11%	18%	22%	24%	25%

Fuente: Investigación Directa  
 Elaboración: Yessenia Andino

## 6.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es aquel que determina hasta dónde puede llegar (positivamente) un incremento porcentual de los ingresos, costos y gastos. A continuación, se detalla en los CUADROS 83, 84 y 85 los diferentes escenarios posibles:

**Escenario I (Optimista):** Incrementar en 10% los ingresos.

**CUADRO 83. ESCENARIO I**

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: ESCENARIO 1						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Fondos	\$ (170.000,00)	\$ 96.048,99	\$ 156.806,87	\$ 201.633,95	\$ 248.505,76	\$ 409.514,93
Tasa de Descuento	14,23%	Tasa Referencial				
<b>VAN</b>	<b>\$ 460.549,19</b>	Proyecto viable				
<b>TIR</b>	<b>85%</b>	Proyecto viable				

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

Al incrementar 10% los ingresos se obtiene un VAN y un TIR positivos, como se muestra en el CUADRO 82, dando como resultado un proyecto viable.

**Escenario II (Pesimista):** Disminución de 6% en ingresos.

**CUADRO 84. ESCENARIO II**

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: ESCENARIO 1						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Fondos	\$ (170.000,00)	\$ 42.941,25	\$ 48.663,11	\$ 38.454,18	\$ 28.265,29	\$ 132.213,75
Tasa de Descuento	14,23%	Tasa Referencial				
<b>VAN</b>	<b>\$ 13.371,18</b>	Proyecto viable				
<b>TIR</b>	<b>17%</b>	Proyecto viable				

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Yessenia Andino

Al disminuir los ingresos en un 6%, el VAN y el TIR son positivos, por lo cual el Proyecto es viable. Si se disminuye en un punto más (7%), el Proyecto ya no será viable, puesto que el VAN y el TIR se convierten en negativos.

**Escenario III (Pesimista):** Incremento de 23% en costos de producción, administrativos y ventas.

**CUADRO 85. ESCENARIO III**

<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: ESCENARIO 1</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Flujo de Fondos	\$ (170.000,00)	\$ (316,16)	\$ 37.324,25	\$ 45.005,69	\$ 48.283,16	\$ 169.522,32
Tasa de Descuento	14,23%	Tasa Referencial				
<b>VAN</b>	<b>\$ 3.547,03</b>	Proyecto viable				
<b>TIR</b>	<b>15%</b>	Proyecto viable				

Fuente: Investigación Directa  
 Elaboración: Yessenia Andino

El proyecto es viable al incrementar en un 23% los costos de producción, administrativos y ventas, ya que el VAN y el TIR son positivos. Si se aumenta en un punto más (24%) ya no sería viable, puesto que el VAN y el TIR se convierten en negativos.

## 7. CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio realizado, la creación de la “cafetería-librería turística” dentro de la Hostería “La Roca” en la parroquia de Mindo, es factible y rentable, verificándose que el ingreso calculado permitirá la continuidad del negocio, y que dicho ingreso aumentará en el tiempo, reflejándose en los resultados arrojados en el análisis de factibilidad y viabilidad con los indicadores VAN y TIR.
- La Hostería “La Roca” tiene como objetivo principal, contar con la infraestructura y calidad adecuada para satisfacer las necesidades de sus futuros clientes ya que se encuentra en proceso de construcción.
- Como se pudo observar en el análisis de ANTECEDENTES, el crecimiento de turistas en la parroquia de Mindo ha sido notable en el tiempo, lo que ha demandado la apertura de nuevas plazas de alojamiento (demanda insatisfecha) dentro de la zona, generándose así un ambiente favorable para la creación de la Hostería “La Roca”, y la implementación de su servicio estrella “cafetería-librería turística”.

- Al realizar el estudio de mercado, se pudo constatar que Mindo es una parroquia ideal para el desarrollo de proyectos turísticos, al contar con un flujo extraordinario de turistas nacionales y extranjeros, quienes llegan atraídos por la diversidad de flora y fauna, los hermosos paisajes y la hospitalidad de la gente nativa.
- La Hostería “La Roca” tendrá una gran acogida dentro de los turistas debido a que se encuentra construida en medio de un ambiente natural y ecológico, lo cual, según la encuesta realizada, es un factor atrayente al momento de escoger una hostería. Además, la buena calidad de los servicios y de la buena atención brindada generará un ambiente propicio para el deleite de los turistas que la visiten y la consecuente generación de fidelidad a la Hostería en ellos.
- Los diferentes objetivos planteados por las autoridades de Mindo para los próximos años en el tema de capacitación en los varios ámbitos que abarca el turismo, ayuda a que tanto la población como los propios turistas se beneficien de esto, ya que el resultado será personas con conocimiento amplio y dispuestas a satisfacer de una mejor manera las necesidades que actualmente se demandan y por lo tanto clientes satisfechos.
- La construcción de la “cafetería-librería turística” generará ingresos importantes a la Hostería “La Roca”, pero sobretodo la reposicionará en el ámbito turístico de Mindo,

