



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA

**“Estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecológica, en
el bosque nublado Mindo Nambillo. Provincia de pichincha”**

TRABAJO FIN DE TITULACIÓN

AUTOR: Torres Pozo, Rosa Ivanova

DIRECTORA: Sánchez Cevallos, Estefanía Rosario, Ms.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO-SAN RAFAEL

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Máster

Estefanía Sánchez Cevallos

DOCENTE DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: “Estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecológica, en el bosque nublado Mindo Nambillo. Provincia de Pichincha” realizado por Torres Pozo Rosa Ivanova, ha sido orientado y revisado durante su ejecución por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Marzo de 2014

f) _____

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo: Torres Pozo Rosa Ivanova declaro ser autor (a) del presente trabajo de fin de titulación:” Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería ecológica en el bosque nublado Mindo Nambillo”, siendo la Master Estefanía Sánchez Cevallos Directora del trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f. _____

Torres Pozo Rosa Ivanova

Cédula No. 1704580032

DEDICATORIA

Dedico este Proyecto a la memoria de mis Padres Mauro Torres e Ivanova Pozo, ya que será la materialización de un sueño hecho realidad. Además es el desafío personal de alcanzar una meta en la profesión desarrollada.

AGRADECIMIENTO

El más profundo agradecimiento a todas las personas que de diferentes maneras estuvieron relacionadas con el desenvolvimiento de mi formación profesional , y luego con la elaboración y conclusión del proyecto de fin de carrera, en especial a mi familia, sobre todo a mi esposo Fernando, pilar fundamental de mi realización profesional. Mi hijo Daniel, quien con su invaluable ayuda y paciencia se constituyo en mi apoyo tecnológico. Mis hijas que con sus críticas constructivas hicieron que no desmaye ni desista de mi objetivo, por todo esto Gracias a mi gran familia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----|
| APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS..... | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS..... | vi |
| | |
| RESUMEN EJECUTIVO | 1 |
| ABSTRACT | 2 |
| INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| | |
| CAPÍTULO I..... | 5 |
| ANÁLISIS DEL ENTORNO | 5 |
| | |
| 1.1 Análisis del entorno macro del sector de Mindo..... | 6 |
| 1.1.1 Principales aspectos y tendencias del entorno turístico..... | 13 |
| 1.2 Principales determinantes de la demanda turística..... | 16 |
| 1.2.1 Tendencias actuales de la demanda turística..... | 20 |
| 1.2.2 Indicadores de los mercados turísticos..... | 27 |
| 1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO MICRO | 30 |
| 1.2.1 Naturaleza del negocio..... | 33 |
| | |
| CAPÍTULO II..... | 40 |
| ESTUDIO DE MERCADO..... | 40 |
| | |
| 2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO..... | 42 |
| 2.1.1 Alojamiento..... | 42 |
| 2.1.2 Alimentación..... | 43 |
| 2.1.3 Recreación..... | 43 |
| 2.2 Naturaleza y usos de los productos..... | 44 |
| 2.2.1 Ecoturismo..... | 45 |
| 2.3 Diseño de la investigación | 47 |
| 2.3.1 Formulación del problema de investigación..... | 47 |
| 2.3.2 Objetivo de investigación..... | 48 |
| 2.3.3 Enfoque de la investigación..... | 48 |

| | | |
|----------------------|--|-----|
| 2.3.4 | Hipótesis de la investigación..... | 48 |
| 2.3.5 | Diseño de la investigación. | 49 |
| 2.3.6 | Investigación cualitativa..... | 49 |
| 2.3.6.1 | Resultados de la investigación cualitativa..... | 50 |
| 2.3.7 | Investigación cuantitativa..... | 54 |
| 2.3.8 | Resultados de la investigación cuantitativa..... | 56 |
| 2.3.9 | Conclusiones de la investigación..... | 95 |
| 2.4 | Análisis de la demanda..... | 96 |
| 2.4.1 | Factores que afectan a la demanda..... | 96 |
| 2.4.2 | Cuantificación de la Demanda Actual. | 97 |
| 2.4.3 | Proyección de la Demanda..... | 99 |
| 2.5 | Análisis de oferta..... | 100 |
| 2.5.1 | Factores que afectan a la oferta. | 100 |
| 2.5.2 | Cuantificación de la oferta actual..... | 101 |
| 2.5.3 | Proyección de la Oferta. | 103 |
| 2.6 | Determinación de la demanda potencial insatisfecha..... | 104 |
| 2.7 | Análisis de precios..... | 105 |
| 2.8 | Comercialización del producto..... | 106 |
| 2.9 | Estrategias de introducción al mercado..... | 107 |
| 2.10 | Conclusiones del estudio de mercado..... | 110 |
| CAPÍTULO III..... | | 112 |
| ESTUDIO TÉCNICO..... | | 112 |
| 3.1 | ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO..... | 113 |
| 3.1.1 | Macro localización..... | 113 |
| 3.1.2 | Micro localización..... | 113 |
| 3.2 | Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto..... | 117 |
| 3.2.1 | Tamaño y la demanda..... | 117 |
| 3.2.2 | Tamaño e insumos..... | 120 |
| 3.2.3 | Tamaño y equipos..... | 121 |
| 3.2.4 | Tamaño y organización..... | 121 |
| 3.2.5 | Tamaño y financiamiento..... | 122 |
| 3.2.6 | Tamaño y recreación..... | 123 |
| 3.3 | Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos..... | 123 |

| | | |
|-----------------------------------|--|-----|
| 3.4 | Identificación y descripción del proceso..... | 126 |
| 3.4.1 | Descripción del Proceso de Alojamiento..... | 126 |
| 3.4.2 | Descripción del Proceso de Recreación. | 129 |
| 3.4.3 | Descripción del Proceso de Alimentación o Restaurante..... | 132 |
| 3.4.4 | Descripción del Proceso de Marketing y Ventas..... | 134 |
| 3.4.5 | Dimensión de la planta. | 136 |
| 3.5 | Determinación de la organización humana y jurídica de la hostería..... | 141 |
| 3.5.1 | Nombre de la Hostería..... | 141 |
| 3.5.2 | Valores. | 141 |
| 3.5.3 | Misión y Visión..... | 142 |
| 3.5.4 | Organización humana..... | 142 |
| 3.5.5 | Organización Jurídica. | 148 |
| 3.5.6 | Requisitos legales para la apertura de la hostería. | 149 |
| CAPITULO IV | | 151 |
| ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO..... | | 151 |
| 4.1 | DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS..... | 152 |
| 4.1.1 | Costos de producción..... | 152 |
| 4.1.1.1 | Costos directos. | 152 |
| 4.1.1.2 | Costos indirectos..... | 154 |
| 4.1.2 | Costos de Administración. | 156 |
| 4.1.3 | Costos de venta..... | 158 |
| 4.1.4 | Costos Financieros..... | 158 |
| 4.2 | Inversión total: fija y diferida | 161 |
| 4.2.1 | Inversión fija. | 161 |
| 4.2.2 | Inversión diferida. | 165 |
| 4.3 | Cronograma de inversiones..... | 165 |
| 4.4 | Depreciaciones y amortizaciones | 165 |
| 4.5 | Capital de trabajo | 166 |
| 4.6 | Punto de equilibrio | 168 |
| 4.7 | Estado de resultados proforma..... | 170 |
| 4.8 | Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento | 174 |
| 4.9 | Financiamiento | 174 |
| 4.10 | Balance general..... | 175 |

| | |
|--|--------------------------------------|
| CAPITULO V | 177 |
| EVALUACIÓN ECONÓMICA..... | 177 |
| 5.1 Valor Presente Neto (VPN)..... | 178 |
| 5.2 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)..... | 183 |
| 5.3 Análisis de sensibilidad..... | 184 |
| 5.4 Razón Beneficio Costo | 185 |
| CONCLUSIONES | 187 |
| RECOMENDACIONES..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 189 |
| ANEXOS..... | 191 |

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que se ha desarrollado está enfocado en el estudio de factibilidad para la instalación de una Hostería ecológica en el Bosque nublado de Mindo Nambillo, cuya principal actividad estará enfocada en el desarrollo del ecoturismo de una forma sostenible fomentando la protección de la naturaleza, y aprovechando el majestuoso entorno de la propiedad en donde se ejecutará el proyecto, realizando actividades como son: aviturismo, senderismo, paseos en bicicleta o a caballo y todas dentro de un mismo lugar y alejadas de la población de Mindo, Las ventajas que presenta el lugar en donde se va a construir la Hostería son imponderables y los resultados obtenidos del proyecto dan como resultado que lo más conveniente es la ejecución del proyecto.

Palabras claves: Mindo, Hostería ecológica, ecoturismo, naturaleza, aviturismo, senderismo.

ABSTRACT

The project that has been developed is focused on the feasibility study for the installation of an ecological Hosteria in the cloud forest of Mindo Nambillo, whose main activity will focus on the development of ecotourism in a sustainable manner promoted the protection of nature and advantage of the majestic surroundings of the property on which the project will be implemented by doing things such as: birding, hiking, biking and horse and all in one place and away from the town of Mindo, the advantages of the place which to build the Lodge are imponderable and results of the project result that it is best to project implementation.

Keywords: Mindo, eco lodge, ecotourism, nature, birdwatching, hiking.

INTRODUCCIÓN

El tema del proyecto desarrollado es un estudio de Factibilidad para la instalación de una Hostería ecológica en el bosque nublado de Mindo Nambillo, cerca de la población de Mindo, en la provincia de Pichincha, que es un área de alta concentración de aves, flora y fauna y se ha constituido en un lugar con muchos atractivos para desarrollar el ecoturismo.

Luego del estudio realizado se ha determinado la construcción de una hostería ecológica con niveles de servicios altos y competitivos.

En el capítulo 1 se refiere al Análisis del entorno Macro y Micro de la población de Mindo, analizando todos los aspectos socioeconómicos que involucran el desarrollo de la población. Luego se han determinado los diferentes atractivos turísticos, las preferencias a visitar en el lugar, y en base a estos datos se indican los requerimientos para la instalación de una Hostería en el lugar, motivo del estudio planteado.

En el capítulo 2 está el estudio de Mercado, en el cual se ha realizado una investigación que tiene como fin recopilar, procesar y analizar la información para a través de una encuesta que se realizó a 373 turistas nacionales y extranjeros para establecer las preferencias turísticas de los mismos. Una vez establecidos los resultados y con el análisis de la Demanda y Oferta se pretende obtener al menos el 25% de la demanda insatisfecha, finalmente se indica el Mix de Marketing para desarrollar el proyecto.

El capítulo 3 es el estudio Técnico, en el cual se ha determinado el tamaño óptimo de la Hostería, con la localización, los costos de los suministros e insumos, la descripción de los procesos productivos, con sus gráficos de Diagramas de Flujo, Organigramas de personal e inclusive la determinación de la organización humana y jurídica que será necesaria para la contratación para el funcionamiento de la Hostería.

El capítulo 4 es el estudio Económico del negocio, con la determinación de los costos: producción, administración, ventas y financieros. Se indica también la inversión inicial: fija y diferida, cronograma de inversiones, el punto de Equilibrio, un estado de Resultados, Cuadro de financiamiento, y finalmente el Balance General.

El capítulo 5 se refiere a la Evaluación Económica que indica que el proyectos es viable con una inversión de 226.313,58 dólares (doscientos veintiséis mil trescientos trece dólares con cincuenta y ocho centavos); que genera en un escenario financiado un VPN de 119.938,60

dólares (ciento diecinueve mil novecientos treinta y ocho dólares con sesenta centavos), y una TIR de 15,19%.

La investigación es importante para la constitución de la empresa que se va a formar ya que luego de los estudios realizados y con la información que se ha obtenido ha dado como resultado que es factible la construcción de la hostería y también el desarrollo turístico del sector es de vital importancia en la vida cotidiana de la población de Mindo.

En función a la investigación de mercados y la demanda insatisfecha identificada en cuanto a servicios de alojamiento, recreación y alimentación se pudo consolidar un proyecto que tienda a cubrir esa demanda y mejore la oferta turística de la zona de Mindo.

Los objetivos del proyecto han sido satisfactorios por lo tanto su cumplimiento se espera que se los realice en el menor tiempo posible dependiendo de las circunstancias monetarias que se presenten.

En el desarrollo del proyecto se ha tenido de todo, ya sea para obtener información directa pues por ejemplo en el Municipio de Los Bancos no existe la suficiente; y de facilidades si las hubo ya que la población de Mindo está cerca de Quito y por tal motivo fue más fácil investigar directamente en el lugar.

Los métodos aplicados para el desarrollo de la investigación fueron el análisis, la síntesis, la inducción y deducción, aplicadas en el estudio descriptivo.

CAPÍTULO I
ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.1 Análisis del entorno macro del sector de Mindo

Esta población muy conocida dentro del entorno turístico, está ubicada en el cantón de San Miguel de los Bancos, en el noroccidente de la Provincia de Pichincha, y cuyos límites son: al Norte, Sur y Este está el Distrito Metropolitano de Quito y al Oeste con el cantón de San Miguel de los Bancos. A su alrededor están los recintos: Primero de Mayo, Central, Cinto, Conuco, Nambillo, Pueblo Nuevo, Santa Rosa, Saloya y San Tadeo(HCCP, 2012, pág. 30).

Mindo fue declarada parroquia el 20 de mayo de 1861, en el gobierno del presidente Gabriel García Moreno, por lo tanto es una de las más antiguas de la provincia de Pichincha. Se dice que su nombre proviene del quechua que significa “tierra de guayabas”, pues esta fruta se produce de una forma endémica en la región. Según fuentes externas a la parroquia, se presume que en la época preincaica Mindo era uno de los lugares preferidos de descenso de los chasquis (mensajeros) y los mindalaes (mercaderes) de la nacionalidad Yumbos-Niguaetniade agricultores y comerciantes(Noroña, 2006, pág. 36).

Alrededor de año 1800 la población de Mindo estaba conformada por habitantes procedentes de varios sitios del Ecuador; Esmeraldas, Carchi y Colombia, quienes trabajaban en haciendas del lugar, también se menciona que existió una colonia procedente de Austria, quienes desarrollaron ciertas técnicas y costumbres de su origen, pero no permanecieron mucho tiempo ya que la falta de carretera impidió su estancia en el lugar. Luego en los años 90 se ha dado una migración de otras provincias del país, siendo muy significativo de Loja(HCCP, 2012, pág. 29).

Dentro de las ocupaciones que desarrollaban los habitantes de la región, está la recolección de caucho e incienso que lo obtenía de la resina de los árboles, producción de almidón de yuca, algodón. También se ha realizado la producción del dulce de guayaba, tratando de aprovechar la próspera cosecha de este producto (HCCP, 2012, pág. 30).

Luego con la construcción de la carretera, se inició la explotación maderera, especialmente de cedro, produciendo una tala indiscriminada de los bosques primitivos de la región, para posteriormente y como consecuencia de la deforestación iniciar la actividad ganadera de la zona, convirtiéndose en una fuente de ingresos muy importante para el medio (HCCP, 2012, pág. 30).

En los años ochenta, una parte de pobladores, concientizan de la tala indiscriminada del

bosque de Mindo, por lo que se forma en la comunidad un movimiento que promovió la conservación y turismo, recibiendo capacitación en diferentes campos como: educación ambiental, manejo de recursos, administración de servicios turísticos enfocados a la protección del medio ambiente y sobre todo a la conservación de la biodiversidad de la zona.(HCCP, 2012, pág. 30)

A partir de esta actividad se crea en 1988 el Bosque Protector Mindo Nambillo fue creado mediante acuerdo ministerial, con una superficie de 19.200 hectáreas, de las cuales 17.646 son bosque natural y 1.442 son área rocosa(Noroña, 2006, pág. 48).

Por su gran diversidad y condiciones naturales años más tarde, la población de Mindo es declarada como Primer Sitio AICA (Área Importante de Conservación de Aves) designación otorgada por Bird Life International, la cual consideró de incalculable valor la cantidad de aves que existen en la zona, es decir, en un territorio tan pequeño alberga a casi 500 especies de pájaros, inclusive muchos de éstos son endémicos. Por lo tanto, Mindo se ha convertido en un referente para el desarrollo del conteo de aves, en el año 2002 se declara a la población como Primera IBA (Important Bird Areas), por ser unos de los lugares más importantes a nivel mundial para la observación de aves y en el período 2006 - 2009 ocupa el Primer lugar a nivel mundial (HCCP, 2012, pág. 30). Como se describió anteriormente, Mindo ha pasado de ser una zona de explotación maderera a la creación de un destino natural protegido, cuya diversidad de flora y características faunísticas le han permitido ubicarse entre los destinos cercanos a la ciudad de Quito de mayor importancia. El lugar posee un potencial superior para el desarrollo de actividades de recreación al aire libre, la observación de especies y la práctica de deportes de aventura.

- **Aspectos físicos de la Parroquia de Mindo**

Se encuentra ubicado a 70 km. de la capital de Ecuador, al noroccidente de la Provincia de Pichincha, en un valle subtropical, se accede por la vía Calacali la Independencia (HCCP, 2012, pág. 31). Los límites de la Parroquia son:

- **Norte:** Con las parroquia de Gualea, Nanegalito del DMQ; siguiendo el curso del río Pachijal.
- **Sur:** Con la parroquia Lloa; De las nacientes del río Mindo, la línea latitudinal hacia el Oeste, hasta alcanzar los orígenes de la quebrada Nambillo chico.
- **Este:** Con las parroquia Nono del DMQ; Desde los orígenes del río Tandayapa, la línea imaginaria a las nacientes de la quebrada Herrerías

- **Oeste:** Con la parroquia SMB; Siguiendo el curso del río Saloya, aguas abajo que luego toma el nombre de río Blanco desde la desembocadura del río Cinto hasta la confluencia del río Mindo.(HCCP, 2012, pág. 31)

- **Clima**

El clima predominante en la zona es cálido húmedo, que varía desde los 16 grados a una máxima 26.8, con una humedad media atmosférica de 91% a 94%. Los meses más lluviosos están entre Enero y Abril, mientras que en los meses de Junio a Octubre se podría considerar los más secos(HCCP, 2012). La tabla 1 muestra información básica relacionada a la altitud, extensión de terreno, clima y precipitación en la parroquia de Mindo.

Tabla No. 1: Altitud, extensión de terreno, clima y precipitación del Cantón San Miguel de los Bancos

| Cantón | Parroquias | Área (ha) | % | Altura promedio (m.s.n.m) | Temperatura media anual (c) | Precipitación (mm/año) |
|--------------------------|--------------------------|-----------|-------|---------------------------|-----------------------------|------------------------|
| San Miguel de los Bancos | Cantón | 79.938 | 8 | | | |
| | Mindo | 27.403.40 | 34.28 | 1.247 | 16 -26.8 | 2.590 |
| | San Miguel de los Bancos | 52.535.20 | 65.72 | 1.072 | 21 | 4.150 |

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001 INEC
Elaborado por: Rosa Torres

- **Demografía**

Mindo registra una población de 3482 habitantes según datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda realizado el año 2010, en total un crecimiento de 1053 habitantes desde el censo anterior realizado en el año 2001, su población representa el 19,6% del total de la población del cantón.

Tabla No. 2: Contraste entre la Población del Cantón San Miguel de los Bancos y Mindo

| Localidad | Años | |
|--------------------------|--------|--------|
| | 2001 | 2010 |
| San Miguel de los Bancos | 10.717 | 17.753 |
| Mindo | 2.429 | 3.482 |

Fuente: INEC Censo 2.010
Elaborado Por: Rosa Torres

Según los datos analizados, la mayor cantidad de población se encuentra consolidada en la parte urbana, principalmente porque las fuentes de trabajo concernientes al desarrollo de la

urbe están establecidas en el centro poblado. Respecto a la Población Económicamente Activa (PEA) se registra en San Miguel de los Bancos un total de 5.611 personas y en Mindo un total de 1675; de estas el 22,92% se encuentran en el subempleo y el 23,64% afiliadas a la seguridad social. (HCCP, 2012, pág. 60)

Tabla No. 3: Indicadores de la población económicamente activa del cantón

| Indicador | San Miguel de los Bancos | Mindo |
|---|--------------------------|--------|
| Población en edad de trabajar (PET) | 5611 | 1675 |
| % de población en edad de trabajar | 67,70% | 68,96% |
| Población económicamente activa | 2953 | 829 |
| Tasa bruta de participación laboral | 35,63% | 34,13% |
| Tasa bruta participación laboral hombres (%) | 53,91% | 49,72% |
| Tasa bruta de participación laboral mujeres (%) | 14,81% | 17,79% |
| % PEA escolarizada | 6,03% | 6,85% |
| %PEA profesional | 6,37% | 12,67% |
| %PEA subempleada | 21,33% | 22,92% |
| %PEA afiliada al seguro social | 26,58% | 23,64% |
| % PEA microempresaria | 16,09% | 18,21% |

Fuente: Censo de población y vivienda del 2010 INEC
Elaborado por: Rosa Torres

Por los datos proporcionados, se puede observar que la población económicamente activa está en un alto porcentaje en Mindo, la participación de mano de obra masculina es alta, aunque en lo referente a la escolaridad es baja, al igual que la parte profesional; y también se observa que si existe una afiliación al Seguro Social importante para el buen desempeño de las funciones laborales. En lo concerniente al funcionamiento de microempresarios, en este lugar es alto, pues por la naturaleza de los negocios se ha desarrollado en varias alternativas, singularmente las concernientes al turismo, es decir al aprovechamiento de los recursos naturales con que cuenta la población, como son: ríos, cascadas, flora y fauna. El resto se dedican a la ganadería y agricultura, los productos que se explotan en la zona son: plátano, verde, guaba, yuca, pitahaya y arazá (HCCP, 2012, pág. 60). En lo concerniente a los grupos de desarrollo y ocupación de la parroquia, indicaré las siguientes tablas que presentan el porcentaje de trabajo de los diferentes sectores.

Tabla No. 4: Población de acuerdo a grupos de ocupación en la parroquia de Mindo

| Grupos de ocupación | Porcentaje |
|---------------------|------------|
|---------------------|------------|

| | |
|--|-------------|
| Trabajadores de servicio y vendedores | 24,79% |
| Ocupaciones elementales | 23,15% |
| Agricultores y trabajadores calificados | 14,23% |
| Oficiales, operarios y artesanos | 8,72% |
| Directores y Gerentes | 6,69% |
| No declarado | 5,51% |
| Personal de apoyo Administrativo | 5,25% |
| Profesional científico e intelectual | 4,66% |
| Operadores de instalaciones y maquinaria | 3,87% |
| Técnicos y profesionales a nivel medio | 1,70% |
| Trabajadores nuevos | 1,44% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 51)
Elaborado por: Rosa Torres P.

Tabla No. 5: Categoría de ocupación de la población en la parroquia de MINDO

| Categoría de ocupación | Porcentaje |
|---|-------------------|
| Empleado u obrero privado | 35,66% |
| Cuenta propia | 22,95% |
| Jornalero/a o peón | 18,30% |
| Patrono/a | 5,99% |
| Empleado/a y obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Junta Parroquial | 5,32% |
| Se ignora | 4,39% |
| Empleado/a doméstico/a | 3,06% |
| Trabajador no remunerado | 2,73% |
| Socio/a | 1,60% |
| TOTAL | 100% |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 51)
Elaborado por: Rosa Torres P.

De lo presentado en las dos tablas, se tiene diferentes formas de empleo y trabajo, en que están involucrados los habitantes de Mindo, de lo se puede observar existe un alto porcentaje de personas empleadas en el sector de servicios, y también en el trabajo por cuenta propia. Lo que tiene su explicación por cuanto estas actividades están encaminadas a la gestión del turismo y afines. También se observa un alto porcentaje de personal administrativo ejecutor, que da una buena imagen del desarrollo en el sector.

- **Vivienda**

Como observación de la tenencia de la vivienda en Mindo, se analiza que un alto porcentaje de sus habitantes posee casa propia y totalmente pagada, lo que indica una posición económica sólida entre la población, además fomenta la realización de emprendimientos en materia turística, facilitando a los turistas el acceso a servicios e incrementando la intensidad competitiva para las personas o empresas que los ofertan.

Tabla No. 6: Acceso de la población a vivienda

| Tenencia o propiedad de la vivienda | Casos | Porcentaje |
|--|--------------|-------------------|
|--|--------------|-------------------|

| | | |
|--|------------|-------------|
| Propia y totalmente pagada | 351 | 44 |
| Por servicios | 138 | 17,25 |
| Arrendada | 132 | 16,50 |
| Prestada o cedida (No pagada) | 112 | 14 |
| Propia y la está pagando | 34 | 4,25 |
| Propia (regalada, donada, heredada o por posesión) | 33 | 4,13 |
| TOTAL | 800 | 100% |

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Rosa Torres P.

- **Infraestructura, Acceso a servicios básicos y Abastecimiento de agua en la Parroquia de Mindo**

La oferta turística en un destino tiene íntima relación con el acceso de su población a servicios básicos y la disponibilidad de infraestructura pública. La percepción de la imagen del destino será más atractiva siempre que este ofrezca las comodidades que el turista requiera, en función del tipo de actividad a realizar y el entorno del sector. Según datos publicados por el INEC (2010) el acceso a servicios en la Parroquia de Mindo en lo que respecta al abastecimiento de agua es el siguiente:

Tabla No. 7: Abastecimiento de agua

| Procedencia principal del agua recibida | Casos |
|--|--------------|
| De red Pública | 464 |
| De río, vertiente, acequia o canal | 302 |
| De pozo | 25 |
| Otro (Agua lluvia/albarrada) | 7 |
| De carro repartidor | 1 |
| Total | 799 |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 65)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En función de lo expuesto en la tabla anterior, existe un total de 799 viviendas con abastecimiento de agua, de las cuales 464 se proveen a través de la red pública, 302 viviendas obtienen el líquido a través de ríos y afines. Aunque en menor medida el uso de pozos, aguas lluvias y aprovisionamiento a través de carros tanqueros, existe todavía en la zona por lo que, los organismos correspondientes deben prestar atención a la situación y proponer mejoras para garantizar la salud de la población. (HCCP, 2012, pág. 65)

Tabla No. 8: Infraestructura para eliminación de desechos orgánicos

| Tipo de servicio higiénico o escusado | Casos |
|--|--------------|
|--|--------------|

| | |
|---|------------|
| Conectado a red pública o alcantarillado | 329 |
| Conectado a pozo séptico | 313 |
| Conectado a pozo ciego | 111 |
| Con descarga directa a río, lago o quebrada | 9 |
| Letrina | 7 |
| No tiene | 30 |
| Total | 799 |

Fuente:(HCCP, 2012, pág. 66)
Elaborado por: Rosa Torres P.

De acuerdo a la tabla No. 8, la red de alcantarillado actual es de tipo combinado, ya que recoge aguas tanto servidas como de lluvias, los diámetros de las tuberías no son las adecuadas para acarrear los caudales de este tipo, por lo cual se debería realizar una evaluación del sistema, redes de alcantarillado sanitario y fluvial.(HCCP, 2012)

Tabla No. 9 Infraestructura para eliminación de desechos sólidos

| Formas de eliminación de basura | Casos |
|--|--------------|
| Por carro recolector | 641 |
| La queman | 57 |
| La entierran | 43 |
| De otra forma | 40 |
| La arrojan a terreno baldío o quebrada | 17 |
| La arrojan al río, acequia o canal | 1 |
| Total | 799 |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 66)
Elaborado por: Rosa Torres Pozo

En base a los resultados del Censo de Población y Vivienda 2010 expuestos por el Gobierno Provincial de Pichincha (2012, pág. 66), en la parroquia de Mindo existe un déficit de cobertura en los servicios básicos, notablemente en el área rural en especial en lo que se refiere a los sistemas de eliminación de aguas servidas y recolección de basura.

Tabla No. 10: Infraestructura relacionada con el servicio eléctrico

| Procedencia de la luz eléctrica | Casos |
|---|--------------|
| Red energía eléctrica de servicio público | 753 |
| No tiene | 34 |
| Generador de luz (planta eléctrica) | 9 |
| Otro | 2 |
| Panel solar | 1 |
| Total | 799 |

Fuente:(HCCP, 2012, pág. 67)
Elaborado Por: Rosa Torres P.

En cuanto al servicio eléctrico, los 753 hogares que poseen red de energía pública se encuentran mayormente en la parte urbana, con la cobertura proporcionada por la empresa eléctrica; a nivel rural es poco común observar viviendas con acceso a este servicio, es ahí donde se utilizan mayormente generadores de energía, paneles solares y otras formas de aprovisionamiento de servicios eléctricos. También se está trabajando más en la parte rural, pero por las grandes distancias en que se encuentran los usuarios es más difícil su servicio.

- **Redes viales y de transporte**

Para ingresar a la población de Mindo, se lo realiza por un camino de 7 km., denominado la “Y”, que se ubica desde la carretera principal Calacali – La Independencia, en la actualidad se encuentra en muy buenas condiciones, ya que su mantenimiento es regular, además su señalización es realizada técnicamente por lo que circular en la noche no acarrea ningún peligro.(HCCP, 2012, pág. 71). Sin embargo durante el día, necesita mayor cuidado, de parte de los transportistas, ya que los turistas se ubican a los costados de la vía para observación de aves y flora propia de la región, lo que causa problemas y peligro a los usuarios.(HCCP, 2012, pág. 71) Existen dos empresas de transporte que realizan el servicio durante todos los días, y durante los feriados y fines de semana incrementan las frecuencias de acuerdo a la demanda, son: (HCCP, 2012, pág. 71)

- **Flor del Valle**, realiza la ruta Quito - Mindo y viceversa.
- **Cooperativa de Transporte Kennedy**: cuya ruta es Mindo - Santo Domingo y viceversa; y Mindo - Guayaquil.

En lo que se refiere a la movilización interna, se ha desarrollado varias asociaciones de personas que prestan el servicio de alquiler de: camionetas, jeeps e inclusive autos para los diferentes recintos aledaños, ya sea para el desplazamiento hacia los sitios en que se ubican las cascadas y otros lugares de recreación, como también para uso de los habitantes del lugar.

1.1.1 Principales aspectos y tendencias del entorno turístico.

El Ecuador por su posición privilegiada en la que se encuentra, está en capacidad de desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega diversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60% y 70% de la biodiversidad del planeta.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 12). Además, tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración de las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Aéreas Protegidas (SNAP) que abarcan a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26 % de su territorio bajo protección.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 12)

Anterior

Dentro de las clasificaciones que ha realizado el Ministerio de Turismo, con su programa Plandetur 2020, al Bosque Nublado Mindo Nambillo lo han inventariado como Producto “A”: “el área con mayor diversidad en el Mundo”, razón por la cual, el turismo sostenible en esta parte del Ecuador, se debe considerar como prioridad fundamental y sobre todo ineludible de fomentar el turismo ecológico de calidad y sostenibilidad en todas sus formas, que no esté solamente enfocado en el turismo internacional, sino también que sean los ecuatorianos quienes conozcan y aprendan de esta forma a cuidar y mantener la naturaleza en su forma más auténtica.

Tabla No. 11 Declaratoria del Bosque Protector Mindo Nambillo

| Áreas protegidas y bosques protectores | | | |
|---|---|---|---|
| Nombre reserva | Declarado | Localización | Superficie |
| Bosque Protector Mindo Nambillo | Acuerdo ministerial No. 118 el 12 de abril de 1988 y publicado en el Registro Oficial del 25 de abril de 1988 | Se encuentra en la sierra norte del Ecuador, en la provincia de Pichincha. Parroquias Nono y Lloa del cantón Quito y Mindo del cantón San Miguel de los Bancos. | 19.468.300 ha., el 44% se encuentra en la parroquia de Mindo, el 41% en la parroquia de Lloa y el 15% restante en la parroquia de Nono. |
| | | | El 62% es propiedad estatal y el 38% es de propiedad privada. |

Fuente:(HCCP, 2012, pág. 47)

Elaborado por: Rosa Torres P.

Luego del posicionamiento del turismo sostenible en el Bosque Protector Mindo – Nambillo (BPMN), lo que se busca a través del Ministerio de Turismo, es concientizar a la población de Mindo acerca de la conservación y sustentabilidad del bosque y sus alrededores para que se mantenga de la mejor forma su cuidado, ya que la entidad Birdlife International declaró a Mindo como el primer sitio AICA (Área de importancia de Conservación de Aves), en Sudamérica en el año de 1997, por lo que es reconocida a nivel nacional e internacional.

Patrimonio natural

El Bosque y vegetación protectores “Montañas de Mindo y Cordillera de Nambillo” BPMN, es uno de los pocos remanentes boscosos que se mantienen en los declives occidentales de la cordillera de los Andes, en la provincia de Pichincha, es calificada como uno de los 5 puntos calientes de biodiversidad extraordinaria y de prioridad de conservación más alta en el ámbito regional, por lo cual es un área de mayor endemismo de flora y avifauna del mundo. Mantiene una gran diversidad de especies, ya que se encuentra en dos bioregiones importantes: la del Chocó que viene desde la costa pacífica de Colombia y la de las estribaciones occidentales de los Andes de Ecuador y Colombia. Comprende un rango

latitudinal que va desde los 1.400 msnm hasta los 4720 msnm, con una temperatura que varían entre los 22 °C en la parte baja y 6 °C en la parte alta; con una precipitación que oscila entre los 1.500 a 2.000 mm anuales, e incluye 5 zonas de vida con su flora y fauna de inigualables características. (HCCP, 2012, pág. 46)

Tabla No. 12: Clasificación de flora y fauna de Mindo

| FLORA | FAUNA |
|---|--|
| <p>Se estiman que entre 10 y 12 mil especies de plantas de las cuales el 25% serían endémicas. Incluye en su exuberante vegetación desde rastreras y herbáceas, hasta árboles que superan los 25 ms.de altura. En el sotobosque se hallan numerosas herbáceas (heliconias, begonias, anturios), en el estrato medio: palmas (<i>Pambil</i>, <i>Unfurahua</i>, <i>Palmito</i>, <i>Cade</i>, <i>Chonta</i>, <i>Palma Real</i>, <i>Chamaedorea</i>); entre las especies maderables: Teme (<i>Ocotea floccifera</i>), Aguacatillo (<i>Nectandra lonfiolia</i>); Cedro (<i>Cedreal Odonata</i>); Malva (<i>dendropanax macromarpum</i>). Ornamentales como la <i>Tibauchina</i>, <i>lepidota</i>, <i>Meriania máxima</i>, <i>Miconia sp.</i> Emergentes del dosel: <i>Ceiba pentrandia</i>, <i>Sapium alurifolium</i>, adheridos a estas se observan una infinidad de musgos, orquídeas, lianas y bejucos.</p> | <p>AVES: La cantidad y diversidad de aves en BPMN es porque incluye dos áreas endémicas para aves en el Ecuador: del Chocó (de 0 a los 1200 msnm) y la región de los Andes occidentales (de 500 a 3000 msnm), que son consideradas críticas, es decir taxones únicos. Se han registrado un total de 526 especies de aves, pertenecientes a 51 familias. Se registran otras, como muy restringidas, se incluyen: <i>Eriocnemis</i>, <i>Nigrivestis</i>, <i>Penélope Ortoni</i>, <i>Odontophorus</i>, <i>Rogon comptus</i>, etc.</p> <p>MAMÍFEROS: Se estima un número de especies de 324, dentro de 42 familias y 13 órdenes, este número puede aumentar debido a nuevos estudios en zonas de difícil acceso y poco explorados.</p> |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 47)

Elaborado por: Rosa Torres P.

Como podemos ver, en esta importante zona, se encuentra innumerables especies, tanto de aves, mamíferos, así como la fauna que es de una fabulosa riqueza.

Dentro de este concepto de la aventura, conocimiento y fomento del cuidado de la naturaleza, para lo cual, existen varias organizaciones interesadas en conservar, desarrollar y fomentar el aviturismo, como por ejemplo Mindo Cloudforest Foundation, que ha creado el concepto de ECORUTAS, lo cual permite que las comunidades locales participen del comanejo de las mismas, es decir una participación directa de los habitantes del lugar, y así se concientizan de la importancia del mantenimiento y cuidado del bosque. (Mindo Cloudforest Foundation, 2006, pág. 112)

En la actualidad se ha establecido la Ecoruta “El Paseo del Quinde “(en quechua significa colibrí) ya que por la abundancia de estas especies de aves, se ha creado esta alternativa; está ubicada en la antigua vía Quito – Nono- Tandayapa - Mindo – Los Bancos, con la misma se propone el desarrollo del turismo y la conservación de la naturaleza que mantiene el sector, por el bosque nublado, principal característica del lugar.(Mindo Cloudforest Foundation, 2006, pág. 162)

1.2 Principales determinantes de la demanda turística

De acuerdo a un estudio realizado por Quito Turismo (2009) a través de un focus group, en la pregunta concerniente a las visitas que realizan a sectores cercanos a la ciudad de Quito, y que está enfocado a los ecuatorianos, los resultados muestran que los atractivos más visitados son: Centro Histórico; con el Palacio de Carondelet, Museo de Cera, Iglesias, Museo del Agua, Parques: La Carolina, El Ejido, La Alameda, los miradores como el Panecillo y el Teleférico, y lo más emblemático y que identifica a la ciudad: la Mitad del Mundo. En el informe mencionado, muy pocos de los participantes identifican como importantes a sitios recreativos como: (Empresa Metropolitana Quito Turismo, 2010, pág. 19)

- Guayllabamba y su zoológico
- El Quinche y su iglesia
- Sangolquí y su comida típica
- Mindo
- Cumbayá

Analizando estos datos presentados, se puede ver que en el ámbito del turismo interno, Mindo como destino de importancia ecológica no posee la suficiente promoción, derivando en una reducida promoción y limitada tasa de visitas, esto respecto del potencial que tiene por concentrar la mayor diversidad de flora y fauna por metro cuadrado. Mindo además de esa característica posee múltiples atractivos turísticos en especial bosques y áreas protegidas y ríos, cuya belleza es un diferenciador respecto de cualquier destino cercano a la ciudad de Quito.

La siguiente tabla detalla los atractivos considerados, a criterio de la autora, determinantes al momento de seleccionar a Mindo como un destino turístico de visita.

Tabla No. 13: Atractivos turísticos de Mindo

| Atractivos turísticos de la parroquia de Mindo | | | |
|--|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| No. | Nombre del atractivo | Tipo | Subtipo |
| NATURAL | | | |
| 1 | Bosque protector Mindo Nambillo | Sistemas de áreas protegidas | Bosque protector |
| 2 | Cascada del río Nambillo | Ríos | Cascadas, cataratas o saltos |
| 3 | Río Canchupi | Ríos | Arroyos |
| 4 | Río Cinto | Ríos | Rápidos o raudales |
| 5 | Río Mindo | Ríos | Rápidos o raudales |
| 6 | Río Nambillo | Ríos | Rápidos o raudales |
| POTENCIALES: atractivos turísticos naturales que requieren intervención según el Gobierno Provincial de Pichincha | | | |
| Cascada El Corazón, Los Tucanes, Santuario de Cascadas, Cascada de azúcar, Cascada del Río Bravo | | | |
| CULTURAL | | | |
| 1 | Mindo | Históricas | Plazas |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 50)

Elaborado por: Rosa Torres P.

Otro condicionante de la demanda turística es la infraestructura que posee un destino y como ésta satisface las expectativas de los turistas nacionales o extranjeros según su categoría. La parroquia de Mindo en el transcurso de los años ha incrementado paulatinamente su oferta de servicios llegando al año 2012 a completar 46 establecimientos de alojamiento, 47 de alimentos y bebidas, 13 agencias de viaje, 20 tiendas y 4 cooperativas de transporte que contrastan con una infraestructura de recreación de al menos 57 establecimientos.

Tabla No. 14: Servicios turísticos en Mindo

| Actividad/ | Clase/tipo | No. | Habitaciones | Plazas hab. | Mesa total | Plazas mesa | # empleados |
|----------------------------|---|------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Alojamiento | Pensión | 16 | 118 | 270 | 38 | 152 | 39 |
| | Hotel | 1 | 40 | 79 | 15 | 60 | 3 |
| | Hostería | 17 | 196 | 570 | 229 | 916 | 96 |
| | Hostal | 4 | 63 | 114 | 26 | 104 | 14 |
| | Cabaña | 8 | 55 | 161 | 32 | 128 | 26 |
| | Total | | 46 | 472 | 1194 | 340 | 1360 |
| Comidas y bebidas | Bar/restaurante/cafetería | 38 | N/a | N/a | 79 | 480 | 95 |
| | Panaderías, fuentes de soda, otros | 9 | N/a | N/a | 28 | 90 | 21 |
| | Total | 47 | N/a | N/a | 107 | 570 | 116 |
| Agencias de viaje | Operadora | 8 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Otras | 5 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Total | 13 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| Tiendas y bazares | Tiendas | 10 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Farmacia | 1 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Bazares | 9 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Total | 20 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| Cooperativas de transporte | Cooperativa de buses | 2 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Grupos de camionetas | 2 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Total | 4 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| Recreación | Cascadas para caminatas y canyoning | 6 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Complejos turísticos con áreas recreativas y actividades | 7 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Reservas privadas para caminatas y observación de colibríes, tours de aves. | 15 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Jardines de exhibición de mariposas, orquídeas, colibríes, acuario | 4 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Canopy | 2 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Cabalgatas a caballo | 1 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Tubing | 1 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Tours, bicicletas y cuadrón | 2 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Culturales | 7 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| | Atractivos naturales ríos y bosques | 9 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |
| Total | | 54 | N/a | N/a | N/a | N/a | N/d |

Fuente: (HCCP, 2012, pág. 54)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En cuanto a los registros de establecimientos de alojamiento y agencias de viaje existentes en el Catastro del Ministerio de Turismo (2012), existen diferencias respecto de las expuestas en la tabla anterior. A continuación se muestran los resultados obtenidos en el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR).

Tabla No. 15: Catastro de Establecimientos de Alojamiento en Mindo según MINTUR

| Clase/tipo | No. | Habitaciones | Plazas hab. | Mesa total | Plazas mesa |
|-------------------|-----------|--------------|-------------|------------|-------------|
| Pensión | 14 | 104 | 240 | 25 | 100 |
| Hotel | 1 | 40 | 79 | 15 | 60 |
| Hostería | 17 | 219 | 642 | 236 | 944 |
| Hostal residencia | 1 | 15 | 31 | 0 | 0 |
| Hostal | 1 | 50 | 111 | 38 | 152 |
| Cabaña | 12 | 82 | 247 | 54 | 216 |
| Total | 46 | 510 | 1350 | 368 | 1472 |

Fuente: MINTUR, 2012

Elaborado por: Rosa Torres P.

Tabla No. 16: Catastro de Establecimientos de Agencias de Viaje en Mindo según MINTUR

| | | |
|-------------------|--------------|-----------|
| Agencias de viaje | Operadora | 11 |
| | Total | 11 |

Fuente: MINTUR, 2012

Elaborado por: Rosa Torres P.

Contrastando la información de los servicios turísticos expuesta por el Gobierno de la Provincia de Pichincha con los datos relacionados con el Catastro de Establecimiento Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, es evidente que hay diferencias en cuanto al número de plazas y habitaciones en el caso del alojamiento; mientras que en el caso de agencias de viaje la categorización según el MINTUR es para todas similar (operadoras) y en menor cantidad a las registradas en la tabla 14. En los datos presentados no se encuentran catastrados los establecimientos de alimentos y bebidas, así como, establecimientos de esparcimiento y recreación.

Para efectos de esta investigación se utilizará como válidos los datos correspondientes al catastro del Ministerio, según la categorización y tipología de establecimiento antes expuesta.

La infraestructura permite la recepción anual en promedio de 13.136 turistas, cifra obtenida el año 2010, de la cual la mayor cantidad de visitas registradas fueron de turistas nacionales representando el 77,31% equivalente a 10.155 personas, en segundo lugar se encuentra a los turistas estadounidenses con un 6,58% que

representan 864 personas y finalmente los alemanes que representan el 2,21% de las visitas en total 290 personas.(HCCP, 2012, pág. 54)

Tabla No. 17: Estadística de turistas que visitan Mindo

| País | No. Turistas | % | País | No. Turistas | % | País | No. Turistas | % |
|--------------|--------------|--------|-----------------|--------------|------|------------------|--------------|------|
| 1 Ecuador | 10155 | 77.31% | 21 México | 23 | 0.18 | 41 Haití | 3 | 0.02 |
| 2 E.E.U.U. | 864 | 6.58 | 22 Austria | 19 | 0.14 | 42 Belice | 2 | 0.02 |
| 3 Alemania | 290 | 2.21 | 23 Cuba | 19 | 0.14 | 43 Costa Rica | 2 | 0.02 |
| 4 España | 247 | 1.88 | 24 Irlanda | 15 | 0.11 | 44 Eslovenia | 2 | 0.02 |
| 5 Francia | 186 | 1.42 | 25 Suecia | 13 | 0.10 | 45 Indonesia | 2 | 0.02 |
| 6 Canadá | 177 | 1.35 | 26 Perú | 12 | 0.09 | 46 Islandia | 2 | 0.02 |
| 7 Inglaterra | 149 | 1.13 | 27 India | 10 | 0.08 | 47 Nicaragua | 2 | 0.02 |
| 8 Argentina | 107 | 0.81 | 28 Ucrania | 10 | 0.08 | 48 P: Vasco | 2 | 0.02 |
| 9 Suiza | 101 | 0.77 | 29 Brasil | 9 | 0.07 | 49 Portugal | 2 | 0.02 |
| 10 Australia | 88 | 0.67 | 30 Finlandia | 9 | 0.07 | 50 R. Checa | 2 | 0.02 |
| 11 Colombia | 80 | 0.61 | 31 Japón | 9 | 0.07 | 51 Eslovaquia | 1 | 0.01 |
| 12 Italia | 72 | 0.55 | 32 Nva. Zelanda | 9 | 0.07 | 52 Estonia | 1 | 0.01 |
| 13 Chile | 67 | 0.51 | 33 Bolivia | 8 | 0.06 | 53 Líbano | 1 | 0.01 |
| 14 Holanda | 67 | 0.51 | 34 Corea | 7 | 0.05 | 54 Los Países B. | 1 | 0.01 |
| 15 Bélgica | 66 | 0.50 | 35 Grecia | 7 | 0.05 | 55 Paraguay | 1 | 0.01 |
| 16 Israel | 57 | 0.43 | 36 Guatemala | 7 | 0.05 | 56 Sud África | 1 | 0.01 |
| 17 Polonia | 39 | 0.30 | 37 Rusia | 7 | 0.05 | 57 Tasmania | 1 | 0.01 |
| 18 Venezuela | 35 | 0.27 | 38 China | 4 | 0.03 | 58 Turquía | 1 | 0.01 |
| 19 Dinamarca | 27 | 0.21 | 39 Noruega | 4 | 0.03 | 59 Vietnam | 1 | 0.01 |
| 20 Escocia | 27 | 0.21 | 40 Uruguay | 4 | 0.03 | | | |

Fuente:(HCCP, 2012, pág. 55)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En función de las estadísticas de ingresos y la disponibilidad de servicios, se puede concluir que el número de visitantes es reducido en comparación de la capacidad instalada existente, de ahí que sea importante crear centros que actúen de forma integral tanto en la recreación como en la promoción del destino garantizando así una rentabilidad aceptable y un beneficio para la comunidad.

1.2.1 Tendencias actuales de la demanda turística.

En un informe realizado por el Ministerio de Turismo (MINISTERIO DE TURISMO , 2009, pág. 14) y en el que nos dan información y estadísticas acerca del movimiento y preferencias de los turistas ecuatorianos, se sintetiza el turismo interno del Ecuador de las siguientes formas:

1. Se identifican como mercados de origen principales para el turismo interno las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 14)
2. Los turistas se desplazan por temporadas divididas en:

- a. Baja de mayo a noviembre, que coincide con la temporada de vacaciones escolares de la sierra que se realiza en los meses de junio a septiembre.
- b. Alta de diciembre a abril; en ésta coincide con las vacaciones escolares de la costa entre febrero y junio.

Durante la temporada Alta los ecuatorianos prefieren visitar en gran medida las playas aprovechando los días de sol. En temporada Baja, la gente de clase media alta se desplaza también a las playas y en los meses de Mayo a Septiembre por temporada de avistamiento de Ballenas Jorobadas en Puerto López y Salinas, principalmente.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 14)

3. Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval (Febrero), Semana Santa (Abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre y Fin de Año (Diciembre). Las razones principales de visita en feriados y fines de semana son principalmente: recreación, Visitas a familias y amigos, Negocio/motivos profesionales, otros motivos, de carácter religioso, compras, tratamiento de salud, estudios, congresos y conferencias.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 15)
4. En relación a la estadía de los turistas ecuatorianos, los datos reflejan que el 64% son excursionistas (no pernoctan fuera de su residencia habitual); el 36% pernoctan fuera de su lugar de residencia habitual por tanto se consideran turistas.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 16)

La tabla siguiente evidencia en función de lo antes descrito las preferencias de los turistas ecuatorianos al momento de realizar actividades turísticas.

Tabla No. 18: Preferencia de Actividad de visitantes internos

| Actividad Realizada | Total Visitas | Porcentaje |
|--|----------------------|-------------------|
| Practicar deportes | 326.317 | 12,2 |
| Observar Flora y fauna | 79.232 | 3,0 |
| Visitar Naturaleza en áreas protegidas | 695.169 | 26,1 |
| Visitas a comunidades | 4.473 | 0,2 |
| Visitar shamanes, curanderos | 1.608 | 0,1 |
| Visitar sitios arqueológicos, históricos | 77.126 | 2,9 |
| Diversión | 1.214.990 | 45,6 |
| Gastronomía | 170.882 | 6,4 |
| Realizar compras | 52.381 | 2,0 |
| Otros | 44.137 | 1,7 |
| Total del universo | 2.666.315 | 100 |

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. MINTUR
Elaborado por: Rosa Torres P.

