



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**Plan de negocios para la construcción de una hostería en el cantón Limón  
Indanza, año 2013.**

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.

**AUTORA:** Gómez León, Narcisa de Jesús

**DIRECTORA:** Gonzaga Vallejo, Luz Clara, Msc.

**CENTRO UNIVERSITARIO LIMÓN**

**2014**

## **APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN**

Magíster

Luz Clara Gonzaga Vallejo

### **DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: "Plan de negocios para la construcción de una hostería en el Cantón Limón Indanza, año 2013" realizado por Gómez León Narcisa de Jesús ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio de 2014

f).....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Gómez León Narcisa de Jesús declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: “Plan de negocios para la construcción de una hostería en el Cantón Limón Indanza, año 2013”, siendo Mgs. Luz Clara Gonzaga Vallejo 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).....

Gómez León Narcisa de Jesús

C.I.: 1400581821

## DEDICATORIA

A Daniel que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar fundamental para la culminación de la misma y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, a mis hijos Daniel y Jeremías para quienes ningún sacrificio es suficiente, que son el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día para alcanzar mis más apreciados ideales de superación.

Quiero dejar a cada uno de ellos una enseñanza que cuando se quiere lograr algo en la vida no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para lograrlo.

A mis familiares, amigos y a quienes recién se sumaron a mi vida para hacerme compañía con sus sonrisas de ánimo, porque de ellos aprendí que nuestras diferencias se convierten en riqueza cuando existe respeto y amistad verdadera.

## **AGRADECIMIENTO**

“Primeramente a Dios por haberme regalado el don de la vida”

Son muchas las personas a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida.

Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo compartido y por todas las bendiciones.

En toda la experiencia universitaria y la conclusión del trabajo de tesis, ha habido personas que merecen las gracias porque sin su valiosa aportación no hubiese sido posible este trabajo, y también hay quienes merecen las gracias por haber plasmado su huella en mi camino.

A mi directora de tesis Magister Luz Clara Gonzaga, quien con su experiencia ha sido la guía idónea durante este proceso, mil gracias de corazón.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I.....	5
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	5
1.1. Investigación de mercado.....	6
1.1.1. Evidencia de mercado.....	6
1.1.2. Binomio producto-mercado .....	9
1.1.3. Segmentación.....	9
1.1.4. Perfil del consumidor.....	10
1.1.5. Tamaño actual y proyectado.....	22
1.1.6. Tendencias de mercado.....	22
1.1.7. Factores de Riesgo.....	32
1.2. Análisis de la competencia .....	32
1.2.1. Descripción de la competencia (competidores claves).....	32
1.2.2. Ventajas competitivas.....	33
1.2.3. Barreras de entrada.....	34
1.3. Precio.....	35
1.3.1. Variables para la fijación del precio.....	35
1.3.2. Determinación del precio.....	35
CAPITULO II.....	38
2. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO.....	38
2.1. Factores que determinan la localización.....	39
2.1.1. Macrolocalización.....	39
2.1.2. Microlocalización.....	41
2.2. Factores que determinan el tamaño .....	42
2.3. Tamaño de la Hostería .....	43

2.4. Capacidad Instalada.....	43
2.5. Capacidad ocupada .....	44
CAPÍTULO III.....	45
3. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	45
3.1. El servicio.....	46
3.2. Diagrama de flujos .....	50
3.3. Necesidades del proyecto .....	52
3.3.1. Infraestructura.....	52
3.3.2. Maquinaria y equipo.....	53
3.3.3. Materias primas e insumos .....	57
3.3.4. Mano de obra directa e indirecta.....	59
3.3.5. Gastos de publicidad.....	61
3.3.6. Gastos de Servicios Básicos.....	61
3.3.7. Gastos de Depreciación.....	62
3.3.8. Gastos de Mantenimiento. ....	62
3.4. Distribución de la hostería .....	63
3.5. Plan de servicio .....	64
3.5.1. Estrategias de Promoción. ....	64
3.5.1.1. <i>Clientes Claves.</i> .....	64
3.5.1.2. <i>Estrategia de captación de clientes.</i> .....	65
CAPITULO IV .....	66
4. ORGANIZACIÓN .....	66
4.1. Tipo de empresa .....	67
4.1.1. Nombre.....	67
4.1.2. Misión. ....	67
4.1.3. Visión.....	67
4.1.4. Valores. ....	67
4.2. Logotipo .....	67
4.3. Isotipo .....	68
4.4. Slogan.....	68
4.5. Marca .....	68
4.6. Recurso Humano .....	69
4.6.1. Organización.....	69
4.6.2. Organigrama.....	70
4.6.3. Funciones del personal.....	70