debido a su carácter innovador y atractivo. Factores importantes para el éxito de la “cafetería-librería turística”, como se detalla en el Análisis Financiero del Proyecto, son: la variedad de servicios, el diseño llamativo, y los precios accesibles.

- Existen varias hosterías alrededor del pueblo de Mindo, cada una con sus diferentes precios y diseños para el deleite de los consumidores. Después de realizar el análisis de la competencia se pudo determinar que ninguna de las hosterías observadas tiene los servicios que ofrece “La Roca” con su producto estrella, “cafetería-librería turística”.
- La decisión de los socios de la Hostería “La Roca”, de ofrecer varios servicios aparte del alojamiento (que es común en Mindo), ha incrementado la probabilidad de ser una empresa exitosa, cuya propuesta atraiga a varios segmentos de turistas. Los servicios en referencia son: salón de reuniones, cancha deportiva, acceso al río y la “cafetería-librería turística”, su producto más innovador y ambicioso.
- En el análisis FODA se pudo determinar varias estrategias a seguir, para que las posibles debilidades y amenazas puedan ser contrarrestadas con las fortalezas y oportunidades de la Hostería y del segmento en el que se desarrolla, así la empresa estará preparada para sobresalir en cualquier situación que se le presente.

- Mediante la encuesta se pudo determinar los diferentes servicios a ofrecer en la “cafetería-librería turística”, lo que demandó diseñar un modelo único para el deleite de los clientes, definición del lugar más conveniente dentro de la Hostería “La Roca”, materiales y el proceso a seguir para la construcción de la misma.
- En cuanto al Marketing Mix se pudo determinar el logo y slogan que tendrá la Hostería “La Roca” y la “cafetería-librería turística”. Se determinó el flujo de servicios de cada uno de ellas, lo que ayudará al área de recepción y área administrativa a atender las necesidades de los clientes de una manera óptima y eficiente.
- Se estableció varias estrategias a seguir en cuanto al precio, plaza, promoción y posicionamiento, lo que ayudará a que los clientes puedan apreciar de una manera tangible los servicios y beneficios que ofrece la Hostería “La Roca” y con eso lograr que la elijan de entre toda la competencia.
- Se estableció estrategias publicitarias económicas (ATL y BTL) para que conozcan los clientes potenciales de una manera más directa los servicios que ofrece la Hostería “La Roca”, como resultado exitoso es que aumentará la visita de los turistas a Mindo, lo que ayudará también al turismo interno de la zona.

- La propuesta de negocio del presente Proyecto, es rentable de acuerdo a la proyección de costos (de producción, administrativos y de ventas) e ingresos. Esto se ha certificado mediante el análisis de sensibilidad realizado.

## **8. RECOMENDACIONES**

- El gobierno ecuatoriano debe realizar un estudio más amplio del turismo en la parroquia de Mindo, debido a que existe muy poca información detallada, por fuentes confiables, acerca de este tema, lo cual dificulta la realización de estudios como el que exigió el presente Proyecto.
- Los empresarios que administran hosterías deben tener en cuenta que el mercado está demandando a las empresas ideas innovadoras para satisfacer sus necesidades, por lo que los empresarios dueños de hosterías en Mindo, deben optar por cambiar su visión y aumentar la calidad de los servicios que ofrecen. Esto favorecerá al crecimiento turístico de Mindo.
- Para el desarrollo de este tipo de proyectos se debe tomar en cuenta las diferentes políticas internas del país que puedan afectar, de diversas maneras, al negocio. Por lo tanto, es importante tener información actualizada sobre este tema, a fin de planificar y ejecutar oportunamente estrategias que beneficien a las empresas., para que esto no

ocurra es necesario revisar constantemente el tema y estar actualizados en todo momento.