De la presente tabla, se observa que los turistas ecuatorianos prefieren realizar actividades que involucren diversión con un 45,6% del total de preferencias, seguido por las visitas relacionadas con la naturaleza en áreas protegidas en un 26,1%, la práctica de deportes está en un 12,2%, pero llama la atención que en la observación de flora y fauna existe un porcentaje bajo, como es de 3%, por lo cual se deberá promover conjuntamente con la visita a las áreas protegidas una mayor apertura para la misma.

Con estas tendencias, se espera que el turismo interno incremente flujo de visitas a los diferentes destinos recreacionales, tal es así que para el MINTUR (2009, pág. 40), la meta al año 2014 es duplicar el número de turistas internos llegando de 6,1 millones a 10,1 millones, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No. 19: Objetivos específicos del Plan Integral de Marketing Turístico (PIMTE) 2010 – 2014 para Turismo Interno de Ecuador

| Indicador | Objetivo | Indicadores | Dato de base 2007 | Dato meta 2014 |
|-----------------------------|---|--|-------------------|----------------|
| Número de turistas internos | Duplicar el número de turistas internos | Tráfico terrestre | 6.166.766 | 10.130.625 |
| | | Visitantes nacionales en áreas naturales | 3.090.302 | 4.950.109 |
| | | Viajes turísticos internos | 10.588 243 | 10.820.417 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2009, pág. 40)
Elaborad por: Rosa Torres P.

En materia de turismo internacional, el Ecuador al año 2012 recibió 1.271.953 turistas, de esta cantidad la tendencia muestra que la mayor parte personas provienen de países como: Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Argentina.

Tabla No. 20: Número de turistas que arriban al Ecuador según nacionalidad (Ranking de los 5 más relevantes) Año 2012

| Rk | País | Año 2012 | % |
|----|----------------|----------|--------------|
| 1 | Colombia | 349.457 | 27,47 |
| 2 | Estados Unidos | 248.064 | 19,50 |
| 3 | Perú | 137.096 | 10,78 |
| 4 | España | 65.765 | 5,17 |
| 5 | Argentina | 46.203 | 3,63 |

Fuente: (MINISTERIO DE TURISMO, 2012, pág. 41)
Elaborado por: Rosa Torres P.

Las Jefaturas Provinciales de Migración en las que se registran mayor cantidad de ingresos de turistas son: Pichincha con el 42,46% y Guayas con el 24,89%.

Tabla No. 21: Número de turistas que arriban al Ecuador según provincia (Ranking de los 5 más relevantes) Año 2012

| Jefaturas | 2012 | |
|-----------------|------------------|--------------------------|
| | Ene-Dic. | Participación porcentual |
| Pichincha | 540.075 | 42,46% |
| Guayas | 316.544 | 24,89% |
| Carchi | 228.058 | 17,93% |
| El oro | 144.287 | 11,34% |
| Loja | 13.179 | 1,04% |
| Otras jefaturas | 29.810 | 2,34% |
| Total | 1.271.953 | 100,00% |

Fuente: (MINISTERIO DE TURISMO, 2012, pág. 41)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En función de esta tendencia, se puede concluir que el ingreso de turistas al Ecuador se realiza en su gran mayoría por la provincia de Pichincha, por cuanto se encuentra la capital del país, es decir Quito, los atractivos que presenta la ciudad; y la mayoría de conexiones para realizar el turismo se inicia aquí.

- **Inventario de productos específicos del Ecuador**

En el PLANDETUR 2020, se define por producto turístico a una propuesta de viaje estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos, transporte, alojamiento, guías de viaje, etc. (Chías, 2003). Razón por la cual, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad. En Ecuador tenemos tres líneas de productos claves: Ecoturismo - Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y de Deportes – Aventura, los cuales configuran el mayor volumen de la oferta:(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 15)

Tabla No. 22: Líneas de productos de turismo en el Ecuador

| Líneas de Productos | Variedades Valoradas |
|------------------------------------|----------------------|
| Ecoturismo y Turismo de Naturaleza | 35 |
| Turismo Cultural | 17 |
| Turismo de Deportes y Aventura | 13 |
| Convenciones y congresos | 6 |
| Turismo de Salud | 5 |
| Turismo de sol y Playa | 2 |
| Agroturismo | 2 |
| Turismo Comunitario | 1 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2009, pág. 15)

Elaborado por: Rosa Torres P.

Tabla No. 23: Líneas de productos de turismo en el Ecuador

| Objetivos por tipologías de producto | Nivel Notoriedad | Nivel de llegadas de visitantes de turismo interno en Ecuador |
|---|-------------------------|--|
| 1. Recreacional de playas y ríos | ALTA | ALTO |
| 2. Recreacional de montañas | ALTA | ALTO |
| 3. Circuitos locales por país | ALTA | ALTO |
| 4. Ecoturismo y Turismo de Naturaleza | ALTA | ALTO |
| 5. Turismo recreativo de shopping, gastronómico y ciudades. | ALTA | ALTO |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2009, pág. 14)

Elaborado por: Rosa Torres P.

Analizando los resultados de las tablas anteriores, y dentro del Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, motivo de nuestro estudio, se observa que los gustos relacionados con la visita a Areas protegidas y lo relacionada con la naturaleza es lo que más aprovecha el turista, sea nacional o extranjero.

En un informe de Aviturismo (Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo sostenible del Aviturismo en Ecuador, 2006), desarrollado conjuntamente con el Ministerio de Turismo, y en el que se realiza un estudio profundo del aviturismo en todo el Ecuador, en la parte concerniente a la Vertiente Noroccidental de los Andes,(Noroccidente de la provincia de Pichincha) constituye “la puerta de entrada para el aviturismo en el Ecuador”, es la zona más importante para la observación de aves, todas las empresas de aviturismo nacionales y extranjeras ofrecen circuitos. Es quizás la zona con el mejor estado de su hábitat (salvo el Oriente) dentro del país. Existe una gran cantidad de especies de aves, incluyendo muchas endémicas y de rango restringido, con buenas condiciones para encontrarlas y observarlas; en esta zona se encuentra el Bosque Protector Mindo Nambillo. (Mindo Cloudforest Foundation, 2006, pág. 49 y 79)

Para observar aves en el Ecuador se podría decir que todo el año, pero dependiendo del tipo de avituristas, y si se quiere mirar más variedad, la mejor época es la lluviosa en los meses de noviembre a Abril (Octubre Enero), ya que las aves responden mejor a los llamados pregrabados (tape play back), aunque los colibríes se pueden observar durante todo el año, y disminuye un poco en la época seca. Estos períodos de avistamiento coinciden con las de mayor actividad turística. Con estos antecedentes, se necesita desarrollar un plan de promoción que apunte a cada uno de los distintos mercados y así se podría atraer un importante flujo de turistas durante todo el año.

(Mindo Cloudforest Foundation, 2006, pág. 83)

Otra actividad a desarrollar dentro del Ecoturismo y Turismo de Naturaleza sería el Senderismo, ya que de acuerdo al lugar en estudio es muy importante practicar este deporte que también se complementa con el avistamiento de aves e inclusive al realizar las caminatas se involucra el observar la flora y fauna del sector, por tal motivo en todas las ofertas que se promocionan en Mindo, se ofrecen estas otras alternativas de disfrute y satisfacción.

El ciclismo de montaña, dentro del Ecoturismo es una de las actividades conservacionistas que mejor promocionan el ejercicio y la salud, además conlleva la observación de aves, flora y fauna del lugar, pues como es de tipo silencioso es propicio para disfrutar de mejor manera la actividad.

La cabalgata de caballos, es otra forma de pasear y conocer la flora y fauna del lugar, además es un deporte que proporciona una fuerte adrenalina a quien lo practica, no es tan promocionado, pero si es posible hacerlo, tenemos una experiencia enriquecedora.

Fotografía No. 1: Fauna del Bosque Protector Mindo Nambillo - Aves



Fuente: Autora, 2013

Fotografía No. 2: Fauna del Bosque Protector Mindo Nambillo - Aves



Fuente: Autora, 2013

Fotografía No. 3: Fauna del Bosque Protector Mindo Nambillo / Reptiles y Crustáceos



Fuente: Autora, 2013

Fotografía No. 4: Fauna del Bosque Protector Mindo Nambillo / Reptiles y Crustáceos



Fuente: Autora, 2013

1.2.2 Indicadores de los mercados turísticos.

Para definir de mejor forma lo concerniente a la demanda turística, se expone inicialmente la tipología de mercados definidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2009, p. 43), estos son:

- a) **Mercados Clave:** Mercados que aportarán mayor valor añadido a la actividad turística del país. En este sentido, serán los que mayor volumen aporten al sector turístico de Ecuador en cuanto a llegadas y/o gasto por turista. Dentro de estos tenemos: Estados Unidos, Colombia, Perú, España y Alemania.
- b) **Mercados de consolidación o estratégicos:** Son mercados que permiten diversificar la demanda, protegerse en caso de crisis coyunturales y ser más fuertes turísticamente. Son países como: Canadá, Reino Unido, Francia, Italia, Holanda, Argentina, Chile y Brasil.
- c) **Mercados de Oportunidad:** Mercados que no aportan un gran volumen en relación a los anteriores, pero de interés para el país por ser mercados con potencial, que podrían atraer al Ecuador segmentos específicos interesados en

un producto concreto. En este grupo tenemos a: México, Panamá, Venezuela y resto de países.(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 43)

La percepción de la imagen de un destino turístico tiene estricta relación con el posicionamiento en la mente del turista, este último es un indicador de atraktividad en el mercado, de ahí que sea importante empezar definiendo la posición que ocupa el Ecuador respecto de otros lugares turísticos a nivel mundial.

Según el PIMTE (2009) , el posicionamiento del país es similar tanto para el mercado interno como para el internacional, para identificar las ventajas competitivas se diseñó un decálogo que resalta al Ecuador como un territorio de multidestinos, que agrega la gastronomía como un elemento relevante para el turista, tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla No. 24 Nuevo Decálogo PIMTE 2010 – 2014

| Nuevo Decálogo PIMTE 2010 – 2014 ECUADOR es. | |
|---|--|
| 1. | MEGA-CONCENTRACIÓN DE DIVERSIDAD: El país de mayor diversidad natural y cultural concentrada en menos espacio <u>De multidestinos para todos los ecuatorianos</u> |
| 2. | BUEN VIVIR La reconocida calidez de los ecuatoriano, su <u>gastronomía</u> y su “buen vivir” |
| 3. | EN LA MITAD DEL MUNDO Su localización y clima |
| 4. | UN PAÍS COMPROMETIDO CON LA SOSTENIBILIDAD |
| 5. | DE MODERNIDAD LATINOAMERICANA Un país dinámico, culto, actual |
| 6. | CON SERVICIOS TURÍSTICOS DE CALIDAD INTERNACIONAL |

Fuente: Elaboración a partir de foros de discusión interna, talleres con el MINTUR y resultados del Delhi Pág. 13 del PIMTE-2014-EDICIÓN ESPECIAL.

En un análisis realizado por el MINTUR (2009), y dentro del Plan de Marketing encontramos que se presentan dos situaciones de tendencias en la demanda de turismo:

a) Demanda de productos en el trade internacional

Los circuitos turísticos generales son el primer producto más comercializado en un 46%, el Ecoturismo es el segundo con un 21% de la oferta, los cruceros (principalmente a las Islas Galápagos) y otros productos turísticos, representan un 13% cada uno, dentro de este punto lo que más se enfatiza es el turismo de naturaleza dentro de las islas, antes que la experiencia de crucero; y finalmente

el turismo cultural.(Ministerio de Turismo, 2009, págs. 17,18)

b) Demanda de productos en el trade nacional

En la preferencia de los ecuatorianos, el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza se encuentra en el primer lugar, luego sigue Galápagos como destino preferido y finalmente se ubica Sol y Playa.

Según los datos presentados vemos que difiere mucho el gusto del turista extranjero con el ecuatoriano, pero sin embargo se concluye que la preferencia más destacada en las dos demandas es la relacionada con el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, pues como se indica especialmente en el destino Galápagos, lo que más se aprecia es el entorno natural de las islas.(Ministerio de Turismo, 2009, págs. 17,18)

En el Plan de Marketing (Ministerio de Turismo, 2009, pág. 52), se indican varias estrategias para el desarrollo de la Promoción turística en el Ecuador, y dentro del estudio del Bosque Protector Mindo Nambillo, tenemos algunos puntos que refuerzan este impulso.

Tabla No. 25 Prioridades Promocionales por Productos (Extracto correspondiente a turismo cultural y ecológico)

| TIPOLOGÍA DE PRODUCTO | PRIORIDAD PROMOCIONAL DE PRODUCTO |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| a) Turismo Cultural | PRODUCTOS CLAVE ESTRELLA |
| b) Ecoturismo y Turismo de Naturaleza | |
| c) Turismo Deportivo y de aventura | |

Fuente:(Ministerio de Turismo, 2009, pág. 52)
Elaborado por: Rosa Torres P.

De los datos presentados en la tabla anterior, se puede concluir que el futuro de la oferta ecuatoriana en materia de turismo se concentra en la creación de productos en la categoría de Turismo Cultural está incluido: Patrimonio Cultural, mercados y artesanías, turismo religioso, turismo urbano, turismo arqueológico y haciendas históricas. En el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, se incluye el producto MINDO, teniendo en cuenta actividades de observación de flora y fauna. Finalmente, en el Turismo Deportivo y de Aventura, se hace relación a actividades como: escalada, trekking, ciclismo de montaña, cabalgata, rafting, entre otras.

Respecto a los PRODUCTOS CLAVE, su definición es:

Productos que aportarán mayor añadido a la actividad turística del país, por su mayor atractivo, potencialidad e idoneidad para Ecuador. En este sentido, serán los que mayor volumen aporten al sector turístico de Ecuador en cuanto a llegadas, gasto por turista y evolución de las llegadas. (Ministerio de Turismo, 2009, págs. 17,18)

Ciertamente, el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, son productos clave para el crecimiento del sector y tiene un nivel alto de prioridad para el Estado; ya que, por la naturaleza del país y la gran biodiversidad existente este componente puede convertirse en un elemento decisivo para los turistas. (MINISTERIO DE TURISMO, 2009, pág. 51)

Las siguientes fotografías muestran la biodiversidad y algunos de los recursos con los que dispone la parroquia de Mindo en materia de ecoturismo y turismo de naturaleza

Fotografía No. 5: Recursos turísticos de la parroquia de Mindo



Fuente: Autora, 2013

1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO MICRO

En la población de Mindo, existe una oferta de alojamiento de toda clase, con un sinnúmero de servicios que prestan, muchos de estos se encuentran en la parte

urbana, cercanos al pueblo, o alejados, ambos tratan de aprovechar el entorno natural de la región. Se presenta a continuación una lista de los establecimientos con la categorización respectiva:

Tabla N°26: Hosterías distribuidas en Mindo según ubicación y categoría

| Nombre | Categoría | Ubicación |
|--|------------------|------------------|
| Mariposas de Mindo | Segunda | Rural |
| Nicanchigua | Segunda | Rural |
| Tucanes de Mindo | Segunda | Urbana |
| Hacienda San Vicente | Segunda | Urbana |
| MindoSamayJuku | Segunda | Rural |
| Mindo Ananaw | Primera | Rural |
| Arasari | Segunda | Urbana |
| Sachatamia Lodge | Segunda | Rural |
| El Abrazo del Árbol | Primera | Rural |
| Quetzal de Mindo | Segunda | Urbana |
| Reserva Las Gralarias Y Mindo Bird Tours | Segunda | Rural |
| CaskaffeSu | Segunda | Urbana |
| Mindo Bonito | Tercera | Urbana |
| El Carmelo | Primera | Urbana |
| Mindo Lago | Primera | Urbana |
| Mindo Garden | Segunda | Rural |
| Tangarás | Segunda | Urbana |
| La Casa del Camino | Tercera | Urbana |
| Séptimo Paraíso | Primera | Rural |
| Mindo Eco Chalet Hotel | Segunda | Rural |

Fuente: (TRAVELLERS POINT, 2013)

Elaborado por: Rosa Torres P.

De los datos presentados en la tabla No. 26, se observa que la mayoría de alojamiento en Mindo, está en las hosterías, y en la categorización de Primera y Tercera clase están en un bajo porcentaje, mientras que en Segunda clase existen una mayoría y como novedad se ubican más en la parte rural. Estos establecimientos se encuentran catastrados en el Ministerio de Turismo.

Tabla N°27: Hoteles distribuidos en Mindo según ubicación y categoría

| Nombre | Categoría | Ubicación |
|---------------------|------------------|------------------|
| El gallo de la Peña | Primera | Urbana |

Fuente: (eREGITUR, 2013)

Elaborado por: Rosa Torres P.

De acuerdo a la tabla No. 27, se observa que dentro del tipo de alojamiento “hoteles”, sólo está registrado un establecimiento y dentro del área urbana, de igual forma

catastrado por el Ministerio de Turismo.

Tabla N°28: Pensiones distribuidas en Mindo según ubicación y categoría

| Nombre | Categoría | Ubicación |
|--------------------|-----------|-----------|
| Mindo Dragón Fly | Segunda | Urbana |
| Jardines de Mindo | Tercera | Urbana |
| Rocío | Tercera | Urbana |
| Sandry | Tercera | Urbana |
| La Casa de Cecilia | Tercera | Urbana |

Fuente: (eREGITUR, 2013)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla N°28, se observa que en su gran mayoría son de tercera categoría, se ubican en la parte urbana. También registrados en el catastro del MINTUR.

Tabla N°29: Hostales distribuidas en Mindo según ubicación y categoría

| Nombre | Categoría | Ubicación |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Bio Hostel Mindo Cloud Forest | Segunda | Urbana |
| Hostal El Rocío | | Urbana |
| Hostal Bambú | Segunda | Urbana |
| Hostal Rubby | Segunda | Urbana |
| Hostal El Descanso | Segunda | Urbana |
| El Sapito | Segunda | Urbana |
| La Posada de Mindo | Primera | Urbana |

Fuente: (eREGITUR, 2013)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla No. 29 referente a los hostales, la categoría es más alta, y también se observa que están en el área urbana.

Tabla N°30: Cabañas distribuidas en Mindo según ubicación y categoría

| Nombre | Categoría | Ubicación |
|---------------------------------------|-----------|-----------|
| Terrabambu Restaurant Lodge | Primera | Rural |
| Cabañas Armonía y Jardín de Orquídeas | Segunda | Urbana |
| Los Cedros de Mindo | Segunda | Rural |
| Edén de Mindo | Segunda | Urbana |
| Cabañas Gitanas La Roulotte | Segunda | Rural |

Fuente: (eREGITUR, 2013)

Elaborado por: Rosa Torres P.

En lo referente a las cabañas, existe solo una que sea de Primera y en el área rural, mientras que las otras son de Segunda y están en las dos ubicaciones, sean rurales o urbanos. Luego de la presentación de las diferentes opciones de alojamiento en la población de Mindo, se observa varios puntos a analizar:

- Muchos de los establecimientos aprovechan el nombre emblemático del

pueblo, y lo toman para nombrar a su negocio.

- La mayoría de alojamientos están ubicados en el perímetro urbano, por tanto los días de estadía son cortos.
- Existen toda clase de opciones para alojamiento, la mayoría de bajo precio, al igual que calidad según la categorización evidenciada en las tablas anteriores.
- Se identifican poco lugares considerados de primera categoría, estos fijan los precios en función del mercado usualmente son de alto costo pero entregan servicios adicionales que otros competidores en la misma zona no lo hacen.
- En general la oferta de los establecimientos turísticos en Mindo es estandarizada, los lugares de alojamiento existentes poseen ofertas similares e inclusive en ciertos casos tamaños afines; esto incrementa la intensidad con la que compiten y obliga a que el precio sea el principal factor diferenciador, reduciendo la rentabilidad del sector.
- Nos existe una óptima categorización de los lugares, ya que presentan de acuerdo a sus intereses o no están apegados a lo que contempla la Ley de Turismo.

1.2.1 Naturaleza del negocio.

En el proyecto que se está desarrollando, el objetivo es, la creación de una Hostería, debido a la disponibilidad de terrenos de gran atractivo en el sector de Mindo. Para la definición de lo que se pretende desarrollar se analiza a continuación la Ley de Turismo, especificando según su contenido las características exigidas para la operación de este tipo de negocios.

Según el Art. 23 de la mencionada Ley, se dice que:

Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que , mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor a seis habitaciones.(Registro Oficial 118, 1997, pág. 71)

La idea e negocio se concentrará en cumplir con las condiciones exigidas en la ley

para la obtención de la categoría de tres estrellas, la más alta según lo expresado en este escrito, a continuación se citan los artículos que determinan los servicios que se deberán adicionar al alojamiento y alimentación la operación de este tipo de negocios.

Art. No. 27:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central Telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá ser atendido por el mismo personal de la recepción.
- c) Botiquín de Primeros auxilios.(Registro Oficial 118, 1997, pág. 71)

Según el Art. 30.-(Registro Oficial 118, 1997, pág. 72)existen servicios comunes de comedor y pisos, y cualquiera sea la categoría de la hostería, se deberá disponer además de oxígeno y personal adiestrado para manejarlo.

Se observa otras disposiciones generales que involucran a todos los establecimientos que ofrecen servicios de hospedaje, como por ejemplo:

- No discriminación, es decir libre acceso al público en su admisión, siempre y cuando se observen normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.(Registro Oficial 118, 1997)
- Es muy importante la Recepción y conserjería, ya que es el punto de convergencia de todos los clientes, pues en este sitio se atiende las reservas de alojamiento, hospedaje, recibir a los huéspedes y cerciorarse de su identidad con la presentación de los documentos correspondientes, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, en fin todo lo relacionado a la atención del cliente.(Registro Oficial 118, 1997)
- Servicio de pisos, cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.(Registro Oficial 118, 1997)
- Servicio de comedor, Este tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración de la hostería, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, almuerzo y merienda, además se observará que en la preparación de los alimentos sea lo más adecuada con

normas de higiene y calidad de los mismos, según la categoría del local. Respecto al desayuno, podrá ser servido en el comedor, cafetería u otro lugar adecuado.(Registro Oficial 118, 1997)

- Servicio telefónico, de acuerdo al personal encargado del mismo, se cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes, hacerlas conocer lo más pronto posible, llevar el control de las conferencias, locales, internacionales, de los clientes, y con un informe detallado de la duración de las mismas.(Registro Oficial 118, 1997)
- Servicio de custodia de dinero, según su categoría se prestará este servicio para la custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto serán entregados por los huéspedes, se entregará el correspondiente recibo.
- En todas las habitaciones, en un lugar visible, deberá constar la indicación, al menos en dos idiomas: español e inglés, de que no se responsabiliza del dinero u objetos de valor que nos sean depositados en la forma establecida del servicio de custodia.
- Debe existir un botiquín de primeros auxilios y disponer de Asistencia médica, cuyo servicio será con cargo a los clientes.
- Todo el personal de servicio deberá estar uniformado de acuerdo a las actividades que desarrolle en conformidad de los usos y costumbres de la industria hotelera, con una presentación impecable, especialmente el personal de cocina, ya que por la preparación y manipulación de alimentos, vestirá el uniforme tradicional, también contarán con todos los documentos exigidos por las autoridades de salud.(Registro Oficial 118, 1997)
- Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del establecimiento, con la instalación de los correspondientes extinguidores en todos los sitios vulnerables, siempre observando las normas establecidas por el Cuerpo de Bomberos, además que el personal esté capacitado y conozca del correcto funcionamiento de los respectivos dispositivos.(Registro Oficial 118, 1997)
- Las condiciones de higiene se deberán cumplir rigurosamente con las normas

dictadas por los organismos competentes.

- Los reservorios de agua siempre garantizados de su completa limpieza, con el registro pormenorizado del mantenimiento adecuado, para que siempre se asegure la calidad del líquido a consumir, ya que como no es de servicio público, debe estar en constante cuidado la purificación de éste, pues el agua que se consumirá es tomada de una vertiente natural.
- Respecto a la eliminación de las aguas residuales se cuenta con un sistema de alcantarillado de tanques biodegradables herméticos, que garantizan la eficiencia del mismo.
- En la presentación del local, instalaciones y enseres de la Hostería se buscará lo más óptimo en las condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza.

La idea de negocio se completa con la especialización de la actividad turística en la rama del Ecoturismo, que tiene como finalidad la preservación de los ambientes en donde esta se instalara y su aprovechamiento en actividades de recreación, en busca de la sustentabilidad y sostenibilidad de la zona. De acuerdo a la Ley de Turismo, Art. 156, se denomina **Ecoturismo** a:

La modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Areas Protegidas con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.(Registro Oficial 118, 1997, pág. 109)

También dentro de la Ley, está el impulsar la formulación de un código de Ética de Ecoturismo y directrices para orientar el desarrollo de la actividad, que no sólo involucre a quienes desarrollen el proyecto sino a toda la comunidad.

En otro artículo de la Ley(Registro Oficial 118, 1997, pág. 112), está una Categoría Especial, que quiere decir que se denominará: “**Empresa de Ecoturismo**”, con sus respectivas normativas reglamentarias, y se dice que puede ser persona natural,

jurídica o comunidad legalmente reconocida que desarrolle actividades de ecoturismo, lo cual se determinará sobre la base de un proceso de certificación de sostenibilidad voluntaria, la cual avalará sus acciones.

Esta certificación de sostenibilidad será un mecanismo de evaluación de la empresa turística, diseñada para que las actividades de turismo sostenible cumplan normas ambientales, sociales y económicas en relación al uso de los recursos naturales y culturales y sus impactos en el medio, además la certificación es de tipo voluntaria. La empresa de ecoturismo, con o sin la certificación de sostenibilidad, debe obtener el registro y la licencia anual de funcionamiento, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en las normas vigentes.

También se deberá cumplir y seguir los lineamientos con el Ministerio del Ambiente en lo que respecta a las actividades de ecoturismo a realizar dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Existen beneficios que la empresa de ecoturismo certificada se hace acreedora, como:

- Acceso directo a los beneficios establecidos en la Ley Especial de Desarrollo Turístico; y, Preferencia dentro de la planificación promocional del país, que efectúa el Ministerio de Turismo

Según datos del Ministerio de Turismo (2013), las exigencias para los proyectos de creación de Hosterías de segunda categoría se observan en la siguiente tabla:

Tabla N°31: Requerimientos mínimos para la instalación de una Hostería según el MINTUR

| HT-SG | HOSTERÍA SEGUNDA | |
|-------|---|---|
| | REQUERIMIENTOS MÍNIMOS | |
| 1 | Agua caliente centralizada 24 horas en ducha, tina y lavabo | |
| 2 | Área total, incluido baño, al menos Doble: 21 m ² establecimientos existentes aplica 20 % menos sobre estas áreas. Al igual que deberá cumplir con este requisito al menos en el 90% del número total de habitaciones. | Sencilla: 16 m ² Nota: Para |
| 3 | Baño en todas las habitaciones | |
| 4 | Barra de seguridad en tina y/o ducha y piso anti deslizante | |
| 5 | Basurero | |
| 6 | Caja de seguridad en habitación | |
| 7 | Cama(s) de una plaza y media o matrimonial, según corresponda | |
| 8 | Closet | |
| 9 | Cobija y almohada adicional | |
| 10 | Colchón, protector de colchón, sábanas, cobija(s), cubrecama, y almohada(s), por cada cama | |
| 11 | Cómoda y/o mueble para Televisión | |
| 12 | Cortinas y/o visillo y Black out | |
| 13 | Escritorio y/o mesa | |
| 14 | Generadores para suministro general de energía eléctrica | |
| 15 | Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso | |
| 16 | Iluminación independiente sobre el lava manos | |
| 17 | Inodoro con asiento y tapa, | |
| 18 | Jabón en lavamanos y ducha y/o tina, papel higiénico y repuesto, un vaso por huésped, champú y pañuelo desechables (gorra de baño) | |
| 19 | Lava manos con mueble, tina con ducha | |
| 20 | Luz de velador o cabecera por huésped (para lectura) | |
| 21 | Mini Bar (Frigo bar) en habitación | |
| 22 | Por lo menos cuatro de los siguientes servicios: 1) Piscina, 2) Baño Turco (vapor) y/o Sauna (seco), 3) Hidromasajes, 4) Gimnasio, 5) Área deportivas y/o recreativas o 6) SPA (Sala de masajes) | |
| 23 | Portamaletas | |
| 24 | Radio, reloj despertador | |

Fuente: MINTUR, 2012

Elaborado por: MINTUR, 2012

Tabla N° 32: Requerimientos mínimos para la instalación de una Hostería según el MINTUR (Continuación)

| HT-SG | HOSTERÍA SEGUNDA |
|-------|--|
| | REQUERIMIENTOS MÍNIMOS |
| 25 | Servicio de Bar por 12 horas. Este requisito no es aplicable cuando la legislación vigente y/o las regulaciones locales la impidan |
| 26 | Servicio de cafetería y restaurante con atención en español e inglés |
| 27 | Servicio de conexión a internet en todas las habitaciones de acuerdo a la disponibilidad de la zona |
| 28 | Servicio de entretenimiento dentro del establecimiento deportivo y/o recreativas |
| 29 | Servicio de estacionamiento |
| 30 | Servicio de lavandería |
| 31 | Servicio de recepción 24 horas, atención español e inglés |
| 32 | Servicio de salones, eventos y banquetes |
| 33 | Servicio médico |
| 34 | Servicio telefónico interno, nacional e internacional en cada habitación de acuerdo a disponibilidad de servicio telefónico en la zona donde se ubica la hostería. |
| 35 | Servicios higiénicos generales, diferenciados por sexo |
| 36 | Silla por huésped |
| 37 | Sistema de acondicionamiento térmico en áreas de uso común y, en cada habitación, con manejo independiente; mediante: - Sistema de enfriamiento cuando la temperatura interior sea mayor a 24 ° C - Sistema de calefacción cuando la temperatura interior sea menor a 18 ° C |
| 38 | Televisor a color con control remoto, con acceso a televisión satelital. |
| 39 | Toallero y/o gancho / repisa junto a la ducha y/o tina y lavamanos |
| 40 | Tomacorriente con indicación de voltaje |
| 41 | Un juego de toallas (baño y manos) por huésped y una toalla de piso para salida de tina. |
| 42 | Un velador o mesa de noche, al menos |

Fuente: MINTUR, 2013.

Elaborado por: MINTUR, 2012

Como se observa de los requerimientos establecidos por el MINTUR persiguen el confort y comodidad para los turistas. En lo que respecta al funcionamiento de una Hostería de segunda categoría, como la que se pretende instalar en el sector de Mindo, se exponen requisitos a cumplir, de los cuales los de mayor relevancia a criterio de la autora son:

- Servicio de agua caliente las 24 horas del día,
- Tamaño de las habitaciones y equipamiento de las mismas en ambientes individuales
- Generador de electricidad en caso de falta de energía eléctrica.
- Implementación de piscina, hidromasaje, spa y gimnasio.
- Servicio de cafetería y restaurante con atención en español e inglés.
- Servicio de internet y telefonía en las habitaciones
- Servicio médico
- Indicaciones del voltaje en los tomacorrientes, al igual que los juegos de toallas y el velador junto a la cama.

CAPÍTULO II
ESTUDIO DE MERCADO

2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

En el presente proyecto, se pretende determinar la viabilidad de la instalación de una Hostería, que de acuerdo al concepto del MINTUR, (TURISMO, 2009, pág. 88) y para que cumpla con este requisito, es una construcción que se ubica fuera del ámbito urbano, cerca a carreteras, en un ambiente rodeado de jardines y naturaleza, que se brinde servicio de alojamiento y alimentación, con una capacidad no menor a seis habitaciones.

A continuación se establece una aproximación a los conceptos y definiciones relacionadas al alojamiento, alimentación y recreación requeridas en este tipo de establecimientos, tomando como premisa los requisitos básicos exigidos por el MINTUR para la instalación de este tipo de empresas.

2.1.1 Alojamiento.

Para la instalación de la hostería, se tomará en cuenta el medio en donde se va a desarrollar el turismo; ya que, la zona del proyecto es de un clima húmedo, los materiales y su arquitectura deberán poder soportar las condiciones, de ahí que se pretenden construir cabañas o habitaciones que sobre todo mantengan el contacto con la naturaleza y el aprovechamiento del lugar.

En las habitaciones se tomará en cuenta la comodidad, comenzando desde el tamaño de las mismas, la calidad de los implementos que los componen, respecto de muebles y menaje como colchones y sus protectores, sábanas, camas, veladores con las lámparas, cortinas *black out* que protejan de la luminosidad del ambiente.

Cada cabaña o habitación tendrá protectores de insectos, además de armarios en donde se dispondrá para colocar las pertenencias de los huéspedes no tendrán puertas debido a que la concentración de la humedad puede deteriorarlas.

Los baños serán de tamaño promedio, con disponibilidad de agua caliente las 24 horas. No se considera indispensable un televisor por habitación, sino mantener este servicio en las áreas comunales, ya que se pretende dar mayor valor a actividades de recreación al aire libre, similar criterio se utilizará para servicios como el internet y telefonía fija.

2.1.2 Alimentación.

Como la hostería se encuentra fuera del área urbana, se considera que las comidas siempre se consumirán dentro, y por lo tanto se deberá estar provisto de todo lo necesario para la mejor atención. Comenzando desde el desayuno, con una suficiente y variada cantidad de frutas, cereales, pan, lácteos, café, aguas aromáticas, es decir empezando con una buena alimentación que causen una buena impresión y calidad de servicio.

En la hora del almuerzo, se ofrecerá alternativas de comida nacional, internacional vegetariana, según gustos del turista. En el lugar, se ofrecerá como especialidad relevante la tilapia y trucha, que aunque no son propios del lugar tienen un consumo frecuente entre los visitantes.

Para la cena o merienda, se procurará una comida ligera, pues siempre se debe considerar la altura del país, lo que influye en el metabolismo de las personas, por lo cual se debe proteger la salud de los comensales, por lo tanto se deberá ofrecer pollo, u otras comidas parecidas.

Existirá una estación de agua simple, café, y bebidas suaves, ya que por el ejercicio que conlleva estar en estos lugares, es necesario suplir el gasto energético.

Se debe procurar que la comida que se ofrezca sea la nacional, así es una forma de promocionar al país, siempre con un nivel de higiene y atención personalizada.

2.1.3 Recreación.

La propuesta de servicios de recreación para la nueva hostería incluyen actividades como caminatas por senderos, aprovechando el aire puro y la tranquilidad del sitio, paseos en bicicletas y a caballo, baños en cascadas y río, observación de aves; estos juntos en un solo establecimiento y a disposición del turista.

La observación de aves, se realizará a primera hora, para lo cual es necesario el uso de binoculares, ropa abrigada, botas y repelente, se pretende que esta actividad tenga el apoyo de guías especializados, siempre que el visitante lo requiera y esté dispuesto a pagar por este servicio.

En la construcción de los senderos, se deberá tomar en cuenta el terreno, como se mencionó con diferentes grados de dificultad, la observación de flora y fauna con las indicaciones correspondientes, de acuerdo al clima y a otras alternativas sería factible ofrecer otra caminata diferente que se podría realizar en la noche y para la observación de ranas y otros animales nocturnos.

Para las rutas de bicicletas, el terreno es muy adecuado, es un deporte muy saludable, no daña al ambiente y se disfruta de mucha energía y salud. También se considera los paseos a caballo, algo muy distinto para la mayoría de turistas, que con cuidado se podrán realizar con mucha confianza.

La visita a las cascadas permitirá al visitante disfrutar del paisaje, en caminatas de corta distancia. Complementario a esta visita las personas podrán tomar un baño en el río.

Luego de cualquiera de estas aventuras, llegar a la hostería y utilizar las instalaciones del hidromasaje, turco o sauna para así obtener el descanso satisfactorio después de las caminatas o cualquier otra actividad que se haya realizado.

2.2 Naturaleza y usos de los productos

En el concepto de turismo rural, no existen criterios unificados, sin embargo, se dice que es cualquier actividad desarrollada en un medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sostenible, lo que implica permanencia, integración de la población local aprovechamiento óptimo de los recursos, preservación y mejora del entorno, en contraposición al concepto de la máxima rentabilidad, que es lo que se persigue con el turismo más convencional. (Martinez, 2003)

Al turismo rural según Martínez (2003) se lo clasifica de la siguiente manera:

- Agroturismo: Involucra el alojamiento, gastronomía local y/o actividades relacionadas con la actividad agropecuaria donde el turista participa activamente.
(Ej. Elaboración de mermeladas, ordeño, cosechas, rodeo, etc.)

- Turismo Deportivo: Son actividades deportivas que se realizan en el ámbito rural, y combinan el viaje de turismo con la práctica de algún deporte que se

lo realiza en el ambiente natural; como por ejemplo: pesca deportiva, caza, ciclo turismo, etc.

- Turismo de Aventura: Se lo realiza en el entorno natural como un recurso para producir sensaciones de descubrimiento, a través de lo cual se trata de conseguir transmitir emociones a los turistas, en espacios poco utilizados turísticamente. Por ejemplo: Parapente, descenso en balsa por los ríos, caminatas, etc.
- Turismo Cultural: Se basa en la utilización de los recursos culturales, históricos, costumbristas de un territorio, orientándose hacia la preservación y mejor conocimiento de los mismos, se da desde un caserío hasta un pueblo, lo que constituye el ámbito de desarrollo de esta forma de turismo. Ejemplo: estudio de culturas indígenas, circuitos históricos, visitas a sitios arqueológicos.
- Ecoturismo: es una de las formas de turismo rural, definida como segmento turístico en el que se prioriza la preservación del espacio natural donde se realiza, por lo que su diseño contempla ante todo el medio natural y por ende su conservación, frente a cualquier otra actividad

En correspondencia con la clasificación expuesta y al modelo de negocio que se espera desarrollar, a criterio de la autora la actividad a realizarse en la nueva hostería tiene como naturaleza básica el alojamiento, alimentación y recreación en un entorno natural, se ahí que se concluye que la clasificación más idónea para el mismo es el Ecoturismo.

2.2.1 Ecoturismo.

Se puede decir que, ésta es una nueva forma de turismo mesurado, produce un menor impacto en el entorno, en el que se persiguen objetivos relacionados con la conservación, comprensión y el aprecio por la naturaleza y las culturas que se visitan.

En 1983, el Arquitecto Héctor Cevallos-Lascurain, con amplio reconocimiento mundial, por ser la persona que empezó a utilizar este término “ecoturismo”, ya que inicialmente se referían al “turismo ecológico”, y para acortar esta denominación se cambio a como lo conocemos actualmente.

La definición según el Arq. Cevallos-Lascurain(2000) es:

El ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar a o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

También se identifica al ecoturismo como la forma de viajar, en la que el entorno natural es el elemento central, que se manifiesta en ciertas facetas, como las siguientes:

- El ecoturismo implica viajar a entornos naturales vírgenes, ya que se supone que el mismo se restringirá a zonas que pueden ser inexploradas o protegidas.
- El ecoturismo está orientado hacia la conservación, ya que su objetivo es llevar a grupos pequeños de personas a marcos naturales o zonas protegidas produciendo un impacto mínimo en el entorno físico, social y cultural.
- Debe contribuir a garantizar un futuro sostenible hacia el destino en donde el turismo se desarrolla, ya sea en forma de beneficios económicos o de ayuda voluntaria.
- El ecoturismo interactúa entre dos direcciones, ya que a la vez que contribuye a la conservación, ofrece la posibilidad de disfrutar de la naturaleza, por lo tanto entre sus rasgos esenciales está la sostenibilidad.
- Contribuye a la rehabilitación de zonas degradadas por la actividad humana, se realiza una aportación concreta al medio ambiente proporcionando un beneficio directo a la comunidad local. (Wearing & Neil, 1999, págs. 21 -33)

El ecoturismo no solo se limita a viajar a los sitios inexplorados, sino también puede hacer que la naturaleza rejuvenezca, ya que contribuye a la rehabilitación de zonas degradadas por la actividad humana, ya que se realizan aportaciones concretas al medio ambiente y proporciona un beneficio directo a la comunidad.

También tiene un potencial para impulsar la conservación de los recursos naturales haciendo que la gente sea más consciente de la importancia de mantener el cuidado de los mismos, los eco turistas se preocupan por los impactos medioambientales, promueven una mayor comprensión y respeto hacia las culturas, patrimonio y el entorno natural. (Wearing & Neil, 1999)

Tiene una función educativa, ya que los ecoturistas, desean adquirir mayor conocimiento acerca de la naturaleza, se hace mayor hincapié en apreciar, estudiar e interpretar la misma, mediante la explicación de conceptos, el significado y las interrelaciones de los fenómenos naturales.

El ecoturismo, dentro de sus otras características, puede proporcionar a los miembros de las comunidades locales la oportunidad de aprender cosas sobre las zonas y los puntos atractivos que los turistas vienen a visitar, estimula que aprecien el valor único de su entorno y las tradiciones culturales.

Finalizando, se dice que el ecoturismo, es un medio para entender mejor los valores ambientales, al tiempo que es una actividad que ha surgido luego de un cambio fundamental en la forma de ver la naturaleza por parte de la sociedad, ya que controla, evalúa y gestiona los impactos producidos por el turismo, desarrollando métodos fiables de contabilidad ecológica y contrarresta cualquier efecto negativo producido al entorno natural en donde realizamos nuestra visita.

2.3 Diseño de la investigación

La investigación a realizarse tiene como fin recopilar, procesar y analizar información concerniente a las tendencias de consumo de servicios turísticos en la parroquia de Mindo, orientados a identificar la oportunidad de crear una Hostería Eco turística en la zona, que posea factores diferenciales que le permitan obtener la preferencia del turista nacional y extranjero.

2.3.1 Formulación del problema de investigación.

La formulación del problema es la fase inicial del proceso de investigación, según lo expuesto por Malhotra (2008) se deben identificar el siguiente problema:

Problema de investigación: *¿Qué comportamiento de consumo de servicios de alojamiento, alimentación, recreación y deportes que muestran los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo?*

2.3.2 Objetivo de investigación.

Para dar solución al problema se propone el siguiente objetivo:

Indagar información sobre la demanda de servicios de alojamiento, alimentación, recreación y deportes en el segmento de turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo.

2.3.3 Enfoque de la investigación.

El enfoque de la investigación se realiza a través del diseño de los siguientes cuestionamientos, relacionados con el objetivo y planteamiento del problema.

1. ¿Qué tipo de actividades turísticas prefiere el visitante de Mindo?
2. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de un turista en Mindo?
3. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere?
4. ¿Qué servicios adicionales prefiere el turista al momento de visitar Mindo?
5. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta al momento de selección un lugar de alojamiento, alimentación, recreación y deportes?
6. ¿Con quién viaja el turista que visita Mindo?
7. ¿Qué motivación tiene para visitar Mindo?
8. ¿Quiénes participan en el canal de comercialización del destino turístico Mindo?
9. ¿Cuál es el perfil (demográfico, psicográfico y conductual) del turistas nacional y extranjero que visita Mindo?

2.3.4 Hipótesis de la investigación.

El comportamiento de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo permite la creación de una Hostería Ecológica ubicada en el Bosque Protector Mindo Nambillo.

2.3.5 Diseño de la investigación.

La investigación se ha diseñado en dos etapas

- a. **Cualitativa**, en la que se indagan los aspectos relacionados a las percepciones sobre la relevancia del ecoturismo como modelo de negocio y su potencial como actividad turística en la zona del Bosque Nublado Mindo Nambillo.
- b. **Cuantitativa**, que permite establecer el entorno de la demanda y el comportamiento de compra del turista, así como el atractivo que para este representa el Bosque Nublado Mindo Nambillo

2.3.6 Investigación cualitativa.

La investigación cualitativa se la realizó a un grupo de expertos, por medio de una entrevista exhaustiva, los entrevistados fueron:

- PH.D David Romo
Director Estación de Biodiversidad Tiputini y Profesor de Ciencias Biológicas y Ambientales de la Universidad San Francisco de Quito.
- Ing. Daniel Ochoa
Ex Administrador del Lodge Maquipucuna
- Sr. Luis Pérez
Propietario de la Agencia de Viajes Mindo Bird, localizada en la población de Mindo.
- Sr. Eduardo Gordón
Administrador de la Hostería “El Carmelo” Ubicada en la Población e Mindo.

Para recolección de la información cualitativa se aplicó la técnica de entrevista a profundidad de acuerdo a la metodología directa. Su diseño se lo realizo en función a varios ejes de investigación que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla N° 33: Ejes de investigación cualitativa

| Ejes de investigación |
|---|
| Preferencias en recreación (ecológica, cultural, observacional) |

| |
|--|
| Tiempo de permanencia |
| Uso de servicios (transporte, alojamiento, alimentación y recreación) |
| Calificación y percepción sobre los servicios (transporte, alojamiento, alimentación y recreación) |
| Tipo de alojamiento de preferencia |
| Servicios adicionales (internet, servicio médicos, entre otros) |
| Capacidad de pago respecto de los servicios de transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios adicionales |
| Factores de decisión de compra |
| Factores de satisfacción |
| Imagen de Mindo como destino |
| Programación de viaje (con quien viaja, consulta o no agencias, requiere asistencia) |
| Formas de promoción del destino Mindo (publicidad, intermediarios) |
| Información del turista |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

2.3.6.1 Resultados de la investigación cualitativa.

Los resultados de las entrevistas realizadas se exponen en el Anexo N° 1, a continuación se exponen las principales conclusiones a las que se llegó posterior a la investigación categorizando las respuestas de los expertos.

- **Preferencias en recreación (ecológica, cultural, observacional)**

Los resultados de las encuestas efectuadas, el Dr. David Romo, nos indica que en la población de Mindo, no existe una cultura de ecoturismo, ni de turismo ecológico y relacionado con la naturaleza.

En la agencia de viajes, se limitan a ofrecer solamente las actividades de recreación que se ofertan en el medio, como es el Canopy, la visita a las cascadas y lo que más se promociona como algo indispensable para realizar es el Tubing; pero sin una conciencia de conservación, al igual que en la hostería, cuentan con una información muy básica, no han demostrado conocimiento y sobre todo que incentiven una cultura ecológica y de involucramiento de los turistas con el medio.

En la población uno de sus emblemas como destino es la observación de aves, pero sólo se dirigen al turista extranjero, y no se educa y promociona al turista nacional para aprenda y disfrute de esta actividad.

- **Tiempo de permanencia**

La permanencia de acuerdo al propietario de la agencia de viajes y el

administrador de la hostería, es un promedio de dos días, por lo general en fin de semana, entre los turistas nacionales, en cambio los extranjeros se hospedan un mayor tiempo y por lo general lo hacen entre semana; lo que concluimos que el turista nacional no es educado para disfrutar un mayor tiempo en este tipo de turismo de naturaleza.

- **Uso de servicios (transporte, alojamiento, alimentación y recreación)**

En este punto de los servicios, existe discrepancia en las opiniones, por cuanto es de acuerdo de quien ofrece los servicios o también ocupa, ya que el Dr. Romo comenta en relación al transporte que no se le ve problema, pues como Mindo está tan cerca de Quito, se puede realizar de cualquier forma, en cambio de la agencia de viajes y del administrador de la hostería, si ven problemas en este aspecto, pues el servicio que recibe la población es malo, no respetan horarios y no tienen más frecuencias.

En cuanto al alojamiento y alimentación, el Dr. Romo indica que siempre se debe brindar lo más óptimo con buenas comodidades, salubridad y promover que la comida sea propia del lugar, aquí las diferencias con las otras dos personas consultadas, si están de acuerdo en las características del alojamiento con buenas cabañas, pero en la alimentación siempre promocionan la “tilapia” y de lo que se sabe es un alimento introducido que no es propio del lugar. En la recreación la agencia y el administrador, ofrecen las mismas opciones como: Canopy, cascadas, Tubing, este último que es lo más promocionado, mientras que el Dr. Romo indica que se podría incluir los paseos a caballo, en bicicleta y caminatas por senderos bien trazados. Se habla del avistamiento de aves, pero como se mencione anteriormente, de preferencia lo hacen para los turistas extranjeros.

- **Calificación y percepción sobre los servicios (transporte, alojamiento, alimentación y recreación)**

En cuanto al transporte, se insiste, que si es malo y caro para Mindo, considerando la cercanía a Quito los precios son altos, falta unidades y no respetan horarios.

Para el alojamiento y la alimentación el PHD Romo, no tiene una buena percepción de la calidad de los servicios en alojamiento y alimentación, comenta que existe una explotación para el cobro de los mismos, pero las otras

personas consultadas consideran que si son buenas la calidad de los servicios que brindan.

En la alimentación mencionan el sancocho mindeño, pero no se habla más del mismo, otra indicación es que se debe ofrecer de preferencia comida nacional, buscando una buena calidad y presentación. Se ofrece la tilapia y trucha, pero no son propias del lugar, sino introducidas.

En las actividades de recreación el DR. Romo considera que se debe promover los servicios de guías especializados de preferencia biólogos, para que la calidad del servicio aumente, pero las otras personas consideran que si hay buen servicio ya que no han recibido quejas y tratan de hacer lo mejor que pueden.

- **Tipo de alojamiento de preferencia**

Todos coinciden en que el tipo de alojamiento es CABAÑAS, por el medio en donde se realiza este turismo, los turistas se acostumbran a este servicio, y que estén dotadas de las principales comodidades, una buena cama, baño privado con agua caliente, con los servicios básicos; y el Sr. Daniel Ochoa, ex administrador de Maquipucuna indica que se debería tener en los dormitorios el mosquitero ya que al turista extranjero le gusta y se siente seguro con su uso.

- **Servicios adicionales (internet, servicio médicos, entre otros)**

En los servicios adicionales, el Dr. Romo comenta que los servicios médicos debería proveer las autoridades del gobierno ya que es de su competencia velar por la seguridad médica de los turistas, en cuanto al internet se concluye que lo más necesario para su uso es de parte del personal de las hosterías, y que para el uso de los turistas no es relevante ni indispensable, ya que cuando están de vacaciones prefieren desconectarse o no se convierte en algo necesario.