CAPITULO V .....	74
5. ESTUDIO ECONÓMICO .....	74
5.1. Inversiones y Financiamiento .....	75
5.1.1. Inversiones de Activos Fijos.....	75
5.1.2. Inversiones de Activos Intangibles. ....	75
5.1.3. Capital de trabajo.....	76
5.1.4. Plan de Inversiones. ....	76
5.1.5. Estructura del Financiamiento. ....	77
5.2. Ingresos .....	79
5.2.1. Proyección de Ingresos.....	79
5.3. Proyección de Costos y Gastos.....	82
5.3.1. Costos directos de Producción.....	82
5.3.1.1. <i>Materiales directos.</i> .....	82
5.3.1.2. <i>Mano de Obra Directa.</i> .....	83
5.3.2. Costos Indirectos de Producción.....	84
5.3.2.1. <i>Materiales Indirectos.</i> .....	84
5.3.2.2. <i>Mano de Obra Indirecta.</i> .....	84
5.3.2.3. <i>Otros Costos Indirectos.</i> .....	84
5.3.2.4. <i>Costos que no representan desembolso.</i> .....	85
5.3.3. Gastos de Administración y ventas. ....	86
5.3.3.1. <i>Gastos de Administración.</i> .....	86
5.3.3.2. <i>Gastos de Ventas.</i> .....	86
CAPITULO VI .....	87
6. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO .....	87
6.1. Estado de Resultados .....	88
6.2. Balance General.....	89
6.3. Flujo de caja.....	89
6.4. Punto de Equilibrio .....	91
CONCLUSIONES .....	93
RECOMENDACIONES .....	95
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	98



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ciudad de origen	25
Tabla 2: País de origen	25
Tabla 3: Tarifas de los establecimientos hoteleros actuales	35
Tabla 4: Alojamiento (cabañas)	43
Tabla 5: Alimentación (Restaurante y Bar)	44
Tabla 6: Recreación (piscina)	44
Tabla 7: Infraestructura	52
Tabla 8: Cabañas y habitaciones	53
Tabla 9: Cocina	54
Tabla 10: Bar- restaurante	55
Tabla 11: Lavandería	56
Tabla 12: Administración	56
Tabla 13: Menaje	57
Tabla 14: Cocina	58
Tabla 15: Bodega	58
Tabla 16: Piscina y baños	59
Tabla 17: Mano de Obra Directa	60
Tabla 18: Mano de Obra Indirecta	60
Tabla 19: Gastos de Administración y Ventas	61
Tabla 20: Publicidad	61
Tabla 21: Servicios básicos	61
Tabla 22: Depreciaciones	62
Tabla 23: Gastos de mantenimiento	62
Tabla 24: Recursos Humanos	69
Tabla 25: Inversión de activos fijos	75
Tabla 26: Inversión de activos intangibles	75
Tabla 27: Capital de Trabajo	76
Tabla 28: Plan de inversiones	77
Tabla 29: Estructura de financiamiento	77
Tabla 30: Venta de alojamiento temporada baja	79
Tabla 31: Venta de alojamiento temporada alta	80
Tabla 32: Venta de alimentación temporada baja	80
Tabla 33: Venta de alimentación temporada alta	81
Tabla 34: Ventas por balneario temporada baja	81
Tabla 35: Ventas por balneario temporada alta	82
Tabla 36: Resumen de ingresos	82
Tabla 37: Materiales Directos	83
Tabla 38: Mano de Obra Directa	83
Tabla 39: Materiales Indirectos	84
Tabla 40: Mano de Obra Indirecta	84
Tabla 41: Gastos de Servicios Básicos	84
Tabla 42: Gastos de mantenimiento	85
Tabla 43: Gastos de depreciaciones	85
Tabla 44: Gastos de Administración	86