- De manera general, para la creación de una hostería, es fundamental que previamente se realice un estudio de mercado y un estudio financiero, los cuales permitirán determinar si el proyecto es factible y rentable en el tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, P. (2007). *EL TURISMO DE AVENTURA COMO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE MINDO, PROVINCIA DE PICHINCHA.*

AM SYSTEM. (2014). *AM SYSTEM.* Obtenido de <http://amsystem.es/am-software-hotel/cat-am-system/cat-software/cat-software-hoteleria/cat-software-hotel/software-hotel-am-hotel-pms>

Banco Mundial. (07 de ABRIL de 2016). *Banco Mundial.* Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

Banco Nacional de Fomento. (01 de OCTUBRE de 2015). *Banco Nacional de Fomento.* Obtenido de [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=53)

Bío Hostal. (2012). *Bío Hostal.* Obtenido de [http://www.mindobiohostal.com/index.php?option=com\\_content&view=featured&Itemid=101](http://www.mindobiohostal.com/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=101)

Calvache, A. (2015). *Elaboración de un plan de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Mindo, cantón San Miguel de los Bancos, provincia de Pichincha.* Guayaquil: Universidad Agraria del Ecuador.

Casa de Piedra. (2013). *Casa de Piedra.* Obtenido de <http://casadepiedra.andinanet.net/index.php/79-mega-content-demo/mega-slideshow/68-casa-de-piedra-mindo-ecuador>

Corporación Ecológica Amigos de la Naturaleza de Mindo. (1994). *HISTORIA E IDENTIDAD, CREENCIAS Y ORÍGENES DE MINDO.*

CRM. (2014). *CRM*. Obtenido de <http://www.crmespanol.com/>

EKOS. (14 de DICIEMBRE de 2014). *EKOS*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5094>

El Carmelo. (1994). *El Carmelo*. Obtenido de [http://www.mindo.com.ec/index.php/es/la-hosteria EL TELÉGRAFO](http://www.mindo.com.ec/index.php/es/la-hosteria-EL-TELÉGRAFO). (28 de MARZO de 2014). *EL TELÉGRAFO*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/turismo-genero-1-500-millones-y-crece-al-18.html>

Embajada del Ecuador en la República Popular de China. (2014). *Embajada del Ecuador en la República Popular de China*. Obtenido de <http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador/perfil-del-ecuador/principales-ciudades-del-ecuador>

Expansión. (2014). *DATOSMACRO.COM*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/paises/ecuador>

El Ciudadano. (23 de NOVIEMBRE de 2014). *El Ciudadano*. Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/31-microempresas-de-mindo-recipientes-reconocimiento-por-sus-servicios/>

FRED R., D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Mindo. (AGOSTO de 2012). *GOBIERNO DE PICHINCHA*. Obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_k/ppot/sanmiguelban/ppdot\\_mindo.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/sanmiguelban/ppdot_mindo.pdf)

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Mindo. (12 de MAYO de 2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE MINDO*.

Hinojosa, J. (2008). *PLAN ESTRATÉGICO PARA IMPULSAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL ECOTURISMO Y EL TURISMO DE AVENTURA EN LA PARROQUIA DE MINDO, CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS, PROVINCIA DE PICHINCHA*.

INEC. (26 de SEPTIEMBRE de 2014). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-2013-ingresaron-1-C2%B4061-561-turistas-extranjeros/>

- Kotler, P. y. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2014). *MKGT MARKETING*. México: CENGAGE Learning.
- Lambin, J. J. (2003). *Marketing Estratégico*. Madrid, España: Mc Graw - Hill / Interamericana de España S.A.
- Maldonado, J., & Rueda, T. (2007). *PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA*.
- Mindo Garden. (1999). *Mindo Garden*. Obtenido de <http://www.mindogardens.com/index.php?seccion=hosteria&archivo=hosteria&id=1>
- Mindo Real. *Mindo Real*. Obtenido de <http://www.mindoreal.com/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ama la Vida TV*. Obtenido de <http://www.amalavida.tv/novedades/turismo-de-aventura-en-mindo>
- Ministerio de Turismo. (23 de DICIEMBRE de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/en-mindo-se-registran-465-especies-durante-el-vigesimo-conteo-navideno-de-aves/>
- Ministerio de Turismo. (08 de SEPTIEMBRE de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/mindo-consolida-su-oferta-de-turismo-de-aventura/>
- SYSME SOFTWARE. (2014). *SYSME SOFTWARE*. Obtenido de <http://www.sysme.net/sysme-hotel/>
- UNESCO. (2015). *LA EDUCACIÓN PARA TODOS, 2000-2015: LOGROS Y DESAFÍOS*.
- Velasco, J. (1946). *Historia del Reino de Quito en la América Moderna*. Quito: EL COMERCIO.