- **Capacidad de pago respecto de los servicios de transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios adicionales**

En este punto siempre se habla de que el transporte es un servicio malo en cuanto al que recibe la población, se abusa en los precios y no tienen ventaja respecto a la cercanía a Quito que está la población de Mindo. Se habla de dos

segmentos de turistas nacionales, o de un nivel bajo, que sólo realizan un viaje de un día, casi no consumen en Mindo, y otro grupo de un nivel de consumo medio, por lo que no existen otro grupo de mayor consumo. En cuanto a los turistas extranjeros, que no es tan numeroso como se piensa, una gran mayoría son personas mayores, que tienen un nivel de gasto limitado.

- **Factores de decisión de compra**

Para este punto, las personas consultadas coinciden en que por la cercanía de Mindo a la ciudad de Quito, hace que los turistas, sean nacionales o extranjeros, prefieran viajar al lugar, el trayecto de viaje es corto, la carretera está en perfectas condiciones, existe una variada oferta de alojamiento con diferentes opciones, y sobre todo pueden estar en contacto con la naturaleza en su estado más puro. Todos concuerdan en que Mindo tiene todo para ser un buen destino turístico, pero que falta una adecuada promoción, que no se limite solamente a ofrecer aventuras deportivas, que no siempre lo pueden hacer todas las personas.

- **Factores de satisfacción**

Lo que más aprecian los turistas, según lo consultado es el servicio y la seguridad, pero esto no comparte el Dr. Romo, pues él comenta que la atención de parte de los prestadores es de mala calidad. En cuanto al paisaje y la naturaleza del lugar, es lo que más satisface y atrae a los turistas de todos los segmentos, de la agencia y la hostería, comentan que las actividades de recreación son las que realizan casi todos los turistas que visitan Mindo. Inclusive dicen que los mosquitos no es problema para los visitantes.

- **Imagen de Mindo como destino**

Indudablemente todos coinciden en que Mindo está consolidado como un destino de turismo de naturaleza o mejor dicho ecoturismo, inclusive se le pone en un nivel después de Galápagos, pero también todos concuerdan en que le falta todo un impulso de parte del Ministerio de Turismo, no existe una presencia fuerte, no hay capacitación, que sólo aparecen para expedir los respectivos permisos de funcionamiento, y luego no se les vuelve a ver.

- **Programación de viaje (Con quien viaja, Consulta o no agencias, Requiere asistencia)**

Se coincide en que la mayor parte de viajeros lo hacen en familias, tanto

nacionales como extranjeras, están en un promedio de edad entre 20 a 50 años, también se da entre parejas que lo hacen por fin de semana. Cuando más flujo de turistas llegan es en los feriados. La consulta con agencias se da entre el turismo enfocado en un nivel medio, especialmente porque necesitan de asesoramiento en cuanto a la contratación de los servicios de recreación, y también para una mejor asistencia en todo lo relacionado con su estadía

- **Formas de promoción del destino Mindo (publicidad, intermediarios)**

La promoción en la que todos coinciden se da más por medio de las páginas Web, de uso común, como: Facebook, Twitter, LinkedIn, o también por las páginas Web de cada empresa. En la agencia comentaban que no se hace propaganda para promocionar la visita a Mindo, de ninguna autoridad competente, sean: Municipio, Consejo Provincial, ni del Ministerio de Turismo.

- **Información del turista**

Según los representantes de la agencia y la hostería, los turistas si se encuentran satisfechos con los servicios brindados, están de acuerdo en los precios, la comida es buena, las actividades de recreación son de su agrado, pero si hace falta conocer de primera mano, es decir con una entrevista directa a los turistas su satisfacción o no.

2.3.7 Investigación cuantitativa.

El tipo de estudio cuantitativo aplicado será descriptivo puesto que analiza las relaciones entre las variables y sus causas y efectos a partir del uso de técnicas estadísticas. El estudio será transversal puesto que se aplicará a la población por una sola vez y como parte integral de esta propuesta de tesis.

- **Población**

La población o universo de investigación es el total de turistas que ingresaron al Bosque Protector Mindo Nambillo al año 2012, según registros del MINTUR (2012) que equivalen a 13.136 personas, según la distribución expuesta en la tabla Nro. 16.

- **Muestreo**

El muestreo a aplicarse en la investigación es aleatorio simple, que indica que cada uno de los elementos de la población tiene una probabilidad de selección equitativa y

conocida. (Malhotra, 2008, pág. 346)

- **Cálculo de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula propuesta por Vivanco (Vivanco, 2005, pág. 78):

$$n = \frac{\frac{N}{N-1} pq}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{pq}{N-1}}$$

Donde;

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

pq= Varianza de la muestra p= 0,5; q= (1-p)

e= Error Máximo Admisible, 5%

z= Valor del coeficiente de confianza, 95% = 1,96

Reemplazando se tiene;

$$n = \frac{\frac{13.136}{13.136-1} \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{\frac{0,05^2}{1,96^2} + \frac{0,5 \cdot (1-0,5)}{13.136 - 1}}$$

$$n = \frac{0,250019}{0,00065 + 0,0000190}$$

$$n = \frac{0,250019}{0,0006698}$$

$$n = 373,27 \approx 373 \text{ elementos}$$

La muestra obtenida para el estudio es equivalente a 373 elementos de la población.

2.3.8 Resultados de la investigación cuantitativa.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla N° 34: Nacionalidad de los encuestados

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|----------------|---------------------|---------------------|
| Ecuatoriana | 191 | 51,2% |
| Colombiana | 38 | 10,2% |
| Estadounidense | 30 | 8,0% |
| Chilena | 12 | 3,2% |
| Peruana | 11 | 2,9% |
| Otros | 91 | 24,4% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 1: Nacionalidad de los encuestados



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: El 51,2% de los encuestados que visitan / visitaron Mindo son de nacionalidad ecuatoriana, con el 10,2% colombianos, con el 8% turistas de los Estados Unidos, con el 3,2% Chilenos y con el 2,9% son peruanos; un 24,4% corresponden a otras nacionalidades.

2. ¿Cuál es la ciudad de su residencia actual?

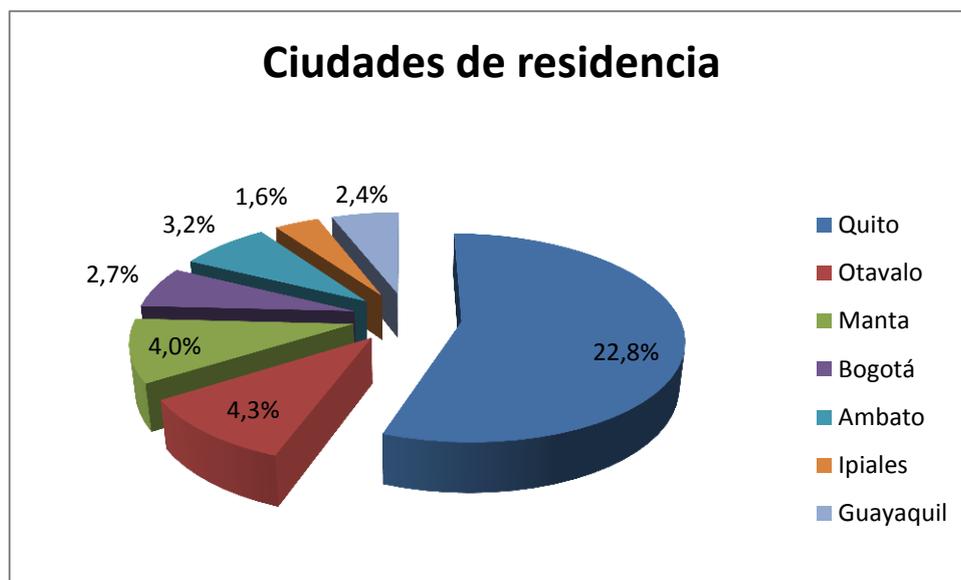
Tabla N° 35: Ciudad de Residencia

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------|---------------------|---------------------|
| Quito | 85 | 22,8% |
| Otavalo | 16 | 4,3% |
| Manta | 15 | 4,0% |
| Bogotá | 10 | 2,7% |
| Ambato | 12 | 3,2% |
| Ipiales | 6 | 1,6% |
| Guayaquil | 9 | 2,4% |
| Cuenca | 8 | 2,1% |
| Baños | 10 | 2,7% |
| Santo Domingo | 6 | 1,6% |
| Otras | 196 | 52,5% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 2: Ciudad de Residencia



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: De la investigación realizada, se observa que el 22,8% de los visitantes residen principalmente en Quito, seguidos del 4,3% de Otavalo, 4,0% de Manta, 3,2% de Ambato, 2,7% de Bogotá, 2,4% de Guayaquil, y finalmente el 1,6% corresponden a Ipiales.

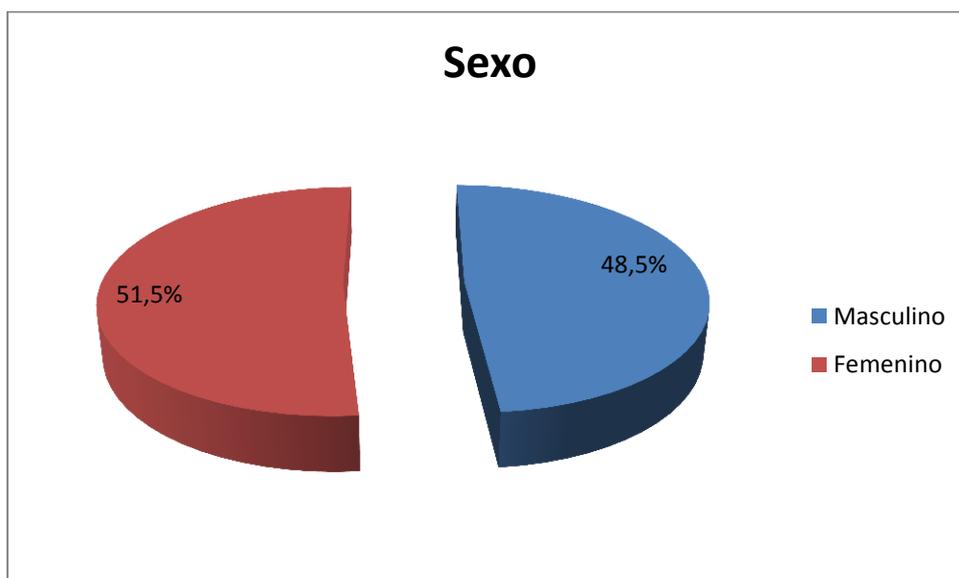
3. Sexo

Tabla N° 36: Sexo

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Masculino | 181 | 48,5% |
| Femenino | 192 | 51,5% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 3: Sexo



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo relacionado al sexo, se observa que el 51,5% corresponde al sexo femenino, y el 48,5% es al sexo masculino.

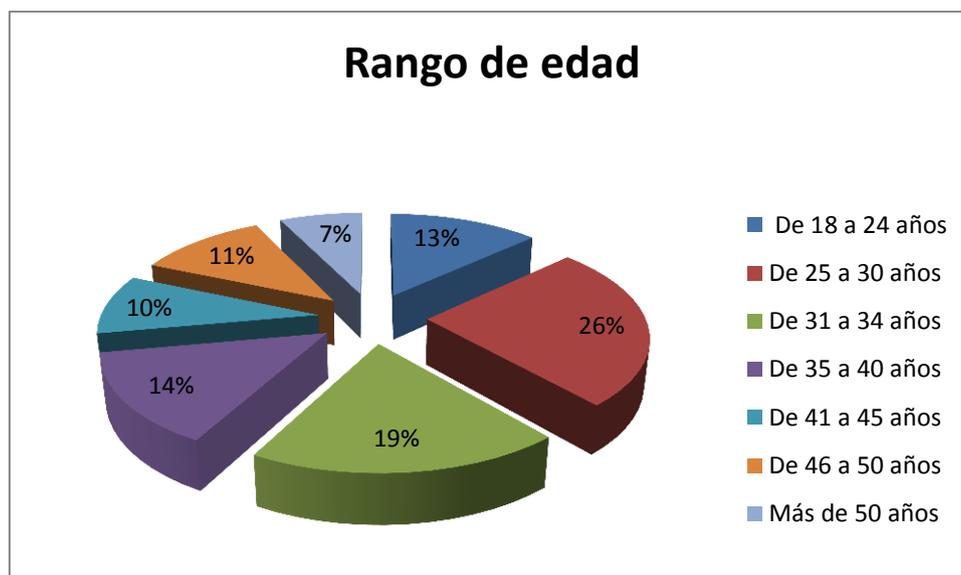
4. Seleccione su rango de edad

Tabla N° 37: Rango de edad

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-----------------|---------------------|---------------------|
| De 18 a 24 años | 49 | 13,1% |
| De 25 a 30 años | 95 | 25,5% |
| De 31 a 34 años | 72 | 19,3% |
| De 35 a 40 años | 53 | 14,2% |
| De 41 a 45 años | 35 | 9,4% |
| De 46 a 50 años | 42 | 11,3% |
| Más de 50 años | 27 | 7,2% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 4: Rango de edad



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo concerniente a la edad de los turistas, se observa que el 26% se sitúan en el rango de 25 a 30 años, luego el 19% están entre los 31 y 34 años, el 14% de 35 a 40 años, el 13% están los comprendidos entre los 18 y 24 años, el 11% corresponden al rango de 46 a 50 años, el 10% están en el rango de 41 a 45 años, y un 7% son los de más de 50 años.

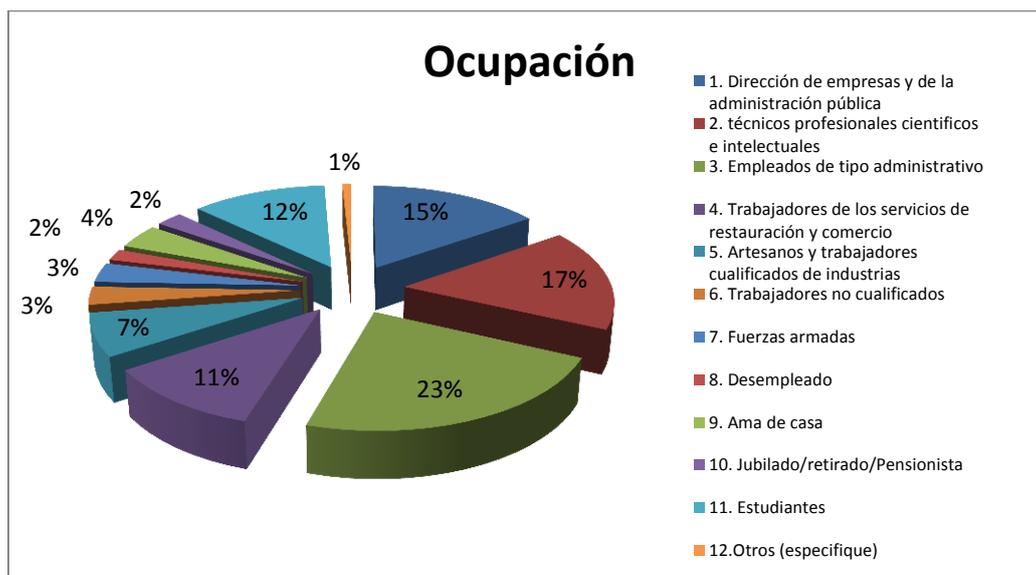
5. Seleccione su ocupación

Tabla N° 38: Ocupación

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---|---------------------|---------------------|
| 1. Dirección de empresas y de la administración pública | 57 | 15,3% |
| 2. técnicos profesionales científicos e intelectuales | 62 | 16,6% |
| 3. Empleados de tipo administrativo | 85 | 22,8% |
| 4. Trabajadores de los servicios de restauración y comercio | 41 | 11,0% |
| 5. Artesanos y trabajadores cualificados de industrias | 26 | 7,0% |
| 6. Trabajadores no cualificados | 11 | 2,9% |
| 7. Fuerzas armadas | 12 | 3,2% |
| 8. Desempleado | 7 | 1,9% |
| 9. Ama de casa | 15 | 4,0% |
| 10. Jubilado/retirado/Pensionista | 9 | 2,4% |
| 11. Estudiantes | 45 | 12,1% |
| 12. Otros (especifique) | 3 | 0,8% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 5: Ocupación



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: De los turistas que visitan Mindo, el 23% tienen por ocupación actividades administrativas, el 17% son Técnicos profesionales, seguidos de un 15% directores de empresas y de la administración pública, un 12% estudiantes, el 11% relacionado con la restauración y comercio, el 7% en el rango de artesanos y trabajadores cualificados de la industria, el 4% son amas de casa, 3% fuerzas armadas y trabajadores no cualificados, y finalmente un 2% corresponde a desempleados y jubilados.

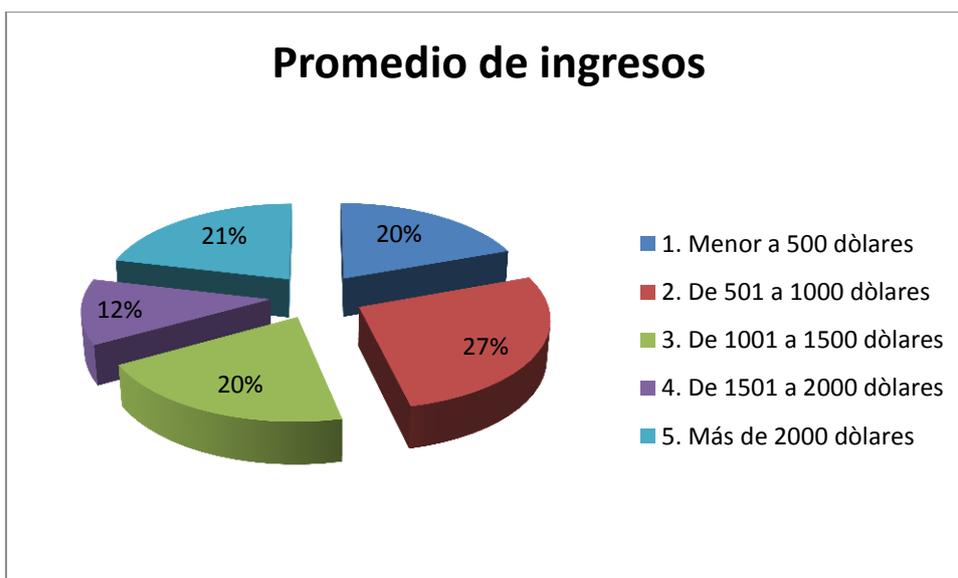
6. Seleccione su rango promedio de ingresos mensuales

Tabla N° 39: Rango Promedio ingresos mensuales

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Menor a 500 dólares | 64 | 17,2% |
| 2. De 501 a 1000 dólares | 89 | 23,9% |
| 3. De 1001 a 1500 dólares | 67 | 18,0% |
| 4. De 1501 a 2000 dólares | 39 | 10,5% |
| 5. Más de 2000 dólares | 70 | 18,8% |
| No responde | 44 | 11,8% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 6: Promedio ingresos mensuales



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Se observa que el 27% de encuestados están en el rango de ingresos de 501 a 1000 dólares, el 20% se encuentran los rangos de 1001 a 1500, y también menor a 500 dólares, el 21% están los ingresos de más de 2000 dólares, finalmente el 12% corresponden al rango de 1501 a 2000 dólares.

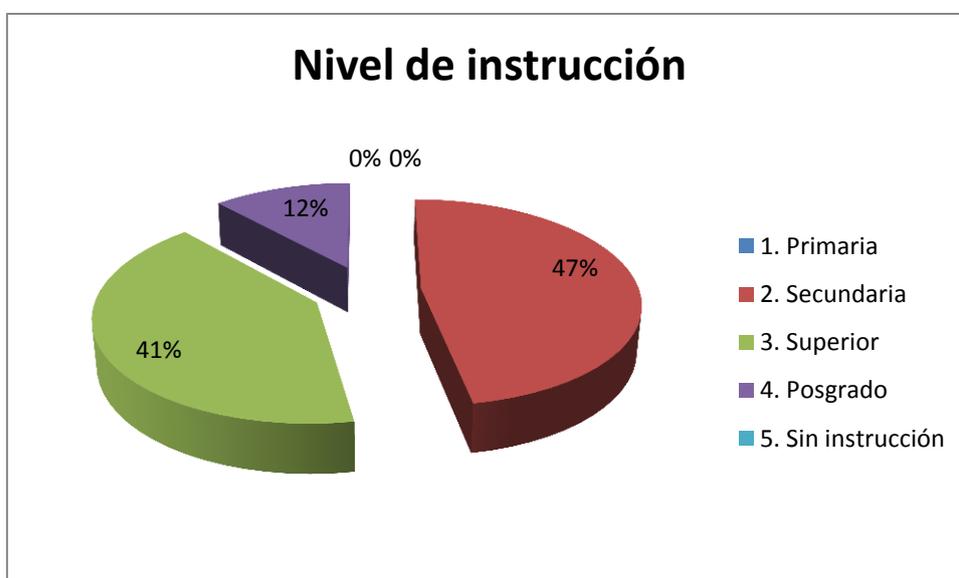
7. Seleccione cual es su nivel de instrucción

Tabla N° 40: Nivel de instrucción

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Primaria | 0 | 0,0% |
| 2. Secundaria | 176 | 47,2% |
| 3. Superior | 153 | 41,0% |
| 4. Posgrado | 44 | 11,8% |
| 5. Sin instrucción | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 7: Nivel de instrucción



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: De los turistas que visitan Mindo el 47% tiene instrucción Secundaria, el 41% instrucción Superior, y el 12% con Posgrado, las opciones de instrucción Primaria y Sin instrucción no registran respuestas.

8. ¿Es la primera vez que visita Mindo?

Tabla N° 41: Primera visita a Mindo

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 268 | 71,8% |
| 2. No | 105 | 28,2% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 8: Primera visita a Mindo



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En los visitantes que han estado en Mindo, se observa que el 71,8% es la primera vez que los visitan ya han visitado el destino, mientras que el 28,2% lo han visitado en ocasiones anteriores.

9. ¿Con quién visita/ó Mindo?

Tabla N° 42: Con quién visita Mindo

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------|---------------------|---------------------|
| 1. Solo | 26 | 7,0% |
| 2. Acompañado | 347 | 93,0% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 9: Con quién visita Mindo



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

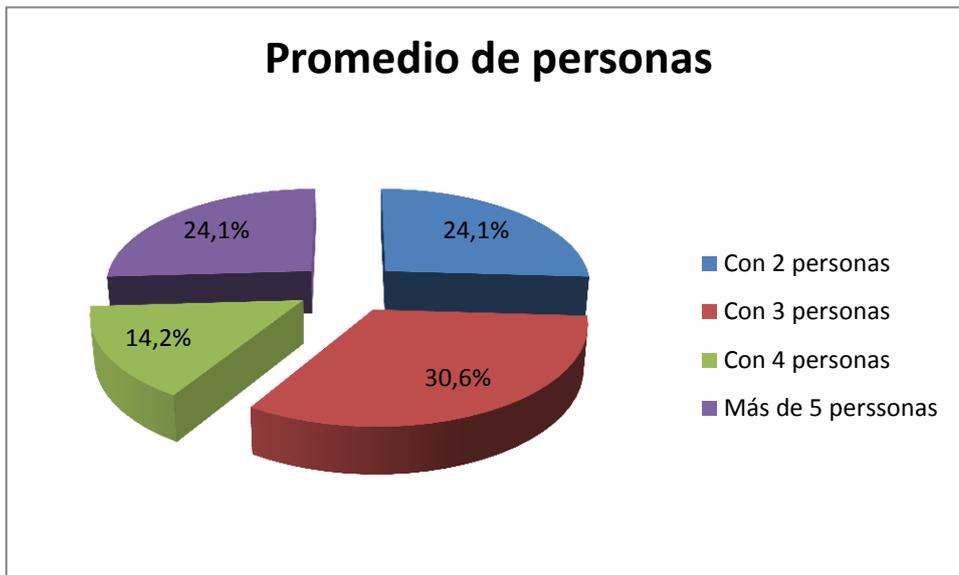
Análisis: En las visitas que han realizado los turistas, se observa que el 93% lo han efectuado acompañados y el 7% lo hicieron solos.

Tabla N° 43: Número de personas promedio por viaje

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------------------|---------------------|---------------------|
| Con 2 personas | 90 | 24,1% |
| Con 3 personas | 114 | 30,6% |
| Con 4 personas | 53 | 14,2% |
| Más de 5 personas | 90 | 24,1% |
| TOTAL | 347 | 93,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 10: Número de personas promedio por viaje



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: De los encuestados que viajaron en compañía de otras personas, el 30,6% lo hizo al menos con 3 acompañantes, el 24,1% con 2 personas, el 24,1% con más de 5 personas y el 14,2% con 4 personas.

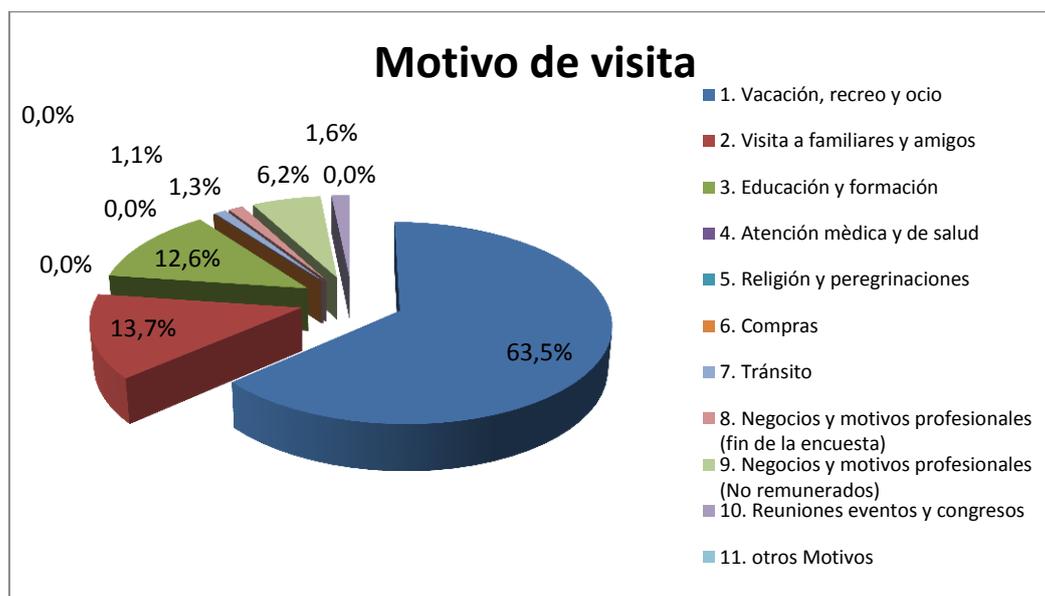
10. ¿Cuál es su motivo de visita a Mindo?

Tabla N° 44: Motivo de Visita

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--|---------------------|---------------------|
| 1. Vacación, recreo y ocio | 237 | 63,5% |
| 2. Visita a familiares y amigos | 51 | 13,7% |
| 3. Educación y formación | 47 | 12,6% |
| 4. Atención médica y de salud | 0 | 0,0% |
| 5. Religión y peregrinaciones | 0 | 0,0% |
| 6. Compras | 0 | 0,0% |
| 7. Tránsito | 4 | 1,1% |
| 8. Negocios y motivos profesionales (fin de la encuesta) | 5 | 1,3% |
| 9. Negocios y motivos profesionales (No remunerados) | 23 | 6,2% |
| 10. Reuniones eventos y congresos | 6 | 1,6% |
| 11. otros Motivos | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 11: Motivo de Visita



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: De los visitantes tenemos un 63,5% que lo hacen por vacación, recreo y ocio, un 13,7% de visita a familiares y amigos, 12,6% por educación y formación, 6,2% negocios y motivos profesionales, el 1,6% reuniones, eventos y congresos; finalmente, el 1,3% de tránsito y negocios y motivos profesionales.

11. ¿Utiliza/ó los servicios de agencias de viaje u operadoras de turismo para visitar Mindo?

Tabla N° 45: Uso de servicios de agencias u operadoras

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 76 | 20,4% |
| 2. No | 297 | 79,6% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 12: Uso de servicios de agencias u operadoras



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En el uso de los servicios de agencia de viajes, el 79,6% no utiliza los servicios, mientras que solamente un 20,4% si hace o ha hecho uso de los mismos.

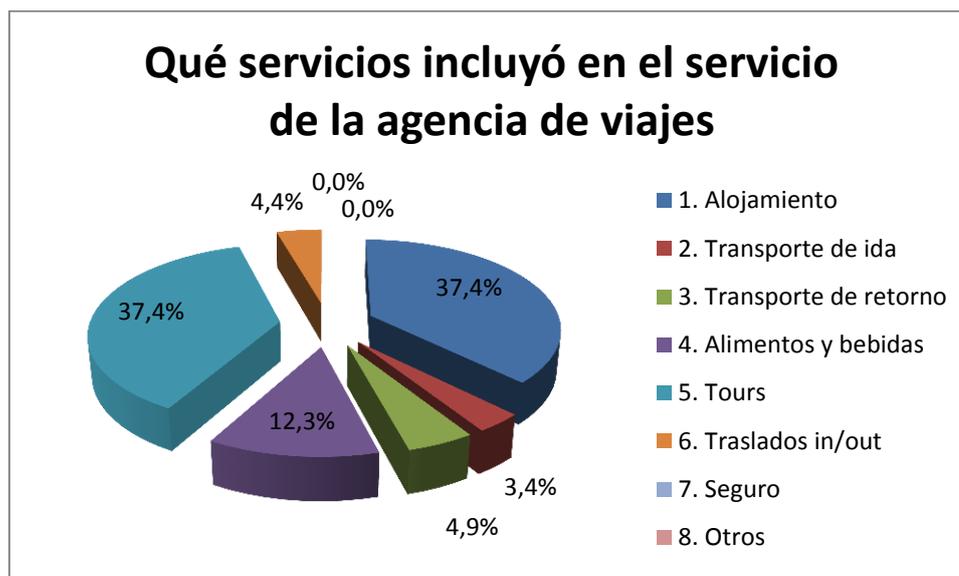
12. ¿Cuáles servicios incluye/ó el paquete turístico contratado en la agencia de viajes?

Tabla N° 46: Servicios que incluyó el paquete

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Alojamiento | 76 | 37,4% |
| 2. Transporte de ida | 7 | 3,4% |
| 3. Transporte de retorno | 10 | 4,9% |
| 4. Alimentos y bebidas | 25 | 12,3% |
| 5. Tours | 76 | 37,4% |
| 6. Traslados in/out | 9 | 4,4% |
| 7. Seguro | 0 | 0,0% |
| 8. Otros | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 203 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 12: Servicios que incluyó el paquete



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En los servicios que ofreció la agencia está el 37,4% para alojamiento, con porcentaje similar la opción de Tours, con un 12,3% alimentos y bebidas, el 4,9% para transporte de retorno, un 3,4% para transporte de ida y traslados in/out.

13. ¿Cómo calificaría la asistencia recibida por las agencias de viaje que le promocionaron Mindo como destino turístico?

Tabla N° 47: Calificación de la asistencia

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Excelente | 5 | 6,6% |
| 2. Muy bueno | 37 | 48,7% |
| 3. Bueno | 30 | 39,5% |
| 4. Regular | 4 | 5,3% |
| 5. Malo | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 76 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 13: Calificación de la asistencia



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En la calidad del servicio de la agencia, el 48,7% dice que es Muy Bueno, el 39,5% que es Bueno, el 6,6% que es excelente, y un 5,3% que está regular.

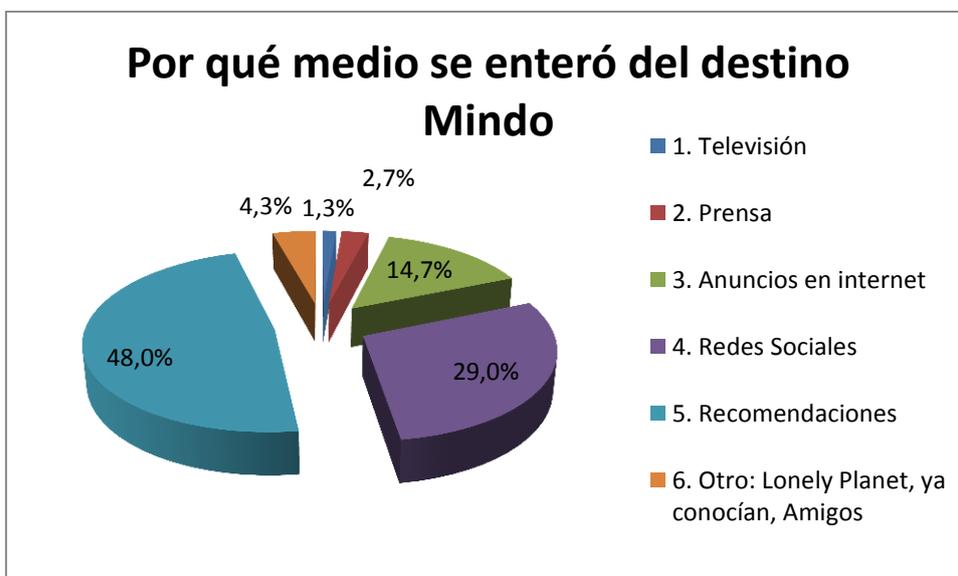
14. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de Mindo como destino turístico?

Tabla N° 48: Medio de información

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---|---------------------|---------------------|
| 1. Televisión | 5 | 1,3% |
| 2. Prensa | 10 | 2,7% |
| 3. Anuncios en internet | 55 | 14,7% |
| 4. Redes Sociales | 108 | 29,0% |
| 5. Recomendaciones | 179 | 48,0% |
| 6. Otro: Lonely Planet, ya conocían, Amigos | 16 | 4,3% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 14: Medio de información



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Los visitantes se enteraron del destino en un 48% por Recomendaciones, el 29% por Redes sociales, un 14,7% por anuncios en internet, el 4,3% por otros, como amigos, Lonely Planet o ya conocían, el 2,7% por Prensa, y el 1,3% por Televisión.

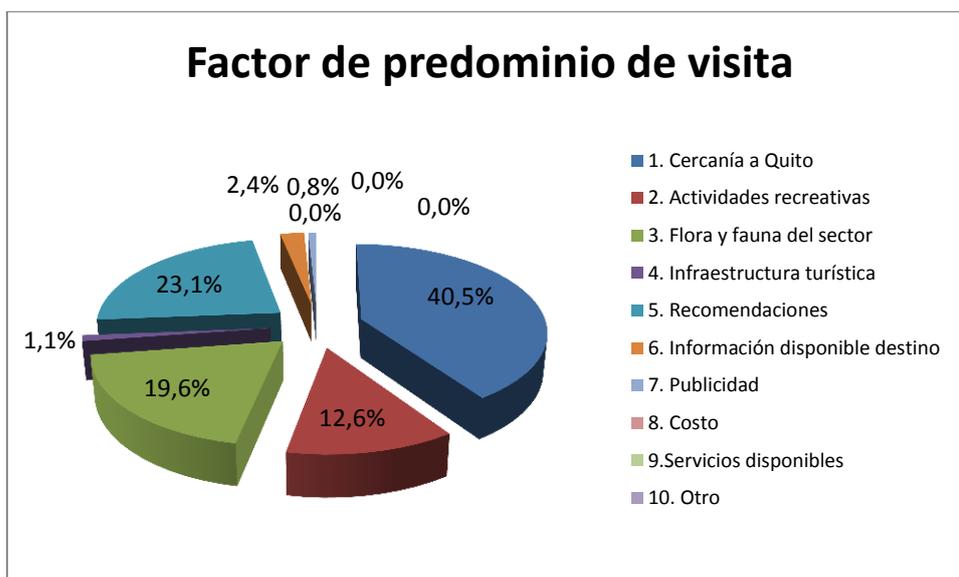
15. ¿Cuál fue el factor que predominó en su elección, para que escogiera a Mindo como su destino turístico?

Tabla N° 49: Factor de elección

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Cercanía a Quito | 151 | 40,5% |
| 2. Actividades recreativas | 47 | 12,6% |
| 3. Flora y fauna del sector | 73 | 19,6% |
| 4. Infraestructura turística | 4 | 1,1% |
| 5. Recomendaciones | 86 | 23,1% |
| 6. Información disponible destino | 9 | 2,4% |
| 7. Publicidad | 3 | 0,8% |
| 8. Costo | 0 | 0,0% |
| 9. Servicios disponibles | 0 | 0,0% |
| 10. Otro | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 15: Factor de elección



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Para la elección del destino turístico de Mindo, el 40,5% lo hizo por la cercanía a Quito, el 23,1% por recomendaciones, el 19,6% por la flora y fauna del sector, el 12,6% por las actividades recreativas, y el 2,4% y el 1,1% por la infraestructura turística.

16. ¿Cuál es la duración total (número de noches) de este viaje?

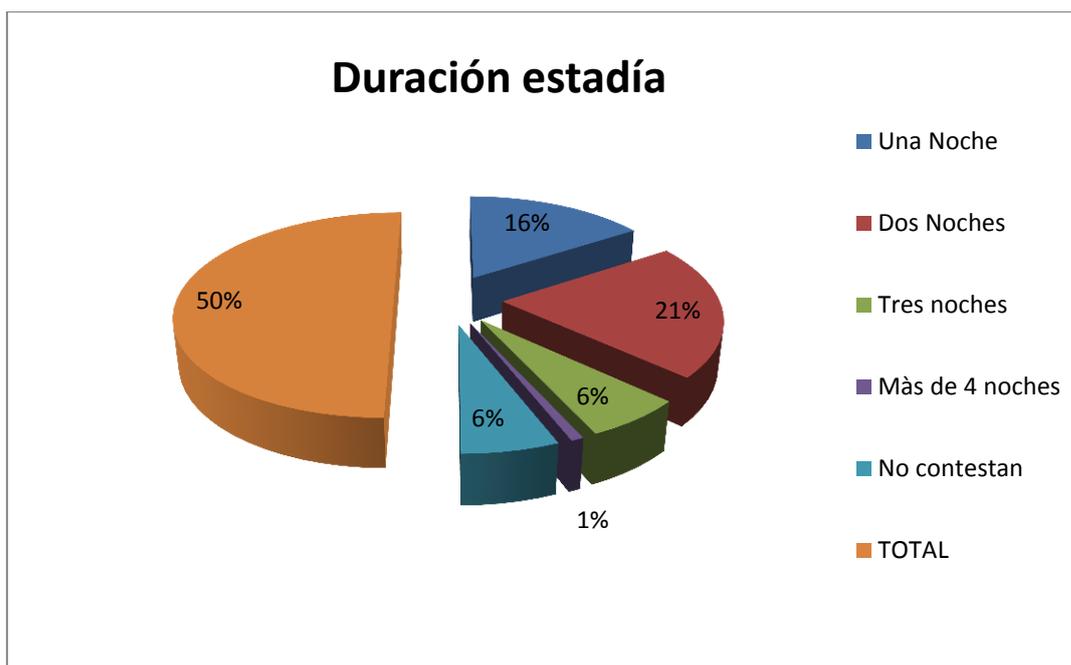
Tabla N° 50: Duración del viaje

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-----------------|---------------------|---------------------|
| Una Noche | 118 | 31,6% |
| Dos Noches | 157 | 42,1% |
| Tres noches | 47 | 12,6% |
| Más de 4 noches | 6 | 1,6% |
| No contestan | 45 | 12,1% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 16: Duración del viaje



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En cuanto a la duración de la estadía, el 47,9% lo hacen por dos noches, el 36% por una noche, el 14,3% por tres noches, el 1,8% por más de cuatro noches, y el 12,1% de los encuestados no contestan acerca de su estadía.

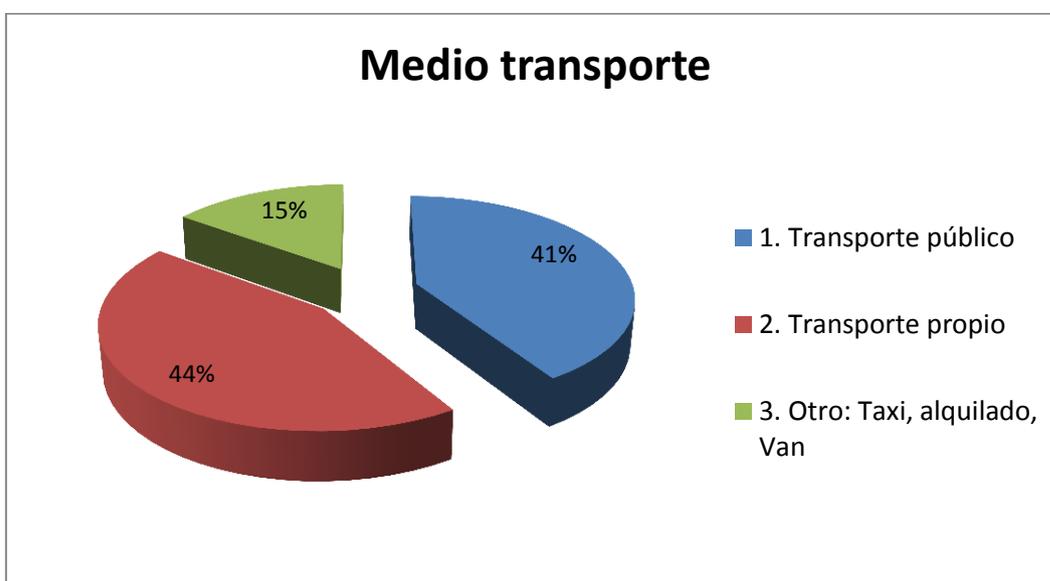
17. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza/ó para llegar y salir del destino turístico?

Tabla N° 51: Medio de Transporte

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Transporte público | 153 | 41,0% |
| 2. Transporte propio | 164 | 44,0% |
| 3. Otro: Taxi, alquilado, Van | 56 | 15,0% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 17: Medio de Transporte



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En la utilización del transporte, se observa que el 44% lo hace en propio, el 41% en servicio público, y el 15% en otros, como: taxis, carros alquilados o Vans., de acuerdo con la encuesta realizada, las personas que contrataron los servicios de agencias no utilizaron necesariamente el transporte, por esta razón es que no consta en los resultados.

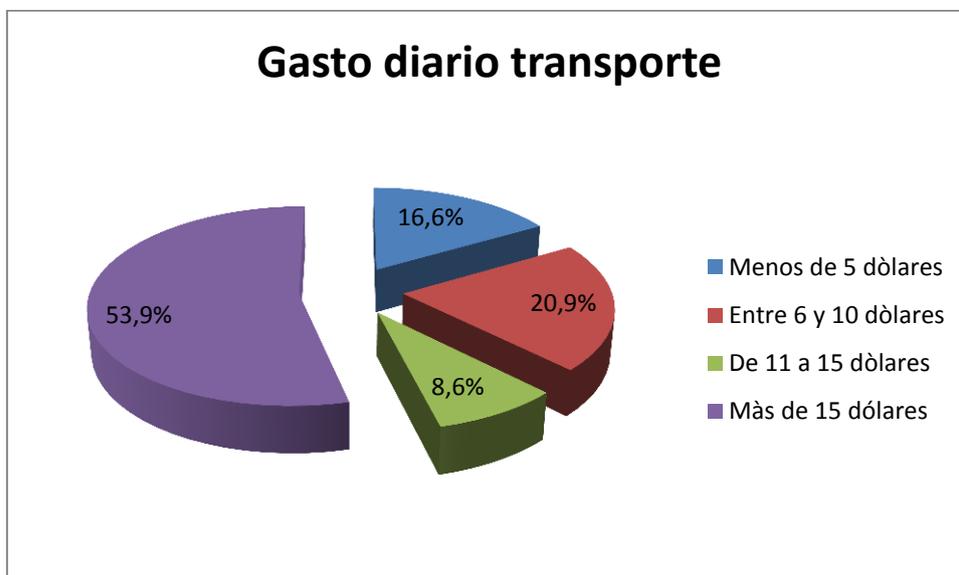
18. ¿Cuánto gastó diariamente en transporte (incluida gasolina o implementos en el caso de movilidad propia) en su visita a Mindo?

Tabla N° 52: Gasto Diario

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|----------------------|---------------------|---------------------|
| Menos de 5 dólares | 62 | 16,6% |
| Entre 6 y 10 dólares | 78 | 20,9% |
| De 11 a 15 dólares | 32 | 8,6% |
| Más de 15 dólares | 201 | 53,9% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 18: Gasto Diario



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo relacionado al gasto de transporte el 53,9% es de más de 15 dólares, el 20,9% entre 6 y 10 dólares, el 16,6% menos de 5 dólares, y el 8,6 % de 11 a 15 dólares.

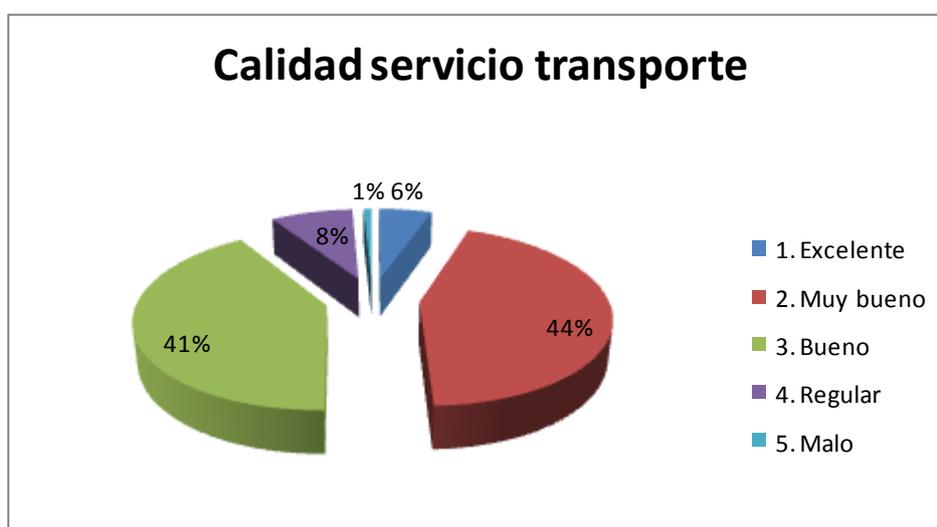
19. ¿Cómo calificaría el servicio de transporte desde y hacia Mindo?

Tabla N° 53: Calidad de servicio transporte

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Excelente | 20 | 5,4% |
| 2. Muy bueno | 165 | 44,2% |
| 3. Bueno | 154 | 41,3% |
| 4. Regular | 31 | 8,3% |
| 5. Malo | 3 | 0,8% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 19: Calidad servicio transporte



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo relacionado con el transporte, el 44% de los visitantes lo considera Muy bueno, el 41% lo ve como Bueno, para el 8% está Regular, el 6% lo tiene como excelente, y el 1% lo ve como Malo.

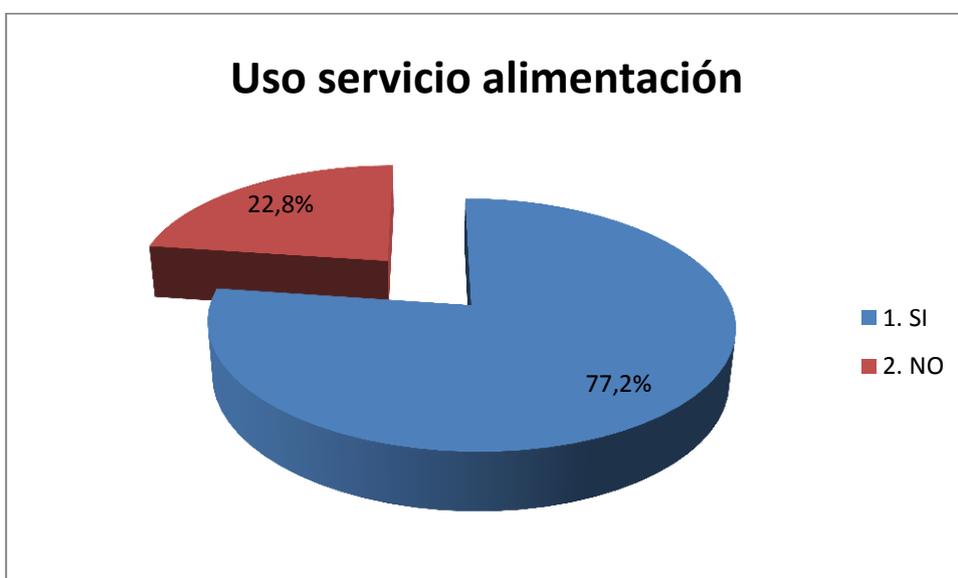
20. ¿Uso el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

Tabla No. 54 Uso del servicio de alimentación

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 288 | 77,2% |
| 2. No | 85 | 22,8% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 20: Uso del servicio de alimentación



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En el uso del servicio de alimentación se indica que el 77,2% de los visitantes han ocupado el mismo, mientras que el 22,8% no lo ha realizado.