Tabla 45: Gastos de publicidad	86
Tabla 46: Estado de Resultados	88
Tabla 47: Balance General	89
Tabla 48: Flujo de Caja	90
Tabla 49: Punto de Equilibrio	92

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Promedio mensual	7
Gráfico 2: Promedio anual	7
Gráfico 3: Ocupación mensual	8
Gráfico 4: Origen de los huéspedes	10
Gráfico 5: Motivo de su viaje	11
Gráfico 6: Edad	12
Gráfico 7: Género	13
Gráfico 8: ¿Acostumbra a salir de paseo?	13
Gráfico 9: ¿Con quién suele salir de paseo?	14
Gráfico 10: Entre cuántas personas sale	14
Gráfico 11: El paseo lo realiza:	15
Gráfico 12: Tiempo que destina al paseo	15
Gráfico 13: Lo que considera antes de viajar	16
Gráfico 14: Visita lugares dentro del cantón	16
Gráfico 15: Visita hosterías del cantón	17
Gráfico 16: Lugares que prefiere el fin de semana	17
Gráfico 17: Servicios que faltan en el cantón	18
Gráfico 18: Gasto promedio por persona en un paseo	18
Gráfico 19: Interés en una hostería en el cantón	19
Gráfico 20: Servicios esperados en la hostería	19
Gráfico 21: Servicios de mayor interés	20
Gráfico 22: tipo de alimentación	20
Gráfico 23: Perspectiva de oferta de alimentación	21
Gráfico 24: Perspectiva de la oferta de esparcimiento	21
Gráfico 25: Número de plazas	23
Gráfico 26: Número de habitaciones	23
Gráfico 27: Personas que viajan al oriente por mes	24
Gráfico 28: Meses en que recibe más turistas	25
Gráfico 29: Días en que viajan	26
Gráfico 30: Tiempo de viaje	26
Gráfico 31: Los pasajeros viajan:	27
Gráfico 32: Composición del viaje	27
Gráfico 33: Lugar preferido en el oriente	28
Gráfico 34: Servicios de interés para la hostería	28
Gráfico 35: Perspectiva sobre alojamiento en el oriente	29
Gráfico 36: ¿Conoce el cantón Limón?	29

Gráfico 37: ¿Le han solicitado tours a Limón? .....	30
Gráfico 38: Interés de los operadores en la hostería.....	30
Gráfico 39: Gasto diario promedio por personas .....	31
Gráfico 40: ¿Dónde reciben publicidad las personas?.....	31
Gráfico 41: Ocupación de huéspedes por establecimiento hotelero.....	32
Gráfico 42: Disposición a pagar por alimentación.....	36
Gráfico 43: Disposición a pagar por hospedaje.....	37
Gráfico 44: Disposición a pagar por balneario.....	37
Gráfico 45: Mapa de localización de Cantón Limón Indanza .....	39
Gráfico 46: Mapa turístico de Limón Indanza .....	41
Gráfico 47: Lote para construcción.....	42
Gráfico 48: Diagrama de flujo en alojamiento.....	51
Gráfico 49: Diagrama de flujo balneario .....	52
Gráfico 50: Layout .....	64
Gráfico 51: Logotipo.....	68
Gráfico 52: Isotipo .....	68
Gráfico 53: Marca .....	68
Gráfico 54: Organigrama.....	70

## RESUMEN

El presente trabajo expone el diseño de un Plan de Negocios para la implementación de una hostería en el cantón Limón Indanza, al sur de la provincia de Morona Santiago, en la región oriental del Ecuador. Su desarrollo se compone de cinco capítulos distribuidos en: investigación de mercado, tamaño y localización, ingeniería del proyecto, estudio económico y evaluación de la rentabilidad del proyecto.