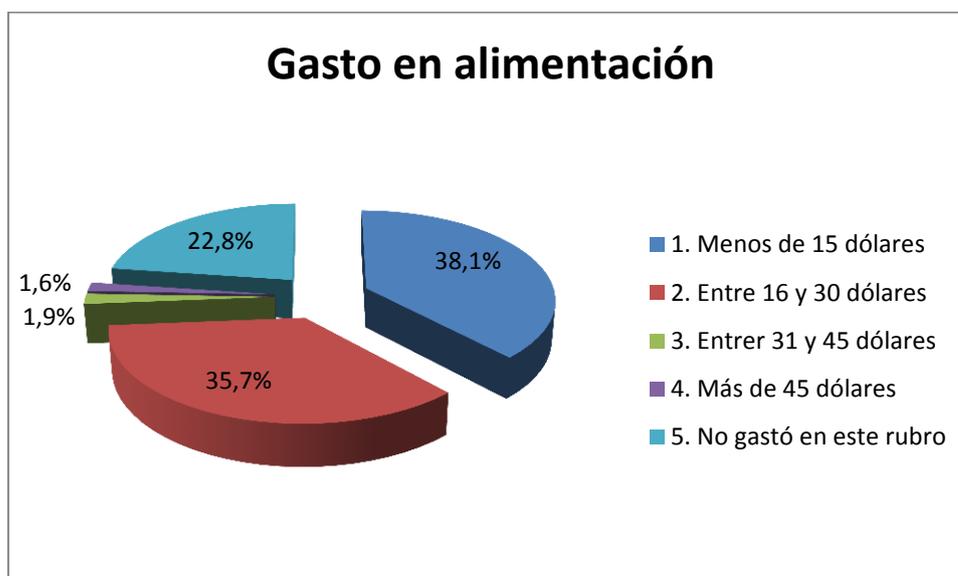
21. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alimentos y bebidas en su visita a Mindo?

Tabla N° 55: Gasto en alimentación

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Menos de 15 dólares | 142 | 38,1% |
| 2. Entre 16 y 30 dólares | 133 | 35,7% |
| 3. Entre 31 y 45 dólares | 7 | 1,9% |
| 4. Más de 45 dólares | 6 | 1,6% |
| 5. No gastó en este rubro | 85 | 22,8% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 20 Gasto en alimentación



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En el gasto de alimentación, el 38,1% de los turistas lo hizo menos de 15 dólares, el 35,7% gastó entre 16 y 30 dólares, el 22,8% no gastó en este rubro, el 1,9% consumió entre 31 y 45 dólares, y el 1,6% en más de 45 dólares.

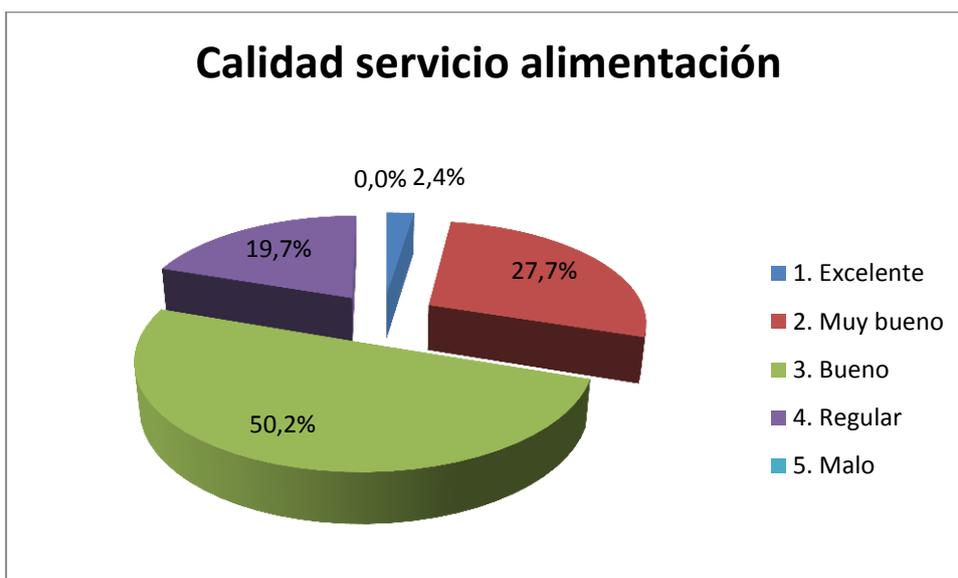
21. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en Mindo?

Tabla N° 56: Calidad servicio alimentación

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Excelente | 7 | 2,4% |
| 2. Muy bueno | 80 | 27,7% |
| 3. Bueno | 145 | 50,2% |
| 4. Regular | 57 | 19,7% |
| 5. Malo | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 289 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 21: Calidad servicio de alimentación



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En relación con la calidad del servicio de alimentación, los visitantes consideran en un 50,2% como bueno, el 27,7% lo califica de Muy bueno, el 19,7% lo ve como regular, y el 2,4% lo ve como excelente.

22. ¿Visitó lugares de recreación y esparcimiento en su estadía en el destino turístico?

Tabla N° 57 Visita a lugares de recreación

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 295 | 79,1% |
| 2. No | 78 | 20,9% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 22 Visita a lugares de recreación



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo relacionado con las visitas a los lugares de recreación se observa que el 79,1% de los visitantes lo realizan, y el 20,5% no han visitado.

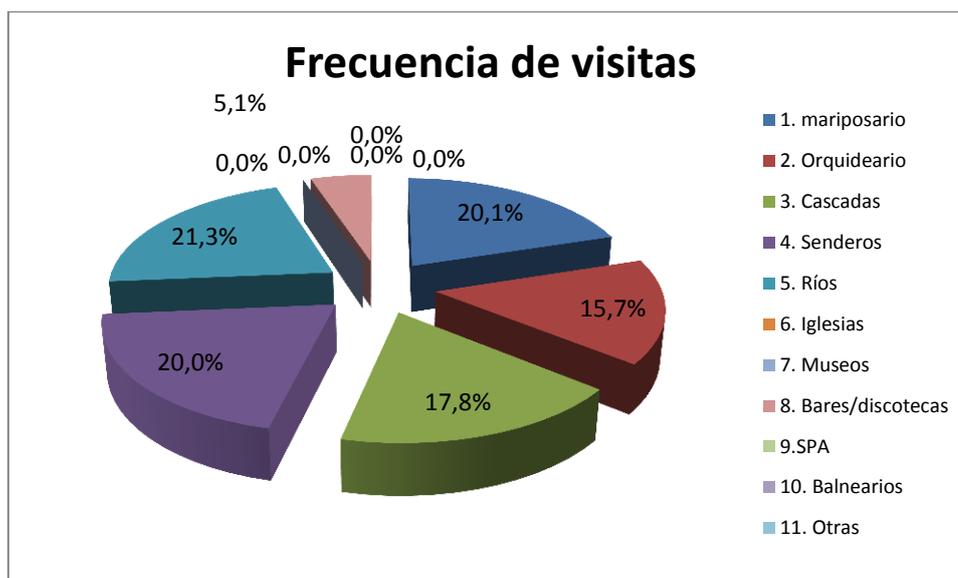
24. ¿Qué lugares de recreación y esparcimiento visitó en su estadía

Tabla N° 58: Frecuencia de visitas

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Mariposario | 216 | 20,1% |
| 2. Orquideario | 169 | 15,7% |
| 3. Cascadas | 192 | 17,8% |
| 4. Senderos | 215 | 20,0% |
| 5. Ríos | 229 | 21,3% |
| 6. Iglesias | 0 | 0,0% |
| 7. Museos | 0 | 0,0% |
| 8. Bares/discotecas | 55 | 5,1% |
| 9. SPA | 0 | 0,0% |
| 10. Balnearios | 0 | 0,0% |
| 11. Otras | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 1076 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 23: Frecuencia de visitas



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En las frecuencias de las visitas realizadas, el 21,3% lo hizo a los ríos, el 20,1% al Mariposario y con el 20% Senderos, con el 17,8% a las Cascadas, el 15,7% al Orquideario, y el 5,1% a los Bares y discotecas.

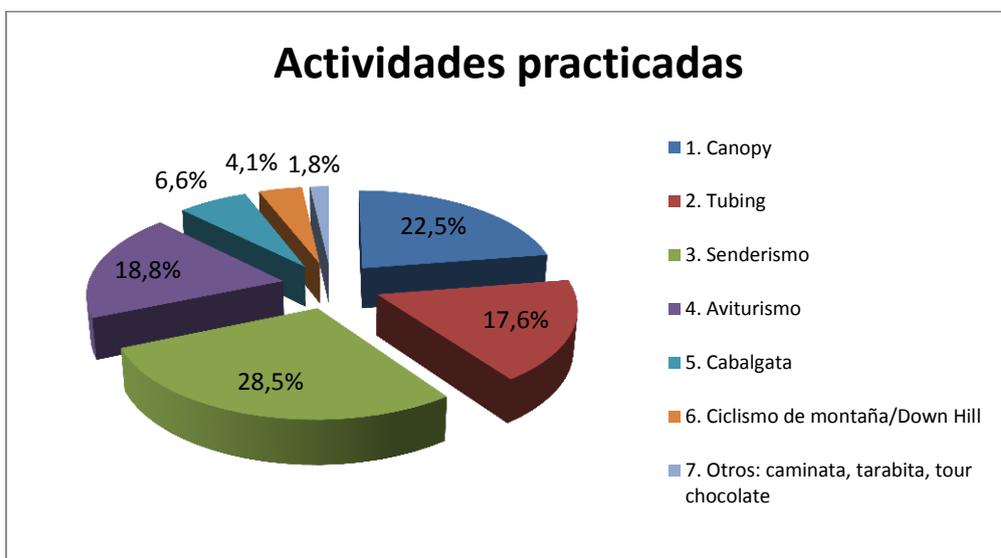
25. ¿Qué actividades de recreación practicó en su visita a Mindo?

Tabla N° 59: Actividades practicadas

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--|---------------------|---------------------|
| 1. Canopy | 190 | 22,5% |
| 2. Tubing | 149 | 17,6% |
| 3. Senderismo | 241 | 28,5% |
| 4. Aviturismo | 159 | 18,8% |
| 5. Cabalgata | 56 | 6,6% |
| 6. Ciclismo de montaña/Down Hill | 35 | 4,1% |
| 7. Otros: caminata, tarabita, tour chocolate | 15 | 1,8% |
| TOTAL | 845 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 24: Actividades practicadas



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En las actividades practicadas, se observa que el 28,5% realizó Senderismo, un 22,5% practicó Canopy, el 18,8% hizo Aviturismo, el 17,6% practicó Tubing, el 6,6% Cabalgatas, el 4,1% Ciclismo de montaña, y el 1,8% Otras actividades como: caminata, tarabita, tour de chocolate.

26. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de estas actividades de recreación?

Tabla N° 60: Gasto diario en recreación

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Menos de 10 dólares | 123 | 33,0% |
| 2. Entre 11 y 20 dólares | 160 | 42,9% |
| 3. Entre 21 y 30 dólares | 25 | 6,7% |
| 4. Más de 30 dólares | 12 | 3,2% |
| 5. No gastó en este rubro | 53 | 14,2% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 25: Gasto diario en recreación



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Se observa que el 42,9% de los visitantes gastó en recreación entre 11 y 20 dólares, un 33% lo hizo en menos de 10 dólares, el 14,2% no gastó en este rubro, el 6,7% entre 21 y 30 dólares y un 3,2% lo realizó en más de 30 dólares.

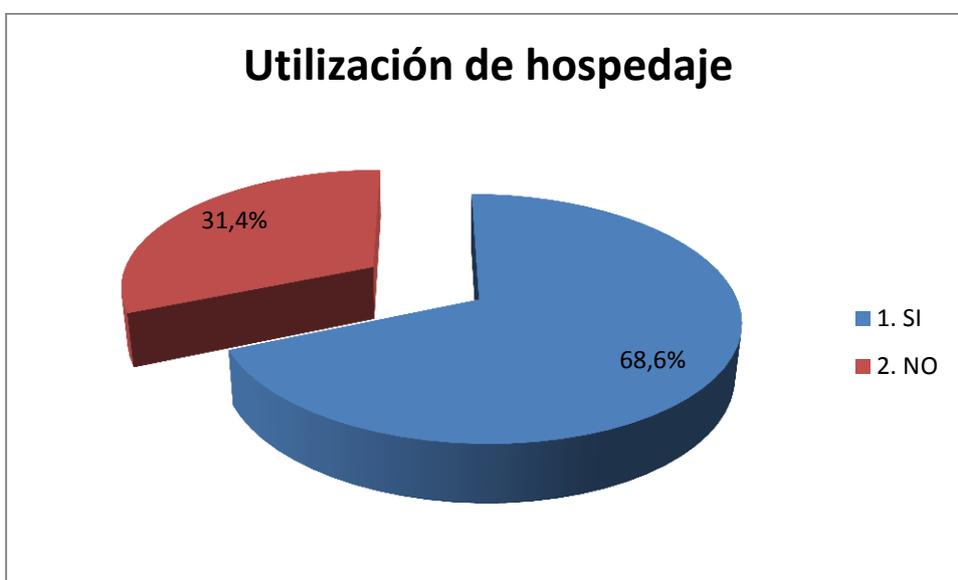
27. ¿Usó el servicio de hospedaje en el destino turístico?

Tabla N° 61: Utilización de hospedaje

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 256 | 68,6% |
| 2. No | 117 | 31,4% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 26: Utilización de hospedaje



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En el rubro utilización de hospedaje, se indica que el 68,6% de los visitantes lo utilizaron, mientras que un 31,4% no lo ocupó.

El tipo de pregunta que se realizó es abierta, por lo tanto al realizar la encuesta no existió la precaución necesaria para comparar los datos obtenidos, pero los resultados presentados es de acuerdo a las pruebas físicas que por el momento están en la universidad y que fueron entregadas con anticipación.

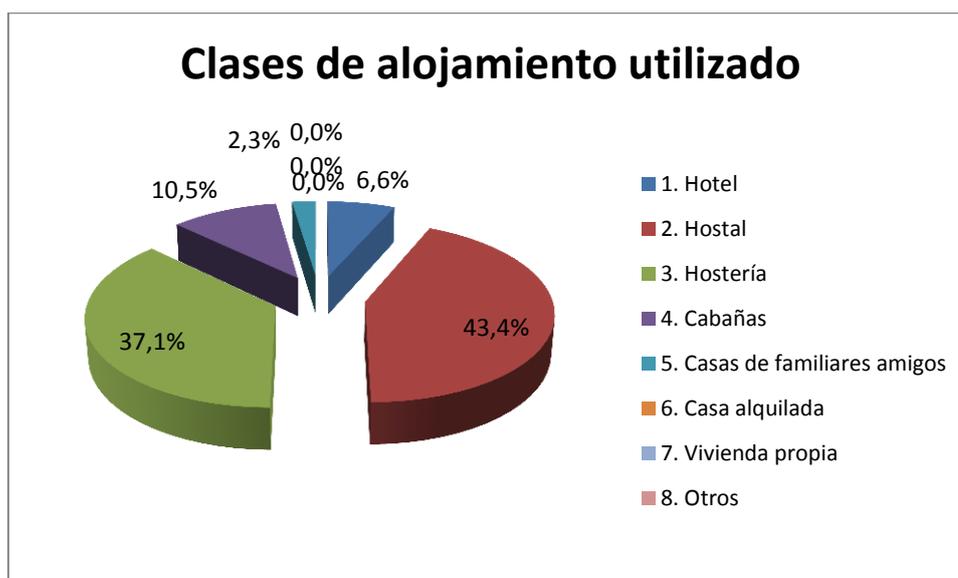
28. ¿En qué tipo de establecimiento se alojó en su estadía en Mindo?

Tabla No.62: Clases de alojamiento utilizado

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Hotel | 17 | 6,6% |
| 2. Hostal | 111 | 43,4% |
| 3. Hostería | 95 | 37,1% |
| 4. Cabañas | 27 | 10,5% |
| 5. Casas de familiares amigos | 6 | 2,3% |
| 6. Casa alquilada | 0 | 0,0% |
| 7. Vivienda propia | 0 | 0,0% |
| 8. Otros | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 256 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 27: Clases de alojamiento



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Respecto a las clases de alojamiento utilizado, se observa que el 43,4% de los visitantes utilizaron Hostales, el 37,1% ocupó Hosterías, el 10,5% se hospedó en Cabañas, un 6,6% en Hoteles, y un 2,3% en casas de familiares o amigos.

Repito lo indicado anteriormente, los datos fueron recopilados de las encuestas realizadas directamente y por tal motivo son de acuerdo a las respuestas obtenidas de las personas que colaboraron.

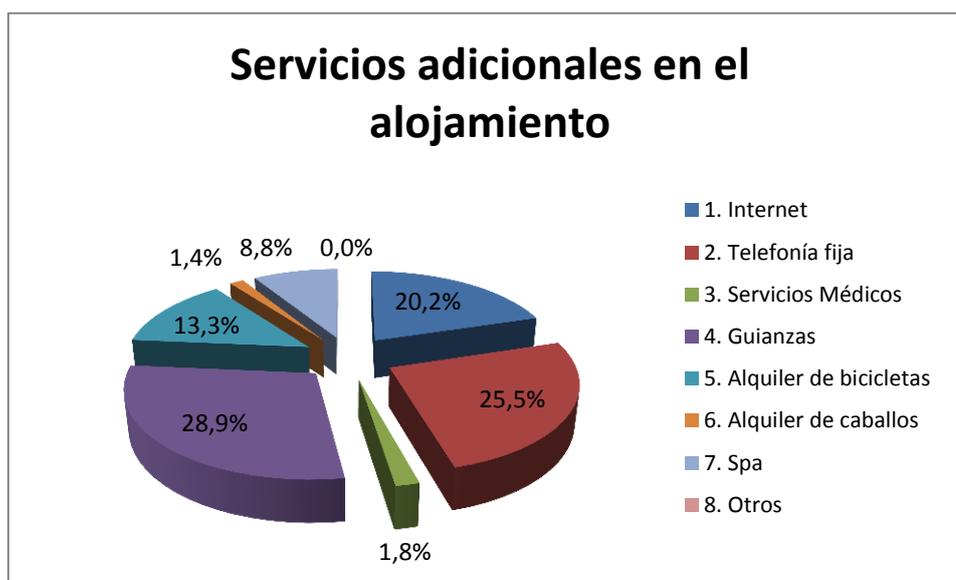
29. ¿Qué servicios adicionales le ofrecía el lugar que eligió para hospedarse en Mindo?

Tabla N° 63: Servicios adicionales en el hospedaje

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Internet | 126 | 20,2% |
| 2. Telefonía fija | 159 | 25,5% |
| 3. Servicios Médicos | 11 | 1,8% |
| 4. Guianzas | 180 | 28,9% |
| 5. Alquiler de bicicletas | 83 | 13,3% |
| 6. Alquiler de caballos | 9 | 1,4% |
| 7. Spa | 55 | 8,8% |
| 8. Otros | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 623 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 28: Servicios adicionales en el alojamiento



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Respecto a los servicios adicionales ofrecidos en el alojamiento, el 28,9% de los encuestados está en el rubro de guianzas, el 25,5% tiene telefonía fija, el 20,2% Internet, el 13,3% Alquiler de bicicletas, el 8,8% Spa, y un 1,4% Alquiler de caballos.

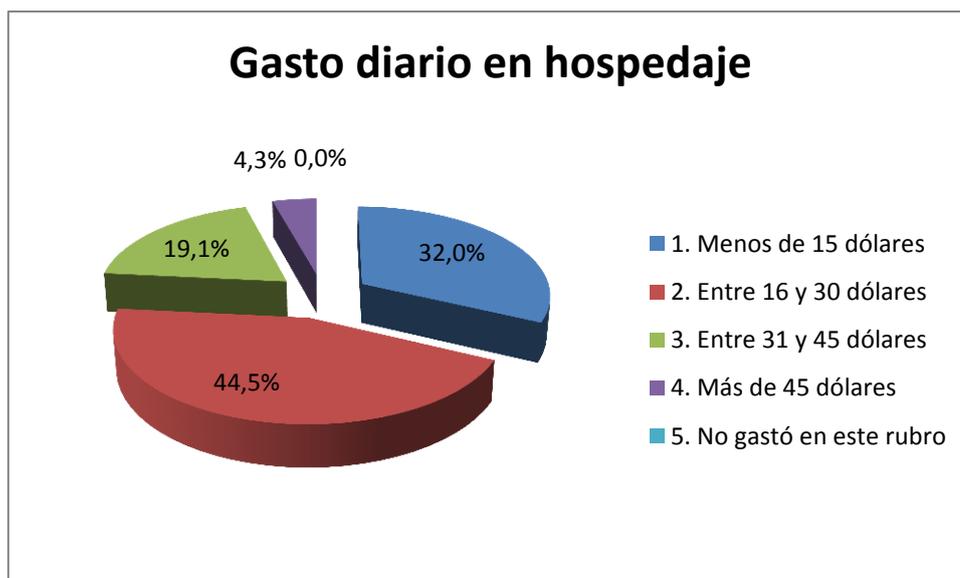
30. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alojamiento en su visita?

Tabla N° 64: Gasto diario en hospedaje

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Menos de 15 dólares | 82 | 32,0% |
| 2. Entre 16 y 30 dólares | 114 | 44,5% |
| 3. Entre 31 y 45 dólares | 49 | 19,1% |
| 4. Más de 45 dólares | 11 | 4,3% |
| 5. No gastó en este rubro | 0 | 0,0% |
| TOTAL | 256 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 29: Gasto diario en hospedaje



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis:

En relación al gasto efectuado por hospedaje, se tiene que un 44,5% de los visitantes pagaron entre 16 y 30 dólares, un 32% menos de 15 dólares, el 19,1% lo hizo entre 31 y 45 dólares, y solamente un 4,3% más de 45 dólares.

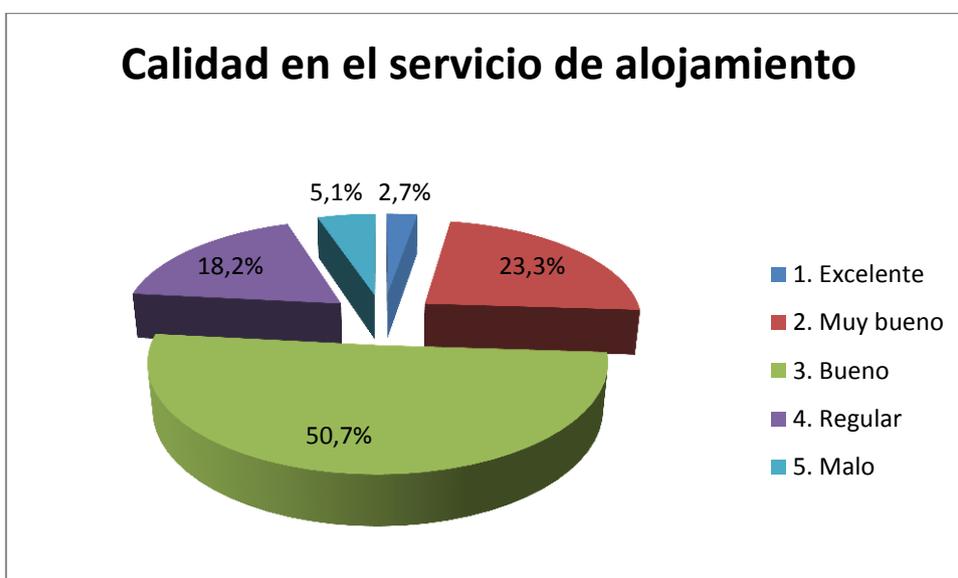
31. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio alojamiento en Mindo?

Tabla N° 65: Calidad del servicio de alojamiento

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Excelente | 10 | 2,7% |
| 2. Muy bueno | 87 | 23,3% |
| 3. Bueno | 189 | 50,7% |
| 4. Regular | 68 | 18,2% |
| 5. Malo | 19 | 5,1% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 30: Calidad del servicio de alojamiento



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo relacionado con la calidad del servicio de alojamiento, se observa que el 50,7% corresponde a Bueno, el 23,3% se lo califica como Muy bueno, el 18,2% como regular, un 5,1% como Malo, y un 2,7% está en el rango de Excelente.

32. ¿Está complacido con la visita a Mindo?

Tabla N° 66: Complacido con la visita a Mindo

| Variable | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 325 | 87,1% |
| 2. No | 48 | 12,9% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 31: Complacido con la visita a Mindo



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: Respecto de la complacencia de la visita a Mindo, se tiene que el 87,1% de los visitantes Si están de acuerdo con ésta, y solamente un 12,9% han respondido que No.

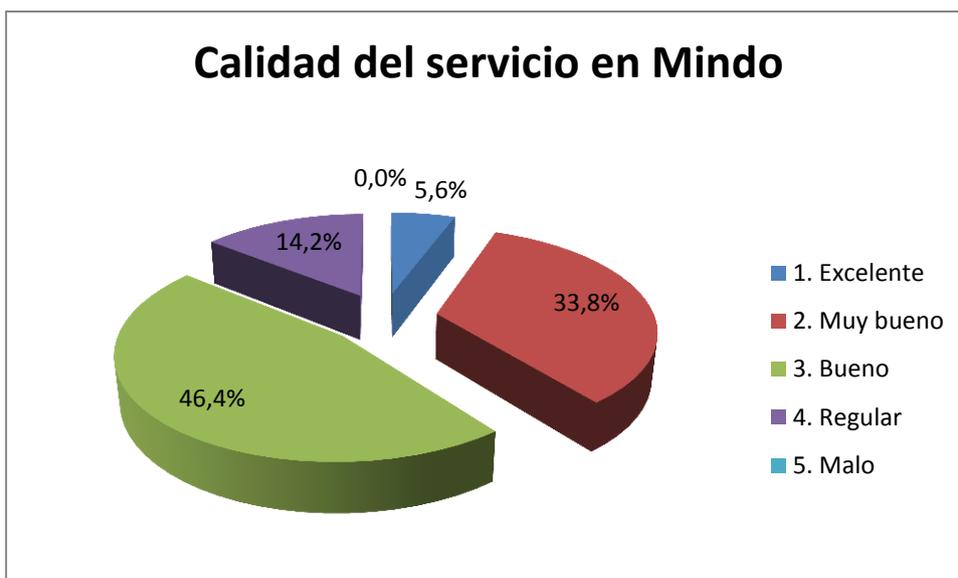
33. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio en general recibido en Mindo?

Tabla N° 67: Calidad del servicio en Mindo

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Excelente | 21 | 5,6% |
| 2. Muy bueno | 126 | 33,8% |
| 3. Bueno | 173 | 46,4% |
| 4. Regular | 53 | 14,2% |
| 5. Malo | | 0,0% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 32: Calidad del servicio en Mindo



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En la calidad del servicio recibido en Mindo, los visitantes consideran en un 46,4% como Bueno, el 33,8% lo califican de Bueno, el 14,2% como regular y el 5,6% como Excelente.

34. ¿Qué le hace falta a Mindo para convertirse en un destino más atractivo para los turistas?

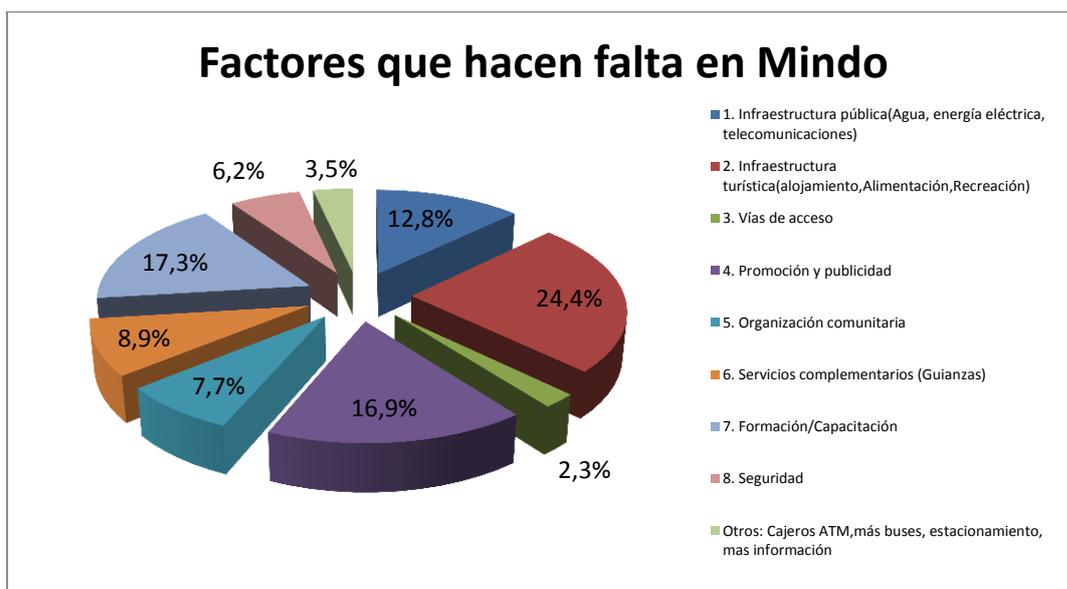
Tabla N° 68: Factores que hacen falta en Mindo

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--|---------------------|---------------------|
| 1. Infraestructura pública (Agua, energía eléctrica, telecomunicaciones) | 125 | 12,8% |
| 2. Infraestructura turística(alojamiento, alimentación, recreación) | 238 | 24,4% |
| 3. Vías de acceso | 22 | 2,3% |
| 4. Promoción y publicidad | 165 | 16,9% |
| 5. Organización comunitaria | 75 | 7,7% |
| 6. Servicios complementarios (Guianzas) | 87 | 8,9% |
| 7. Formación/Capacitación | 169 | 17,3% |
| 8. Seguridad | 60 | 6,2% |
| Otros: Cajeros ATM, más buses, estacionamiento, mas información | 34 | 3,5% |
| TOTAL | 975 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 33: Factores que hacen falta en Mindo



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: El 24,4% de los visitantes consideran que falta infraestructura turística, el 17,3% indican que falta formación y capacitación, el 16,9% promoción y publicidad, el 12,8% infraestructura pública, el 8,9% servicios complementarios, el 7,7% organización comunitaria, el 6,2% seguridad, 3,5% falta cajeros automáticos, más líneas de buses, y el 2,3% vías de acceso.

35. ¿Volvería a visitar Mindo por turismo?

Tabla N° 69: Volvería a visitar Mindo

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 289 | 77,5% |
| 2. No | 84 | 22,5% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 34: Volvería a visitar Mindo



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: La intención de volver a visitar Mindo es positiva para el 77,5% de los visitantes, mientras que el 22,5% no muestran esta predisposición.

36. ¿Estaría dispuesto a visitar Mindo para alojarse en una hostería ecológica?

Tabla N° 70: Se alojaría en una hostería ecológica

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1. Si | 252 | 67,6% |
| 2. No | 121 | 32,4% |
| TOTAL | 373 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 35: Se alojaría en una hostería ecológica



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En lo relacionado a la pregunta de la preferencia del alojamiento en una hostería ecológica, un 67,6% de los consultados han respondido que Si, y solamente un 32,4% No lo harían.

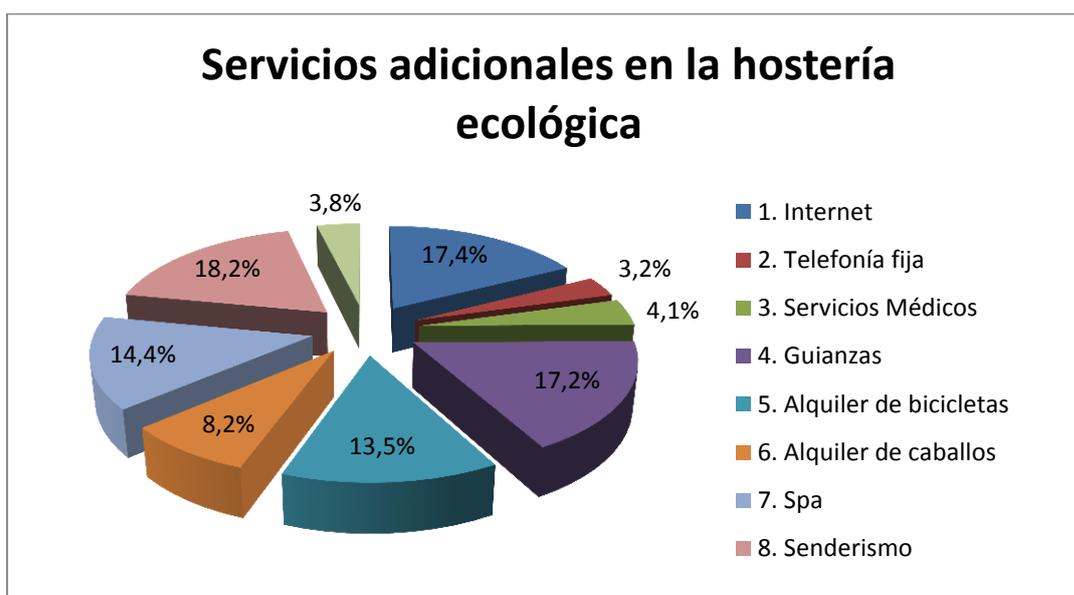
37. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ésta hostería le brindara?

Tabla N° 71: Servicios adicionales en la hostería ecológica

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Internet | 189 | 17,4% |
| 2. Telefonía fija | 35 | 3,2% |
| 3. Servicios Médicos | 45 | 4,1% |
| 4. Guianzas | 187 | 17,2% |
| 5. Alquiler de bicicletas | 146 | 13,5% |
| 6. Alquiler de caballos | 89 | 8,2% |
| 7. Spa | 156 | 14,4% |
| 8. Senderismo | 197 | 18,2% |
| 9. Actividades de recreación | 41 | 3,8% |
| TOTAL | 1085 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 36: Servicios adicionales en la hostería ecológica



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: De los servicios adicionales que a los visitantes les gustaría encontrar en la hostería ecológica resaltan: el Senderismo con un 18,2%, con el 17,4% el acceso a Internet, con el 17,2% el servicio de Guianzas, con el 14,4% el servicio de Spa y con el 13,5% el alquiler de bicicletas.

38. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de hospedaje en esta hostería?

Tabla N° 72: Valor que se pagaría por hospedaje en hostería ecológica

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 15 dólares | 16 | 6,3% |
| 20 dólares | 18 | 7,1% |
| 30 dólares | 25 | 9,9% |
| 45 dólares | 29 | 11,5% |
| 50 dólares | 77 | 30,6% |
| 60 dólares | 46 | 18,3% |
| 80 dólares | 18 | 7,1% |
| 90 dólares | 11 | 4,4% |
| 120 dólares | 10 | 4,0% |
| 150 dólares | 1 | 0,4% |
| 300 dólares | 1 | 0,4% |
| TOTAL | 252 | 100,0% |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 37: Valor que se pagaría por hospedaje en la hostería ecológica



Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Análisis: En los valores que se pagaría por hospedaje en la hostería ecológica, está un 30,6% en el rango de 50 dólares, un 18,3% en 60 dólares, 11,5% en 45 dólares, un 9,9% en 30 dólares, un 7,1% las respetas de 20 y 80 dólares.

2.3.9 Conclusiones de la investigación.

Luego del análisis descriptivo de los resultados de la Encuesta realizada, se concluye lo siguiente:

- En cuanto a la nacionalidad de los visitantes observamos que en su gran mayoría pertenecen al Ecuador, y su procedencia es Quito; con un rango de edad entre los 25 a 30 años mayoritariamente.
- Se evidencia que una gran mayoría de los turistas visitaban por primera vez el destino y en gran porcentaje en grupo, confirmando la potencialidad de la zona para el desarrollo de actividades turísticas. La tendencia muestra que los turistas extranjeros viajan por lo general solos.
- La primera intención para la visita es la vacación, recreo y ocio, en viajes organizados con recursos propios sin utilizar los servicios de agencias u operadoras de turismo. La cantidad reducida de turistas que visitan Mindo a través de una agencia de viajes califican el servicio como muy bueno.
- Los visitantes se han enterado del destino turístico de Mindo, por recomendaciones, lo que significa, que existe un buen posicionamiento del mismo, además se observa que se escoge este lugar, por la cercanía con la ciudad de Quito, y su estadía en un mayor porcentaje es de dos noches.
- Para llegar al destino propuesto, se observa que se utiliza más el Transporte propio, el uso de otro tipo de movilización se da a través de la contratación de taxis, Vans o alquiler de vehículos.
- El servicio de alimentación tiene un nivel medio bajo de aceptación y un costo promedio entre los 16 y 30 dólares.
- La preferencia en cuanto a lugares de recreación es alta, se identifican plenamente sitios como: Ríos, Mariposario, Senderos, Cascadas, y Orquideario, es decir la naturaleza en pleno, para el disfrute total del turista.

- Dentro de las actividades practicadas, se insiste que de acuerdo al destino Mindo, está totalmente identificado con los deportes al aire libre, el porcentaje más alto está en el Senderismo, Canopy, Tubing, y con una preferencia particular el Aviturismo. El gasto que representa para realizar estas actividades, está en un rango diario entre 11 y 20 dólares.
- El uso del hospedaje, es alto, pues como se mencionó anteriormente la pernoctación es mayor a una noche, la preferencia de los turistas está en Hostales, Hosterías, y en baja proporción las cabañas. En cuanto a servicios adicionales estos lugares ofrecen guianzas, telefonía fija, internet, spa, alquiler de bicicletas. El costo del uso del hospedaje se encuentra dentro del rango de 16 a 30 dólares.
- En general los turistas se muestran satisfechos con Mindo, sin embargo se sugiere mejoras respecto al acceso a información turística respecto del alojamiento, alimentación y recreación; mayor formación y capacitación de la gente involucrada en los servicios turísticos, promoción y publicidad, mejoras en infraestructura pública y seguridad.
- Respecto a la prueba de concepto para la Nueva Hostería, el 67,6 de los turistas estaría dispuesto a visitarla, indicando que existe una oportunidad para su creación y posterior funcionamiento. Los servicios adicionales que buscan en este establecimiento los turistas son: internet, senderismo, guianzas y alquiler de bicicletas. Con una percepción de costo promedio por persona de 50 dólares por noche.

2.4 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se compone de tres aspectos: los factores que afectan a la demanda, la cuantificación de la demanda actual y la proyección de la demanda futura.

2.4.1 Factores que afectan a la demanda.

Tomando en consideración las respuestas obtenidas en la investigación de mercado, se ha identificado cuatro factores que condicionan la demanda turística en la Parroquia de Mindo, a continuación se exponen cada uno de ellos de forma detallada:

1. **Procedencia del turista:** los turistas nacionales son el segmento de visitantes más regular en la Parroquia, en gran medida su promedio de noches de pernoctación es bajo en especial si reside en ciudades cercanas. En cuanto a los turistas extranjeros, a pesar de ser un número menor, son consumidores regulares de servicios de alojamiento, alimentación y recreación; exigiendo servicios comunes como áreas húmedas, acceso a internet y servicios de guías.
2. **Percepción e imagen del destino:** los turistas observan a Mindo como un destino de vacación y recreación; de ahí que, exijan alta calidad en estos servicios, además de variedad, condicionando su intención de compra y comportamiento a la satisfacción de estas necesidades. En gran medida, una hostería que posee recursos suficientes para garantizar en un solo lugar el desarrollo de actividades de contacto con la naturaleza, avistamiento de especies, deportes de aventura, senderismo y actividades de relajación y estética, tiene una ventaja competitiva en el mercado.
3. **Relación calidad versus precio:** la relación calidad versus precio es apreciada por los turistas, que buscan la mejor oferta por un precio razonable; condicionando el uso de los servicios de alojamiento a los servicios que se ofrecen en un establecimiento, el valor a pagar por alimentación a la calidad del menú ofrecido y la recreación al tipo de actividad, tiempo y recursos utilizados.
4. **Recursos e infraestructura:** la disponibilidad de recursos físicos y humanos suficientes; además de una infraestructura que garantice la comodidad del turista son exigencias que se deben cumplir. Factores como el transporte, lugares amplios para la pernoctación y diversión, que incluyan instalaciones adecuadas, servicios de guías e itinerarios atractivos marcan la diferencia en la selección de establecimientos de alojamiento en los turistas que visitan Mindo.

2.4.2 Cuantificación de la Demanda Actual.

La demanda actual, corresponde a la totalidad de turistas y excursionistas que visitan Mindo con la intención de realizar actividades de vacación, recreación y ocio; y que están dispuestos a alojarse en un lugar que garantice la satisfacción en cuanto a servicios, productos y atención.

Para estimar esta cantidad de turistas que actualmente cumplen con estas condiciones se ha realizado una aproximación de datos, que toma en cuenta el universo total de visitantes que registró Mindo durante el año 2012 que suman 13.136 personas, para luego multiplicarlo por el resultado obtenido en la pregunta No. 9 de la encuesta, que registra la intención de visita de los turistas, y que muestra que un 63,5% de los turistas acuden a la ciudad por vacaciones, recreo y ocio. Aplicando la operación, el resultado sería el siguiente:

$$\text{Demanda actual} = \# \text{ de Visitantes 2012} \times \% \text{ de personas que visitan Mindo por vacaciones, recreo y ocio}$$

$$\text{Demanda actual} = 13.136 \times 63,5\%$$

$$\text{Demanda actual} = 8.341$$

El total de turistas que visitaron Mindo con intención de realizar actividades de vacación, recreo y ocio fueron 8.341 personas, convirtiéndose esta cantidad en el segmento de interés para el negocio. La tabla siguiente muestra los datos tomados en cuenta para esta aproximación a la demanda.

Tabla No. 73: Demanda actual según intención de visita

| | | |
|----------------------------------|---------------|-----------------|
| Universo de investigación | 13.136 | Turistas |
|----------------------------------|---------------|-----------------|

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Vacación, recreo y ocio | 237 | 63,50% |
| 2. Visita a familiares y amigos | 51 | 13,70% |
| 3. Educación y formación | 47 | 12,60% |
| 4. Atención médica y de salud | 0 | 0,00% |
| 5. Religión y peregrinaciones | 0 | 0,00% |
| 6. Compras | 0 | 0,00% |
| 7. Tránsito | 4 | 1,10% |
| 8. Negocios y motivos profesionales (fin de la encuesta) | 5 | 1,30% |
| 9. Negocios y motivos profesionales (No remunerados) | 23 | 6,20% |
| 10. Reuniones eventos y congresos | 6 | 1,60% |
| 11. Otros Motivos | 0 | 0,00% |
| TOTAL | 373 | 100,00% |

| | | |
|--|--------------|-----------------|
| Demanda por ingresos y motivo de visita (Vacación, recreo y ocio) | 8.341 | Turistas |
|--|--------------|-----------------|

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

Una vez estimada, la demanda de turistas que visitan Mindo, se hace una aproximación final, que identifica el grupo de personas que están dispuestas a aceptar la propuesta de crear una hostería ecológica. Para ello se multiplica el número de personas que visitan la ciudad con el objetivo de realizar actividades de vacación, recreo y ocio por el porcentaje de personas que aceptaron el concepto que es de 67,60% según lo que muestra la pregunta número 36 de la encuesta realizada.

La demanda actual se obtiene de la siguiente fórmula:

Demanda actual = # de Turistas que visitan Mindo por vacación, recreo y ocio x % de turistas dispuestos a visitar una hostería ecológica

$$\text{Demanda actual} = 8.341 \times 67,60\%$$

$$\text{Demanda actual} = 5.639 \text{ personas}$$

La demanda actual según las aproximaciones realizadas es de 5.639 personas, los datos utilizados para el cálculo se muestran a continuación:

Tabla No. 74: Demanda actual según disposición de visitar la nueva hostería

| | | |
|--|--------------|-----------------|
| Demanda por ingresos y motivo de visita (Vacación, recreo y ocio) | 8.341 | Turistas |
|--|--------------|-----------------|

CONCEPT TEST

| Variable | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Si | 252 | 67,60% |
| 2. No | 121 | 32,40% |
| TOTAL | 373 | 100,00% |

| | | |
|--|-------------|-----------------|
| Demanda por ingreso, motivo de visita y aceptación del concepto | 5639 | Turistas |
|--|-------------|-----------------|

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

2.4.3 Proyección de la Demanda.

Identificado el grupo de turistas interesados en el visitar una hostería ecológica en la población de Mindo, se realiza una proyección de esta población para lo cual se aplica la fórmula de proyección poblacional propuesta por Miranda (2005):

$$Pn = Po (1 + t)^n$$

Donde;

Po = Población actual

t = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año de proyección

Pn = Población futura

Para reemplazar la fórmula se ha tomado en cuenta como población inicial los 5.639 turistas correspondientes a la demanda actual, con un valor de t del 5% correspondiente a la tasa de crecimiento de visitantes a la parroquia de Mindo según el Ministerio de Turismo (2013). La tabla siguiente expone el cálculo de la proyección poblacional a un horizonte de cinco años.

Tabla No. 75: Proyección de la demanda

| Año | Periodo = n | Tasa de crecimiento = t | Factor de crecimiento = $(1+t)^n$ | Po = Población actual | Pn = Población futura |
|------------|--------------------|--------------------------------|---|------------------------------|------------------------------|
| 2013 | 0 | 5% | 1,000 | 5.639 | |
| 2014 | 1 | 5% | 1,050 | | 5.921 |
| 2015 | 2 | 5% | 1,103 | | 6.217 |
| 2016 | 3 | 5% | 1,158 | | 6.528 |
| 2017 | 4 | 5% | 1,216 | | 6.854 |
| 2018 | 5 | 5% | 1,276 | | 7.197 |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

2.5 Análisis de oferta

2.5.1 Factores que afectan a la oferta.

La oferta turística está compuesta por dos elementos; el elemento tangible que tiene que ver con la capacidad e infraestructura que posee un destino con relación al alojamiento, alimentación y recreación, y, el elemento intangible que tiene que ver con el servicio entregado, la imagen proyectada por el destino y los estímulos publicitarios que consolidan la promoción del mismo. (OMT, 1998)

El comportamiento de la oferta en Mindo, de acuerdo a una observación directa realizada por la investigadora, tiene como factores a destacar:

1. Concentración de establecimientos en la parte central o urbana de Mindo.
2. Alto grado de similitud en la oferta de valor que brindan al turista

3. Homogeneidad en el uso de herramientas promocionales
4. Escasa asociación entre los establecimientos turísticos, que radica principalmente en la competencia por precio; lo que afecta la rentabilidad en general del sector turístico en Mindo.
5. Limitaciones en cuanto al acceso a transporte; altos costos asociados a la oferta de este servicio por parte de los establecimientos.
6. Niveles de pernoctación promedio de dos días.

La intensidad competitiva muestra que la rentabilidad en el sector turístico de Mindo, tiende a mantenerse o reducir en el largo plazo; afectando mayormente a los establecimientos que no realicen actividad de mercado o trabajen en el desarrollo de canales de distribución para la venta de productos turísticos.

2.5.2 Cuantificación de la oferta actual.

Una vez realizada la tabulación respectiva de las encuestas efectuadas en la población de Mindo, y con los datos recopilados se ha procedido al análisis de la oferta que se tiene en el lugar, para ello se han identificado el promedio de pernoctación de turista según la investigación y el número y capacidad de los competidores directos e indirectos.

- **Cálculo del promedio de pernoctación**

El promedio de pernoctación se ha calculado en función de los datos obtenidos en la pregunta 16 de la encuesta realizada. El cálculo establece la relación entre la frecuencia relativa obtenida en las respuestas por cada opción de la pregunta 16¹ y la variable nominal equivalente². El resultado de la multiplicación de ambas cifras define el promedio por variable que sumado da como resultado el promedio de pernoctación que es de 1,819 noches por persona que para efectos de cálculo se aproximará a 2 noches.

¹ Las opciones se identifican en el Tabla No. 76 como: Una Noche (36%), Dos Noches (47,90%), Tres Noches (14,30%) y Más de 4 Noches (1,80%).

² La variable nominal equivalente para cada opción es: : Una Noche = 1, Dos Noches=2, Tres Noches = 3 y Más de 4 Noches = 4

Tabla No. 76: Cálculo del promedio de pernoctación

| Variable | Frecuencia relativa | # de Noches | Promedio por variable |
|-----------------|---------------------|-------------|-----------------------|
| Una Noche | 36,00% | 1 | 0,36 |
| Dos Noches | 47,90% | 2 | 0,958 |
| Tres noches | 14,30% | 3 | 0,429 |
| Más de 4 noches | 1,80% | 4 | 0,072 |
| TOTAL | 100,00% | | 1,819 ≈ 2 |

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Rosa Torres P.

- **Oferta y capacidad de los competidores**

Los competidores directos se consideran todas las hosterías registradas en el MINTUR (2012), expresadas en la Tabla No. 12 que suman en total 17 establecimientos con un total de 219 habitaciones y 642 plazas representando el 47,56% de la oferta de alojamiento en la zona. Como competencia indirecta se registran 29 establecimientos que corresponden a Pensiones, Hoteles, Hostales y Cabañas, que suman 291 habitaciones con un total de 708 plazas.

Identificados los competidores, se establece el total de plazas ocupadas, para ello se toma como referencia la Tasa de Ocupación Hotelera registrada en el Boletín Estadístico de Empresa Metropolitana Quito Turismo que registra al año 2013 un porcentaje de 56%, única referencia existente sobre este indicador.(Empresa Metropolitana Quito Turismo, 2013)

La tabla siguiente muestra la cantidad de plazas ocupadas por año según el tipo de competidor.

Tabla No. 77: Estimación de plazas ocupadas mensualmente por tipo de competidor

| Tipo de competidor | Número | Plazas | Ocupación Hotelera | |
|-----------------------------------|-----------|-------------|--------------------|------------------------------|
| | | | Porcentaje | Plazas ocupadas Mensualmente |
| Competidores Directos (Hosterías) | 17 | 642 | 56% | 360 |
| Competidores Indirectos | 29 | 708 | 56% | 396 |
| TOTAL | 46 | 1350 | | 756 |

Fuente: MINTUR, 2012 / Quito Turismo, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

De acuerdo al cálculo, los competidores directos registran un total de 360 plazas ocupada mensualmente; mientras que en los indirectos la cifra es de 396 plazas. Para

obtener el número de personas que se alojan mensualmente para se divide el número de plazas por el promedio de pernoctación (2 noches); y posteriormente se anualiza el valor. Tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No. 78: Estimación de plazas ocupadas anualmente por tipo de competidor

| Tipo de competidor | Plazas ocupadas mensualmente | Oferta Mensual en # de Personas (Pax) | Oferta Anual (Pax) |
|---------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|--------------------|
| Competidores Directos Hosterías | 360 | 180 | 2160 |
| Competidores Indirectos | 396 | 198 | 2376 |
| TOTAL | 756 | 378 | 4536 |

Fuente: MINTUR, 2012
Elaborado por: Rosa Torres P.

Luego de la división para el promedio de noches que pernoctan los turistas, se establece que en promedio en los establecimientos de los competidores directos se hospedan mensualmente 180 personas, a continuación multiplicamos por 12 meses, lo que da como resultado el un total anual de 2160 personas.

En lo relacionado con los competidores indirectos, de las 396 plazas ocupadas mensualmente divididas para dos noches promedio de pernoctación, se identifica un total de 198 turistas atendidos, valor que multiplicado por 12 meses nos la cantidad de 2376 personas.

El total de la oferta suma 756 plazas ocupadas, con un total de 378 turistas atendidos mensualmente, que representan 4536 personas que utilizan el hospedaje al año.

2.5.3 Proyección de la Oferta.

La proyección de la oferta en número de personas, se realiza teniendo en consideración la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o (1 + t)^n$$

Donde;

P_o = Población actual

t = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año de proyección

P_n = Población futura

La tasa de crecimiento aplicada a la proyección es del 5%, que se reemplazará en t , de forma similar a la tasa utilizada en la demanda.

Tabla No. 79: Proyección de la oferta

| Año | Periodo = n | Tasa de crecimiento = t | Factor de crecimiento = $(1+t)^n$ | Po = Población actual | Pn = Población futura |
|------|-------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 2013 | 0 | 5% | 1,000 | 4.536 | |
| 2014 | 1 | 5% | 1,050 | | 4.763 |
| 2015 | 2 | 5% | 1,103 | | 5.001 |
| 2016 | 3 | 5% | 1,158 | | 5.251 |
| 2017 | 4 | 5% | 1,216 | | 5.514 |
| 2018 | 5 | 5% | 1,276 | | 5.789 |

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

De acuerdo a la tabla presentada, la cantidad de personas que se alojarían en las instalaciones de los competidores para el año 2014 será de 4.763 incrementándose a 5.789 personas en los próximos cinco años. Al igual que la demanda la capacidad de ocupación de los competidores se incrementa en el tiempo, ratificando la intensidad competitiva en el sector y la necesidad de establecer una ventaja diferente y relevante para garantizar una porción de demanda que haga que la nueva hostería sea un negocio rentable.

2.6 Determinación de la demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha, es producto de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada; tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No. 80: Demanda potencial insatisfecha

| Año | Demanda en pax | Oferta en pax | Demanda insatisfecha en pax |
|------|----------------|---------------|-----------------------------|
| 2013 | 5639 | 4536 | 1103 |
| 2014 | 5921 | 4763 | 1158 |
| 2015 | 6217 | 5001 | 1216 |
| 2016 | 6528 | 5251 | 1277 |
| 2017 | 6854 | 5514 | 1340 |
| 2018 | 7197 | 5789 | 1408 |

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla registra una demanda potencial insatisfecha al año 2014 de 1158 personas y se proyecta al año 2018 a un total de 1408 personas. Este comportamiento del

mercado justifica la creación de la Hostería Ecológica.

2.7 Análisis de precios

El análisis de los precios de los servicios de alojamiento se ha realizado, tomando en consideración el valor que cada uno de los competidores directos identificados cobra por estadía promedio diaria por persona; existen diversas variaciones en los precios en función de las características del cliente, en especial si este viaja en grupo o si los productos que se ofertan incluyen alimentación y recreación. Para efectos del análisis se ha tomado en cuenta el valor de una habitación incluyendo desayuno.

Tabla No. 81: Análisis de precios de los competidores

| Nombre | Valor por persona en alojamiento |
|---------------------|----------------------------------|
| Mindo Río | \$ 63,00 |
| Mindo Lago | \$ 85,00 |
| TerraBambú | \$ 141,52 |
| Tangarás | \$ 50,00 |
| El Carmelo | \$ 55,00 |
| Sachatamia Lodge | \$ 46,00 |
| Séptimo Paraíso | \$ 80,00 |
| Mariposas de Mindo | \$ 68,32 |
| Nicanchigua | \$ 50,00 |
| Quindepungo | \$ 60,00 |
| Arasari | \$ 60,00 |
| Estancia de Mindo | \$ 34,00 |
| Kumba mela | \$ 70,00 |
| Mindo Garden | \$ 65,00 |
| Mindo Bonito | \$ 110,00 |
| Promedio pax | \$ 69,19 |

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: Rosa Torres P.

El costo promedio que un turista gasta en alojamiento es de 69,19 dólares; es importante evidenciar que, existen dos competidores cuyo valor por persona superan los 100 dólares el costo está asociado a servicios adicionales y una estrategia que se orienta a un segmento de mayor poder adquisitivo y exclusividad.

Se ha establecido una proyección del precio promedio de alojamiento por persona en Mindo, para ello se ha considerado para los próximos cinco años un crecimiento del 4,16% anual equivalente a la inflación registrada a Diciembre del año 2012. Los resultados muestran que el precio se incrementará a 84,83 dólares por persona en

espacio de cinco años de mantenerse las condiciones de incremento en los precios de costos y gastos.

Tabla No. 82: Proyección del precio de servicios de alojamiento en Mindo

| Año | Proyección de los precios promedio de alojamiento |
|------|---|
| 2013 | \$ 72,07 |
| 2014 | \$ 75,07 |
| 2015 | \$ 78,19 |
| 2016 | \$ 81,44 |
| 2017 | \$ 84,83 |

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: Rosa Torres P.

Es importante mencionar que existen márgenes de contribución que los establecimientos competidores deben asumir por concepto de comisión por la venta de plazas a través de intermediarios. Según datos recopilados el porcentaje de comisión pagado a las operadoras y agencias por la promoción de paquetes o de productos turísticos es del 15%, en muchos de los casos este valor se descuenta del precio por persona, en condiciones particulares pactadas entre los establecimientos y los comercializadores.

2.8 Comercialización del producto

Previo a definir las estrategias a implementarse para la comercialización de los servicios de la nueva hostería, se ha realizado un análisis sobre los medios promocionales utilizados por cada uno de los competidores, llegando a identificar cuatro estrategias comunes en el sector para generar la demanda de servicios, entre ellas están:

1. Utilización de vendedores o intermediarios comerciales
2. Contratación de empresas de Call center para el desarrollo de estrategias de contacto y persuasión de clientes para la visita a las hosterías.
3. Participación y publicidad en redes sociales e internet.
4. Pautaje en medios masivos de comunicación.

La tabla siguiente muestra las estrategias utilizadas por cada competidor:

Tabla No. 83: Estrategias comerciales utilizadas por los competidores

| Nombre | Vendedores / Intermediarios | Call Center | Redes Sociales (Facebok, Twitter, Instagram, Flicker) | Pautaje en medios |
|--------------------|-----------------------------|-------------|---|-------------------|
| Mindo Río | X | | X | |
| Mindo Lago | | | X | |
| TerraBambú | | X | X | |
| Tangarás | | | X | |
| El Carmelo | X | | X | X |
| Sachatamia Lodge | X | | X | X |
| Séptimo Paraíso | X | X | X | |
| Mariposas de Mindo | | | X | |
| Nicanchigua | | | X | |
| Quindepungo | | | X | |
| Arasari | | | X | |
| Estancia de Mindo | | | X | X |
| Kumba mela | | | X | |
| Mindo Garden | X | | X | X |
| Mindo Bonito | | | X | |

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Rosa Torres P.

La forma más utilizada de promoción son las Redes Sociales: Facebok, Twiter, Instagram, Flicker, debido a su fácil acceso, gran difusión y costo reducido, la mayoría de usuarios se mantienen informados de las ofertas turísticas de los competidores por esto medio.

El uso de las pautas publicitarias en medios masivos como prensa, radio, televisión, anuncios publicitarios no es muy frecuente en la actualidad; se han sustituido por activaciones de marca a través de stands ubicados en sitios de concurrencia masiva de público, como Centros Comerciales y Ferias.

2.9 Estrategias de introducción al mercado

La creación y operación de una nueva hostería implica el desarrollo de estrategias comerciales que faciliten la comercialización de los servicios que ofrecerá, más aun cuando se ha evidenciado una gran cantidad de competidores que pugnan por incrementar la demanda y que en gran medida fundamentan su diferenciación en el precio. El proceso para definir las estrategias de mercadeo a aplicarse parte de la definición de objetivos tanto de crecimiento como de posicionamiento de la marca, el

primero de ellos establece que parte o porción de demanda insatisfecha el nuevo negocio espera cubrir, y el segundo el valor que pretende darse a la marca y los medios para que esta sea reconocida.

Tabla No. 84: Objetivos de marketing de la nueva Hostería

| INTRODUCCIÓN | |
|------------------|--|
| Objetivos | O1. Conseguir una participación de mercado del 25% de la demanda insatisfecha para los próximos cinco años |
| | O2. Persuadir a los turistas a visitar la Hostería a través de medios de comunicación Masivos, Redes sociales e Internet |

Fuente: (Kotler, Gerner, Rein, Haider, 2007)
Elaborado por: Rosa Torres P.

Se pretende obtener una participación de al menos el 25% de la demanda insatisfecha, porcentaje fijado en correspondencia a la participación actual de los competidores. Para ello se ha seleccionado la estrategia de penetración de mercado que es parte del grupo de estrategias de Crecimiento Intensivo propuestas por Kotler (2002). La tabla expone la estrategia y la forma en la que se implementará.

Tabla No. 85: Estrategia de Crecimiento para la nueva Hostería

| | |
|-----------------------|---|
| Estrategias | E1. Penetración en el mercado / Estrategias de Crecimiento Intensivo/ Buscan aumentar las ventas de productos actuales en los mercados actuales. |
| Implementación | Desarrollo de la demanda Primaria |
| | Los mercados actuales, no están saturados con el producto de servicio. Se puede aumentar la tasa de uso de los clientes actuales (tasa de penetración). |

Fuente: (Kotler, 2002)
Elaborado por: Rosa Torres P.

Complementariamente, el objetivo de posicionamiento pretende persuadir de la visita a los turistas para lo cual se apoyará en la estrategia de seguidor del líder, que le permitirá introducirse en el mercado inicialmente como una oferta similar a los competidores pero que en lo posterior podrá ser mejorada a través de una factor diferenciador o ventaja competitiva. La tabla siguiente expone la estrategia a utilizar:

Tabla No. 86: Estrategia de Posicionamiento para la nueva Hostería

| | |
|-----------------------|---|
| Estrategias | E2. Posicionamiento como seguidor del líder |
| Implementación | Adaptación de los servicios del líder a la realidad de la Hostería |
| | Los mercados actuales, no están saturados con el producto de servicio. Se puede aumentar la tasa de uso de los clientes actuales (tasa de penetración). |

Fuente: (Kotler, 2002)

Elaborado por: Rosa Torres P.

Establecidas las estrategias y su forma de implementación, se ha definido el mix de marketing a aplicarse para conseguir los objetivos de introducción del negocio.

Tabla No. 87: Mix de marketing

| MIX DE MARKETING | |
|--------------------------|--|
| Producto | Ofrecer un producto aumentado; que se va a cumplir con las exigencias del MINTUR y luego del mercado |
| Precio | Costos + Margen - Precio de Penetración |
| Plaza / Distribución | Distribución a través de intermediarios (Operadoras, Mayoristas y Agencias de Viaje ubicadas en la ciudad de Quito) |
| Promoción / Comunicación | Internet - Mailing masivo, Buscadores Google, Yahoo. |
| | Redes Sociales: Facebok, Twitter y Flicker |

Fuente: (Kotler, 2002)

Elaborado por: Rosa Torres P.

El Marketing Mix indica, que el producto a ofrecer deber ser aumentado con respecto a la competencia, y sobre todo que va a cumplir con todas las exigencias del MINTUR.

El precio que se indicará debe contemplar los Costos más un margen de utilidad y menos el precio de penetración.

Para la distribución o comercialización del nuevo producto, lo más aconsejable será el uso de intermediarios como: Agencias de viaje, operadoras, mayoristas, que estén ubicadas sea en Quito, resto del país y en el exterior.

Respecto a la promoción y comunicación que se implementará, se observa que la mejor forma es a través del uso de las Redes sociales, el Internet, con páginas innovadoras y que se encuentren a la vanguardia de la competencia.

De lo que se ha mencionado anteriormente, existe una Ventaja competitiva que diferencia del resto de establecimientos; Primero es que se posee una propiedad con una gran extensión de terreno, y por lo tanto las actividades de recreación se podrán practicar dentro del mismo lugar, ya que se dispone de ríos y cascadas propias, para realizar por ejemplo: senderismo, aviturismo, ciclismo de montaña, cabalgatas, pesca deportiva, sin restricciones y con toda la seguridad requerida.

- Localización
- Capacidad instalada y utilizada

- Precio de los productos

Tabla No. 88: Ventaja competitiva o factor diferencial de la nueva Hostería

| |
|---|
| <p>Ventaja competitiva / Factor Diferencial Aviturismo, en las instalaciones propias de la Hostería Senderismo, para observación de recursos naturales, ganaderos, fauna y flora Visita a cascadas naturales dentro de las instalaciones Actividades de recreación: Ciclismo de Montaña, Cabalgatas, Pesca Deportiva</p> |
|---|

Elaborado por: Rosa Torres P.

2.10 Conclusiones del estudio de mercado

El producto, motivo del estudio, es decir la creación de una Hostería ecológica en el bosque nublado Mindo Nambillo, se presenta como una opción adecuada y prometedora para su instalación, especialmente por el entorno en el que se va a construir y todos los elementos con que cuenta el sector. Se ha observado en el análisis de la demanda que la procedencia del turista, los deportes de recreación y aventura, el precio por los servicios y los recursos e infraestructura que afectan la demanda, inciden en el momento de decisión de la compra de los mismos, además con un porcentaje del 5% de crecimiento de la demanda para los próximos cinco años, se justifica la creación del negocio.

Con respecto a la oferta existente, se observa que en la población de Mindo, existe una concentración alta de los establecimientos de alojamiento en el área urbana, la similitud en la prestación de servicios, los precios y la competencia entre los negocios, los canales de difusión y comercialización son similares en todos sin diferencias marcadas. También de los datos analizados, en el uso del hospedaje se observa que el promedio de pernoctación es de dos noches, se ocupan 360 plazas mensualmente y con un total anual de 2160 plazas.

La demanda potencial insatisfecha, es el resultado entre la demanda y la oferta existente, lo que da 1.158 personas en el año 2014 y con una proyección a 5 años, dado que en el 2018 serán de 1408 personas, por lo tanto se tiene una porción de mercado para la instalación de la hostería.

El precio por el servicio de alojamiento se ha determinado en base a los indicadores que se ha consultado en la competencia, determinándose en 69,19 dólares, y que para

la comercialización se utilizaría los medios convencionales de la actualidad como son: Redes sociales, Internet, y además por medio de colocación de stands en los sitios de mayor concurrencia de público.

En cuanto a las estrategias de introducción al mercado, se ha establecido que se tiene un 25% de la demanda insatisfecha que se va a aprovechar, e inicialmente la táctica a desarrollar será la del seguidor del líder, hasta lograr introducirse en el mercado, siempre buscando marcar una diferencia sustancial con respecto a la competencia, a través del posicionamiento de la marca, el aprovechamiento de los recursos naturales propios con que se cuenta, lo que da como resultado que el desarrollo de la mayoría de actividades de recreación se desarrollarán dentro de las instalaciones.

CAPÍTULO III
ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio de factibilidad para la instalación de una hostería en el sector de Mindo Nambillo, se ha determinado que para el funcionamiento de la misma se procedería a la construcción de cabañas de diferentes capacidades las cuales se determina que servirían para satisfacer la demanda que existe en el sector. Además lo que se pretende es respecto a las actividades de recreación que se realicen dentro de las propias instalaciones, ya que este es un factor muy importante para su diferenciación con la competencia, y las mismas se podrán desarrollar de la mejor manera.

3.1 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización óptima del proyecto se aborda en función de dos criterios, la macro localización, que define la región donde se ubicará la Hostería; y, la micro localización, que indica la ubicación exacta donde ésta operará.

3.1.1 Macro localización.

El proyecto de la construcción de la Hostería estará ubicado en la provincia de Pichincha, cantón San Miguel de los Bancos, en la parroquia de Mindo, cerca de la ciudad de Quito, capital del Ecuador, con una buena infraestructura vial, pues está conectada por la vía Calacali - la Independencia, que en la actualidad es un punto de conversión a la provincia de Esmeraldas y por ende a las playas de la región.

3.1.2 Micro localización.

El proyecto de estudio, se localiza dentro de la propiedad denominada Hacienda Paulina, en la población de Mindo, correspondiente al cantón San Miguel de Los Bancos, y además se encuentra ubicada en el Bosque Protector Mindo Nambillo que es una de las áreas con mayor diversidad de flora y fauna del país, lo que constituye un factor determinante para el desarrollo de un ecoturismo de calidad y sostenibilidad en la región.

El terreno donde se va a desarrollar el proyecto, es una propiedad comprada por el Señor Mauro Torres, padre de la autora del presente trabajo, en el año 1976, e inicialmente fue con el propósito de explotar madera dentro del bosque del lugar; pero años más tarde cuando se nombró como Bosque Protector Mindo Nambillo al sitio, y

se estableció la prohibición de la tala del bosque, cambió drásticamente el fin de la propiedad del terreno.

En la actualidad se ha mantenido prácticamente virgen en su uso e inclusive se está desarrollando nuevamente el bosque, la flora y fauna está totalmente protegida y mantenida en estado natural, todo lo cual se ha constituido en un factor determinante para que se oriente el uso de la propiedad al desarrollo del ecoturismo de una manera profesional, consciente y rentable no solamente a sus propietarios sino a toda la comunidad.

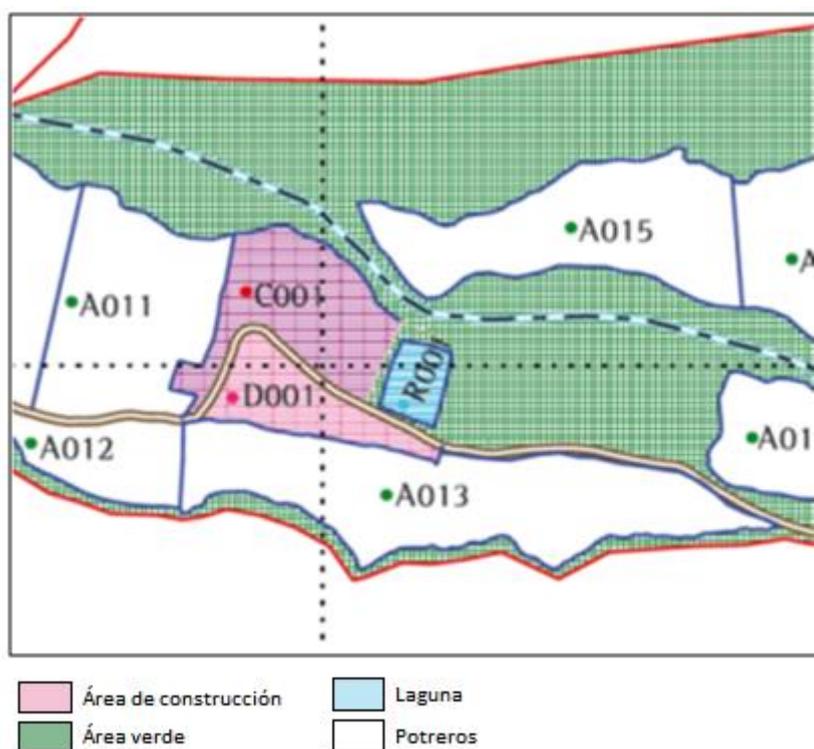
Grafico No. 38: Ubicación de la hacienda Paulina en el Mapa de la Provincia de Pichincha



Fuente: (Agromaps, 2011)

Como se observa en el grafico anterior, la ubicación exacta de la propiedad y su cercanía a la ciudad de Quito contribuyen al desarrollo del emprendimiento turístico. Además, se muestra la división del terreno para el desarrollo del proyecto, con las áreas destinadas para la construcción.

Gráfico No. 39 : División de la Hacienda “Paulina”



Fuente: (Agromaps, 2011)

Del gráfico presentado, está la división del terreno que se ha realizado para indicar los diferentes lugares con que se dispone en el mismo, y tener establecido de una mejor manera la disponibilidad de las zonas más adecuadas para el desarrollo de las actividades turísticas.

Para establecer una comparación sobre la ubicación definida para la Hostería con el lugar de mayor concentración de competidores y verificar su potencialidad se ha realizado un análisis cualitativo por puntos valorando varios factores de localización.

Tabla No.89: Matriz ponderada por puntos

| Factores | Peso Relevancia | 1 | | 2 | |
|---|-----------------|-------------------------|------------|--------|-------------|
| | | Hacienda Paulina, Mindo | | Centro | |
| | | Calif. | Pond. | Calif. | Pond. |
| Clima | 0,05 | 8 | 0,4 | 8 | 0,4 |
| Suelo | 0,05 | 4 | 0,2 | 7 | 0,35 |
| Disponibilidad de terreno para recreación | 0,15 | 10 | 1,5 | 1 | 0,15 |
| Disponibilidad de terreno para construcción | 0,15 | 10 | 1,5 | 4 | 0,6 |
| Disponibilidad de Mano de Obra | 0,05 | 5 | 0,25 | 7 | 0,35 |
| Acceso a Servicios | 0,10 | 6 | 0,6 | 10 | 1 |
| Acceso a Telecomunicaciones | 0,10 | 4 | 0,4 | 10 | 1 |
| Cercanía a las fuentes de abastecimiento | 0,08 | 5 | 0,4 | 7 | 0,56 |
| Cercanía al mercado | 0,07 | 5 | 0,35 | 5 | 0,35 |
| Seguridad | 0,05 | 8 | 0,4 | 6 | 0,3 |
| Transporte | 0,10 | 8 | 0,8 | 8 | 0,8 |
| Aspectos legales | 0,05 | 10 | 0,5 | 8 | 0,4 |
| TOTAL | 1,00 | | 7,3 | | 6,26 |

Fuente: (Baca, 2006)

Elaborado por: Rosa Torres P.

El método que se ha utilizado es el diseñado por Brown y Gibson (2005), por lo que se requiere mencionar determinados factores que benefician o perjudican la ubicación de la Hostería, y a los cuales se ha asignado un peso.

Dentro de los factores se indica por ejemplo: el clima, el suelo, la disponibilidad de mano de obra, la seguridad y aspectos legales, con un peso de relevancia del 0,05. La disponibilidad del terreno para la recreación y construcción con un peso más alto que es de 0,15. En los accesos a servicios, telecomunicaciones, cercanía a las fuentes de abastecimiento, cercanía al mercado, transporte, están dentro de un rango del 0,7 al 0,10 peso de relevancia.

Posteriormente, se asigna una calificación a cada factor entre el rango de 1 a 10, según sea la satisfacción total del factor. El valor es multiplicado por el peso de relevancia de cada punto y da como resultado la ponderación para cada componente de la tabla según cada ubicación. De la suma total se obtiene una calificación de 7,3 para la Hacienda Paulina, comparando con el 6,26 obtenido por el Centro de Mindo, concluyendo que la ubicación propuesta para la instalación de la hostería cumple con los requisitos para su construcción.

3.2 Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

3.2.1 Tamaño y la demanda.

Uno de los factores que inciden definitivamente en la instalación de un nuevo proyecto es la demanda, en función de la cual se dimensiona la infraestructura necesaria para satisfacer a los turistas interesados en el ecoturismo como forma de recreación en la población de Mindo.

Para realizar este análisis y determinar el tamaño de la Hostería, se ha estudiado la demanda que existe en la zona según la proyección realizada en el Estudio de Mercado, y se ha establecido un porcentaje de cobertura o participación estimado en función de la capacidad instalada de los competidores que oscila entre las 650 y 750 plazas anuales.

Tabla No.90: Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto según la demanda

| Año | Demanda insatisfecha en pax | Cobertura de mercado (mercado objetivo pax) | Demanda en # de noches |
|------------|------------------------------------|--|-------------------------------|
| 2013 | 1.103 | 827 | 1.654 |
| 2014 | 1.158 | 869 | 1.738 |
| 2015 | 1.216 | 912 | 1.824 |
| 2016 | 1.277 | 958 | 1.916 |
| 2017 | 1.340 | 1005 | 2.010 |
| 2018 | 1.408 | 1056 | 2.112 |

Fuente: Demanda insatisfecha
Elaborado por: Rosa Torres P.

De los datos presentados, se observa una aproximación a los próximos cinco años y de la demanda insatisfecha³ que presenta en el sector. Para equiparar la infraestructura de la Hostería a crear, con la de los competidores se estima un porcentaje de cobertura de esta demanda del 75% esperando atender entre 827 y 1056 turistas en los próximos cinco años. La demanda a cubrir en número de noches se obtiene multiplicando el número promedio de turistas por cada año por el promedio de pernoctación en el lugar.

³ Ver Tabla No. 80

Tabla No. 91: Cobertura de la demanda mensual

| Año | Cobertura de mercado (75%) | Mensual (pax) | Mensual noches |
|------|----------------------------|---------------|----------------|
| 2013 | 827 | 69 | 138 |
| 2014 | 869 | 72 | 145 |
| 2015 | 912 | 76 | 152 |
| 2016 | 958 | 80 | 160 |
| 2017 | 1005 | 84 | 168 |
| 2018 | 1056 | 88 | 176 |

Fuente: Demanda insatisfecha
Elaborado por: Rosa Torres P.

Una vez establecido el mercado objetivo a cubrir que es de 827 turistas, se divide para 12 meses del año, y se tiene una cantidad mensual, que es de 69 turistas; a continuación se multiplica por las dos noches promedio de pernoctación y da como resultado el total de noches de alojamiento mensuales que es de 138.

El tamaño de la Hostería, en correspondencia a la demanda, tiene que ver con el número de habitaciones que se requiere construir para satisfacer las necesidades de alojamiento del mercado objetivo. La cantidad de plazas se definió, tomando en consideración el número de días de estadía promedio y el total de días de atención por mes, según como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No.92: Promedio de noches y días de estadía por turista en Mindo

| | |
|------------------------------------|----|
| Promedio de noches de pernoctación | 2 |
| Promedio de días de estadía | 3 |
| Días de atención por mes | 30 |

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Rosa Torres P.

Para estimar el número de habitación y su capacidad de atención por mes se realizan los siguientes cálculos según la fórmula tomada del Boletín de Ocupación Hotelera y Turística del D.M. de Quito (2012):

$$Pax \text{ habitación} = \frac{\text{Días promedio de atención por mes}}{\text{Promedio de días de estadía}}$$

$$Pax \text{ habitación} = \frac{30}{3}$$

$$Pax \text{ habitación} = 10$$

En función de tres días de permanencia en las instalaciones, se identifica una capacidad de atención de 10 personas por habitación al mes; siendo esta la medida de

ocupación a tener en cuenta para definir el número de habitaciones que se deberán construir.

El total de habitaciones a construir dependerán del número de personas que se espera atender según la proyección de la demanda de mercado, la propuesta es desarrollar la infraestructura suficiente para evitar inversiones adicionales durante los primeros cinco años de operación de la Hostería.

Tomando como meta la satisfacción de 88 personas por mes en cuanto al alojamiento y recreación y tomando en consideración que el promedio mensual de personas que pueden alojarse en una habitación es de 10, se define que la infraestructura a construir para alojamiento será de al menos 10 habitaciones contemplando una capacidad instalada de 100 personas mensualmente. En función de las preferencias de viaje de los turistas y la tasa de ocupación hotelera del sector, se ha definido la distribución de personas por cada habitación, debiendo construirse y ambientarse los espacios según las siguientes características:

Tabla No. 93: Distribución de habitaciones según las preferencias y tasa de ocupación hotelera en Mindo

| Tipos de habitaciones | Capacidad en personas | Número de habitaciones | Total pax |
|---|------------------------------|-------------------------------|------------------|
| Dobles | 2 | 2 | 4 |
| Matrimoniales | 2 | 2 | 4 |
| Familiares | 6 | 4 | 24 |
| Grupales | 12 | 2 | 24 |
| TOTAL | 22 | 10 | 56 |
| Tasa promedio de ocupación hotelera en Mindo | | | 56% |

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Rosa Torres P.

Se planea adecuar dos habitaciones dobles, dos matrimoniales, cuatro familiares con capacidad para seis personas como mínimo cada una y dos grupales con capacidad para doce personas cada una; la principal diferencia entre la habitación grupal y familiar es la cantidad de personas que pueden alojarse; por otro lado la disposición de las áreas de construcción en las primeras tendrá espacios amplios para la convivencia de grupos. Es importante mencionar que las habitaciones se construirán con proyección a incrementar el número de plazas hasta llegar a las 100 según como la demanda lo amerite.

En cuanto a los servicios de alimentación, es necesaria la construcción y adecuación de un restaurante al interior de la Hostería. Para determinar el tamaño del restaurante que se establecerá en la Hostería y de acuerdo al número de huéspedes que se espera, se ha determinado que se ubiquen 6 mesas con capacidad de cuatro personas en cada una, lo que da un total de 24 personas para ser atendidas simultáneamente.

Tabla No. 94: Capacidad instalada del Restaurante en número de plazas

| Restaurante # de mesas | Aforo |
|------------------------|-------|
| 6 | 24 |

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla se indica cuántas mesas se necesitarán en el restaurante y el aforo que es para 24 personas a ser atendidas paralelamente en un mismo momento; siendo la infraestructura de uso exclusivo de los huéspedes de la Hostería.

Tabla No. 95: Capacidad instalada del Restaurante en número de plazas

| | Área de recreación | Capacidad pax |
|-----------------------|----------------------------|---------------|
| Área húmeda | Piscina | 40 |
| | Hidromasaje | 9 |
| Área deportiva | Cancha de Vóley | 8 |
| | Cancha multipropósito | 15 |
| Área natural | Sendero Aviturismo | 8 |
| | Sendero Cascada | 12 |
| | Sendero Ciclismo | 12 |
| | Sendero Cabalgata | 6 |
| | Laguna para pesca | 10 |
| | Infraestructura Aviturismo | 8 |

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Rosa Torres P.

3.2.2 Tamaño e insumos.

La operación de la Hostería requiere diferentes insumos para su marcha, esto implica que se deban adecuar espacios para el almacenamiento de productos y suministros; según los servicios que se pretende ofertar, la distribución de la planta deberá incluir:

Tabla No. 96: Áreas para el almacenamiento de insumos

| | |
|----------------------|---|
| Cocina | Viveres |
| | Congelados |
| | Refrigeración |
| Servicio | Lavandería |
| | Bodega (Amenities, Menaje) |
| Mantenimiento | Bodega (Materiales y equipo de mantenimiento) |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En lo que respecta al tamaño del área de Cocina, se establece que se dispondrá de lugares específicos para los víveres, alimentos congelados y la refrigeración de los insumos respectivos. En lo relacionado al área de servicio para la limpieza del menaje de las habitaciones se dispondrá de lavandería y bodega para almacenamiento de Amenities y todo el menaje de las habitaciones y restaurante; y por último, una bodega en la que se mantengan los materiales y equipo de mantenimiento para el funcionamiento general del lugar.

3.2.3 Tamaño y equipos.

La construcción de espacios para la instalación de equipos debe cumplir con las condiciones técnicas que garanticen su funcionamiento y durabilidad. Se han identificado tres áreas que requieren edificarse o adecuarse para cumplir con la oferta de servicio, son: Cuarto de Máquinas y Equipos de audio y video para administración y restaurante.

Tabla No. 97: Tamaño y equipos

| | |
|-----------------------|---|
| Mantenimiento | Cuarto de máquinas (Sistemas hidráulicos y calentamiento) |
| Administración | Equipos de audio y video |
| Restaurante | Equipos de audio y video |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En el área de mantenimiento, los equipos que se necesitan serán para un cuarto de máquinas para el funcionamiento del espacio correspondiente a la piscina y lo relacionado al área de esparcimiento en agua. En la parte de Administración y el Restaurante se requerirán equipos de audio y video indispensables para el entretenimiento y descanso de los huéspedes en la Hostería.

3.2.4 Tamaño y organización.

Para el funcionamiento de la Hostería, se ha determinado que se necesitarán 13 personas que trabajarán tanto en la parte administrativa como operativa del negocio, distribuidas y organizadas de la siguiente manera:

- Un Gerente General
- Una Recepcionista
- Un Camarero
- Un Chef
- Un ayudante de cocina
- Un Salonero
- Dos ayudantes polivalentes, para actividades de recreación y otras actividades relacionadas con el servicio al turista como guanzas y transporte.
- Un asistente administrativo
- Un ayudante de mantenimiento
- Un vendedor
- Guías (Subcontratados)

Este equipo permitirá atender la demanda de forma óptima, aunque para temporada alta, se puede requerir de más personal que se obtendrá a través de convenios de pasantía con instituciones educativas a cambio del cumplimiento de prácticas pre profesional; o a través de contratación de personal eventual.

3.2.5 Tamaño y financiamiento.

Por el tamaño de la hostería, el financiamiento deberá componerse de capital propio obtenido del aporte de los accionistas y capital de crédito conseguido a través de instituciones financieras.

Tabla No. 98: Tamaño y financiamiento

| Financiamiento | Selección |
|-----------------------|------------------|
| Propio | X |
| Crédito / terceros | X |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

La distribución del monto según cada fuente de financiamiento se abordará a detalle en el análisis económico – financiero del negocio.

3.2.6 Tamaño y recreación.

En el tamaño que se necesitará para las actividades de recreación, se han identificado tres áreas específicas:

- **Área húmeda:** que se relaciona con la piscina e hidromasaje.
- **Área deportiva:** en la que se ha considerado tres canchas que son: de Indor, vóley y multipropósito (fútbol, básquet y vóley).
- **Área natural:** siendo lo más representativo de la Hostería, se planifica la construcción de varios senderos para diferentes actividades, como el Aviturismo, paseo a las cascadas, ciclismo, cabalgatas, una laguna para pesca y la infraestructura necesaria como torres de avistamiento de especies de aves.

Tabla No. 99: Áreas definidas para la recreación

| | |
|-----------------------|----------------------------|
| Área húmeda | Piscina |
| | Hidromasaje |
| Área deportiva | Cancha de Vóley |
| | Cancha multipropósito |
| Área natural | Sendero Aviturismo |
| | Sendero Cascada |
| | Sendero Ciclismo |
| | Sendero Cabalgata |
| | Laguna para pesca |
| | Infraestructura Aviturismo |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

3.3 Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos

Para la instalación de la Hostería, en lo relacionado con la disponibilidad de los insumos para el funcionamiento de la cocina y restaurante, las habitaciones y las actividades de oficina; se observa que, se cuenta con los materiales en un alto porcentaje, especialmente los productos alimenticios y de consumo diario, además su costo no presenta variaciones en comparación a los productos comercializados en el centro de la Parroquia de Mindo o en poblaciones cercanas como Los Bancos o

Puerto Quito. La razón que motiva esta similitud en los precios es que la mayor parte de los proveedores realizan distribución directa a los establecimientos turísticos en Mindo.

Tabla No. 100: Disponibilidad de materias primas

| Insumos de cocina | Disponibilidad | Costo |
|---|-----------------------|--------------|
| Viveres | Sí | Alto |
| Carnes | Sí | Bajo |
| Vegetales | Si | Bajo |
| Insumos de alojamiento | Disponibilidad | Costo |
| Amenities | Si | Bajo |
| Toallas | No | Alto |
| Papel Sanitario | Si | Bajo |
| Lencería | Si | Alto |
| Papelería | Si | Bajo |
| Bebidas (Mini bar) | Si | Bajo |
| Snacks | Si | Bajo |
| Materiales de oficina | Disponibilidad | Costo |
| Papelería | No | Alto |
| Publicidad | No | Alto |
| Insumos para recreación | Disponibilidad | Costo |
| Cloro (Pastillas) | No | Bajo |
| Artículos de limpieza (escobas, limpiones, rastrillos, guadañas) | Si | Medio |
| Implementos deportivos y de recreación (Pelotas, Redes, Botas, Ponchos de agua) | No | Medio |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla, se indica los diferentes insumos diarios que serán necesarios para el funcionamiento de la Hostería, en lo que a Cocina se refiere, se observa que los víveres, carnes y vegetales si tienen disponibilidad, el costo es alto en los víveres y bajo en los otros. En lo referente al alojamiento, como es los amenities y papel sanitario si hay disponibilidad y el costo es bajo, pero en toallas, no existe disponibilidad y su costo es alto. Para los materiales de oficina, tanto la disponibilidad como el costo son altos.

Después del análisis de la disponibilidad de los insumos, se tendrá que analizar las diferentes formas de pago de la materia prima al igual que el tiempo de entrega, que es importante para el trabajo que se realice en la Hostería, y de acuerdo a la siguiente tabla se indica los diferentes proveedores que se tendría:

Tabla No. 101: Formas de pago y tiempo de entrega

| PROVEEDORES | FORMA DE PAGO | TIEMPO DE ENTREGA |
|----------------------------------|--|--------------------------|
| Viveres | | |
| Mega maxi | Contado/Tarjeta de crédito a 3 meses sin intereses | Inmediato |
| Coca Cola | contado | Inmediato |
| Cerveza Pilsener | Contado | Inmediato |
| Nestlé | Contado | Inmediato |
| Pingüino | Contado | Inmediato |
| Carnes | | |
| Sr. Pablo Patiño | 8 días | Inmediato |
| Sra. Carmela Tapia | 8 días | Inmediato |
| Vegetales | | |
| Sra. María Simbaña | Efectivo | Inmediato |
| Amenities/papel sanitario | | |
| Sr. Jorge Trujillo | 8 días | Inmediato |
| Casa Linda / Toallas | Contado/tarjeta crédito a 3 meses | Inmediato |
| Materiales de oficina | | |
| Tía Tula | Contado/tarjeta de crédito | Inmediato |
| Sr. René Enríquez | Crédito 15 días | Dos días |
| Insumos para recreación | | |
| Acuatecna | Contado | Inmediato |
| Kao Sport Center | Contado / tarjeta de crédito a 12 meses | Inmediato |
| Comercial Kiwi | Contado / tarjeta de crédito a 12 meses | Inmediato |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Lo que se indica en la tabla, es los proveedores que se utilizarían para la compra de los víveres, así se tiene que en la cadena de supermercados Mega maxi se lo haría porque existe la posibilidad de hacerlo a crédito mediante tarjeta de crédito sin intereses, y la entrega es inmediata; y al resto de vendedores de productos de consumo diario, sería al contado, con una ventaja que lo entregarían directamente en el lugar, pero su pago es inmediato.

Para la provisión de carnes, se comprará en la población de Mindo al señor Pablo Patiño, o también en el mercado de Ñaquito a la señora Carmela Tapia, con la ventaja que es a crédito. En lo relacionado con los productos de uso en las habitaciones, como son los Amenities y papel sanitario, el proveedor lo entregaría en la Hostería, y con un crédito a 8 días, pero en lo que respecta a la compra de toallas, también se lo podría hacer con la tarjeta de crédito.

Los materiales de oficina, se los realizará su compra en un local ubicado en el Valle de los Chillos, el pago se lo hará de contado o por medio de la tarjeta de crédito. Y para la publicidad y todos los materiales de oficina que se necesitará en el trabajo

administrativo se lo realizará a través de la empresa del Señor René Enríquez, con crédito a quince días y la entrega será en dos días. Los insumos para la recreación se adquirirán en Acuatecnia empresa dedicada a la construcción y mantenimiento de piscinas; en lo que se refiere a implementos deportivos se lo realizará en Kao Sport Center y para la vestimenta para actividades al aire libre el proveedor será Comercial Kiwi.

3.4 Identificación y descripción del proceso

El negocio del proyecto presentado está totalmente enfocado en el alojamiento, alimentación y recreación a desarrollarse en las instalaciones de una Hostería y que estará dedicada completamente al Ecoturismo dentro de la Hacienda Paulina, ubicada cerca de la población de Mindo.

A continuación se describen los procesos para cada una de las áreas productivas, exponiendo la secuencia de actividades, responsables y su representación en diagramas de flujo.

3.4.1 Descripción del Proceso de Alojamiento.

En el inicio del alojamiento, lo primero que se encuentra es el transporte del turista desde la población hacia las instalaciones de la Hostería, luego se realiza el Check In, el registro en los libros respectivos con la Recepcionista, a continuación el camarero toma a su cargo al huésped y le muestra todo lo concerniente a la habitación. De acuerdo a la hora de ingreso del turista se podrá realizar actividades de recreación.

Tabla No. 102: Descripción del proceso de alojamiento

| Nro. | Actividades | Responsables |
|-------------|----------------------------------|-------------------------------|
| 1 | Transporte del pueblo a Hostería | Transportista |
| 2 | Recepción - Check In | Recepcionista |
| 3 | Registro | Recepcionista |
| 4 | Ingreso a habitación | Camarero |
| 5 | Indicaciones | Camarero |
| | Actividades de Recreación | |
| 6 | Check out | Recepcionista |
| 7 | Verificación de instalaciones | Camarero |
| 8 | Facturación y Cobro | Recepcionista |
| 9 | Orden de salida | Recepcionista / Ayudante |
| 10 | Seguimiento Postventa | Recepcionista / Administrador |

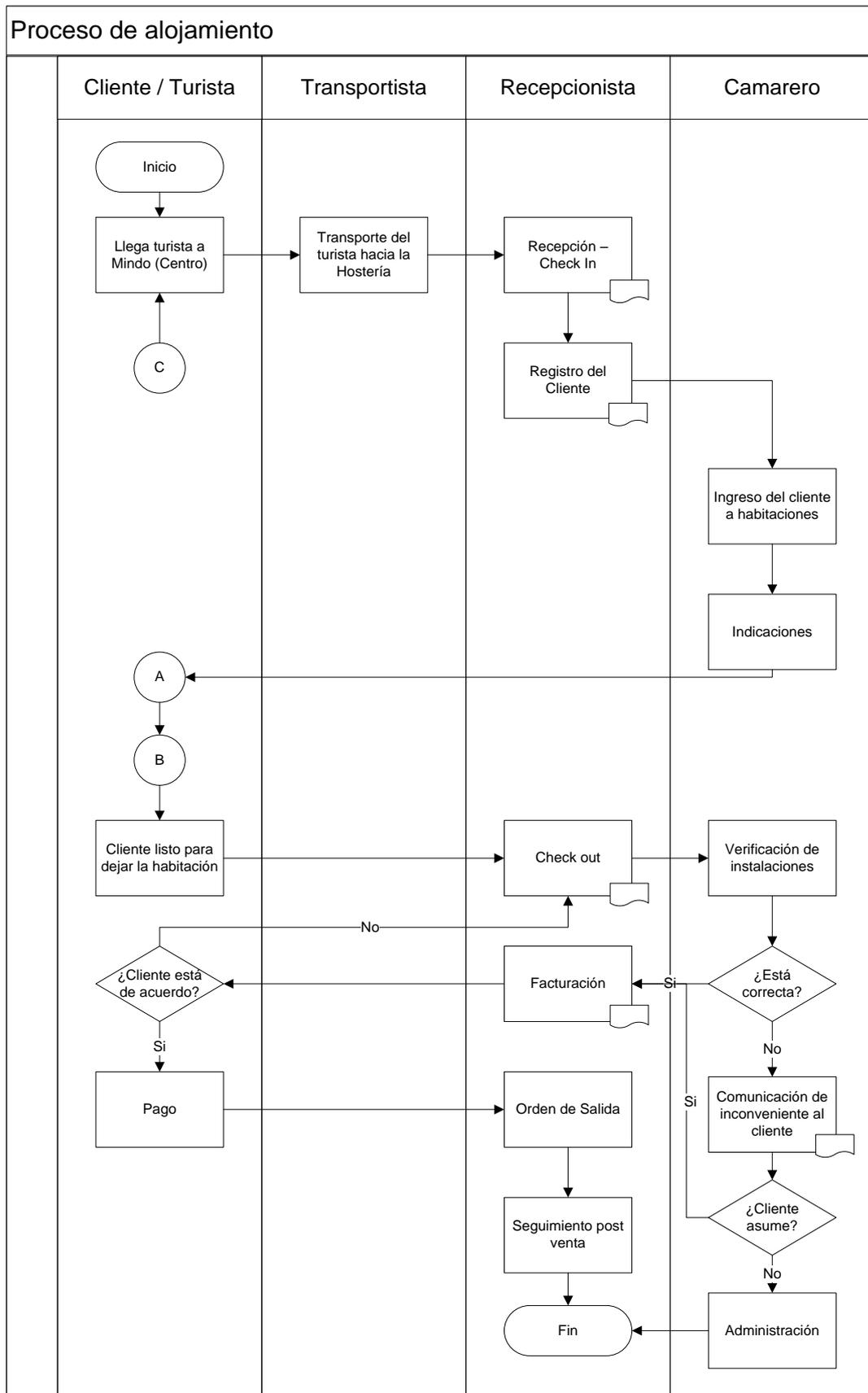
Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Después de los días de alojamiento, y cuando el turista esté listo para su salida, se procederá al Check out, no sin antes realizar una verificación de las instalaciones por el camarero, y si no existe ninguna novedad se procederá a la facturación y cobro respectivo. Finalmente la recepcionista dará la orden de salida y el agradecimiento por haberse alojado en el lugar.

Una vez concluido todos estos pasos, deberá existir un seguimiento postventa para garantizar una nueva visita.

Gráfico N°40: Diagrama de flujo del Proceso de Alojamiento



Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

3.4.2 Descripción del Proceso de Recreación.

Después de que el huésped se ha instalado en la Hostería, tendrá la opción de realizar actividades de recreación, para su ejecución se ha diseñado el siguiente procedimiento, con el objetivo de garantizar el mejor de los servicios. Las actividades del proceso de recreación se exponen a continuación:

Tabla No.103: Descripción del proceso de recreación

| Nro. | Actividades | Responsables |
|------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1 | Cliente solicita el servicio | Cliente |
| 2 | Verifico disponibilidad y horarios | Recepcionista |
| 3 | Confirmación al cliente | Recepcionista |
| 4 | Preparación del equipo | Ayudante |
| 5 | Indicaciones a los turistas | Ayudante |
| 6 | Presentación de guía | Ayudante / Guía (Subcontratado) |
| 7 | Inicio de actividad recreacional | Guía (Subcontratado) |
| 8 | Realiza actividad de recreación | Cliente |
| 9 | Regreso | Cliente |
| 10 | Entrega de equipo | Recepcionista |
| 11 | Verificación de estado del equipo | Recepcionista |
| 12 | Ingreso a sistema de facturación | Recepcionista |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El cliente solicita el servicio, luego la recepcionista verifica la disponibilidad y horarios para su realización, una vez confirmado todo lo necesario, se avisa al huésped, se prepara el equipo con el ayudante respectivo, éste da las instrucciones a los turistas, se presenta al Guía que será la persona responsable de la actividad de recreación que se da inicio. Una vez finalizado el esparcimiento, se retorna a la Hostería, se entrega el equipo a la recepcionista o sino al ayudante quienes verifican su estado, y finalmente ingresa el costo de esta actividad para la facturación respectiva.

Tabla No. 104: Horario y responsables de actividades de recreación

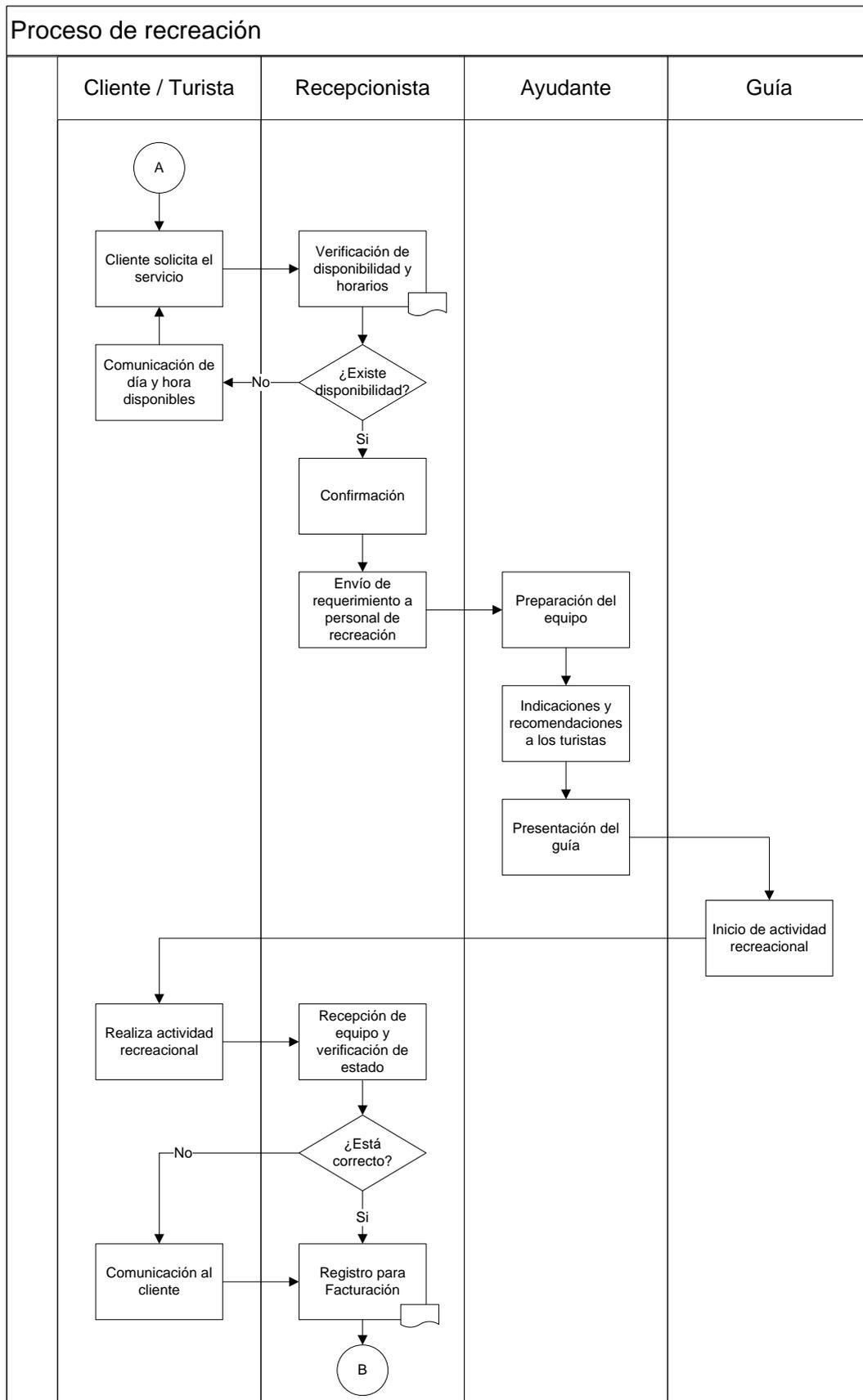
| Actividad | Horario | Responsable |
|---------------------------------------|--------------|----------------------|
| Aviturismo | 6:00 – 9:00 | Guía (subcontratado) |
| Senderismo en los caminos habilitados | 9:00 – 16:00 | Ayudante |
| Caminata a las cascadas | 6:00 – 11:00 | Ayudante |
| Paseo en bicicletas caminos internos | 6:00 – 16:00 | Ayudante |
| Cabalgatas | 6:00 – 11:00 | Ayudante |
| Baños en el río | 9:00 – 15:00 | Ayudante |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El Aviturismo se lo realizará en un horario de 6:00 a 9:00 que son las horas más óptimas para el avistamiento de aves, y que se las harán con un Guía contratado que será especializado para tal función. Se tiene también el senderismo por los caminos habilitados, las caminatas a las cascadas, paseos en bicicletas, cabalgatas en los caballos que se mantienen en la propiedad, y los baños en el río, todas estas actividades se realizarían con las indicaciones del ayudante entrenado para este puesto; los horarios expuestos definen los periodos de tiempo sugeridos para la práctica de cada actividad.