El estudio comprende una investigación a los habitantes del cantón y las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cuenca; la hostería estará localizada en la parroquia General Plaza y cuenta con un terreno de 4,41 hectáreas para la distribución de los servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento, para lo que requiere una inversión de \$419.025.00. Los resultados generales demuestran un VAN de \$46.931.98 descontados a una tasa del 10.42%, un TIR del 19%, un Punto de equilibrio del 45% de ocupación y recuperación de la inversión a partir del cuarto año; lo que demuestra que el proyecto es viable y se recomienda su ejecución.

**PALABRAS CLAVES:** Turismo receptivo, hostería, plan de negocios, Limón Indanza, estudio de mercado.

## **ABSTRACT**

This paper presents the design of a business plan for the implementation of a first-class inn in Limón Indanza, located at south of Morona Santiago province, in eastern Ecuador. Its development consists of five chapters divided into: market research, size and location, project engineering, economic survey and evaluation of the project's profitability.

The study includes an investigation to people who lives in Limón Indanza and the tourism agencies of Cuenca city. The lodge will be located in General Plaza city and has an area of 4.41 hectares for the distribution of housing services, food and entertainment, for it requires an investment of \$ 419.025.00. The overall results show an NPV of \$ 46.931.98 discounted at a rate of 10.42%, an IRR of 19%, a point of balance 45% occupancy and payback from the fourth year, which shows that the project implementation is feasible and is recommended.

**KEYWORDS:** Inbound tourism, hostel inn, business plan, Limón Indanza region, market research.

## INTRODUCCIÓN

Es conocido que el sector turístico es un factor de desarrollo económico en constante crecimiento que brinda a las localidades, incluso aquellas que se puedan creer inalcanzables, la oportunidad de progresar al apostarle a esta actividad potencialmente generadora de empleo y oportunidades de negocio para sus habitantes. Tal es el caso de Ecuador, en donde, de acuerdo al Ministerio de Turismo, el ingreso de divisas por concepto de esta actividad, asciende a más de setecientos millones de dólares, así como la participación del turismo receptor incrementó el PIB al 1.4%, estos dos casos solamente en el año 2010, ubicando al turismo en el cuarto puesto de las principales fuentes de ingreso para el país.

Dentro de esta participación importante del turismo, se destaca al turismo de naturaleza o ecoturismo, como la mayor preferencia por los turistas en la actualidad, un marco en el cual el Ecuador tienen una posición privilegiada, ya que gracias a su biodiversidad y cercanía entre diferentes destinos naturales, lo convierte en una zona ideal para este tipo de turismo, atrayendo cada vez más a visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Estos aspectos llevan a aprovechar las circunstancias y plantear la idea de negocio de una construcción de una hostería en el cantón Limón Indanza, ubicado al sur de la provincia de Morona Santiago, en una zona típica del oriente ecuatoriano, que cuenta con un listado de alrededor de 60 atractivos turísticos, en su mayoría cascadas y ríos, según los datos recolectados por el equipo técnico para el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón (Anexo 2) en su mayoría cascadas y ríos. El proyecto surge, de la iniciativa de uno de sus habitantes, quien luego de haber trabajado en el exterior, regresa con la intención de invertir en el cantón y dar un buen uso a su propiedad de 4,41 hectáreas ubicada en la parroquia General Plaza.