Gráfico N° 41: Diagrama de flujo del Proceso de Recreación



Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

3.4.3 Descripción del Proceso de Alimentación o Restaurante.

En este proceso, el Salonero recibe al cliente que se ubica en el comedor, luego se le presentará el tipo de menú que le corresponda, toma la orden luego de que le haya explicado todo lo concerniente a la comida que se ofrece en el lugar; recibe el pedido, y a continuación entrega en la cocina al Chef, quien preparará los alimentos en conjunto con el ayudante de la cocina, el cual también ejecutará el Emplatado y luego el Chef entrega la orden al Salonero quien servirá al turista. Una vez concluido este servicio, y si no se presentan quejas, se realizará la despedida; pero si por el contrario existen reclamos, lo aconsejable es que el Chef responsable de esta área, solucione los mismos por su cuenta o con ayuda del Administrador, y finalmente termina el servicio de alimentación.

Tabla No.105: Descripción del proceso de alimentación o restaurante

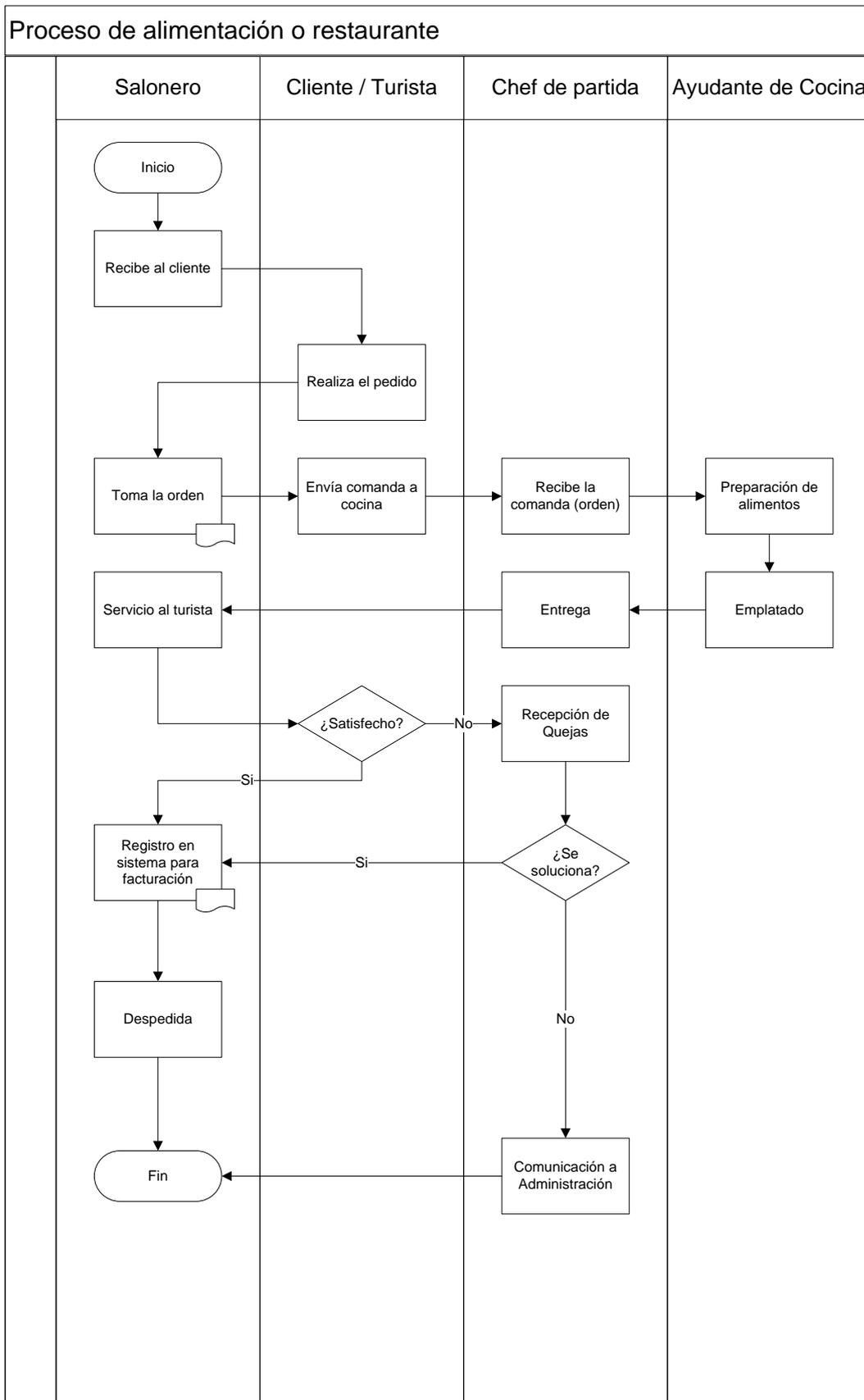
| Nro. | Actividades | Responsables |
|-------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 1 | Recibe al cliente | Salonero |
| 2 | Qué tipo de menú le corresponde | Salonero |
| 3 | Toma la orden | Salonero |
| 4 | Recibe la comanda (orden) | Chef de Partida |
| 5 | Preparación de alimentos | Ayudante de cocina |
| 6 | Emplatado | Ayudante de cocina |
| 7 | Entrega de orden a servicio | Chef de Partida |
| 8 | Servicio al turista | Salonero |
| 10 | Cliente satisfecho | Salonero |
| 11 | Despedida / Recepción de quejas | Salonero / Chef de Partida |
| 12 | Solución de quejas | Chef de Partida / Administrador |
| 13 | Fin | |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla se observa las diferentes personas responsables del proceso de alimentación con las etapas en que se desarrollan, así se tiene: al Salonero como la persona que recibe al Cliente, le indica el menú, toma la orden, luego la entrega al Chef que será el encargado de ordenar al Ayudante y con sus indicaciones la preparación de los alimentos, luego el Salonero sirve la comida, supervisa el servicio y si existen quejas del mismo, comunica al Chef o al Administrador para las soluciones si es necesario, y finalmente se termina el servicio de alimentación.

Gráfico N° 42: Diagrama de flujo del Proceso de Alimentación o Restaurante



Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

3.4.4 Descripción del Proceso de Marketing y Ventas.

En lo relacionado con las actividades de Marketing y Ventas para la promoción de la Hostería, se aprecia que las personas más relacionadas están en Recepción y Ventas ya que se encuentran en contacto directo con el o los Clientes y mucho de ellos dependerá la venta o adquisición de un producto de los turistas.

Tabla No. 106: Proceso de Marketing y Ventas

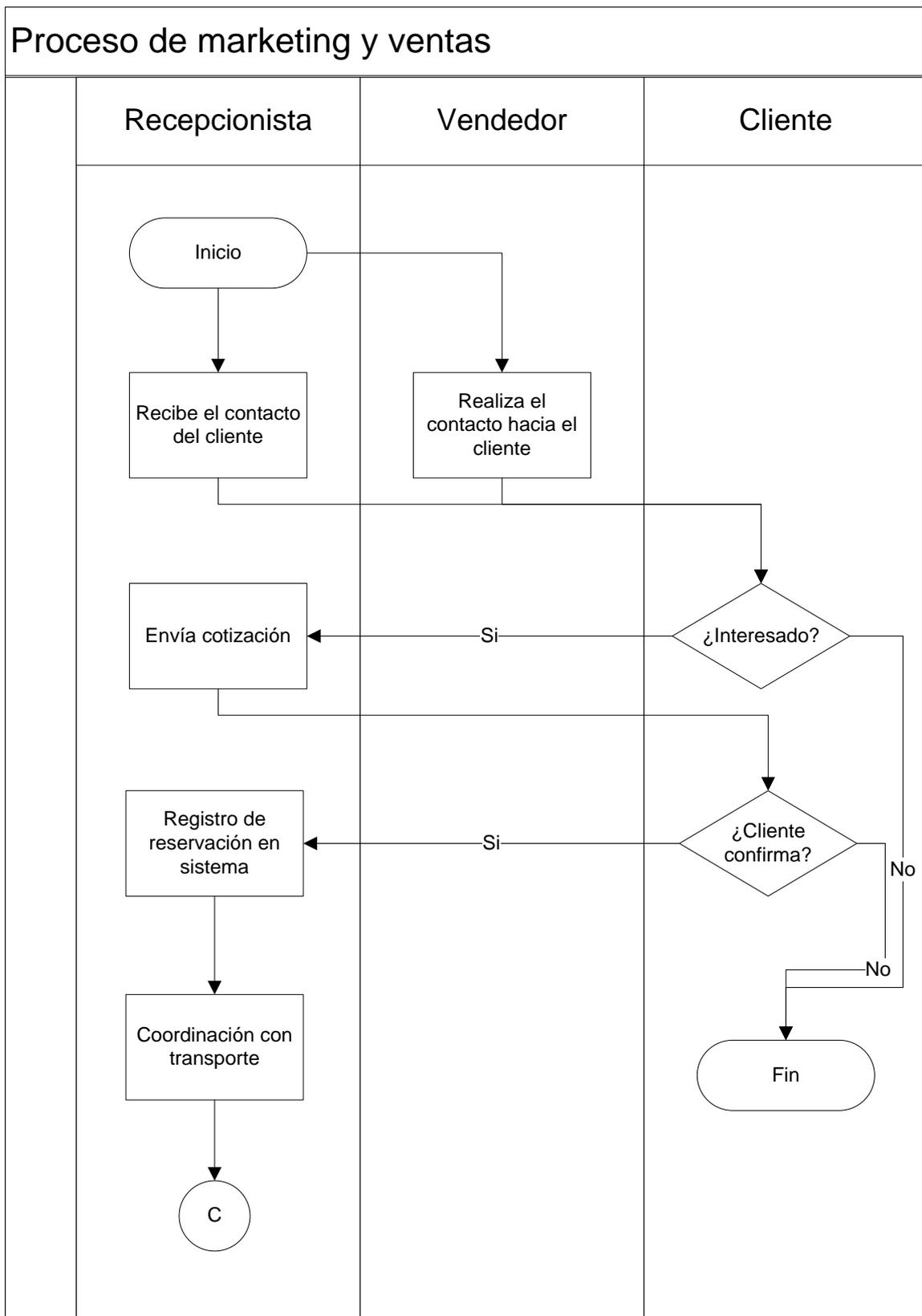
| Nro. | Actividades | Responsables |
|-------------|--|---------------------|
| 1 | Contacto del cliente / Contacto hacia el cliente | Recepción / Ventas |
| 2 | Envío de cotización | Recepción / Ventas |
| 3 | Cliente confirma reservación | Cliente |
| 4 | Registro en sistema | Recepcionista |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Se observa que el Cliente tiene el primer contacto con Recepción o Ventas ya que ellos una vez recibida la consulta realizan el envío de la cotización y luego confirman si existiera la reservación del Cliente, si todo se realiza de manera satisfactoria se registrará la venta el sistema.

Gráfico N° 43: Diagrama de flujo del Proceso de Marketing y Ventas



Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

3.4.5 Dimensión de la planta.

El dimensionamiento de planta establece las superficies de las áreas que la Hostería requiere para su operación, previamente se hace una descripción de cada una de ellas.

- **Oficinas administrativas:** donde están determinadas que funcione la recepción, administración y oficina de ventas.
- **Cocina:** Es el lugar dedicado directamente a la recepción y preparación de los alimentos para el funcionamiento del restaurante de la Hostería.
- **Restaurante:** En donde se ubicará las 6 mesas con capacidad de 24 personas para ser atendidas simultáneamente.
- **Alojamiento:** área destinada a las habitaciones en donde se atenderán a los turistas, serán 10 habitaciones construidas en un solo bloque.

Entre las áreas comunales se identifican las siguientes:

- **Estacionamiento:** Será el lugar destinado al estacionamiento de los vehículos que lleguen a la Hostería, y se calculado con un promedio de 20 autos que ocupan una superficie de 8,40 metros cuadrados cada uno.
- **Cuarto de máquinas:** Es el sitio en donde se ubicarán los equipos necesarios para el funcionamiento de la piscina e hidromasaje.
- **Piscina:** Se ha establecido que tenga una dimensión de 12 metros por 8 metros.
- **Hidromasaje:** Con un tamaño de tres por tres metros
- **Cancha de vóley:** Con medidas reglamentarias de 9 metros por 18 metros
- **Cancha multipropósito:** para práctica de futbol, básquet, vóley e inclusive ciclismo con una dimensión de 14 metros por 26 metros.

La tabla siguiente muestra la superficie total por área en metros cuadrados.

Tabla No. 107: Dimensión de la planta a construirse

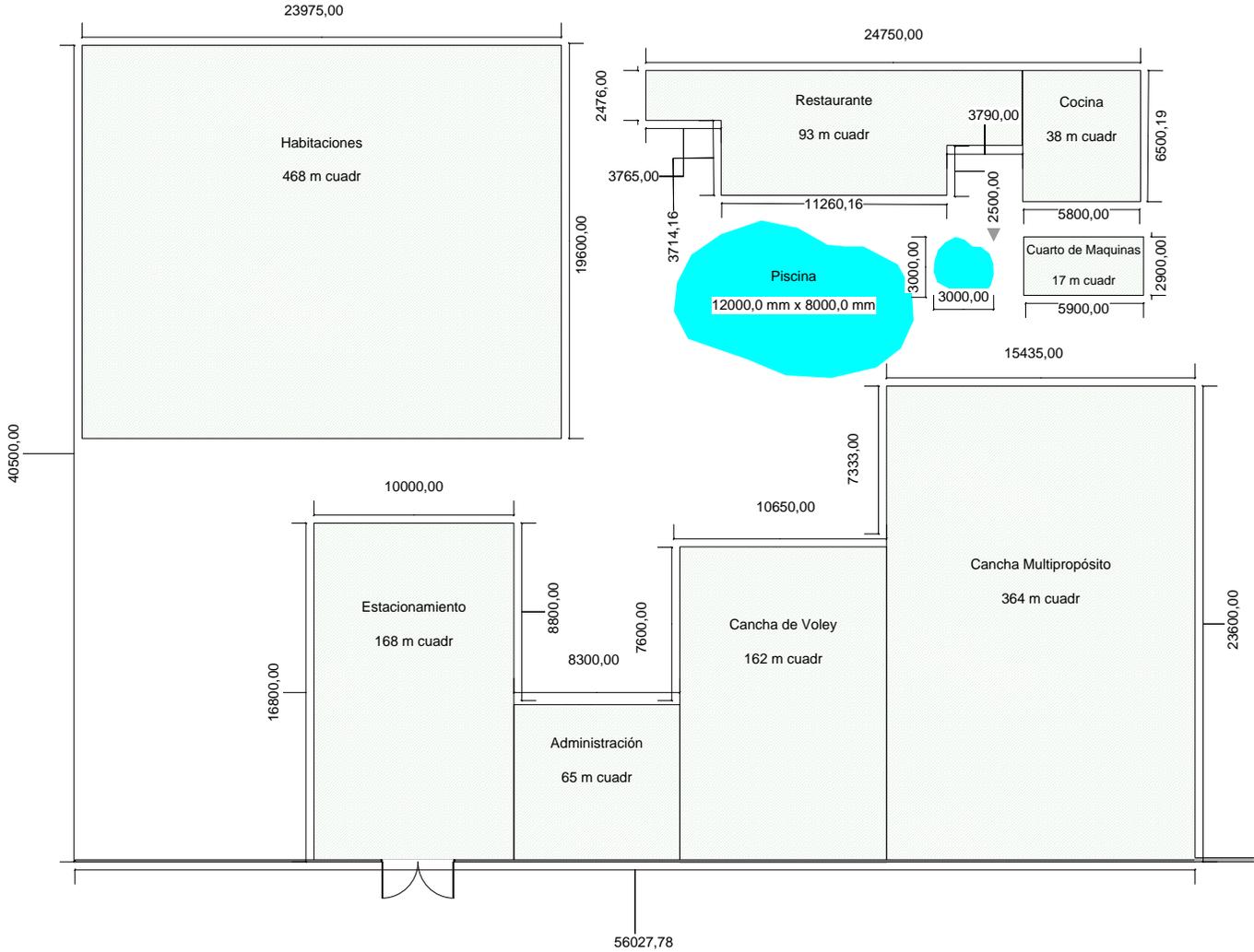
| Área | Metros Tablas |
|--------------------------|----------------------|
| Oficinas administrativas | 64,71 |
| Cocina | 38,53 |
| Restaurante | 93,08 |
| Alojamiento | 458,52 |
| Áreas comunes | 320 |
| Estacionamiento | 168 |
| Cuarto de Máquinas | 17 |
| Piscina | 96 |
| Hidromasaje | 9 |
| Cancha de Vóley | 162 |
| Cancha multipropósito | 364 |
| TOTAL | 1790,84 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

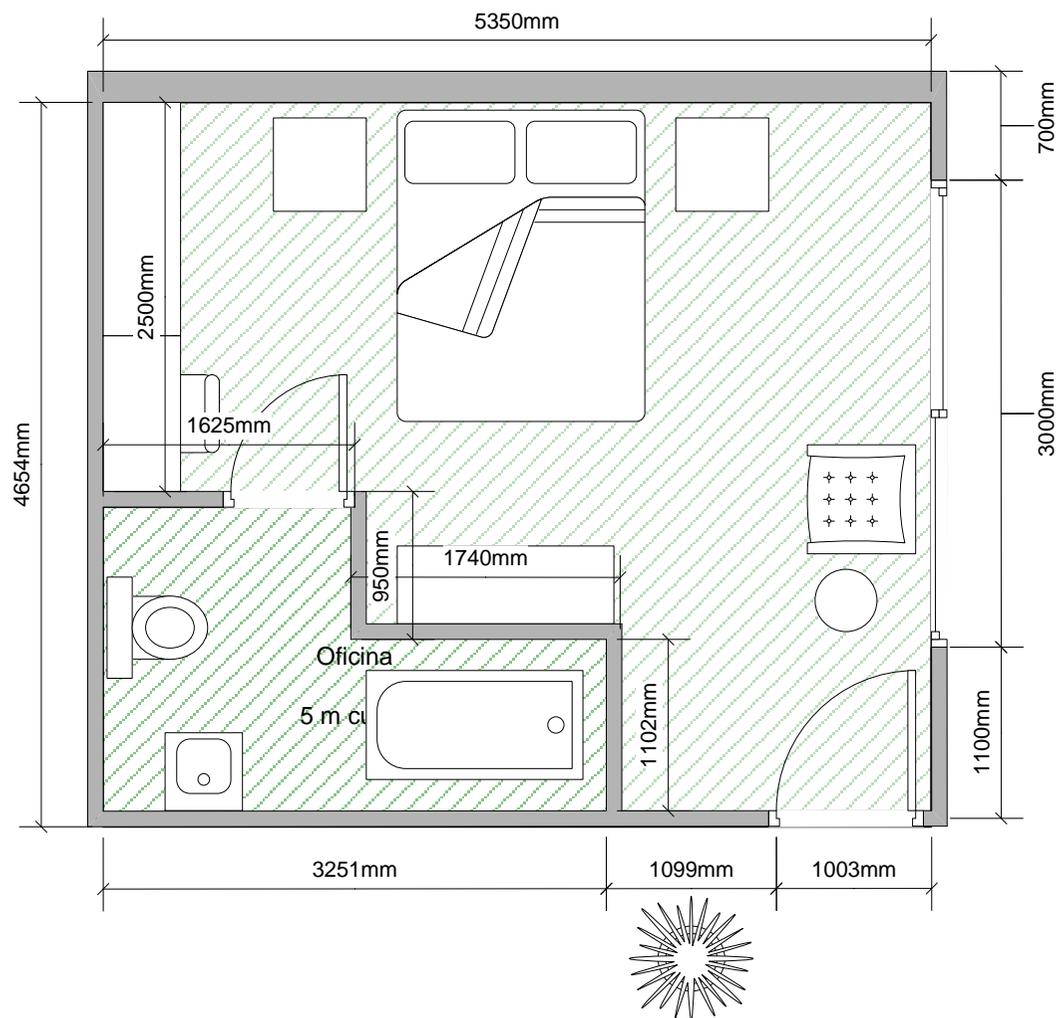
La Hostería tendrá una dimensión de 1.790,84 metros cuadrados. En el siguiente gráfico se muestra el plano para su construcción.

Gráfico N° 44: Plano para construcción de la planta



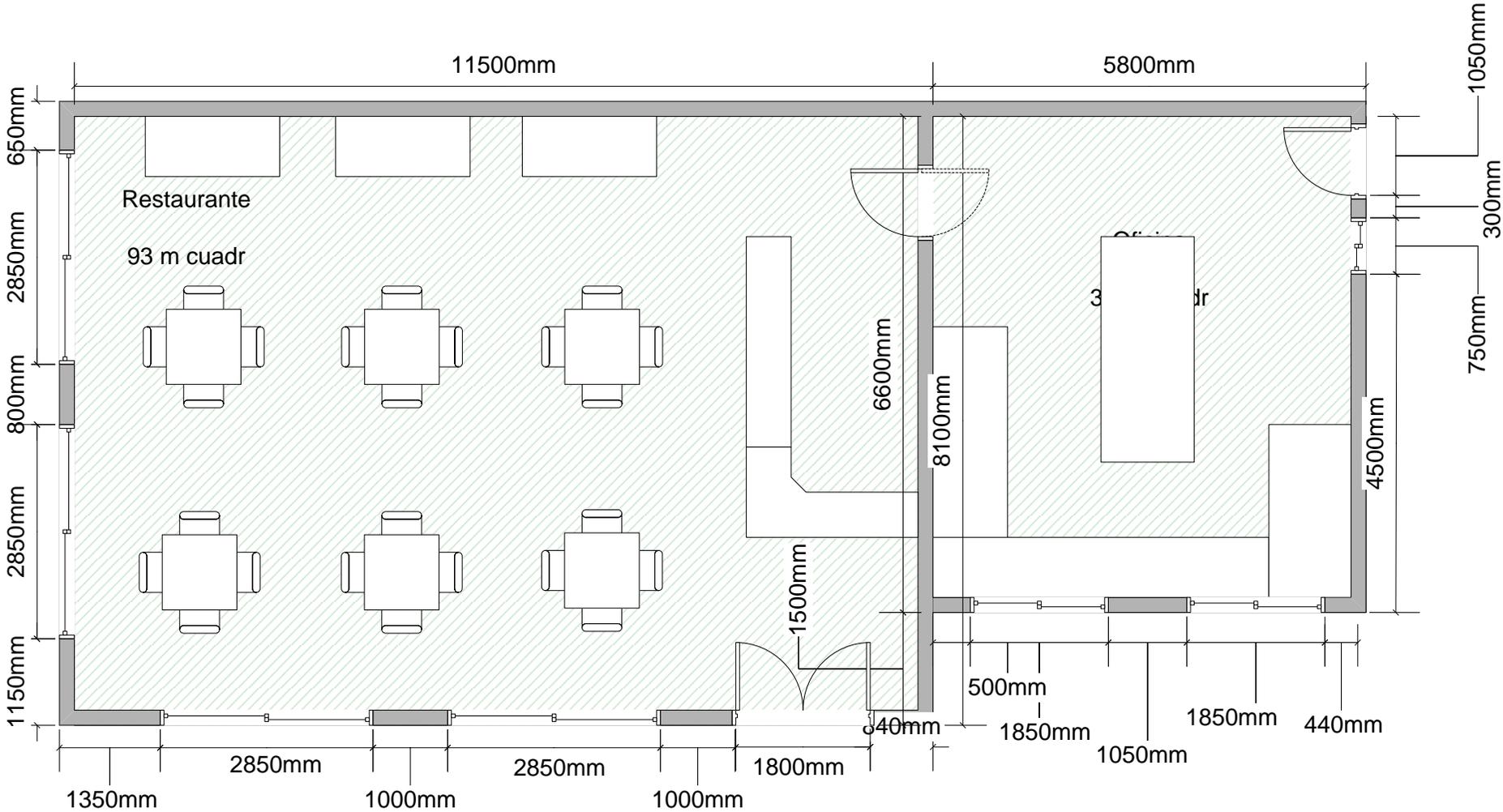
Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 45: Plano Habitación Matrimonial



Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

Gráfico N° 46: Plano restaurante



Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

3.5 Determinación de la organización humana y jurídica de la hostería

3.5.1 Nombre de la Hostería.

Una vez establecidos los principios que se pretende practicar desde el inicio de las actividades en la Hostería, se ha buscado el nombre adecuado y que sea acorde a lo mencionado anteriormente, además el desarrollo del ecoturismo que se lo va a impartir, todo esto señala q que se la llame, como: “**HOSTERÍA ECOLÓGICA LA MONTAÑA**”, el cual guarda especial significado, pues desde el inicio de la compra de la propiedad se la citaba de una forma por demás sencilla, simple pero con un alto valor sentimental, y así este nombre corto haría fácil su recordación.

3.5.2 Valores.

Se debe indicar que para desarrollar estos enunciados se muestran los valores corporativos que se buscan conseguir en el funcionamiento de la empresa a emprender y en el que se tratará de involucrar a todos los participantes en la ejecución, del proyecto, es decir: Empleados, Clientes / Empresas, Proveedores, Propietarios / Accionistas, Instituciones Gubernamentales como SRI, Ministerios, Municipios, y Comunidad en general. Los principios son los siguientes:

- **Respeto:** se refiere a la tolerancia que debe primar en todas las funciones que se ejecuten, en lo concerniente al funcionamiento de la empresa y que se acepten las diferentes opiniones de todos los involucrados.
- **Responsabilidad:** será la actitud y forma de ejecutar las funciones que se realicen en la empresa buscando siempre el óptimo resultado de lo realizado.
- **Honestidad:** siempre diciendo la verdad en todo lo referente al funcionamiento de la empresa, involucrando al personal desde lo principal hasta el último de los trabajadores.
- **Sustentabilidad:** que el negocio desde el principio se constituya en el proveedor de los recursos naturales para su uso de cosecha propia.
- **Rentabilidad:** se buscará que sea lo más acorde posible con los principios de la empresa, por lo tanto buscar que los ingresos cubran los egresos que se realicen fruto del negocio.
- **Apoyo comunitario:** se lo realizará en conjunto con la población de Mindo, en el desarrollo de las actividades que se realicen en comunión con la junta parroquial del lugar.

- **Calidad en el servicio:** se deberá buscar que este sea de lo más óptimo, en cada una de las partes que se clasifica el servicio, desde la entrada hasta la salida del huésped.
- **Mejoramiento continuo:** se lo realizará desde el inicio del funcionamiento de la hostería, siempre buscando lo óptimo en el servicio y calidad superior en todas las acciones que se brindan y realizan.
- **Compromiso ecológico:** utilizar lo menos posibles envases plásticos, promover el ahorro de energía, agua, restringir el uso de vehículos a motor, sino más bien la utilización de otras formas de movilización como contribución a la preservación del medio ambiente, el uso de bicicletas será parte de la propuesta de valor.
- **Desarrollo social:** que se lo realizará en forma conjunta con la población de Mindo y sus alrededores, por el alto porcentaje de población joven que existe y así formarlos en el negocio del turismo.

3.5.3 Misión y Visión.

Misión

Contribuir al desarrollo sostenible y sustentable del Ecoturismo en Mindo, poniendo a disposición de los turistas y excursionistas los recursos turísticos disponibles al interior de la Hostería para la práctica del aviturismo, senderismo, la visita a cascadas naturales, ríos y otras actividades de recreación en beneficio de la comunidad, los colaboradores y propietarios.

Visión

Ser un lugar de referencia en la zona, como un ejemplo de desarrollo sustentable con la práctica del turismo consciente y educativo para los turistas, especialmente promoviendo un verdadero Ecoturismo.

3.5.4 Organización humana.

La Hostería se administrará de forma jerárquica, a cargo de la Gerencia General estarán cinco departamentos:

- a. **Restaurante:** relacionado a la gestión del proceso de alimentación de los turistas y atención a las habitaciones.

- b. Administración: encargado de la coordinación de recursos y control de las actividades generales en cada proceso de la Hostería.
- c. Ama de llaves o Habitaciones: relacionado alojamiento, conformado por el equipo de gestión de limpieza y asistencia a la habitación conformado por camareros y ayudantes polivalentes.
- d. Recreación: área dedicada a la gestión de actividades de recreación y relajación, está conformada por los ayudantes polivalentes.
- e. Mantenimiento: área dedicada que brinda mantención a las áreas y equipos destinados a la oferta del servicio.

Existen dos áreas que se subcontratarán que son el asesoramiento legal y la gestión contable financiera. Para el funcionamiento administrativo y operativo de la Hostería, según cada departamento se ha definido los siguientes cargos, cada uno con funciones específicas a realizar dentro de las instalaciones, estas fundamentadas en lo expuesto por Casillas (2010):

Gerencia General

- **Funciones del Gerente general**
 - Planear la distribución de los recursos, acciones comerciales y desarrollo del talento humano de la organización
 - Organizar las actividades por departamento, definiendo estándares de trabajo, tiempos y procesos
 - Dirigir a la organización de acuerdo a los objetivos y estrategias definidas por los propietarios
 - Motivar al personal al cumplimiento de metas y estándares de productividad
 - Delegar con responsabilidad las funciones a cada miembro del equipo
 - Controlara las actividades de cada áreas, midiendo a través de indicadores la gestión del talento humano
 - Realizar el Control financiero y la gestión tributaria de la Hostería
 - Planificación y seguimiento comercial

Administración

- **Funciones del Asistente Administrativo**

- Recibe órdenes directas del Gerente
- Organizar las actividades de recreación
- Coordina las actividades de los guías contratados
- Ejecuta la contabilidad de la empresa
- Realiza pagos a proveedores
- Realiza los roles de pagos del personal
- Notifica de novedades al Gerente

- **Funciones del Vendedor**

- Relación directa con la administración de la hostería
- Planear estrategias de comercialización con la administración
- Motivar a los clientes de las bondades de la hostería
- Promover alianzas con empresas para el uso de las instalaciones

Servicios

- **Funciones de la Recepcionista**

- Registro de huéspedes check in/out
- Facturación
- Organizar horarios de actividades de recreación
- Confirmación de actividades recreativas
- Coordinar la entrega de equipos y su verificación
- Ingreso de datos al sistema de facturación y seguimiento de los clientes
- Envío de cotizaciones
- Contacto directo/telefónico con el cliente, proveedores y otras instituciones

- **Funciones del Camarero**

- Recibir a los huéspedes
- Ingreso a la habitación con el cliente

- Indicaciones de las habitaciones
- Verifica el funcionamiento de la habitación
- Ayuda con el equipaje de los huéspedes
- Revisar habitación después de la estadía del turista
- Limpieza de habitaciones
- Reposición de Amenities

- **Funciones de los Ayudantes de Servicios**

- Preparación de los equipos para recreación
- Indicaciones a los turistas
- Apoya a los servicios de guías
- Mantenimiento de los caminos para el senderismo
- Paseos y control de las bicicletas con los turistas
- Control y mantenimiento de los caballos
- Control, supervisión y ayuda a los turistas para el baño en el río y cascadas
- Reporte de novedades en recepción / ayudante administrativo

Restaurante

- **Funciones del Chef de partida**

- Responsable directo del personal de cocina
- Recibe la orden (comanda)
- Preparación de los platos a tiempo
- Entrega la orden
- Presentar diariamente el inventario de existencias de alimentos
- Planificar diariamente el menú de acuerdo a las provisiones existentes
- Cuidar que los platos se sirvan adecuadamente
- Recepción/despida de Quejas
- Solución de quejas
- Control de la calidad de los alimentos

- **Funciones del Ayudante de Cocina**

- Recibe las ordenes del Chef

- Limpia, ordena y guarda los insumos de la cocina
- Prepara los platos de acuerdo a las ordenes del Chef
- Realiza los emplatados
- Lavado de la vajilla

- **Funciones del Salonero**

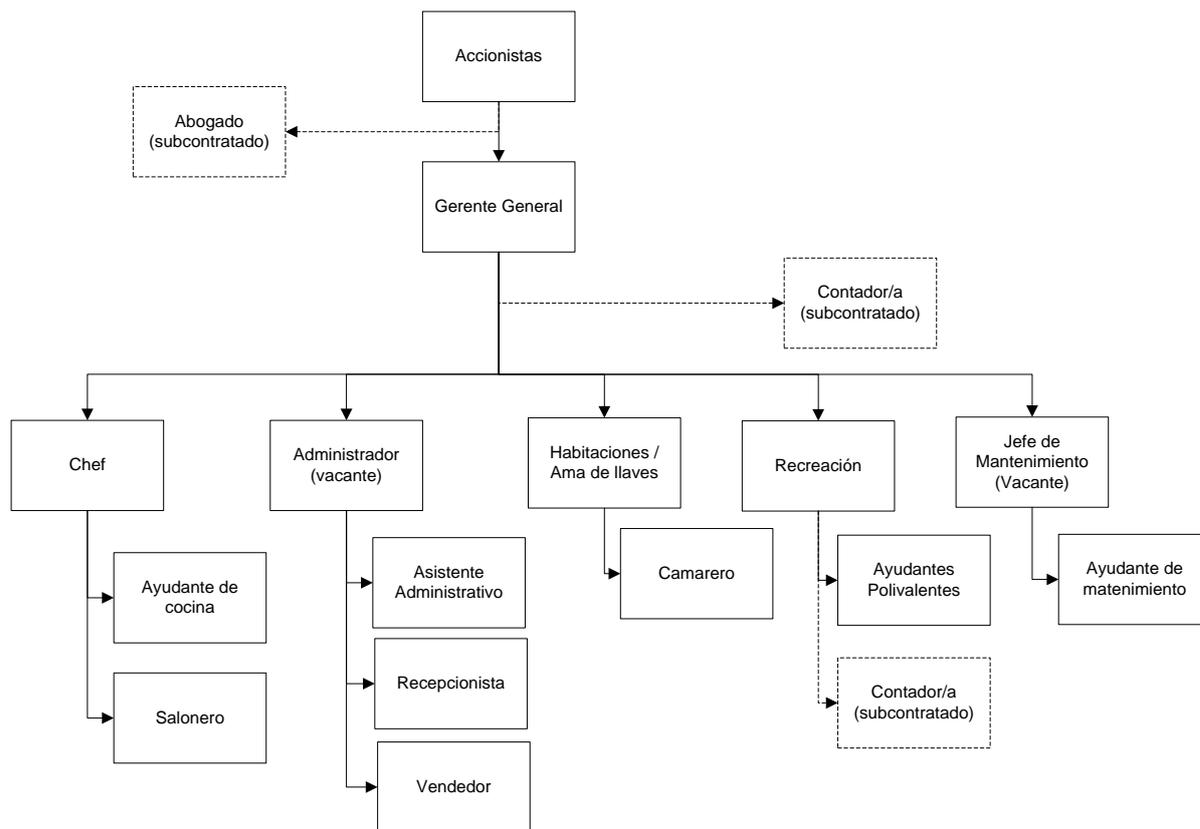
- Recibe al cliente
- Presenta el menú
- Toma la orden del cliente
- Entrega la orden en la cocina
- Sirve la comida al cliente
- Ofrece las diferentes bebidas a servir
- Retira el servicio de la mesa
- Entrega la factura
- Recibe quejas
- Notifica al chef

Mantenimiento

- **Ayudante de mantenimiento**

- Trabajo de jardinería en los alrededores de la hostería
- Control y mantenimiento de los equipos hidráulicos de la piscina e hidromasaje
- Control y mantenimiento del sistema eléctrico
- Mantenimiento de los muebles y enseres de habitaciones
- Chequeo periódico del sistema de provisión de agua de la hostería
- Chequeo periódico de los equipos para recreación
- Programa de fumigación periódica en las instalaciones de la hostería
- Reporte de novedades para las reparaciones necesarias

Gráfico N° 47: Organigrama estructural



Fuente: Autora, 2013
 Elaborado por: Rosa Torres P.

En el organigrama estructural, tenemos como principales a los Accionistas, quienes están en primer lugar, y a continuación se encuentra el Gerente General, que dirige a las cuatro personas principales, quienes también tienen a su cargo otros empleados para ejecutar las operaciones concernientes al servicio de la Hostería, aunque por el momento, no estarían contratados, sino se los menciona solamente.

El Chef que tiene a su cargo a un ayudante y un Saloner; El Administrador que por el momento no estará contratado, sino se tiene a un Asistente Administrativo con un Vendedor, el Jefe de servicios también vacante, pero se tiene una Recepcionista, un Camarero y tres Ayudantes, y en Mantenimiento se tendría un persona como Ayudante.

De las funciones de las personas involucradas en el funcionamiento de la Hostería, se tiene que todas serían contratadas directamente para realizar su trabajo, pero en lo que respecta a la función de Contabilidad y Jurídica, lo más aconsejable sería contratar los servicios externos ya sea de personas naturales o jurídicas para que

ejecuten estas funciones, pues como la empresa estaría recién funcionando, no es necesario mantener estos puestos permanentes sino que se de forma ocasional.

3.5.5 Organización Jurídica.

De acuerdo con la legislación Mercantil del Ecuador, y para la constitución de la empresa que dirigirá el funcionamiento de la Hostería, se lo haga a través de una Sociedad Anónima, que cumple con los requisitos necesarios para formarla y ponerla en marcha.

Los requisitos contemplados según la Superintendencia de Compañía (2011), son los siguientes:

- **Solicitud de aprobación:** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
- **Objeto social:** Servicios de alojamientos por corto tiempo en complejos turísticos, hosterías, casas de huéspedes y cabañas.
- **Capacidad:** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. La compañía se conformará entre dos personas habilitadas sin parentesco.
- **Números de accionistas:** la sociedad se creara con dos accionistas, ecuatorianos, libres de contratar, la Sra. Rosa Torres y Sr. Gonzalo Velástegui.
- **Capital mínimo:** El capital suscrito para la creación de la compañía será de ochocientos dólares americanos. Que corresponden a 800 acciones, repartida en un 60% para la Sra. Rosa Torres y el 40% para el Sr. Gonzalo Velástegui; el capital será suscrito y pagado en su totalidad a la conformación de la sociedad.

3.5.6 Requisitos legales para la apertura de la hostería.

Entre los requisitos exigidos por el MINTUR (2013) para la creación de una Hostería se identifican los siguientes:

- **Registro de la Actividad Turística en el Ministerio de Turismo**

Consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos en el Ministerio, y en el cual se establece la clasificación y categoría que corresponda. Se lo realiza por una sola vez.

Requisitos para su obtención:

- a) Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatutos. (solo para personas jurídicas);
- b) Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil (solo para personas jurídicas);
- c) Copia de la cédula de identidad
- d) Copia de la papeleta de votación.
- e) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud, y
- f) Registro Único de Contribuyentes
- g) Copia del título de propiedad (escritura de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
- h) Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
- i) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de actividades.

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.

- **Licencia única de funcionamiento de Turismo en el Ministerio**

Es la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo, sin la cual no se permite operar, tiene validez de Un año en que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente.

- **Permiso Sanitario y Certificados de Salud de los Empleados**

Son las autorizaciones sanitarias y de salud para los empleados, se obtienen en los Centros de Salud más cercanos al lugar de residencia de la Hostería, podría ser en: Mindo, San Miguel de Los Bancos o Pedro Vicente Maldonado. Se realiza cada año.

- **Patente**

Se tramita en el Municipio de San Miguel de Los Bancos, para lo cual es necesario presentar el RUC de la empresa. La duración es de un año.

- **Permiso de Bomberos**

Se lo solicita en el Cuerpo de Bomberos de San Miguel de los Bancos de acuerdo a la Ley de Defensa contra incendios (Art 35) y su Reglamento (Art. 40), y dura Un año.

- **Afiliación a la Cámara sectorial**

Luego de haber cumplido los requisitos anteriores, se procede a la Afiliación en la Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR, con los siguientes requisitos:

- Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta
- Copia del último aumento de Capital (sí hubiese)
- Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
- Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
- Cancelar la cuota de afiliación.

Una vez cumplido este trámite, la cámara otorgará un Certificado de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil. Como nota adicional a los trámites indicados, existe un requisito extra a cumplir, el cual es la obtención de una categoría especial, de acuerdo al Art. 169, del Reglamento General de Actividades Turísticas, de la Ley de Turismo (TURISMO, 2009) vigente, en el que se indica que se deberá obtener la certificación de Sostenibilidad, la cual acredita para que la Hostería pueda denominarse “Empresa de Ecoturismo”. Sin embargo, no se ha determinado de parte del Ministerio los lineamientos a seguir para que se aplique dicha norma.

CAPITULO IV
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Una vez concluido la parte técnica del proyecto, y mediante el cual se ha determinado el establecimiento de una Hostería ecológica en el sector de Mindo, es necesario realizar el respectivo estudio Económico y Financiero, a través del cual se establecerán los requisitos y medios monetarios que son indispensables para la instalación y funcionamiento del negocio, además con los resultados obtenidos la información económica será de suma importancia para el establecimiento de la Hostería.

4.1 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

4.1.1 Costos de producción.

Los costos de producción están asociados a los procesos productivos de la Hostería, a través del funcionamiento de las diferentes áreas en las que se van a ejecutar las acciones a realizar, como: alojamiento, alimentación y recreación, luego de los capítulos anteriores, en los que se determinaron el establecimiento de la empresa, existen diferentes costos a considerar para el desarrollo de la misma, y están determinados así:

4.1.1.1 Costos directos.

- **Materias Primas**

Tabla No. 108: Materias Primas

| Provisión cocina | Año 1 |
|----------------------------|--------------------|
| Víveres | \$ 2.607,00 |
| Perecibles | \$ 1.564,20 |
| Carnes | \$ 1.738,00 |
| Bebidas | \$ 1.564,20 |
| TOTAL | \$ 5.909,20 |
| Provisión amenities | Año 1 |
| Jabones | \$ 869,00 |
| Shampoo | \$ 1.158,67 |
| TOTAL | \$ 2.027,67 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

Corresponde a las provisiones necesarias para el funcionamiento de la Hostería, tanto en el área de cocina, tal como son Perecibles, víveres, carnes y bebidas; y para el área de las habitaciones, se prevé los artículos de limpieza corporal: Shampoo y jabones.

Tabla No.109: Provisión de artículos de limpieza

| Artículos de limpieza | Cantidad mensual | V. unit. | Año 1 |
|------------------------------------|------------------|----------|--------------------|
| Desinfectante (ltrs.) | 48 | \$ 28,00 | \$ 1.344,00 |
| Fundas industriales (Paq. 10) | 24 | \$ 3,45 | \$ 82,80 |
| Limpiones (unid.) | 24 | \$ 2,59 | \$ 62,16 |
| Escobas | 24 | \$ 2,20 | \$ 52,80 |
| Ambientales (Pastilla para Baño) | 96 | \$ 1,10 | \$ 105,60 |
| Trapeadores | 24 | \$ 5,40 | \$ 129,60 |
| Artículos para limpieza de piscina | 12 | \$ 40,00 | \$ 480,00 |
| TOTAL | | | \$ 2.256,96 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En el Tabla se observa los artículos de limpieza que se van a utilizar en las tareas de mantenimiento de la Hostería, dentro de lo referente a habitaciones y área de piscina, cuya provisión se ha estimado en función de la cantidad mensual a utilizar.

Tabla No. 110: Provisión jardinería y mantenimiento de paisajes

| Provisión jardinería y mantenimiento de paisajes | Cantidad mensual | V. unit. | Año 1 |
|--|------------------|-----------|--------------------|
| Mantenimiento | 12 | \$ 200,00 | \$ 2.400,00 |
| Señalética | 12 | \$ 20,00 | \$ 240,00 |
| TOTAL | | | \$ 2.640,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

La provisión mensual y anual de los costos concernientes al mantenimiento tanto de jardinería como la Señalética de las áreas verdes de la Hostería, ascienden a un total de \$ 2.640,00 (Dos mil seiscientos cuarenta dólares.)

- **Sueldos y salarios**

Tabla No.111: Remuneración del personal de Cocina

| Cargo | Nro. Personas | Salario mensual por persona | Remuneración anual con todos los beneficios |
|--------------------------|---------------|-----------------------------|---|
| Camarero | 1 | \$ 318,00 | 4.915,64 |
| Chef de partida | 1 | \$ 900,00 | 13.330,20 |
| Ayudante de cocina | 1 | \$ 318,00 | 4.915,64 |
| Salonero | 1 | \$ 318,00 | 4.915,64 |
| Ayudante (Ama de llaves) | 1 | \$318,00 | 4.915,64 |
| Total | 5 | \$ 2.808,00 | 33.253,02 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

Se expresa en la tabla las remuneraciones del personal de Cocina cuyos sueldos mensuales se ajustan a los establecidos en la ley y todos constarán en nómina y gozarán de todos los beneficios, tal como son afiliación al IESS, vacaciones, fondos de reserva y demás.

- **Servicios adicionales**

Tabla No. 112: Servicios de Guianzas

| Recreación | Cantidad mensual | V. unit. | Año 1 |
|-----------------------|------------------|-----------|--------------------|
| Servicios de guianzas | 12 | \$ 300,00 | \$ 3.600,00 |
| TOTAL | | | \$ 3.600,00 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

El servicio de guianzas será subcontratado en función de las actividades a realizar por los visitantes dentro de los planes ofertados por la Hostería, para lo cual se coordinará con el guía los horarios y fechas correspondientes.

4.1.1.2 Costos indirectos.

Son costos indirectos todos aquellos que intervienen en el servicio pero no forman parte del producto final, dentro de los mismos se tiene:

- **Mano de obra indirecta**

Tabla No.113: Mano de obra indirecta

| Cargo | Nro. Personas | Sueldo Mensual | Remuneración Anual con beneficios |
|---------------------------|---------------|----------------|-----------------------------------|
| Ayudante de mantenimiento | 1 | \$ 318,00 | \$ 4915,64 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

En lo relacionado con la mano de obra indirecta, se está considerando a una persona que será Ayudante de Mantenimiento para el área de la Hostería, contemplando la

limpieza de la Piscina, e Hidromasaje; quien de igual manera será parte de la nómina de la empresa y contará con todos los beneficios de Ley.

- **Gastos indirectos de producción**

En este rubro están contemplados todos los gastos que se producen en las actividades que se realizan para el trabajo a desarrollar en la Hostería, pero que no afectan directamente en la producción.

Servicios básicos

Tabla No.114: Provisión de servicios básicos

| Provisión servicios básicos | Meses | Valor por mes | Año 1 |
|-----------------------------|-------|---------------|--------------------|
| Agua | 12 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Luz | 12 | \$ 100,75 | \$ 1.209,00 |
| Teléfono celular | 12 | \$ 60,00 | \$ 720,00 |
| Televisión por cable | 12 | \$ 222,00 | \$ 2.664,00 |
| TOTAL | | | \$ 4.593,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Se indica a través de la tabla la respectiva provisión de servicios básicos que se consumirán mensualmente, dentro de este no se contempla el valor del servicio de Agua pues la provisión es propia del lugar, el resto de servicios está provisionado en función de sus valores mensuales.

Mantenimiento Maquinaria y Equipo

Tabla No. 115: Previsión y Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

| Previsión Mantenimiento | Vida útil | Horas promedio por día de operación | Total anual de horas | Valor Año 1 |
|-------------------------|-----------|-------------------------------------|----------------------|-------------|
| Maquinaria y equipo | 10 | 12 | 4368 | \$ 404,39 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Dentro de la previsión para el mantenimiento de la maquinaria y equipo se incluye el de la piscina e hidromasaje, así también de los equipos del área de cocina,

contemplados con un periodo de vida útil de 10 años, a un promedio de doce horas operación por día, siete días a la semana, la previsión contempla un costo anual de \$ 404,39.

Provisiones Materiales de oficina

Tabla No.116: Provisión de materiales de oficina

| Provisión materiales de oficina | Meses | Valor por mes | Año 1 |
|---------------------------------|-------|---------------|------------------|
| Materiales de oficina | 12 | \$ 10,00 | \$ 120,00 |
| TOTAL | | | \$ 120,00 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

Los materiales de oficina considerados dentro de este rubro contemplan la papelería para toma de pedidos de cocina y habitaciones.