Para su desarrollo se plantea como objetivo general elaborar un plan de negocios para presentar el proyecto de construcción de una hostería en el Cantón Limón Indanza que tenga factibilidad financiera y operativa, previo a su puesta en marcha. Los objetivos específicos son: realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la construcción de una hostería con servicios completos y de calidad que satisfaga las necesidades insatisfechas del turista local e internacional, en el Cantón Limón Indanza en base al mercado insatisfecho; elaborar un estudio de ingeniería acorde a la demanda del sector de servicios de alojamiento, alimentación y bebidas, recreación y esparcimiento; y, diseñar un plan de financiero orientado a resaltar aspectos como el monto de inversión, manejo de presupuesto y punto de equilibrio, que permitan que el proyecto sea ejecutable. Los mismos que se desenvuelven a lo largo de

cinco capítulos distribuidos en: investigación de mercado, tamaño y localización, ingeniería del proyecto, estudio económico y evaluación de la rentabilidad del proyecto.

En términos generales, los resultados indican la necesidad de una inversión total de \$419.025.00 de los cuales el 76.14% será financiado por los socios y el 23.86% restante será cubierto por crédito en una entidad bancaria en un plazo de cinco años. Dicha inversión, después de analizados los ingresos y egresos, demuestran un VAN de \$46.931.98 descontados a una tasa del 10.42% y un TIR del 19%; estos datos evidencian que el proyecto sea ejecutable y puede llegar a generar beneficios económicos a partir del cuarto año en que se recupera la inversión.

**CAPITULO I**  
**ESTUDIO DE MERCADO**



## **1.1. Investigación de mercado**

### **1.1.1. Evidencia de mercado.**

El mercado turístico ha constituido en los últimos años, un factor importante para el progreso de las localidades en donde se desarrolla una actividad o negocio turístico, representa una oportunidad de crecimiento económico directo a la empresa o persona que invierte, e indirecto para los pobladores de la localidad al ser una actividad generadora y diversificadora de empleos. Su repercusión en la economía se ha vuelto tan importante, que los mismos gobiernos se han enfocado en el turismo como estrategia de crecimiento económico.

De acuerdo al Boletín de Estadísticas Turísticas elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, se estima que el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 786,5 millones de dólares durante el año 2010, valor que comparado con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el cuarto rubro de aporte en ingresos, después de petróleo, banano y plátano y camarón.

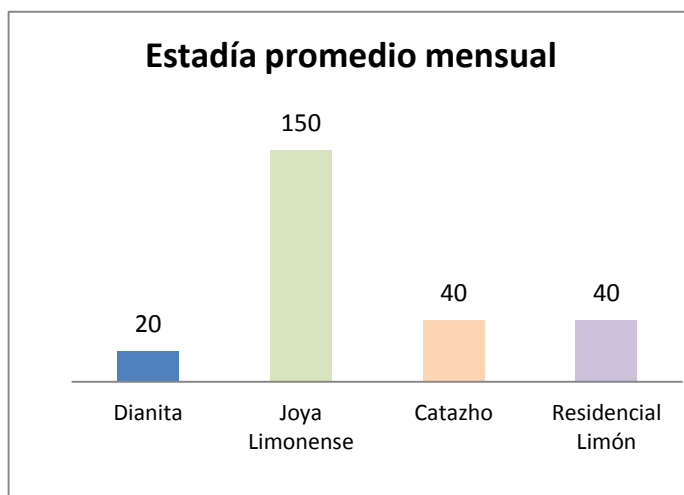
De igual forma la participación del turismo receptor dentro del Producto Interno Bruto (PIB) para el 2010 incrementó al 1.4% y su participación en las remesas del país alcanzó un valor de 2.324 millones de dólares, en relación a los 2.495 millones de dólares obtenidos en el 2009.

En el Estudio de Mercado para la Dinamización y Diversificación de la Oferta Turística Sostenible en la Amazonía, realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2012) se observa que la Provincia de Morona Santiago recibe 7.013 turistas extranjeros (el 8,18 del total recibido en toda la Amazonía) y 24.865 turistas nacionales (el 14,67% de los que recibe toda la Amazonía). De este número de turistas, el porcentaje del tiempo de su viaje en Ecuador que lo dedica a la Amazonía es de 4 días promedio y en el caso específico de la provincia de Morona Santiago 3 días. El área de mayor interés y más visitada en la Amazonía es la Reserva Biológica Yasuní.