Tabla No. 117: Resumen de Costos

| Detalle | Año 1 |
|-------------------------------------|---------------------|
| Compras cocina | \$ 5.909,20 |
| Amenities | \$ 2.027,67 |
| Artículos de limpieza | \$ 2.256,96 |
| Mantenimiento de jardines | \$ 2.640,00 |
| Guianzas | \$ 3.600,00 |
| Servicios básicos | \$ 4.593,00 |
| Mantenimiento de equipos y vehículo | \$ 404,39 |
| Materiales de oficina | \$ 120,00 |
| TOTAL | \$ 21.551,21 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

El total anual de costos de producción representan un valor anual de \$21.551, 21.

4.1.2 Costos de Administración.

- Remuneraciones

Tabla No.118: Remuneraciones del personal Administrativo

| Cargo | Nro. Personas | Salario Mensual por persona | Remuneración anual con todos los beneficios |
|--------------------------|---------------|-----------------------------|---|
| Gerente General | 1 | \$ 800,00 | 11.884,40 |
| Recepcionista | 1 | \$ 318,00 | 4.915,64 |
| Asistente Administrativo | 1 | \$ 318,00 | 4.915,64 |
| Total | | \$ 1436,00 | \$ 21.715,69 |

Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

En las remuneraciones del personal Administrativo constan los salarios que percibirán los mismos con todas las Bonificaciones de Ley.

- **Materiales de oficina**

Tabla No.119: Provisión de Materiales de Oficina

| Provisión materiales de oficina | Meses | Valor por mes | Año 1 |
|--|--------------|----------------------|------------------|
| Materiales de oficina | 12 | \$ 30,00 | \$ 360,00 |
| TOTAL | | | \$ 360,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Dichas provisiones contemplan los valores correspondientes a papelería y artículos de escritorio para el personal administrativo.

- **Servicios profesionales**

Tabla No. 120: Servicios Profesionales

| Servicios profesionales | Meses | Valor por mes | Año 1 |
|--------------------------------|--------------|----------------------|--------------------|
| Contabilidad | 12 | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| Asesoría legal | 2 | \$ 300,00 | \$ 600,00 |
| TOTAL | | | \$ 3.600,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Para la realización de actividades de declaración de impuestos se contratará de forma mensual los servicios de una contadora CPA autorizada para dichas funciones; adicional para la gestión legal de la conformación de la empresa se prevé el pago de asesoría legal de un abogado especializado en derecho administrativo, y cuyos servicios son prestados de manera ocasional, por lo tanto no se paga sueldo básico.

- **Servicios básicos administración**

Tabla No. 121: Previsión de servicios básicos

| Provisión servicios básicos | Meses | Valor por mes | Año 1 |
|------------------------------------|--------------|----------------------|------------------|
| Agua | 12 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Luz | 12 | \$ 20,15 | \$ 241,80 |
| Teléfono celular | 12 | \$ 20,00 | \$ 240,00 |
| TOTAL | | | \$ 481,80 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Corresponde a los valores que se cancelarán por servicios básicos de las oficinas que ocupará el personal administrativo.

4.1.3 Costos de venta.

El costo de ventas representan los egresos de valor correspondientes a la gestión comercial para la promoción de los servicios que brindará la Hostería, dentro de los cuales se consideran:

- **Remuneración personal de ventas**

Tabla No. 122: Remuneración del personal de Ventas

| Cargo | Nro. Personas | Salario por persona | Salario anual más beneficios |
|--------------|----------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Vendedor | 1 | \$ 318,00 | 4.915,64 |
| Total | | \$ 318,00 | 4.915,64 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Se ha considerado un Vendedor con un salario mensual básico, formará parte de la nómina de la empresa y gozará de todos los beneficios de ley.

- **Publicidad**

Tabla No. 123 :Publicidad

| Servicios profesionales | Meses | Valor por mes | Año 1 |
|--------------------------------|--------------|----------------------|--------------------|
| Publicidad | 12 | \$ 500,00 | \$ 6.000,00 |
| TOTAL | | | \$ 6.000,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

También se ha considerado el gasto de Publicidad el mismo que incluye flyers y cuñas en las principales radios del país.

4.1.4 Costos Financieros.

Se refieren a los intereses que se tendrán que pagar de acuerdo al Capital en préstamo que se obtendrá para el financiamiento del proyecto en mención; además para un control más específico y también por cuestiones tributarias, se registrará por separado.

Tabla No.124: Intereses Pago Deuda

| Fecha de pago | Interés |
|----------------------|----------------|
| 1 | \$ 24.755,82 |
| 2 | \$ 23.164,86 |
| 3 | \$ 21.422,76 |
| 4 | \$ 19.515,15 |
| 5 | \$ 17.426,33 |
| 6 | \$ 15.139,07 |
| 7 | \$ 12.634,51 |
| 8 | \$ 9.892,03 |
| 9 | \$ 6.889,01 |
| 10 | \$ 3.600,70 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla se indica el valor a pagar por intereses del préstamo, cuyas condiciones se detallarán en la sección de fuentes de financiamiento.

Determinado todos los costos y gastos a continuación se presentan el resumen de los mismos proyectados a diez años en la siguiente tabla:

Tabla No. 125: Resumen de costos y gastos

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Costos Directos | | | | | | | | | | |
| Compras cocina | \$ 5.909,20 | \$ 6.307,65 | \$ 6.739,10 | \$ 7.190,61 | \$ 7.684,71 | \$ 8.208,40 | \$ 8.762,82 | \$ 9.356,76 | \$ 9.991,82 | \$ 10.669,63 |
| Amenities | \$ 2.027,67 | \$ 3.246,58 | \$ 3.468,65 | \$ 3.701,05 | \$ 3.955,37 | \$ 4.224,91 | \$ 4.510,27 | \$ 4.815,98 | \$ 5.142,85 | \$ 5.491,72 |
| Artículos de limpieza | \$ 2.256,96 | \$ 2.295,55 | \$ 2.334,81 | \$ 2.374,73 | \$ 2.415,34 | \$ 2.456,64 | \$ 2.498,65 | \$ 2.541,38 | \$ 2.584,84 | \$ 2.629,04 |
| Mantenimiento de jardines | \$ 2.640,00 | \$ 2.685,14 | \$ 2.731,06 | \$ 2.777,76 | \$ 2.825,26 | \$ 2.873,57 | \$ 2.922,71 | \$ 2.972,69 | \$ 3.023,52 | \$ 3.075,22 |
| Mano de Obra | \$ 33.253,02 | \$ 37.125,37 | \$ 37.760,21 | \$ 38.405,91 | \$ 39.062,66 | \$ 39.770,70 | \$ 40.450,78 | \$ 41.142,49 | \$ 41.846,03 | \$ 42.561,60 |
| Costos Indirectos | | | | | | | | | | |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 4.915,64 | \$ 5.479,42 | \$ 5.573,12 | \$ 5.668,42 | \$ 5.765,35 | \$ 5.869,76 | \$ 5.970,13 | \$ 6.072,22 | \$ 6.176,05 | \$ 6.281,66 |
| Guianza | \$ 3.600,00 | \$ 3.661,56 | \$ 3.724,17 | \$ 3.787,86 | \$ 3.852,63 | \$ 3.918,51 | \$ 3.985,51 | \$ 4.053,67 | \$ 4.122,98 | \$ 4.193,49 |
| Servicios básicos | \$ 4.593,00 | \$ 4.671,54 | \$ 4.751,42 | \$ 4.832,67 | \$ 4.915,31 | \$ 4.999,36 | \$ 5.084,85 | \$ 5.171,80 | \$ 5.260,24 | \$ 5.350,19 |
| Mantenimiento de equipos y vehículo | \$ 404,39 | \$ 411,30 | \$ 418,33 | \$ 425,49 | \$ 432,76 | \$ 440,16 | \$ 447,69 | \$ 455,35 | \$ 463,13 | \$ 471,05 |
| Combustibles | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Materiales de oficina | \$ 120,00 | \$ 122,05 | \$ 124,14 | \$ 126,26 | \$ 128,42 | \$ 130,62 | \$ 132,85 | \$ 135,12 | \$ 137,43 | \$ 139,78 |
| Depreciaciones | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 |
| Gastos administrativos | | | | | | | | | | |
| Sueldos y beneficios | \$ 21.715,69 | \$ 24.253,30 | \$ 24.668,04 | \$ 25.089,86 | \$ 25.518,90 | \$ 25.981,55 | \$ 26.425,83 | \$ 26.877,71 | \$ 27.337,32 | \$ 27.804,79 |
| Provisión servicios básicos | \$ 481,80 | \$ 490,04 | \$ 498,42 | \$ 506,94 | \$ 515,61 | \$ 524,43 | \$ 533,39 | \$ 542,52 | \$ 551,79 | \$ 561,23 |
| Provisión materiales de oficina | \$ 360,00 | \$ 366,16 | \$ 372,42 | \$ 378,79 | \$ 385,26 | \$ 391,85 | \$ 398,55 | \$ 405,37 | \$ 412,30 | \$ 419,35 |
| Servicios profesionales | \$ 3.600,00 | \$ 3.661,56 | \$ 3.724,17 | \$ 3.787,86 | \$ 3.852,63 | \$ 3.918,51 | \$ 3.985,51 | \$ 4.053,67 | \$ 4.122,98 | \$ 4.193,49 |
| Depreciaciones | \$ 4.791,00 | \$ 4.791,00 | \$ 4.791,00 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 |
| Amortización de Activos diferidos | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Gastos de Ventas | | | | | | | | | | |
| Sueldos y beneficios | \$ 4.915,64 | \$ 5.479,42 | \$ 5.573,12 | \$ 5.668,42 | \$ 5.765,35 | \$ 5.869,76 | \$ 5.970,13 | \$ 6.072,22 | \$ 6.176,05 | \$ 6.281,66 |
| Publicidad | \$ 6.000,00 | \$ 6.102,60 | \$ 6.206,95 | \$ 6.313,09 | \$ 6.421,05 | \$ 6.530,85 | \$ 6.642,52 | \$ 6.756,11 | \$ 6.871,64 | \$ 6.989,15 |
| Gastos financieros | | | | | | | | | | |
| Interés en pago de deuda | \$ 24.755,82 | \$ 23.164,86 | \$ 21.422,76 | \$ 19.515,15 | \$ 17.426,33 | \$ 15.139,07 | \$ 12.634,51 | \$ 9.892,03 | \$ 6.889,01 | \$ 3.600,70 |
| TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN | \$ 145.510,24 | \$ 153.485,53 | \$ 154.052,31 | \$ 153.592,16 | \$ 153.964,21 | \$ 153.318,93 | \$ 153.427,02 | \$ 153.387,37 | \$ 153.180,29 | \$ 152.784,03 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

4.2 Inversión total: fija y diferida

La inversión total del proyecto está en relación con los activos fijos o tangibles y los diferidos o intangibles que formarán parte del Capital de la empresa. Los activos fijos constituyen: terrenos, edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres de oficina, equipos de oficina, equipos de computación. El activo diferido o intangible, son los bienes de la empresa necesarios para constituir y poner en funcionamiento la misma; entre los cuales se consideran: obtención del RUC, Registro Marca en el IEPI, Pago de patentes, y gastos legales para la constitución de la empresa, y finalmente un rubro para imprevistos.

4.2.1 Inversión fija.

- **Terrenos**

Tabla No. 126: Terreno

| Activo | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
|--------------------|-----------------------|-------------|---------------------|
| Terreno disponible | 2000 metros cuadrados | \$ 20,00 | \$ 40.000,00 |
| TOTAL | | | \$ 40.000,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El terreno en donde se van a construir las instalaciones de la Hostería, consta de una superficie total de 2.000 metros cuadrados, de propiedad de la autora.

Tabla No. 127: Edificaciones

| Activo | Superficie m ² | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|--------------------------|---------------------------|-------------|----------------------|
| Oficinas administrativas | 64,71 | \$ 250,00 | \$ 16.177,50 |
| Cocina | 38,53 | \$ 200,00 | \$ 7.706,00 |
| Restaurante | 93,08 | \$ 200,00 | \$ 18.616,00 |
| Alojamiento | 458,52 | \$ 400,00 | \$ 183.408,00 |
| Áreas comunes | 320 | \$ 4,00 | \$ 1.280,00 |
| Estacionamiento | 168 | \$ 10,00 | \$ 1.680,00 |
| Cuarto de Máquinas | 17 | \$ 300,00 | \$ 5.100,00 |
| Piscina | 96 | \$ 400,00 | \$ 38.400,00 |
| Hidromasaje | 9 | \$ 400,00 | \$ 3.600,00 |
| Cancha de Vóley | 162 | \$ 50,00 | \$ 8.100,00 |
| Cancha multipropósito | 364 | \$ 50,00 | \$ 18.200,00 |
| TOTAL | 1.790,84 | | \$ 302.267,50 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El valor de inversión considerado para la construcción de las diferentes áreas con las que va a constar la hostería asciende a un total de \$302.267,50.

- **Maquinaria y Equipo**

Tabla No. 128: Maquinaria y Equipo

| MAQUINARIA Y EQUIPO | | | |
|--|-----------------|--------------------|---------------------|
| RUBROS | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Cocina industrial 4 quemadores con plancha | 1 | \$ 490,00 | \$ 490,00 |
| Freidoras | 1 | \$ 1.700,00 | \$ 1.700,00 |
| Refrigerador enfriador | 1 | \$ 3.500,00 | \$ 3.500,00 |
| Congelador | 1 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 |
| Juego de cuchillos | 2 | \$ 120,00 | \$ 240,00 |
| Bicicletas | 12 | \$ 480,00 | \$ 5.760,00 |
| Sistema Hidráulico | 1 | \$ 8.000,00 | \$ 8.000,00 |
| Utensilios de cocina y Vajilla | | \$ 8.377,50 | \$ 8.377,50 |
| Menaje | | \$ 14.766,00 | \$ 14.766,00 |
| TOTAL | | | \$ 48.393,40 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Para el funcionamiento de la Hostería es necesaria la compra de Maquinaria y Equipo que están distribuidos en su mayoría para el funcionamiento del área de Cocina; además constan los equipos para recreación y el sistema hidráulico para el funcionamiento de la piscina.

- **Muebles y Enseres**

En la tabla se presenta el valor de inversión en el mobiliario que se utilizará para la adecuación de las oficinas administrativas, Cocina, Bar, Restaurante y especialmente con el amueblamiento de las habitaciones.

Tabla No. 129: Muebles y Enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|--|-----------------|-----------------|---------------------|
| Activo | CANTIDAD | V. UNIT. | V. TOTAL |
| Estación de trabajo (modular) | 1 | \$ 200,56 | \$ 200,56 |
| Archivador | 2 | \$ 160,00 | \$ 320,00 |
| Silla para estación | 1 | \$ 89,00 | \$ 89,00 |
| Mesa de reuniones con 6 sillas | 1 | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| Silla atención | 2 | \$ 33,00 | \$ 66,00 |
| Counter | 1 | \$ 251,33 | \$ 251,33 |
| Silla | 3 | \$ 95,34 | \$ 286,02 |
| Locker | 7 | \$ 35,00 | \$ 245,00 |
| Escritorio | 2 | \$ 137,26 | \$ 274,52 |
| Vitrina biblioteca | 1 | \$ 142,60 | \$ 142,60 |
| Catres | 10 | \$ 110,00 | \$ 1.100,00 |
| Cama plaza y media | 6 | \$ 110,00 | \$ 660,00 |
| Camas literas | 18 | \$ 220,00 | \$ 3.960,00 |
| Camas matrimoniales | 12 | \$ 350,00 | \$ 4.200,00 |
| Closet | 20 | \$ 120,00 | \$ 2.400,00 |
| Cómoda y/o mueble para Televisión | 10 | \$ 100,00 | \$ 1.000,00 |
| Escritorio y/o mesa | 10 | \$ 100,00 | \$ 1.000,00 |
| Un velador o mesa de noche con lámpara | 22 | \$ 106,00 | \$ 2.332,00 |
| Silla por huésped | 30 | \$ 45,00 | \$ 1.350,00 |
| Mesas | 6 | \$ 220,00 | \$ 1.320,00 |
| Sillas | 24 | \$ 70,00 | \$ 1.680,00 |
| Bar | 1 | \$ 890,00 | \$ 890,00 |
| Estanterías | 3 | \$ 650,00 | \$ 1.950,00 |
| TOTAL | | | \$ 25.967,03 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

- **Equipo de Computación**

Tabla No. 130: Equipo de Computación

| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | | |
|------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| Activo | CANTIDAD | V. UNIT. | V. TOTAL |
| Computador | 4 | \$ 660 | \$ 2.638,68 |
| Impresora | 3 | \$ 89 | \$ 267,00 |
| TOTAL | | | \$ 2.905,68 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Considera la inversión a generarse por concepto de la adquisición de computadores e impresoras para las distintas áreas de la Hostería.

- **Equipo de Oficina**

Tabla No. 131: EQUIPO DE OFICINA

| EQUIPO DE OFICINA | | | |
|--|-----------------|-----------------|---------------------|
| Activo | CANTIDAD | V. UNIT. | V. TOTAL |
| Central telefónica | 1 | \$ 295,00 | \$ 295,00 |
| Mini central Telefónica | 2 | \$ 110,00 | \$ 220,00 |
| Fax | 1 | \$ 260,00 | \$ 260,00 |
| Motorola - Radio | 5 | \$ 80,00 | \$ 200,00 |
| Teléfono | 4 | \$ 25,00 | \$ 100,00 |
| Televisión LED 32 pulgadas LG | 11 | \$ 590,00 | \$ 6.490,00 |
| Sistema de audio parlante (Consola, Amplificador) | 1 | \$ 800,00 | \$ 800,00 |
| Parlante amplificados Peavey 200 w | 1 | \$ 900,00 | \$ 900,00 |
| Micrófonos Sure Gama Baja | 2 | \$ 32,00 | \$ 64,00 |
| Sistema de audio parlante (Consola, Amplificador) | 1 | \$ 800,00 | \$ 800,00 |
| Parlante amplificados Peavey 200 w | 4 | \$ 900,00 | \$ 3.600,00 |
| DVD | 2 | \$ 80,00 | \$ 160,00 |
| In focus | 1 | \$ 890,00 | \$ 890,00 |
| TOTAL | | | \$ 14.779,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En lo referente al Equipo de Oficina que se utilizará en las instalaciones de la Hostería, se considera realizar la inversión en equipos de amplificación, telecomunicaciones, equipos de televisión.

A continuación se indica el total de inversiones a realizar en todo lo relacionado con los Activos Fijos que se ha detallado anteriormente:

Tabla No. 132: Activos Fijos

| ACTIVO FIJO | |
|-----------------------|-------------------|
| Edificio | \$ 302.268 |
| Terreno | \$ 40.000 |
| Maquinaria y equipo | \$ 48.393 |
| Muebles y enseres | \$ 25.967 |
| Equipo de computación | \$ 2.906 |
| Equipo de oficina | \$ 14.779 |
| TOTAL | \$ 434.313 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

4.2.2 Inversión diferida.

Tabla No. 133: Activo Diferido

| RUBROS | VALOR |
|------------------------------|-----------------|
| Obtención del RUC | \$ 5 |
| Registro de marca en el IEPI | \$ 400 |
| Pago de patentes | \$ 250 |
| Gastos legales | \$ 4.000 |
| Imprevistos | \$ 200 |
| TOTAL | \$ 4.855 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El Activo Diferido considera la inversión a realizar para la Obtención del Registro Único de Contribuyentes, el Registro de la marca en IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), pago de Patentes, Gastos legales e Imprevistos necesario para la constitución de la empresa.

4.3 Cronograma de inversiones

En función de las inversiones que se realizarán por concepto de la implementación de la Hostería, se ha definido el siguiente cronograma de inversiones, en el cual constan las actividades a realizar con los plazos determinados para el efecto.

Tabla No.134: Cronograma de Inversiones

| N° | Actividades | Año 2014 | | | | | | | | | | | |
|----|------------------------------------|----------|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Ene | Feb | Mar | Abr | Ma | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
| 1 | Captación de aportes de los socios | ■ | | | | | | | | | | | |
| 2 | Adjudicación del terreno | ■ | | | | | | | | | | | |
| 3 | Obtención del crédito en CFN | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| 4 | Trámites legales | ■ | | | | | | | | | | | |
| 5 | Inicio de la construcción | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| 6 | Compra de maquinaria y equipo | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| 7 | Compra de equipo de computación | | | | | | | ■ | | | | | |
| 8 | Compra de equipo de oficina | | | | | | | ■ | | | | | |
| 9 | Prueba de operaciones | | | | | | | | | ■ | | | |
| 10 | Inicio formal de operaciones | | | | | | | | | | ■ | | |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

4.4 Depreciaciones y amortizaciones

Las depreciaciones de los activos fijos que estamos indicando son los gastos implícitos considerados dentro de las Leyes Tributarias que rigen en el país, al igual que las amortizaciones de los activos diferidos ante la imposibilidad de que disminuyan

su precio con el paso del tiempo.

Tabla No.135: Depreciaciones de los Activos Fijos

| Concepto | Total | Valor de salvamento (%) | Valor residual (\$) | Valor a depreciar (\$) | Vida útil (años) | Año 1 |
|-----------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|------------------------|------------------|---------------------|
| Edificio | \$ 302.267,50 | 10% | \$ 30.226,75 | \$ 272.040,75 | 20 | \$ 13.602,04 |
| Maquinaria y equipo | \$ 48.393,40 | 5% | \$ 2.419,67 | \$ 45.973,73 | 10 | \$ 4.597,37 |
| Muebles y enseres | \$ 25.967,03 | 5% | \$ 1.298,35 | \$ 24.668,68 | 10 | \$ 2.466,87 |
| Equipo de computación | \$ 2.905,68 | 5% | \$ 145,28 | \$ 2.760,40 | 3 | \$ 920,13 |
| Equipo de oficina | \$ 14.779,00 | 5% | \$ 738,95 | \$ 14.040,05 | 10 | \$ 1.404,01 |
| Total | \$ 394.312,61 | | \$ 34.829,01 | | | \$ 22.990,42 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En la tabla de las depreciaciones, se utilizó el método de línea recta que se indica en la Ley Tributaria esto en base un valor residual descontado el valor de salvamento del 5%, a excepción de las edificaciones que tienen un valor del 10%.

Tabla No.136: Amortización de Activos Diferidos

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Amortización de activos diferidos | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En esta Tabla se indica los valores por concepto de Amortización de los activos diferidos se considera un periodo de cinco años para la recuperación del mismo, que es el máximo periodo establecido por la Ley.

4.5 Capital de trabajo

De acuerdo al concepto contable de Capital de Trabajo, se dice que es la diferencia entre los Activos sobre los pasivos a corto plazo, que mantiene la empresa para su adecuado funcionamiento, y así permitir medir el equilibrio patrimonial de la compañía con un eficiente control financiero y contable de la misma.

Es la inversión necesaria para cubrir todos los costos y gastos indispensables de las operaciones de la empresa mientras la misma genera ingresos derivados de su actividad comercial.

Tabla No. 137: Capital de Trabajo

| Costos | Año 1 |
|-------------------------------------|---------------------|
| Costos Directos | |
| Compras cocina | \$ 5.909,20 |
| Amenities | \$ 2.027,67 |
| Artículos de limpieza | \$ 2.256,96 |
| Mantenimiento de jardines | \$ 2.640,00 |
| Mano de Obra | \$ 33.253,02 |
| Costos Indirectos | |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 4.915,64 |
| Guianzas | \$ 3.600,00 |
| Servicios básicos | \$ 4.593,00 |
| Mantenimiento de equipos y vehículo | \$ 404,39 |
| Combustibles | \$ 0,00 |
| Materiales de oficina | \$ 120,00 |
| TOTAL | \$ 59.719,88 |
| Gastos Administrativos | |
| Año 1 | |
| Sueldos y beneficios | \$ 21.715,69 |
| Provisión servicios básicos | \$ 481,80 |
| Provisión materiales de oficina | \$ 360,00 |
| Servicios profesionales | \$ 3.600,00 |
| Gastos de Ventas | |
| Año 1 | |
| Sueldos y beneficios | \$ 4.915,64 |
| Publicidad | \$ 6.000,00 |
| Total | \$ 37.073,13 |
| TOTAL COSTOS Y GASTOS | \$ 96.793,01 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Para el cálculo del capital de trabajo se aplicará el método del desfase, dentro del cual el primer paso a realizar es determinar el valor total de los costos y gastos en los que incurrirá la Hostería por concepto de sus operaciones, tal como se indica en la Tabla No. 134

Determinado el total de costos y gastos se procede con la obtención del costo diario, dividiendo el total para el número de días al año y el resultante se multiplicará por el número de días de desfase que la empresa ha tomado en consideración hasta generar ingresos propios de la actividad, tal como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla No. 138: Capital de trabajo

| Fórmula | Costo diario | Días de desfase | Capital de trabajo |
|---|--------------|-----------------|--------------------|
| Total Pasivos Corrientes / 365 * (# de días de desfase) | \$ 265,19 | 180 | \$ 47.733,54 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El valor de inversión resultante por capital de trabajo para la operación normal del negocio durante 180 días es de \$ 47.733,54.

4.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio está determinado por la igualdad que existirá entre los ingresos generados por las ventas y los costos y gastos que implica la prestación de los mismos, es decir, es el punto donde la empresa no genera utilidades, simplemente genera lo suficiente para cubrir sus operaciones. Para realizar este cálculo se tiene en cuenta la siguiente clasificación de los costos:

Tabla No.139: Clasificación de los costos

| | |
|--|---------------------|
| Costo variable | |
| Compras cocina | \$ 5.909,20 |
| Amenities | \$ 2.027,67 |
| Artículos de limpieza | \$ 2.256,96 |
| Mantenimiento de jardines | \$ 2.640,00 |
| Mano de Obra | \$ 33.253,02 |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 4.915,64 |
| Guianzas | \$ 3.600,00 |
| Mantenimiento de equipos y vehículo | \$ 404,39 |
| Subtotal | \$ 55.006,88 |
| Costo fijo | |
| Servicios básicos | \$ 4.593,00 |
| Materiales de oficina | \$ 120,00 |
| Depreciaciones (Edificio, Maquinaria y Equipo; y Vehículos) | \$ 18.199,41 |
| Sueldos y beneficios | \$ 21.715,69 |
| Provisión servicios básicos | \$ 481,80 |
| Provisión materiales de oficina | \$ 360,00 |
| Servicios profesionales | \$ 3.600,00 |
| Depreciaciones (Muebles y Enseres, Equipo de Computación y de Oficina) | \$ 4.791,00 |
| Amortización de Activos diferidos | \$ 971,00 |
| Sueldos y beneficios | \$ 4.915,64 |
| Publicidad | \$ 6.000,00 |
| Interés en pago de deuda largo plazo | \$ 24.755,82 |
| Subtotal | \$ 90.503,37 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Una vez determinado los costos se aplicarán las siguientes fórmulas para establecer el punto de equilibrio en dinero y en unidades:

- Punto de equilibrio en dinero (1)

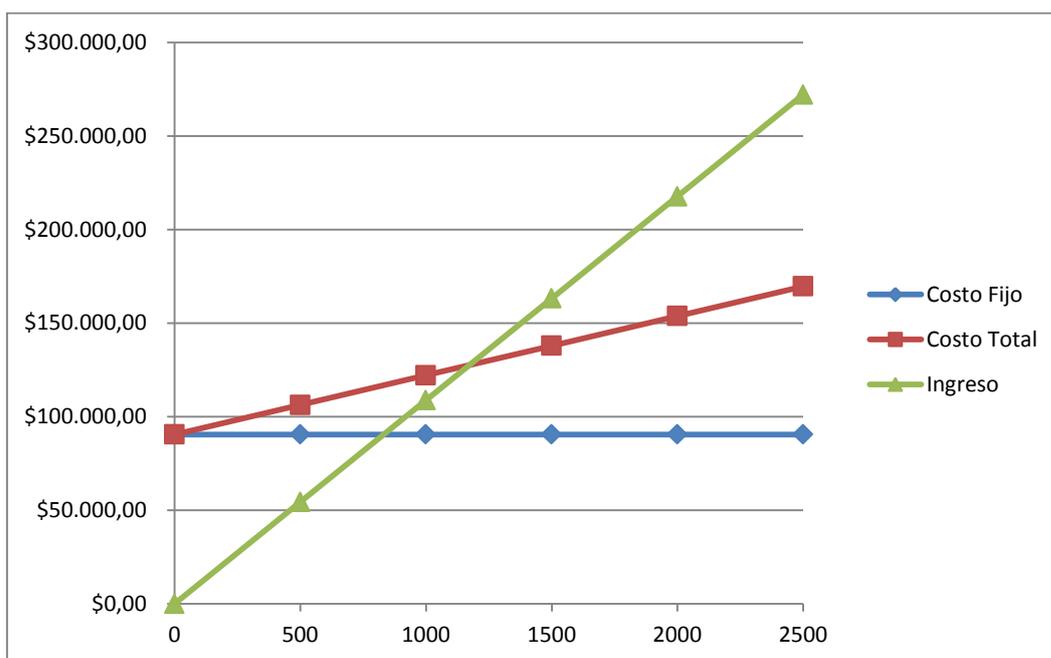
$$Pe = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Reemplazando en 1, se obtiene:

$$Pe = \frac{90.503,37}{1 - \frac{55.006,88}{189.163,32}}$$

$$Pe = 127.611,59 \text{ dólares}$$

Gráfico No. 48: Punto de Equilibrio



Fuente: Autora, 2013
Elaborado por: Rosa Torres P.

El punto de equilibrio muestra el monto total de ventas en dólares en el que la Hostería a crear equipara los costos, es decir que no genera pérdida ni utilidad; comparativamente con los ingresos generados en el primer año de operación se puede concluir que la estimación supera este punto evidenciando una utilidad en las operaciones.

4.7 Estado de resultados proforma

El Estado de Resultados tiene como principal objetivo evaluar la rentabilidad de una empresa, calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo, lo cual se lleva a cabo restando de los Ingresos todos los costos que se incurren para el funcionamiento del negocio. Proporciona información relevante acerca de las operaciones realizadas en el desenvolvimiento de la empresa durante un periodo determinado.

Previo a la construcción del estado de resultados es indispensable definir los ingresos que la hostería espera percibir por concepto de sus actividades comerciales, para lo cual se ha determinado el precio del servicio en función del costo unitario más un margen de utilidad.

Para ello se estableció la relación entre los costos y gastos en función de la cantidad que la empresa espera cubrir con respecto de la demanda, para determinar así el costo y gasto unitario, tal como se indica a continuación:

Tabla No. 140: Costo y gasto unitario

| | Año 1 |
|---------------------------|-----------------|
| Número de noches a vender | 1738 |
| Costo por noche | \$ 44,83 |
| Gastos por noche | \$ 38,89 |
| Total por noche | \$ 83,72 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Determinado el costo total por noche al mismo se le incluye un porcentaje de utilidad en función de la industria el cual es del 30% obteniendo así el precio de venta por noche.

Tabla No. 141: Precio de venta al público

| | |
|------------------------|------------------|
| Total por noche | \$ 83,72 |
| Utilidad | \$ 25,12 |
| PVP | \$ 108,84 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Establecido el precio de venta, el producto del mismo por la cantidad de noches que se espera vender dará como resultado el ingreso total esperado; como estrategia se

decidió mantener el precio durante la proyección del proyecto, tal como se indica a continuación:

Tabla No. 142: Ingresos

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Número de noches a vender | 1738 | 1824 | 1916 | 2010 | 2112 |
| Precio fijo | \$ 108,84 |
| INGRESOS | \$ 189.163,32 | \$ 198.523,53 | \$ 208.536,77 | \$ 218.767,70 | \$ 229.869,35 |

| | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Número de noches a vender | 2218 | 2328 | 2444 | 2566 | 2694 |
| Precio fijo | \$ 108,84 |
| INGRESOS | \$ 241.406,35 | \$ 253.378,71 | \$ 266.004,11 | \$ 279.282,55 | \$ 293.214,02 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

A continuación se expresa la relación entre los ingresos y costos y gastos proyectados para así construir el Estado de Resultados Pro-forma el cual tiene como fin general determinar la utilidad que la empresa espera percibir después de cumplir con todas sus obligaciones con respecto al pago de impuestos y participaciones correspondientes.

Tabla No.143: Estado de Resultados Pro-forma

| INGRESOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| INGRESOS | \$189.163,32 | \$198.523,53 | \$208.536,77 | \$218.767,70 | \$229.869,35 | \$241.406,35 | \$253.378,71 | \$266.004,11 | \$279.282,55 | \$ 293.214,02 |
| Venta de alojamiento, alimentación y recreación | \$189.163,32 | \$198.523,53 | \$208.536,77 | \$218.767,70 | \$229.869,35 | \$241.406,35 | \$253.378,71 | \$266.004,11 | \$279.282,55 | \$ 293.214,02 |
| COSTO DE VENTAS | \$ 77.919,29 | \$ 84.205,58 | \$ 85.824,43 | \$ 87.490,18 | \$ 89.237,22 | \$ 91.092,06 | \$ 92.965,69 | \$ 94.916,87 | \$ 96.948,32 | \$ 99.062,80 |
| (+) Costos directos | \$ 46.086,85 | \$ 51.660,30 | \$ 53.033,83 | \$ 54.450,07 | \$ 55.943,33 | \$ 57.534,24 | \$ 59.145,24 | \$ 60.829,31 | \$ 62.589,06 | \$ 64.427,21 |
| Compras cocina | \$ 5.909,20 | \$ 6.307,65 | \$ 6.739,10 | \$ 7.190,61 | \$ 7.684,71 | \$ 8.208,40 | \$ 8.762,82 | \$ 9.356,76 | \$ 9.991,82 | \$ 10.669,63 |
| Amenities | \$ 2.027,67 | \$ 3.246,58 | \$ 3.468,65 | \$ 3.701,05 | \$ 3.955,37 | \$ 4.224,91 | \$ 4.510,27 | \$ 4.815,98 | \$ 5.142,85 | \$ 5.491,72 |
| Artículos de limpieza | \$ 2.256,96 | \$ 2.295,55 | \$ 2.334,81 | \$ 2.374,73 | \$ 2.415,34 | \$ 2.456,64 | \$ 2.498,65 | \$ 2.541,38 | \$ 2.584,84 | \$ 2.629,04 |
| Mantenimiento de jardines | \$ 2.640,00 | \$ 2.685,14 | \$ 2.731,06 | \$ 2.777,76 | \$ 2.825,26 | \$ 2.873,57 | \$ 2.922,71 | \$ 2.972,69 | \$ 3.023,52 | \$ 3.075,22 |
| Mano de Obra | \$ 33.253,02 | \$ 37.125,37 | \$ 37.760,21 | \$ 38.405,91 | \$ 39.062,66 | \$ 39.770,70 | \$ 40.450,78 | \$ 41.142,49 | \$ 41.846,03 | \$ 42.561,60 |
| (+) Costos indirectos | \$ 31.832,44 | \$ 32.545,28 | \$ 32.790,60 | \$ 33.040,11 | \$ 33.293,88 | \$ 33.557,82 | \$ 33.820,45 | \$ 34.087,57 | \$ 34.359,26 | \$ 34.635,59 |
| Mano de Obra Indirecta | \$ 4.915,64 | \$ 5.479,42 | \$ 5.573,12 | \$ 5.668,42 | \$ 5.765,35 | \$ 5.869,76 | \$ 5.970,13 | \$ 6.072,22 | \$ 6.176,05 | \$ 6.281,66 |
| Guianzas | \$ 3.600,00 | \$ 3.661,56 | \$ 3.724,17 | \$ 3.787,86 | \$ 3.852,63 | \$ 3.918,51 | \$ 3.985,51 | \$ 4.053,67 | \$ 4.122,98 | \$ 4.193,49 |
| Servicios básicos | \$ 4.593,00 | \$ 4.671,54 | \$ 4.751,42 | \$ 4.832,67 | \$ 4.915,31 | \$ 4.999,36 | \$ 5.084,85 | \$ 5.171,80 | \$ 5.260,24 | \$ 5.350,19 |
| Mantenimiento de equipos y vehículo | \$ 404,39 | \$ 411,30 | \$ 418,33 | \$ 425,49 | \$ 432,76 | \$ 440,16 | \$ 447,69 | \$ 455,35 | \$ 463,13 | \$ 471,05 |
| Combustibles | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Materiales de oficina | \$ 120,00 | \$ 122,05 | \$ 124,14 | \$ 126,26 | \$ 128,42 | \$ 130,62 | \$ 132,85 | \$ 135,12 | \$ 137,43 | \$ 139,78 |
| Depreciaciones (Edificio, Maquinaria y Equipo; y Vehículos) | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 | \$ 18.199,41 |
| GANANCIA BRUTA | \$111.244,03 | \$114.317,94 | \$122.712,34 | \$131.277,52 | \$140.632,13 | \$150.314,29 | \$160.413,02 | \$171.087,24 | \$182.334,23 | \$ 194.151,23 |
| GASTOS | \$ 67.590,96 | \$ 69.279,94 | \$ 68.227,88 | \$ 66.101,98 | \$ 64.726,99 | \$ 62.226,87 | \$ 60.461,33 | \$ 58.470,49 | \$ 56.231,97 | \$ 53.721,24 |
| (+) Gastos Administrativos | \$ 31.919,49 | \$ 34.533,06 | \$ 35.025,05 | \$ 34.605,31 | \$ 35.114,27 | \$ 34.687,21 | \$ 35.214,17 | \$ 35.750,14 | \$ 36.295,27 | \$ 36.849,73 |
| Sueldos y beneficios | \$ 21.715,69 | \$ 24.253,30 | \$ 24.668,04 | \$ 25.089,86 | \$ 25.518,90 | \$ 25.981,55 | \$ 26.425,83 | \$ 26.877,71 | \$ 27.337,32 | \$ 27.804,79 |
| Provisión servicios básicos | \$ 481,80 | \$ 490,04 | \$ 498,42 | \$ 506,94 | \$ 515,61 | \$ 524,43 | \$ 533,39 | \$ 542,52 | \$ 551,79 | \$ 561,23 |
| Provisión materiales de oficina | \$ 360,00 | \$ 366,16 | \$ 372,42 | \$ 378,79 | \$ 385,26 | \$ 391,85 | \$ 398,55 | \$ 405,37 | \$ 412,30 | \$ 419,35 |
| Servicios profesionales | \$ 3.600,00 | \$ 3.661,56 | \$ 3.724,17 | \$ 3.787,86 | \$ 3.852,63 | \$ 3.918,51 | \$ 3.985,51 | \$ 4.053,67 | \$ 4.122,98 | \$ 4.193,49 |
| Depreciaciones (Muebles y Enseres, Equipo de Computación, Equipo de Oficina) | \$ 4.791,00 | \$ 4.791,00 | \$ 4.791,00 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 | \$ 3.870,87 |
| Amortización de Activos diferidos | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| GASTOS DE VENTA | \$ 10.915,64 | \$ 11.582,02 | \$ 11.780,07 | \$ 11.981,51 | \$ 12.186,40 | \$ 12.400,60 | \$ 12.612,65 | \$ 12.828,33 | \$ 13.047,69 | \$ 13.270,81 |

| | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Sueldos y beneficios | \$ 4.915,64 | \$ 5.479,42 | \$ 5.573,12 | \$ 5.668,42 | \$ 5.765,35 | \$ 5.869,76 | \$ 5.970,13 | \$ 6.072,22 | \$ 6.176,05 | \$ 6.281,66 |
| Publicidad | \$ 6.000,00 | \$ 6.102,60 | \$ 6.206,95 | \$ 6.313,09 | \$ 6.421,05 | \$ 6.530,85 | \$ 6.642,52 | \$ 6.756,11 | \$ 6.871,64 | \$ 6.989,15 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$ 24.755,82 | \$ 23.164,86 | \$ 21.422,76 | \$ 19.515,15 | \$ 17.426,33 | \$ 15.139,07 | \$ 12.634,51 | \$ 9.892,03 | \$ 6.889,01 | \$ 3.600,70 |
| Interés en pago de deuda largo plazo | \$ 24.755,82 | \$ 23.164,86 | \$ 21.422,76 | \$ 19.515,15 | \$ 17.426,33 | \$ 15.139,07 | \$ 12.634,51 | \$ 9.892,03 | \$ 6.889,01 | \$ 3.600,70 |
| GANANCIA ANTES DE PARTICIPACIÓN | \$ 43.653,07 | \$ 45.038,00 | \$ 54.484,47 | \$ 65.175,54 | \$ 75.905,14 | \$ 88.087,42 | \$ 99.951,69 | \$ 112.616,74 | \$ 126.102,26 | \$ 140.429,99 |
| PARTICIPACIÓN TRABAJADORES | \$ 6.547,96 | \$ 6.755,70 | \$ 8.172,67 | \$ 9.776,33 | \$ 11.385,77 | \$ 13.213,11 | \$ 14.992,75 | \$ 16.892,51 | \$ 18.915,34 | \$ 21.064,50 |
| GANANCIA ANTES DE IMPUESTOS | \$ 37.105,11 | \$ 38.282,30 | \$ 46.311,80 | \$ 55.399,21 | \$ 64.519,37 | \$ 74.874,30 | \$ 84.958,94 | \$ 95.724,23 | \$ 107.186,92 | \$ 119.365,49 |
| IMPUESTO A LA RENTA | \$ 8.163,12 | \$ 8.422,11 | \$ 10.188,59 | \$ 12.187,83 | \$ 14.194,26 | \$ 16.472,35 | \$ 18.690,97 | \$ 21.059,33 | \$ 23.581,12 | \$ 26.260,41 |
| UTILIDAD NETA ANTES DE RESERVAS Y REPARTO | \$ 28.941,99 | \$ 29.860,19 | \$ 36.123,20 | \$ 43.211,38 | \$ 50.325,10 | \$ 58.401,96 | \$ 66.267,97 | \$ 74.664,90 | \$ 83.605,80 | \$ 93.105,08 |
| Reserva Legal 10% | \$ 2.894,20 | \$ 2.986,02 | \$ 3.612,32 | \$ 4.321,14 | \$ 5.032,51 | \$ 5.840,20 | \$ 6.626,80 | \$ 7.466,49 | \$ 8.360,58 | \$ 9.310,51 |
| UTILIDAD NETA | \$ 26.047,79 | \$ 26.874,17 | \$ 32.510,88 | \$ 38.890,24 | \$ 45.292,59 | \$ 52.561,76 | \$ 59.641,17 | \$ 67.198,41 | \$ 75.245,22 | \$ 83.794,57 |
| PAGO DE DIVIDENDOS 50% | \$ 13.023,89 | \$ 13.437,09 | \$ 16.255,44 | \$ 19.445,12 | \$ 22.646,30 | \$ 26.280,88 | \$ 29.820,59 | \$ 33.599,21 | \$ 37.622,61 | \$ 41.897,29 |
| UTILIDADES RETENIDAS 50% | \$ 13.023,89 | \$ 13.437,09 | \$ 16.255,44 | \$ 19.445,12 | \$ 22.646,30 | \$ 26.280,88 | \$ 29.820,59 | \$ 33.599,21 | \$ 37.622,61 | \$ 41.897,29 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P

4.8 Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento

El costo de capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), está asociado directamente al costo de oportunidad de la inversión que se espera realizar y con la que se espera comparar los rendimientos que se obtendrán en función de la valoración de los indicadores financieros tal como son: VAN, TIR, PRI y Relación Costo Beneficio.

Para el cálculo de la TMAR para el presente proyecto se ha considerado las siguientes variables:

- Riesgo país: 5,02%
- Tasa de inflación: 1,71%

Las mismas se han relacionado de la siguiente manera:

$$TMAR = 5,02\% + 1,71\% + (5,02\% * 1,71\%)$$

$$TMAR = 6,82\%$$

Así el costo de capital o el riesgo que tienen los inversionistas de invertir en el proyecto de creación de la empresa es de 6,82%, tasa que será tomada en cuenta el momento de actualizar los flujos de fondos proyectados.

4.9 Financiamiento

El financiamiento se encuentra ligado estrictamente con la proveniencia del capital necesario para cubrir las inversiones iniciales del proyecto.

Las fuentes que se han considerado son dos:

- Fuentes propias: corresponde al capital aportado por los socios que conformarán la empresa, para el caso el porcentaje de inversión será del 46,48% del total de las inversiones el cual cubrirá el 100% de los activos diferidos y del capital de trabajo cuyo valor asciende a \$226.313,58.
- Fuentes provenientes del crédito: Dichas fuentes son obtenidas a partir de la generación de un crédito adquirido en una institución financiera pública o privada bajo las condiciones que la misma especifique. Para el caso el mismo será obtenido a través de la Corporación Financiera Nacional por un valor de \$260.587,57 correspondiente al 53,52% de la inversión total, con una tasa de

interés del 9,50% a un plazo de 10 años cuyo valor de cuota anual se estima en \$41.502,78 lo que determina un pago mensual de 3.458,56, tal como se indica en la tabla de amortización.

Tabla No.144: Tabla de amortización

| Fecha de pago | Cuota | Capital | Interés | Saldo |
|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | | | \$ 260.587,57 |
| 1 | \$ 41.502,78 | \$ 16.746,96 | \$ 24.755,82 | \$ 243.840,61 |
| 2 | \$ 41.502,78 | \$ 18.337,92 | \$ 23.164,86 | \$ 225.502,68 |
| 3 | \$ 41.502,78 | \$ 20.080,02 | \$ 21.422,76 | \$ 205.422,66 |
| 4 | \$ 41.502,78 | \$ 21.987,63 | \$ 19.515,15 | \$ 183.435,03 |
| 5 | \$ 41.502,78 | \$ 24.076,45 | \$ 17.426,33 | \$ 159.358,58 |
| 6 | \$ 41.502,78 | \$ 26.363,71 | \$ 15.139,07 | \$ 132.994,87 |
| 7 | \$ 41.502,78 | \$ 28.868,27 | \$ 12.634,51 | \$ 104.126,61 |
| 8 | \$ 41.502,78 | \$ 31.610,75 | \$ 9.892,03 | \$ 72.515,85 |
| 9 | \$ 41.502,78 | \$ 34.613,77 | \$ 6.889,01 | \$ 37.902,08 |
| 10 | \$ 41.502,78 | \$ 37.902,08 | \$ 3.600,70 | \$ 0,00 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

El valor del crédito cubrirá el 60% de la inversión en activos fijos; a continuación se indica el detalle de los aportes con respecto a las inversiones:

Tabla No.145: Financiamiento

| Inversiones | Dólares | Aporte del socio | | Aporte de Crédito | |
|--------------------|----------------------|------------------|----------------------|-------------------|----------------------|
| | | % | Total | % | Total |
| Activos fijos | \$ 434.312,61 | 40% | \$ 173.725,04 | 60,00% | \$ 260.587,57 |
| Activos diferidos | \$ 4.855,00 | 100% | \$ 4.855,00 | 0,00% | \$ 0,00 |
| Capital de trabajo | \$ 47.733,54 | 100% | \$ 47.733,54 | 0,00% | \$ 0,00 |
| TOTAL | \$ 486.901,15 | 46,48% | \$ 226.313,58 | 53,52% | \$ 260.587,57 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

4.10 Balance general

El balance general muestra el estado inicial de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa antes de iniciar sus operaciones, la misma se expresa para el caso de la siguiente manera:

Tabla No. 146: Balance General Inicial

| Activos | | Pasivos | |
|--------------------------|----------------------|----------------------------------|----------------------|
| Activo Corriente | \$ 47.733,54 | Pasivo corriente | \$ 0,00 |
| Caja, Bancos | \$ 47.733,54 | | \$ 0,00 |
| Activos Fijos | \$ 434.312,61 | Pasivo Largo Plazo | \$ 260.587,57 |
| Edificio | \$ 302.267,50 | Préstamo | \$ 260.587,57 |
| Terreno | \$ 40.000,00 | Patrimonio | \$ 226.313,58 |
| Maquinaria y equipo | \$ 48.393,40 | Capital social | \$ 226.313,58 |
| Muebles y enseres | \$ 25.967,03 | | |
| Equipo de computación | \$ 2.905,68 | | |
| Equipo de oficina | \$ 14.779,00 | | |
| Activos Diferidos | \$ 4.855,00 | | |
| Gastos pre operativos | \$ 4.855,00 | | |
| Total activos | \$ 486.901,15 | Total Pasivo y Patrimonio | \$ 486.901,15 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

CAPITULO V
EVALUACIÓN ECONÓMICA

“El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto”.(Baca Urbina, 2006, pág. 220)

Dentro de la evaluación económica se tiene predestinado cálculos los principales índices de evaluación que permitan conocer si el establecimiento del proyecto sea rentable para los inversores; para ello se calcularán el Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR) y la Relación Beneficio Costo.

Para sensibilizar el análisis se ha procedido con el manejo de dos escenarios que permitirán concertar de manera inequívoca que situación es el más rentable; dichos escenarios se concentran en una diferencia básica, la cual estima que si se utiliza o no el financiamiento a través de fuente provenientes del crédito.