Estos datos muestran un crecimiento positivo del turismo en el Ecuador y lo convierten en una actividad económica prometedora, considerando las cualidades que tiene el país como potencial para explotar el sector turístico. Este crecimiento de la demanda da lugar a que de la mano vayan creciendo las exigencias de los turistas por mayor variedad de servicios y mejor calidad, por lo que se abre campo para el ingreso de nuevas opciones.

En base a una investigación previa de la situación del mercado de servicios de alojamiento en el cantón Limón Indanza, en la que se ha aplicado una encuesta de sondeo a los propietarios de cuatro establecimientos de alojamiento, todos registrados en el catastro turístico elaborado por el equipo técnico municipal, como Hostal Residencial aunque no se ha registrado una categorización por número de estrellas de estos establecimientos hoteleros. Estos cuatro establecimientos se han escogido porque son los más reconocidos en la zona y porque son más asequibles para obtener información personal, telefónica y en internet. De este modo, se ha encontrado que entre los cuatro establecimientos hoteleros se reciben un total de 250 al mes y 3000 huéspedes al año, de los cuales se reciben mensualmente 22 de origen extranjero y 228 nacionales. Datos que se pueden observar en los siguientes gráficos:

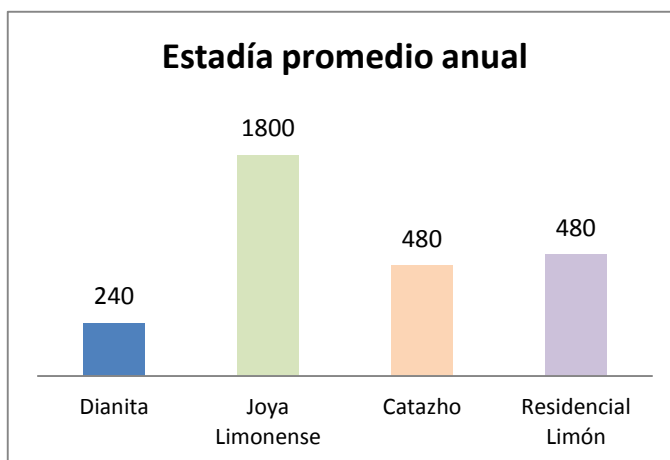
**Número de huéspedes recibidos por establecimiento**



**Gráfico 1: Promedio mensual**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

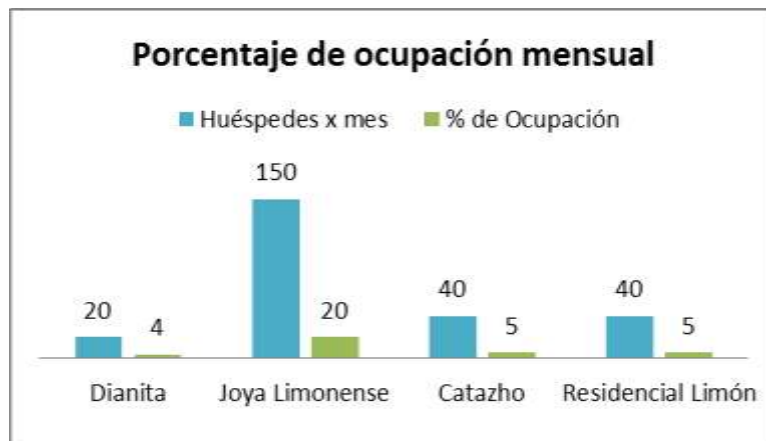
**Fuente:** Entrevista previa a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza



**Gráfico 2: Promedio anual**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Entrevista previa a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza



**Gráfico 3: Ocupación mensual**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Entrevista previa a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza

En los gráficos anteriores se puede observar que el establecimiento hotelero con mayor demanda es “Joya Limonense”, por lo que también se puede considerarlo como posible competencia. Es importante considerar que aunque los porcentajes de ocupación actuales no se ven favorables para una inversión en el sector hotelero, sin embargo, cabe considerar que en el presente año que el gobierno municipal ha invertido en el mejoramiento de carreteras y promoción de turística de los atractivos del cantón, lo cual es interesante factor para el impulso de la hostería, lo que alienta a que la situación cambie con las mejoras que se encuentra realizando el gobierno local. En cuanto a las características de los servicios ofertados por los actuales establecimientos hoteleros se analizarán más adelante.

Por otra parte, se debe considerar que un punto importante para incrementar el número de huéspedes es la promoción con empresas privadas y con el mismo municipio, para dar a conocer las potencialidades turísticas que tiene el cantón e ingresar al mercado con ideas de negocio novedosas y muy bien estructuradas, teniendo presente que el éxito del turismo se basa en las buenas experiencias brindadas a los turistas. En cuanto a la importancia de crear alianzas estratégicas para sobresalir en el mercado y tener éxito, lo confirman los autores Sánchez de Pablo, Guadamillas, & Donate (2012), quienes señalan que “en las dos últimas décadas se ha generalizado el uso de las alianzas estratégicas, que permiten a las empresas tener acceso a recursos y capacidades complementarias, disminuir costes, diversificar riesgos y, en definitiva, poder alcanzar unos resultados que les garanticen la supervivencia en sus sectores.” (pág. 1)

### **1.1.2. Binomio producto-mercado.**

De acuerdo a Quijano (2011), la estrategia de binomio producto-mercado consiste en la *“identificación de las características que satisfacen las necesidades del cliente, más allá del binomio producto-mercado, podría llamarse binomio medio de satisfacción-necesidad. La importancia de éste enfoque es que guiará a incrementar valor a su oferta y a innovar con verdadera orientación al cliente”*.

Tomando en cuenta este aporte, el binomio producto-mercado se concentra en ingresar al mercado del turismo con una hostería que oferte servicios de calidad y satisfaga las necesidades insatisfechas del turista en el cantón Limón Indanza, dirigido a turistas nacionales y extranjeros que quieren disfrutar de los atractivos y el clima del oriente ecuatoriano, sobre todo para aquellos que visitan la ciudad de Cuenca, puesto que pueden acceder a este destino en pocas horas. Dicho de otra forma, la estrategia comprende:

“Un producto que pone el disfrute de las maravillas naturales del oriente ecuatoriano más cerca del cliente.”

### **1.1.3. Segmentación.**

El segmento de mercado seleccionado para la sección de balneario de la hostería serán los habitantes del cantón Limón Indanza, considerados como posibles clientes del servicio de esparcimiento y alimentación, dado que no pernoctarán en la hostería. Para ello, se ha considerado a la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón que Censo efectuado en el año 2010 (INEC) fue de 5.473 habitantes, del cual se extraerá una muestra para la aplicación del estudio de mercado.