5.1 Valor Presente Neto (VPN)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.(Baca Urbina, 2006, pág. 221)

Para la determinación del VPN, es necesario construir el flujo de fondos el cual muestra la liquidez o la cantidad de dinero que la empresa espera percibir en los diez años de operación estimados para el proyecto. Así se muestra a continuación para los dos escenarios propuestos:

Tabla No. 147: Flujo de fondos con financiamiento

| Concepto | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| UTILIDAD NETA | | \$26.047,79 | \$ 26.874,17 | \$ 32.510,88 | \$ 38.890,24 | \$ 45.292,59 | \$ 52.561,76 | \$ 59.641,17 | \$ 67.198,41 | \$ 75.245,22 | \$ 83.794,57 |
| Depreciaciones | | \$ 22.990,42 | \$ 22.990,42 | \$ 22.990,42 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 |
| Amortizaciones de diferidos | | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| INVERSIÓN | -\$ 486.901,15 | | | | | | | | | | |
| Activo Fijo | -\$ 434.312,61 | | | | | | | | | | |
| Activo Diferidos | -\$ 4.855,00 | | | | | | | | | | |
| Capital de trabajo | -\$ 47.733,54 | | | | | | | | | | |
| CRÉDITO | \$ 260.587,57 | | | | | | | | | | |
| Pago de capital de crédito | | -\$ 16.746,96 | -\$ 18.337,92 | -\$ 20.080,02 | -\$ 21.987,63 | -\$ 24.076,45 | -\$ 26.363,71 | -\$ 28.868,27 | -\$ 31.610,75 | -\$ 34.613,77 | -\$ 37.902,08 |
| Recuperación de capital de trabajo | | | | | | | | | | | \$ 47.733,54 |
| FLUJO DE FONDOS | -\$ 226.313,58 | \$ 33.262,24 | \$ 32.497,67 | \$ 36.392,27 | \$ 39.943,90 | \$ 44.257,43 | \$ 48.268,33 | \$ 52.843,19 | \$ 57.657,94 | \$ 62.701,73 | \$115.696,32 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Tabla No. 148: Flujo de fondos sin financiamiento

| Concepto | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| Depreciaciones | | \$ 22.990,42 | \$ 22.990,42 | \$ 22.990,42 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 | \$ 22.070,28 |
| Amortizaciones de diferidos | | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 971,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| INVERSIÓN | -\$ 486.901,15 | | | | | | | | | | |
| Activo Fijo | -\$ 434.312,61 | | | | | | | | | | |
| Activo Diferidos | -\$ 4.855,00 | | | | | | | | | | |
| Capital de trabajo | -\$ 47.733,54 | | | | | | | | | | |
| CRÉDITO | | | | | | | | | | | |
| Pago de capital de crédito | | | | | | | | | | | |
| Recuperación de capital de trabajo | | | | | | | | | | | \$ 47.733,54 |
| FLUJO DE FONDOS | -\$ 486.901,15 | \$ 64.781,00 | \$ 64.658,06 | \$ 69.255,25 | \$ 73.576,22 | \$ 78.732,17 | \$ 83.665,53 | \$ 89.250,47 | \$ 95.171,27 | \$ 101.426,17 | \$ 155.746,93 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Los flujos de fondos establecidos para cada escenario tal como se definió muestran en el primer caso una inversión que contiene fuentes provenientes del crédito, mientras que en el segundo caso se considera que la inversión total del proyecto será provista por los socios de la empresa.

El cálculo del VPN estima que se deben actualizar los flujos proyectados al valor presente por medio de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento la cual fue estimada en el 6,82%, con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$FNA = \frac{FNE}{(1 + t)^n}$$

Donde;

FNA: Flujos Netos Actualizados

FNE: Flujos Netos Estimados

t: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

n: Período de tiempo

Aplicada la fórmula para los dos escenarios se obtiene:

Tabla No.149: Flujos Netos Actualizados escenario con financiamiento

| | TMAR | 6,82% |
|----------|------------------|----------------------|
| n | FNE | FNA |
| 0 | | -\$ 226.314 |
| 1 | \$ 33.262 | \$ 31.140 |
| 2 | \$ 32.498 | \$ 28.483 |
| 3 | \$ 36.392 | \$ 29.861 |
| 4 | \$ 39.944 | \$ 30.684 |
| 5 | \$ 44.257 | \$ 31.828 |
| 6 | \$ 48.268 | \$ 32.497 |
| 7 | \$ 52.843 | \$ 33.307 |
| 8 | \$ 57.658 | \$ 34.023 |
| 9 | \$ 62.702 | \$ 34.638 |
| 10 | \$ 115.696 | \$ 59.836 |
| | Sumatoria | \$ 346.297,19 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Determinado los flujos actualizados se aplican la fórmula de determinación del VPN, la cual es:

$$VPN = \sum FNA - Inversión\ inicial$$

Reemplazando se obtiene:

$$VPN = 346.297,19 - 226.313,58$$

$$VPN = 119.983,60 \text{ dólares}$$

Tabla No. 150: Flujos Netos Actualizados escenario sin financiamiento

| | TMAR | 6,82% |
|----|------------------|----------------------|
| n | FNF | FNA |
| 0 | | -\$ 486.901 |
| 1 | \$ 64.781 | \$ 60.647 |
| 2 | \$ 64.658 | \$ 56.670 |
| 3 | \$ 69.255 | \$ 56.826 |
| 4 | \$ 73.576 | \$ 56.519 |
| 5 | \$ 78.732 | \$ 56.621 |
| 6 | \$ 83.666 | \$ 56.329 |
| 7 | \$ 89.250 | \$ 56.255 |
| 8 | \$ 95.171 | \$ 56.159 |
| 9 | \$ 101.426 | \$ 56.031 |
| 10 | \$ 155.747 | \$ 80.549 |
| | Sumatoria | \$ 592.606,26 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

De igual manera obtenida la sumatoria de flujos actualizados se realiza la aplicación de la fórmula para la determinación del VPN:

$$VPN = 592606,26 - 486.901,15$$

$$VPN = 105.705,12$$

Evaluados ambos escenarios y según el criterio de interpretación del VPN, es cual menciona que si este es positivo y mayor a cero el proyecto es factible entonces se concluye que las dos opciones cumplen con la condición, pero la situación que comprende el financiamiento da una mejor rentabilidad para los inversionistas.

5.2 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero”. “Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.(Baca Urbina, 2006, pág. 224)

Para el cálculo de la TIR se aplicará la siguiente fórmula:

$$TIR = t1 + (t2 - t1) * \frac{vpn1}{vpn1 - vpn2}$$

t1: Tasa de descuento que acerca a cero al vpn desde lado positivo

t2: Tasa de descuento que acerca a cero al vpn desde el lado negativo

vpn1: Valor presente neto positivo cercano a cero

vpn2: Valor presente neto negativo cercano a cero

Tabla No. 151: TIR escenario con financiamiento

| | | vpn 1 | vpn 2 |
|----|------------------|--------------------|---------------------|
| n | FNE | t1=15% | t2=16% |
| 0 | | | |
| 1 | \$ 33.262 | \$ 28.923,69 | \$ 28.674,35 |
| 2 | \$ 32.498 | \$ 24.572,91 | \$ 24.151,06 |
| 3 | \$ 36.392 | \$ 23.928,51 | \$ 23.314,99 |
| 4 | \$ 39.944 | \$ 22.838,06 | \$ 22.060,66 |
| 5 | \$ 44.257 | \$ 22.003,76 | \$ 21.071,54 |
| 6 | \$ 48.268 | \$ 20.867,73 | \$ 19.811,36 |
| 7 | \$ 52.843 | \$ 19.865,71 | \$ 18.697,48 |
| 8 | \$ 57.658 | \$ 18.848,48 | \$ 17.587,14 |
| 9 | \$ 62.702 | \$ 17.823,74 | \$ 16.487,61 |
| 10 | \$ 115.696 | \$ 28.598,36 | \$ 26.226,46 |
| | Sumatoria | \$ 228.270,96 | \$ 218.082,65 |
| | Inversión | -\$ 226.313,58 | -\$ 226.313,58 |
| | VPN | \$ 1.957,38 | -\$ 8.230,94 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

Aplicando la fórmula se obtiene:

$$TIR = 15\% + (16\% - 15\%) * \frac{1.957,38}{1.957,38 - (-8.230,94)}$$

$$TIR = 15,19\%$$

Tabla No. 152: TIR escenario sin financiamiento

| | | vpn 1 | vpn 2 |
|----|------------------|---------------------|---------------------|
| n | FNE | t1=10 | t2=11 |
| 0 | | | |
| 1 | \$ 64.781 | \$ 58.891,82 | \$ 58.361,26 |
| 2 | \$ 64.658 | \$ 53.436,41 | \$ 52.477,93 |
| 3 | \$ 69.255 | \$ 52.032,50 | \$ 50.638,84 |
| 4 | \$ 73.576 | \$ 50.253,55 | \$ 48.466,93 |
| 5 | \$ 78.732 | \$ 48.886,48 | \$ 46.723,71 |
| 6 | \$ 83.666 | \$ 47.227,01 | \$ 44.731,01 |
| 7 | \$ 89.250 | \$ 45.799,60 | \$ 42.988,24 |
| 8 | \$ 95.171 | \$ 44.398,10 | \$ 41.297,33 |
| 9 | \$ 101.426 | \$ 43.014,60 | \$ 39.650,00 |
| 10 | \$ 155.747 | \$ 60.047,18 | \$ 54.851,65 |
| | Sumatoria | \$ 503.987,25 | \$ 480.186,92 |
| | Inversión | -\$ 486.901,15 | -\$ 486.901,15 |
| | VPN | \$ 17.086,10 | -\$ 6.714,23 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

De igual manera aplicando la fórmula se obtiene:

$$TIR = 10\% + (11\% - 10\%) * \frac{17.086,10}{17.086,10 - (-6.714,23)}$$

$$TIR = 10,71\%$$

Según el criterio de evaluación de la TIR, esta indica que si la misma es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de rendimiento, el proyecto es factible; para el escenario con financiamiento la el proyecto es aceptable puesto que cumple con la condición de ser mayor a la TMAR (15,19%>6,82%); de igual manera para la situación no financiada el proyecto es factible (10,71%>6,82%).

Como conclusión general el escenario financiado muestra mejores condiciones puesto que la inversión puede soportar una mayor tasa de riesgo.

5.3 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar en función de las variaciones

porcentuales en los ingresos y en los costos, como varían los indicadores de rentabilidad; en el caso del proyecto se han establecido cuatro alternativas de variación entre el 5% y 10% de aumento y reducción de los ingresos y costos.

Tabla No. 153: Análisis de sensibilidad

| Indicador | Escenario normal | Ingresos + 5% y Costos -5% | Costos +5% e Ingresos -5% | Ingresos +10% y Costos -10% | Costos +10% e Ingresos -10% |
|-----------|------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| TIR | 15,19% | 19,54% | 10,59% | 23,72% | 5,65% |
| VPN | \$ 119.983,60 | \$ 187.708,21 | \$ 52.259,00 | \$ 255.432,82 | -\$ 15.465,61 |

Fuente: Autora, 2013

Elaborado por: Rosa Torres P.

En comparación con el escenario normal de inversión que incluye parte de la inversión obtenida del crédito, se establece la primera relación que expresa un aumento del 5% en los ingresos y una disminución en igual proporción de los costos, obteniendo como resultado que la inversión sigue siendo rentable puesto que el TIR y VPN presentan un aumento en relación al escenario normal.

La segunda propuesta estima el contrario de la visión anterior donde ahora la disminución del 5% se presentan en los ingresos y el aumento en los costos, dando como resultado una disminución en comparación con el escenario normal, disminuyendo en aproximadamente el 50% el VPN y la TIR en 5 puntos.

La siguiente variación se calculó en 10% de aumento en los ingresos y 10% de disminución en los costos, al seguir la tendencia de aumento en las utilidades los indicadores también muestran un aumento considerable siendo así el VPN es de \$255.432,82 y la TIR de 23,72%.

Finalmente se realiza el análisis contrario donde se disminuye los ingresos en el 10% y los costos aumentan en igual medida, los resultados obtenidos de las variables económicas indican que la inversión ya no es rentable puesto que la TIR es menor a la TMAR y el VPN es negativo.

5.4 Razón Beneficio Costo

La razón Beneficio Costo muestra la relación entre el VPN y la Inversión inicial, y el resultado de la misma indica la cantidad de dinero que los inversionistas obtendrán por

cada dólar invertido.

La fórmula de cálculo de la razón es:

$$RCB = \frac{VPN}{Inversión\ inicial}$$

Reemplazando se obtiene:

- Escenario con financiamiento

$$RCB = \frac{119.983,60}{226.313,58}$$
$$RCB = 0,53\ dólares$$

- Escenario sin financiamiento

$$RCB = \frac{105.705,12}{486.901,15}$$
$$RCB = 0,22\ dólares$$

En la primera situación el inversionista obtendrá 0,53 dólares por cada dólar de inversión, mientras que en el segundo escenario obtendrá 0,22 dólares por cada dólar invertido; en conclusión el escenario financiado muestra mejores rentabilidades.

CONCLUSIONES

- Como conclusiones luego del estudio realizado se observa y concluye que el Ecoturismo en el país no está desarrollado de forma adecuada, no se aprovechan los incalculables recursos con que se cuenta, inclusive de parte del Ministerio de Turismo todavía no se han dictado las especificaciones y normativas para la ejecución de esta clase de turismo.
- En la población de Mindo el desarrollo turístico es deficiente, se lo hace de manera parcial, no existe unidad en todos los participantes del mismo es decir la población trabaja separadamente, cada quien lo hace de forma individual, dando como resultado un pésimo servicio. No aprovechan la buena clasificación como son producto “A” en que les ha colocado el Ministerio de Turismo, aunque también de parte de esta entidad no se da ningún tipo de asesoramiento y tampoco se observa que realicen su trabajo directamente en el lugar.
- La cercanía de Mindo a la ciudad de Quito no es favorable para su desarrollo turístico, ya que se convierte en un destino solamente de paso e inclusive el tiempo de pernoctación es relativamente bajo, especialmente entre los turistas nacionales y solamente los extranjeros son quienes se quedan más de un día.
- Finalmente, el motivo de nuestro proyecto, que es la constitución de una Hostería en el terreno de propiedad de la autora, se está concretando en una realidad, lo que ha dado como resultado del aprovechamiento del entorno natural con que se cuenta.

RECOMENDACIONES

- Para que el Ecoturismo en el país se desarrolle de una manera óptima es necesario que desde un inicio en la educación y formación de la población se incentive y promocióne una nueva forma de cuidar y mantener a la naturaleza conservando los recursos con que cuenta el Ecuador.
- Es necesario que en la población de Mindo se inicie una auténtica promoción de su entorno, especialmente de parte del Ministerio de Turismo, con una capacitación a todos los involucrados en las actividades de promoción y desarrollo turístico del lugar; y que no solamente se realice en fechas determinadas, como es en Feriados, vacaciones, que su presencia sea permanente y directa, y de esta manera si se estará comenzando por desarrollar un turismo consiente y fructífero.
- Aprovechar la cercanía a la ciudad de Quito, pero especificando que es necesario pernoctar en la población de Mindo, para obtener una mejor estadía y disfrutar del entorno natural por más de un día, que los turistas nacionales sean más regulares y disfruten tanto como los extranjeros de la permanencia más larga en el lugar.
- Una vez que se haga realidad el motivo del proyecto, es fundamental que los futuros usuarios de la Hostería aprovechen el mayor tiempo posible el uso de las instalaciones y sobre todo disfruten el ambiente natural del que dispone el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Agromaps. (2011). *Levantamiento Topográfico de la Hacienda Paulina*. Mindo.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de proyectos*. México: Mc. Graw Hill.
- Baca, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Casillas, S. B. (2010). *HOTELERÍA*. México: Grupo Editorial .
- Ceballos-Lascuráin, A. H. (2000). *Campeón del Ecoturismo*. (R. Mader, Entrevistador)
- Empresa Metropolitana Quito Turismo. (2010). *Investigación de Mercados*. Quito.
- Empresa Metropolitana Quito Turismo. (2013). *Boletín de Ocupación Hotelera*. Quito: Quito Turismo.
- eREGITUR. (16 de 04 de 2013). *Estadísticas de Alojamiento*. Obtenido de <http://registro.turismo.gob.ec/consultaestado.php>
- HCCP. (2012). *PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE MINDO*.
- HCCP. (2012). *PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE MINDO*. Quito.
- Kotler, Gerner, Rein, Haider. (2007). *Marketing de lugares y destinos*. México: McGraw Hill.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*. México: McGraw Hill.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* . México: Pearson Educación .
- Martinez, L. (2003). *www.cusur.udg.mx*. Obtenido de http://www.cusur.udg.mx/fodepal/Articulos%20referentes%20de%20Des%20Su%20sr/Construyendo%20el%20desarrollo%20rural_archivos_ArturoSC/turismo%20rural.pdf
- Mindo Cloudforest Foundation. (2006). *ESTRATEGIA NACIONAL PARA EL MANEJO Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL AVITURISMO EN ECUADOR*. QUITO.
- MINISTERIO DE TURISMO . (2009). *MINTUR 2014*.
- Ministerio de Turismo. (2009). *MINTUR 2014*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2009). *Plan de Marketing Turístico del Ecuador 2009 - 2014*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2009). *PLANDETUR 2020*. QUITO: MINTUR.
- MINISTERIO DE TURISMO. (2012). *Estadísticas de Turismo - Año 2012*. Quito: MINTUR.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: Editor Guadalupe Cía. Ltda.
- Noroña, C. (2006). *El desarrollo Turístico y el Ecoturismo en la parroquia de Mindo*. Quito.
- OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. OMT.
- Registro Oficial 118. (1997). *Ley de turismo del Ecuador*. QUITO.

- Superintendencia de Compañías. (2010). *Instructivo Societario*. Quito:
Superintendencia de Compañías.
- TRAVELLERS POINT. (21 de 3 de 2013). Obtenido de
<http://www.travellerspoint.com/budget-accommodation-es-ci-800.html>
- TURISMO, L. D. (2009). *LEY DE TURISMO*. QUITO.
- Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico: Diseño y Aplicaciones*. Chile: Editorial
Universitaria.
- Wearing, S., & Neil, J. (1999). *Ecoturismo, impacto, tendencias y posibilidades*.

Para la presentación de las tablas se ha utilizado datos recopilados por la autora al igual que las fotografías y figuras son proporcionadas por la misma.

ANEXOS

Son las entrevistas realizadas a las personas involucradas con el turismo y que fueron de mucha ayuda para establecer el cuestionario para las entrevistas en el estudio de Mercado.

ANEXO N° 1

ENTREVISTAS EXHAUSTIVAS

El siguiente cuestionario se ha realizado al PH.D DAVID ROMO, DIRECTOR ESTACIÓN DE BIODIVERSIDAD TIPUTINI Y PROFESOR DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y AMBIENTALES DE LA UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO, QUIEN ACEPTÓ CONTESTAR LA ENCUESTA PROGRAMADA.

1. ¿Cómo observa usted la evolución del ecoturismo como una forma de recreación para los turistas en el Ecuador?

En El Ecuador tenemos un despertar bastante grande en todo lo relacionado con el turismo de naturaleza, como uno de los procesos que han ido incrementándose en el país, ya que se está hablando de que en estos momentos los ingresos turísticos en el Ecuador, están inclusive sobre los ingresos que se generan en los productos no tradicionales como las flores, el camarón, etc., en teoría esto tiene futuro, el problema es de los proveedores o quienes generan estos servicios, pues no saben o no tienen claro como se debe desarrollar cada uno de los mismos, ya que no saben que significa cada una de las terminologías de los aspectos técnicos, entonces que las personas van a visitar las áreas de la naturaleza, que les ofrece el contacto con un río, con un bosque, eso se llama Turismo de Naturaleza, el concepto de turismo ecológico o ecoturismo, es que las ganancias o los productos de la actividad turística tienen que ir en buena parte a la conservación del lugar que está generando estos recursos, si hay personas o una población involucrado en esto, tiene que el dinero que va generando esto, tiene que reinvertirse no solamente en el mantenimiento de la infraestructura hotelera, sino también en el proceso de lo que se conoce como la implementación del desarrollo sustentable el cual va a tener mucho cuidado con el mantenimiento del recurso natural, aquí podemos dar el ejemplo del bendito Lodge de Metropolitanang touring, es carísimo, pero no genera ningún tipo de ingreso para la gente local, tal vez, tenga algún mecanismo para demostrar su integración al medio local.

2. ¿Qué opinión tendría usted de Mindo, como un destino de Ecoturismo?

El Dr. David Romo, indica que Mindo es un destino consolidado dentro del ecoturismo en el Ecuador, ya que posee todas las características necesarias, pero el gran problema es que no ha sido desarrollado apropiadamente, es un lugar en que sus habitantes están trabajando cada quien por su lado y no hay forma de mejorar, al menos por el momento.

3. ¿Podría precisar que tan importantes son los servicios de transporte, alojamiento y alimentación para la realización de actividades eco turísticas, y por qué?

En relación al transporte, no le considera tan importante, ya que menciona la cercanía de Mindo a la ciudad de Quito, no se convierte en problema, pues inclusive que en cierta ocasión envió a turistas en taxi al lugar y que fue sencillo. En cuanto al alojamiento los hay de todo tipo, pero para los turistas, que no se confunda que por que son ecologistas no necesitan una cierta comodidad, siempre se debe ofrecer lo básico pero bien, una buena cama, un baño con los servicios de agua caliente, luz eléctrica, y en la alimentación que sea de buena calidad y presentación. También se habla de lo que se ofrece en Mindo, que es la tilapia y trucha, son alimentos introducidos, por lo tanto no se habla de alimentación ecológica de lo cual hay que tener mayor cuidado.

4. ¿Usted considera que el Ecuador posee servicios de calidad que fomentan la visita de turistas interesados en el Ecoturismo?

Definitivamente, por ejemplo en Galápagos, tenemos excelente infraestructura para eso, en la Amazonía también, pero se ha conversado últimamente con los profesores de la universidad, y se ve que está polarizado, o se está ofreciendo un turismo comunitario, es decir que se va a tener experiencia con la comunidad, por ejemplo hice un turismo en Riobamba, que para realizarlo para llevar a sus “papas de intercambio”, lo tendría que pensar mucho para llevarles, es muy elemental, muy básico, para el mochillero está bien, un poquito más arriba de esto,, el intermedio, el cual no hay, entregarle a este segmento sería lo ideal, ya que está lo del bien arriba como el Mashí, tan caro que no podemos ir, los ecuatorianos es muy difícil. En la Amazonía sucede lo mismo, son tan caros los lugares por lo menos \$ 200, la noche, además el transporte para allí es muy caro. Entonces para Mindo una de las ventajas es que está cerca, el transporte no es alto, pero uno de los problemas es que la gente llega y cree que lo único para hacer es chupar caña, bajarse por el río o irse al teleférico, pero no hay un poquito más.

¿Posee alguna información sobre Mindo?

No ha ido desde hace unos tres años, no sabe si las cosas han cambiado, pero manifiesta que llega al pueblo de Mindo, se espera en la plaza del lugar, y tratando de ver que se podrá hacer, sólo contando de antemano con alguna información, de lo contrario no se sabe que hacer, pues las probabilidades de apuntar bien son bajas, porque hay mucha oferta pero también cosas medio raras, pues dice que el 90% está destinado para el

mochillero, guambra aventurero que quiere ir, y el resto, el intermedio no hay, y se pasa directo al de los costos bien altos.

¿Cuáles son las formas de alojamiento más utilizadas por los turistas al realizar ecoturismo?

El Dr. Romo indica que hay tantas formas de alojamiento para los ecos turistas, pero por ejemplo no recomienda en carpas, pues como es tan húmedo, la gente va a terminar mojada, entonces aquí el tema es que se puede ofrecer con las cabañas, y el ejemplo que no dice es lo desarrollado por Richard Parson en el Lodge Bellavista, que tienen diferentes opciones de hospedaje con costos relativamente buenos, pero todavía le falta.

¿Servicios como asistencia médica e internet son relevantes para la oferta de productos eco turísticos?

Los servicios médicos no deberían ser una responsabilidad de cada uno de los proveedores turísticos, sino que más bien debería ser encaminado a través del Ministerio de Turismo y tendría que haber un mecanismo por el cual todas las operadoras deberían preocuparse de esto. Además comenta que no han aprendido la lección de la última persona muerta que hubo en el sector, y en lo que se comenta que tal vez no murió en el acto, sino después sin la debida atención que no tuvo, y se comenta que es un problema de todo el país, inclusive en Galápagos, solo se podría atender una ligera emergencia y si es algo más grave ya se tiene que viajar al continente.

Respecto al internet se indica que no le ve tan necesario, lo importante sería para la operadora que lo necesita, ya que es un mecanismo para atender desde allí, todos los requerimientos de los turistas, ahora tal vez como una base si sería adecuado el internet, pero si el cliente va por utilizarlo o lo necesita mejor que ni vaya.

¿Cuáles son los servicios adicionales que una empresa eco turística debe ofrecer para que cumpla con los turistas que buscan recrearse en la naturaleza?

Los servicios adicionales que de ley debería tener son: buenos guías, gente especializada como biólogos, que estén en proceso de entrenamiento se debe invertir en este tipo de persona, ellos lo que mejor realizan son las guías, pueden ser chicos jóvenes que estén preparándose para esto, con credenciales, que no se inventen la información, y lo que no deben hacer es la administración, pues no son buenos en esto, sino se debería tener una persona que se haya preparado para este fin, que sepa de turismo de naturaleza. Respecto a otras combinaciones para las actividades a realizar, es claro que si no se tiene ciertas cosas se puede realizar en conjunto con otros operadores o en otras partes cercanas al lugar. También pueden haber otras cosas como bicicletas, caballos, pero siempre y cuando los presenten en perfectas condiciones, pues se ha dado el caso que están enfermos o más bien da pena, senderos en diferentes niveles de caminata, en esto hay que tener mucho cuidado, pues porque se habla de turismo de

naturaleza, quieren que los turistas se ensucien, tropiecen, y no se trata de esto sino de una caminata gratificante.

¿Usted considera que el valor de servicios como transporte, alojamiento, alimentación y recreación que se paga en el Ecuador al realizar actividades eco turísticas es competitivo, respecto de otros destinos en Latinoamérica

Aquí creemos que a los turistas les hacemos un favor porque han venido acá, no hay un control de precios, de calidad, la gente se dispara en los precios que piden, lo que recomendaría a las personas que están comenzando, investigar lo que hay en Costa Rica, en Perú, Colombia, más bien como mercados cercanos, pues no sabemos cómo han determinado la tarifa, en base a qué están cobrando las tarifas, y tarde o temprano se va a tener una inflación alta de los servicios, que el primer “pilas” que quiera bajar sus precios es el que va a llevar más clientes y el resto tendrá que seguir su ejemplo.

¿A su criterio que motivaciones tienen los turistas nacionales y extranjeros para realizar Eco turismo en el país?

Se nos indica que para adquirir más experiencia en cuanto a la atención al cliente deberíamos tratar de realizar un viaje a Colombia y aprender acerca de lo más adecuado y la mejor atención que se brinda allá, pues una de las cosas que siempre aquí se repite es que creemos que nosotros hacemos un favor a los turistas y lo cual es al revés, y por lo general lo que nota es que las personas que están entrando en turismo, piensan que la rentabilidad se va a dar desde el primer momento, piensan que es como ponerse un puesto de hamburguesas, es algo que se construye con paciencia y tiempo, probablemente el primer año no se va a ver una recuperación de la inversión, pero cuando se genera clientes satisfechos, probablemente ellos serán quienes me van a seguir mandando y trayendo más gente.

¿A su criterio que fortalezas y debilidades tiene la población de Mindo como un destino de eco turismo en el Ecuador?

Las fortalezas es que tienen un lugar maravilloso para enseñar, y las debilidades es que no están todavía claros en lo que es la atención turística. La falta de un manejo adecuado hacia la naturaleza, existen un montón de cosas que se hacen diciendo que se hace lo relacionado con la misma, pero no es así, ya que hay animales en cautiverio, o como ejemplo que se haga una farra en medio de la naturaleza, la gente que va allá lo que busca es paz y tranquilidad, se tienen que levantar temprano, para observar aves.

¿Qué herramientas conoce usted de promoción del ecoturismo utilizadas por operadoras y agencias de viajes en Ecuador?

No puede opinar mucho, pero repite que las páginas Web son las principales, maneras de promocionar, además ahora ya existen en el aeropuerto promoción de parte del Ministerio de Turismo en el cual indican todas las operadoras autorizadas por lo cual el

mismo pide que se registren para hacer la promoción internacional en la cual se puede realizar las consultas necesarias.

¿Qué criterio le merece la promoción y publicidad que tiene el eco turismo en el Ecuador?

No tiene mucho conocimiento en cuanto a este punto, ya que volvemos a lo mismo, en cuanto a la promoción que ahora se da a través de las página web, y es decir que todo depende de cada interesado en presentar y promocionar de la mejor forma sus atributos y fortalezas que tenga el lugar, el Ministerio de Turismo está muy interesado y mantiene mayor propaganda a todo nivel fomentando el Eco turismo ecuatoriano.

¿A su criterio Mindo que debería presentar al turista para mejorar su publicidad y promoción como un destino de ecoturismo en el Ecuador?

Mindo tiene todo lo que debe tener, y cree que lo más importante para su promoción a nivel interno, es un centro de información en la parte central de la población a donde se llegue y acceda a las diferentes opciones que se puede realizar. Este podría ser formado por todos los operadores y quienes se pongan de acuerdo en la forma de atención, con un horario permanente de funcionamiento.

ENTREVISTA AL SR. DANIEL OCHOA, EX ADMINISTRADOR DEL LODGE MAQUIPUCUNA, situado en el noroccidente de Pichincha.

Maquipucuna es una fundación de aproximadamente 6.000 has, con una reserva ecológica, que tiene dos ingresos económicos, el uno a través del turismo por medio del Lodge y el otro por la siembra, venta y exportación de café. Realiza compra de café a los alrededores, a la provincia de Loja, realiza venta de café como una de sus formas de sustentarse para su funcionamiento. El Lodge consta de suites con baños privados, habitaciones con 4 camas cada una con baños compartidos.

La biodiversidad que tiene el bosque de esta reserva es impresionante, comparado con Mindo, comenta que le da tres vueltas. Se ha observado a unos ocho osos de anteojos,

Se comenta que los niveles de drogadicción en Mindo son tenaces, alcoholismo, embarazos precoces, dice que la juventud lo único que aspira es conseguir una extranjera y salir del lugar. Compara el desarrollo de Mindo con Baños, y ha visto que allí ha sido totalmente diferente, se ve una limpieza, el soterramiento de cables se hizo hace más de 10 años, su industria turística muy diversificada, su comentario es que no tiene nada que ver con lo de Mindo, respecto a las opciones para realizar como el canyoning es de lo más rudimentario, el Tubing malo, peligroso, los cuadrones y bicicletas en muy malas condiciones.

Daniel, considera que Baños es el mejor lugar para pasar un fin de semana, que se tiene todo para diversión, yo comento que los ríos son mejores que Mindo, por eso es la

diferencia, la gente habla en dos idiomas; en cuanto al alojamiento, los hostales son buenos, y baratos, la comida buena. Otro comentario menciona del hotel “Luna Run Tun en Baños, y analizamos que un lugar parecido no existe en Mindo, y lo que más vemos la cercanía a Quito, y no existe un lugar de esas características allí, dice que hay algo que hace que no se haya construido.

Comentando del Lodge “Mashipe” es un mercado muy alto y caro, solo accesible para los turistas extranjeros con un buen nivel de gasto, ya que se complementa con un viaje a Galápagos, les queda dos o tres días, que se aprovecha en el viaje al lugar, ya que desean ver selva, hacer birdwatching, para ir al Oriente y tener esto, conlleva viaje en avión, más horas de viaje, y para obtener lo mismo, el Lodge, está apenas a dos horas de viaje de Quito. Entonces lo que se ve es que el noroccidente va en una dirección opuesta al turismo, pues se está lotizando los terrenos de forma urbana y cara.

Las diferentes maneras de turismo que se desarrolla, uno de estos es el científico, en donde alquilan por semanas las cabañas, que deben ser cómodas para la vivencia larga, con excelente comida, este es un buen mercado. Si se tratará de hacer una hostería, lo mejor sería unas cabañas con buenas comodidades, baños privados y confortables, con todos los servicios, por ejemplo en los dormitorios con mosquiteros, que a los turistas les impresiona, son elegantes y necesarios, que esté encaminado al turista extranjero, ya que ellos son los que más aprecian.

En la comida, es necesario que haya opciones, no sólo un menú, este es uno de los puntos que le gusta al turista, la comida nacional bien hecha y presentada.

Con los recursos naturales que se cuenta, se debe marcar diferencia del resto

ENTREVISTA AL SR. LUIS PÉREZ PROPIETARIO DE LA AGENCIA DE VIAJES MINDO BIRD, LOCALIZADA EN LA POBLACIÓN DE MINDO.

¿Podría precisar bajo que categoría se promociona a Mindo como destino turístico?

Para Luis Pérez, dice que según los estudios, Mindo se encuentra después de Galápagos, como principal destino turístico, inclusive gana a Baños, lo que pasa es que no saben explotar este potencial.

¿Podría precisar las preferencias de recreación que tiene los turistas que solicitan productos relacionados con Mindo?

La mayoría de turistas que viajan a Mindo prefieren hacer: el Tubing, la tarabita y las cascadas y el Canopy, y preferentemente no se van sin hacer el Tubing.

¿Qué diferencias encuentra entre el turista nacional y el extranjero en sus formas de recreación?

La mayoría de turistas que recibe Mindo son nacionales, como un 60%, ellos prefieren las actividades indicadas anteriormente, a diferencia de los extranjeros que más acuden por apreciar la naturaleza, también les gusta el Tubing, pero en su mayoría es la tranquilidad y el admirar el paisaje.

¿En promedio cual es el tiempo de permanencia que se promociona en los paquetes turísticos de visita a Mindo?

El tiempo mínimo es de dos días.

¿Qué turistas (nacionales o extranjeros) escogen los paquetes de mayor duración y porqué?

Los extranjeros adquieren los paquetes de mayor duración y además ellos lo pueden hacer en cualquier momento, es decir no sólo fin de semana, e inclusive más tiempo, en cambio los nacionales, por lo general lo hacen de dos días y fin de semana, ya que entre semana son por lo general, paseos de colegios o empresas.

¿Qué tipo de turista es el que solicita servicios de hospedaje en Mindo con mayor regularidad?

Las familias son los que más solicitan el servicios de hospedaje, y como una novedad comenta que parejas para pasar el fin de semana.

¿Cuáles son los servicios que ofrece la agencia al turista?

Ofrecen todos los servicios de recreación que ofrece la población de Mindo, hospedaje y alimentación, además mantienen alianzas comerciales con la mayoría de sitios de hospedaje en el lugar. También ofrecen el servicio de guías locales bilingües, y en las regatas incluyen: casco, chaleco, transporte, servicio de ducha y vestidores.

¿En su opinión que tanta relevancia tiene el transporte como parte de los servicios que se debe ofertar en un producto?

El transporte es muy importante que sea propio, ya que el servicio que se tiene en Mindo es malo y muy caro, ya que no es lejos, el trayecto es corto, además realizan el servicio y van le dejan al pasajero y le abandonan, lo ideal sería tener un transporte propio que sólo sirva al sector de Mindo.

¿Podría indicar que tipo de gastronomía incluye un paquete turístico?

Lo que más les gusta a los turistas es el sancocho mindeño, ceviche de palmito y la tilapia más que la trucha por el sabor diferente.

¿Cuántas comidas ofrece el paquete turístico que tiene como destino Mindo?

Mínimo son dos: desayuno y almuerzo, para un día, y si no, serían cuatro según los días de permanencia.

¿Podría precisar que opiniones recibe de los turistas nacionales y extranjeros, sobre la calidad de los productos que se comercializan teniendo como destino Mindo?

La mayoría de quejas se presentan más en los feriados principalmente por la cantidad de gente y el servicio es malo, pero sólo en algunos sitios, lo recomendable y se les dice a los turistas que mejor es que viajen los fines de semana, para recibir un buen servicio, no tienen que esperar mucho para participar de las actividades de recreación,

¿Cuál es el tipo de alojamiento de preferencia de los turistas nacionales y extranjeros?

Los turistas nacionales escogen un tipo de alojamiento en un promedio de \$15 a \$20 dólares, muy pocos prefieren un nivel más alto, al igual que los extranjeros, también se da estas diferencias, inclusive en estos buscan precios de 10 dólares, también al tener un precio bajo en el alojamiento, realizan más actividades de recreación, esto depende de la edad del turista, pues las personas mayores buscan lugares más tranquilos y relajados en donde puedan disfrutar mejor de la naturaleza.

¿Cuáles son los servicios adicionales que ofrece la agencia a los turistas?

Cuando los turistas necesitan diferentes opciones para conocer más o realizar otras actividades fuera de las comunes que ofrecen, la agencia presta todas las facilidades de que dispone, inclusive si es transporte diferente, otro tipo de hospedaje que necesiten, lo pueden proporcionar ya que tienen convenio con las hosterías del lugar.

¿Cuáles de los servicios adicionales a su criterio son los que generan más valor al turista nacional y extranjero?

Las actividades de aventura es lo que más les gusta a todos los turistas, como el Canopy, las cascadas y el Tubing que se realiza de mejor manera en los meses de marzo y abril que tiene más caudal el río Mindo que es en donde se realiza esta actividad, todo depende del tipo de turista, pues en esta temporada el recorrido que es de 3 Km se demora 8 a 12 minutos, mientras que en verano es de 20 a 25 minutos. Otros recorridos son en los ríos Cinto y Blanco, que se los hacen solo en verano.

El Canopy de preferencia más les gusta el de 13 cables, el recorrido es de 3.500 ms., también se hace caminatas, observación del paisaje y si se tiene suerte observación de aves, se demora de 1 a 2 horas según el grupo.

Entre las dos clases de turistas, si les gusta realizar estas actividades, depende también de la edad de los mismos, aunque las personas mayores prefieren realizar caminatas cortas.

Otra actividad que se está desarrollando es los recorridos en bicicletas, se han creado rutas específicas para disfrutar y apreciar mejor el paisaje.

¿En promedio que percepción tienen sobre los precios de paquetes turísticos los turistas nacionales?

Hay de todo en cuanto a los precios que pagan los turistas nacionales, según las preferencias que solicitan, y de acuerdo a lo que contempla el paquete, siempre lo que buscan es un buen alojamiento, y los precios no están altos, aunque hay cabañas de 15 dólares que están bien, y las de 50 dólares tienen diferencias pero no tan grandes, sino es que tienen jacuzzi y por eso sube el valor.

¿Y los turistas extranjeros que percepción tienen de los precios de los paquetes turísticos?

Ellos buscan más tranquilidad ya que vienen a ver la naturaleza, además buscan lugares que estén alejados del bullicio de la zona urbana, entonces los precios son aceptables y no regatean sino buscan comodidad y calidad.

¿Qué ventajas ofrece Mindo respecto del precio de paquetes turísticos en comparación con otros destinos locales?

Primero la mayor ventaja de Mindo es que está cerca de Quito, la oferta de hospedaje es variada ya que hay de todo precio y calidad, un paquete de 2 días y una noche está más o menos entre 70 y 80 dólares por persona, incluido todo lo que es alimentación, hospedaje y recreación, aunque depende de las actividades que realicen, puede subir pero no tanto. Lo que se recalca es que por lo cercano a la capital, inclusive el transporte no es tan significativo, ya que la mayoría de personas disponen de vehículo propio y no se aumenta más costo en el paquete.

¿Cuáles son los factores que los turistas evalúan en un destino antes de visitarlo?

Lo que más evalúan son el servicio y la seguridad, siendo esto lo más importante

¿Cuáles de los factores son claves para ofrecer un producto más atractivo respecto de otras agencias?

Se le ofrecen los servicios comunes, pero según el número de turistas les ofrecen gratuidad en ciertas atracciones, e inclusive si son más frecuentes que otros, no les cobran ciertos servicios, también al finalizar los servicios les ofrecen recuerdos del lugar.

¿Qué comentarios ha recibido por parte de turistas nacionales y extranjeros sobre los servicios ofrecidos?

Hasta ahora no han tenido quejas del servicio ya que la agencia siempre trata de cuidar sobre el trabajo brindado, cuidando que todas las personas involucradas, como guías, hosterías, restaurantes, cuiden la imagen y la calidad del servicio.

¿Cómo percibe el turista nacional a Mindo como un destino turístico?

Lo ve bien, ya que Mindo tiene todo y para todas las edades, está cerca de Quito, no le molestan los mosquitos, y disfruta mucho de los atractivos que les ofrecen.

Entre la percepción sobre Mindo del turista nacional y la del extranjero, ¿Cuáles son las principales diferencias?

El turista nacional viene más para aventura y diversión como por ejemplo les gustan los bares y discotecas, mientras que el extranjero lo hace por aventura, y sobre todo disfrute y admiración por la naturaleza, ellos aprecian sobre manera el poder leer un libro, observar aves y aprecian la calma del lugar.

¿Usualmente con quien viaja el turista nacional que visita Mindo, y con quién lo hace el turista extranjero?

El turista nacional lo hace más con familia, o cuando son compañeros de colegio, universidad o empresas. Los turistas extranjeros, también lo hacen en familia si es que están con ella, y de acuerdo a la disponibilidad de tiempo.

¿Podría precisar qué ventajas o desventajas tiene el turista al visitar Mindo contratando sus servicios?

Las ventajas es que la agencia les organizan toda la logística para su estadía, desde su arribo les reciben y les ofrecen todas las alternativas para su confort, coordinan con todos los involucrados desde el hospedaje, alimentación, actividades de recreación, y si existen problemas ellos los resuelven, es decir sólo se reclama a una persona y no a todos los prestadores de los servicios.

La agencia funciona a partir del año 2004, no ha tenido problemas mayores.

¿Cuáles son las formas de promoción que utiliza comúnmente la agencia en los productos que tienen como destino Mindo?

Las formas más comunes de promoción son utilizando las redes sociales, como el facebook, twitter, link, y con la página web de la empresa, además por las recomendaciones de los mismos clientes que hacen con otras personas interesadas en visitar Mindo.

¿Qué turistas visitan más la población de Mindo?

Definitivamente, los turistas nacionales son el mayor número de visitas.

¿Qué rango de edad es el más regular entre los grupos de turistas nacionales y extranjeros?

Entre los turistas nacionales, el rango de edad estaría entre los 20 a 30 años, porque son más jóvenes, y realizan el turismo de aventura, mientras que en los extranjeros está en un rango de 40 años, aunque existen adultos mayores ya que por lo general son jubilados y se quedan un poco más de tiempo.

¿En el caso de los turistas extranjeros que percepción tienen sobre el precio de los servicios?

Los turistas extranjeros no se quejan de los precios de los servicios, ya que ellos tienen otra mentalidad en relación al turismo de la naturaleza, valoran lo que están disfrutando y no se molestan por los precios.

¿Qué promedio de ingresos tiene un turista nacional que visita Mindo?

El turista nacional que visita Mindo está en el rango de clase media que puede estar entre baja y alta, pero por lo general ellos buscan el servicio de la agencia, mientras que otra clase que sería baja, no lo hacen y tratan de gastar lo menos posible.

¿Cuál es la procedencia de los turistas nacionales (de donde vienen mayormente)

La mayoría son de Quito, y de la Sierra, como se dice por la cercanía, también de la costa pero en menor cantidad, de Santo Domingo porque están cerca.

ENTREVISTA AL SR. EDUARDO GORDÓN, ADMINISTRADOR DE LA HOSTERÍA “EL CARMELO” UBICADA EN LA POBLACIÓN DE MINDO, CON 18 AÑOS DE FUNCIONAMIENTO, EN UN ÁREA DE 26 HAS.

¿Podría precisar las preferencias de recreación que tienen los turistas que visitan Mindo?

Lo que más buscan los turistas son las actividades de aventura, como el Canopy, Tubing.

¿Qué diferencias encuentra entre el turista nacional y el extranjero?

No hay mucha diferencia entre las dos clases de turistas, ya que buscan la aventura y la flora y fauna, es decir comparten los mismos gustos.

¿Cuáles son a su criterio los lugares más visitados y por qué?

Las cascadas lo realizan los turistas nacionales y, el avistamiento de aves lo realizan los turistas extranjeros.

¿En promedio cuál es el tiempo de permanencia de un turista nacional?

El turista nacional máximo se queda 3 días 2 noches.

¿Este es mayor que el tiempo de los turistas extranjeros?

No, ya que los turistas extranjeros se quedan en promedio 4 días 3 noches.

¿Qué tipo de turista es el que se hospeda con mayor regularidad en la hostería?

El turista nacional, ya que son la mayor cantidad en cuanto a los turistas que visitan Mindo, los extranjeros en menor cantidad y además los meses que más visitan son Enero a Febrero, épocas de vacaciones en los lugares de origen.

¿Cuáles son los servicios que ofrece la hostería al turista?

El alojamiento completo en cabañas dobles, familiares de 6 a 7 personas, Restaurante, 3 piscinas, 2 hidromasajes, sala de juegos, actividades de aventura ya que cuentan con Canopy, Tubing, mariposario, es decir cuentan con todo propio para que los turistas dispongan de todo lo necesario durante su estadía.

¿En su opinión que tanta relevancia tiene el transporte como parte de los servicios de una hostería?

No considera importante el transporte, y cuando es necesario la oficina en Quito, lo maneja si se requiere, esto se da más en el caso de turistas extranjeros.

¿Podría decirme que tipo de gastronomía se oferta en su local?

Lo que se oferta es la comida nacional, con chef propio que satisface los gustos de los turistas.

¿Qué preferencias tienen los turistas nacionales y extranjeros en cuanto a platos se refiere?

Las dos clases de turistas prefieren el pollo y camarón, aunque también es la trucha típica de la región.

¿Qué paquetes ofrece la hostería a los turistas para su recreación en la población de Mindo?

No se relaciona con la población ya que la hostería cuenta con actividades propias de aventura, y los costos de los paquetes son de acuerdo a lo que escogen los turistas, por ejemplo, es alojamiento y comidas, las dos opciones y actividades de aventura, o sólo alojamiento, todo depende de cada turista.

¿Podría precisar que opiniones recibe de los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios que existen en Mindo?

El servicio ha mejorado bastante, los turistas ya no se quejan, o mejor dicho es poco, está más organizada la gente involucrada en la atención, están poniendo más cuidado.

¿Cuáles son los servicios adicionales que ofrece la hostería a los turistas?

El avistamiento de aves con guía propio de la hostería se lo realiza a partir de las 6 de la mañana, dura 3 horas y es una caminata en el sector de las cascadas, fuera del ámbito de la hostería y también, el tour de chocolate en la población de Mindo.

¿Cuáles de los servicios adicionales a su criterio son los que le generan más valor al turista nacional y extranjero que visita su local?

El Canopy que tienen pues es propio de la hostería, es de 1600 ms. Con nueve líneas de cable.

¿En promedio que percepción tienen sobre los precios de servicio de transporte, alimentación, alojamiento y recreación los turistas nacionales?

No tienen quejas, es decir están acordes con el servicio que reciben.

¿Y los turistas extranjeros?

Que es un buen servicio, están de acuerdo en todo lo que les ofrece la hostería, definitivamente no tienen quejas en cuanto a esto.

¿Qué ventajas ofrece Mindo respecto del precio de sus servicios a los turistas en general?

La hostería cuenta con todas las comodidades contempladas en el alojamiento y además con casi todas las actividades de aventura, entonces no es necesario salir a la población.

¿Cuáles son los factores que los turistas evalúan en una hostería antes de hospedarse?

Lo que más evalúan es la tranquilidad con la que cuenta en la hostería, está distante de la parte urbana, y cuenta con todas las comodidades necesarias para una buena estadía.

¿Cuáles de los factores son claves para ofrecer un producto más atractivo respecto de otras hosterías?

Lo que más resulta clave para diferenciarse de otras hosterías es el Servicio que se ofrece, tiene que ser lo más importante y siempre satisfacer al cliente.

¿Qué comentarios ha recibido por parte de turistas nacionales y extranjeros sobre Mindo?

Que está creciendo paulatinamente, que está bien en su desarrollo y que la infraestructura hotelera le ven bien.

¿Cómo percibe el turista nacional a Mindo como un destino turístico?

Es conveniente porque está cerca de Quito, es uno de los puntos que más les gustan, la naturaleza en su estado puro.

Entre la percepción sobre Mindo del turista nacional y del extranjero, ¿Cuáles son las diferencias principales?

Ahora ya no hay diferencias marcadas entre los gustos de los turistas, ya que las dos clases buscan paz y tranquilidad, estar en contacto con la naturaleza, además el turista nacional es de un nivel de desarrollo medio alto, por lo tanto ya no se ven diferencias.

Usualmente con ¿quien viaja el turista nacional que visita Mindo, y con quien lo hace el turista extranjero?

El turista nacional viaja más con familia, y el extranjero por lo general solos o a veces con amigos, novia.

¿Podría precisar qué ventajas o desventajas tiene el turista al visitar Mindo contratando los servicios de una agencia de viaje?

La desventaja es que tienen que buscar en cada sitio las actividades de recreación en cambio en la hostería ya cuentan convirtiéndose en una ventaja para el cliente.

¿Qué tipo de asistencia requiere un turista que visita Mindo solo para disfrutar de su estadía?

No cree que necesite de asistencia, ya que se le ofrece diferentes alternativas de alojamiento, alimentación, recreación y todo con absoluta seguridad y confort para su estadía satisfactoria.

¿Cuáles son las formas de promoción que utiliza comúnmente la hostería?

Se realiza un marketing a través de la página Web, y principalmente por medio del facebook.

¿Qué turistas visitan más la población de Mindo?

Son de la capital, Quito.

¿Qué rango de edad es el más regular entre los grupos de turistas nacionales y extranjeros?

Entre los turistas nacionales se encuentran en el rango entre los 30 hasta los 50 años, y en los turistas extranjeros, entre los 25 a 40 años, y como comentario se menciona que las personas mayores no representan un ingreso alto.

En el caso de los turistas extranjeros, ¿Que percepción tienen sobre el precio de los servicios?

Están de acuerdo con el precio, que está de acuerdo con el servicio que reciben.

¿Qué promedio de ingresos tiene un turista nacional que visita Mindo?

Los turistas nacionales son de un nivel medio, y medio alto, especialmente los que visitan la hostería.

¿Cuál es la procedencia de los turistas nacionales (de donde vienen mayormente)?

Repito, que en su gran mayoría son de Quito, como se menciono por la cercanía y las diferentes alternativas de aventura que ofrece Mindo.