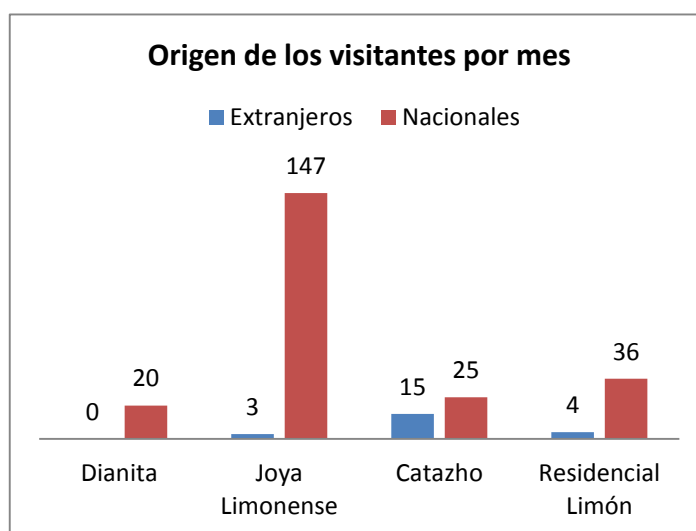
Con respecto al uso de la hostería, el número de turistas nacionales y extranjeros que recibe la provincia de Morona Santiago, de acuerdo al estudio de mercado realizado por el Ministerio de Turismo, y mencionado anteriormente; los puntos principales de procedencia de estos turistas son las ciudades de Cuenca, Gualaceo, Macas y otras provincias colindantes, por lo cual otro segmento seleccionado está compuesto por turistas extranjeros y turistas nacionales que planean su viaje al oriente ecuatoriano, desde la ciudad de Cuenca, a quienes se llegará a través de las agencias de viaje y operadoras de turismo que se encuentran en la ciudad de Cuenca. Este segmento será el que haga uso del servicio de alojamiento, además de los otros servicios de esparcimiento y alimentación.

Para cubrir la demanda de los segmentos, se aplicará la estrategia concentrada ya que la oferta se dirige a dos segmentos diferentes: el excursionista (visitante del día) que se interesa por el esparcimiento y, el turista (visitante que pernocta) que se interesa por el alojamiento.

#### 1.1.4. Perfil del consumidor.

A efectos de plantear los siguientes análisis del mercado, se ha realizado una encuesta previa (Anexo 1) a los propietarios de los cuatro establecimientos hoteleros escogidos del cantón Limón Indanza: Dianita, Joya Limonense, Catazho y Residencial Limón.

En dicho sondeo se obtuvieron los siguientes datos concernientes al consumidor:



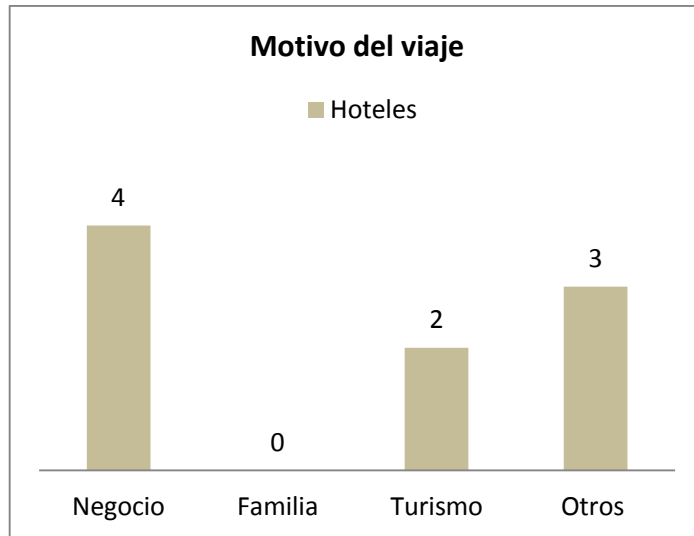
**Gráfico 4: Origen de los huéspedes**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Entrevista previa a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza

Los huéspedes que hacen uso de estos establecimientos hoteleros, son mayoritariamente nacionales, los mismos que vienen de las ciudades de Cuenca, Gualaceo y Macas. Por su parte los huéspedes extranjeros, que constituyen el 8.8% del total recibido al mes, son provenientes de los Estados Unidos.

En cuanto a la frecuencia en que se reciben huéspedes, los propietarios indicaron que los nacionales acuden diariamente, mientras que la visita de consumidores extranjeros es eventualmente cada mes.



**Gráfico 5: Motivo de su viaje**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Entrevista previa a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza

Como se puede observar en el gráfico anterior, los cuatro propietarios respondieron que sus clientes llegan a la ciudad por negocios; dos de ellos reciben huéspedes que vienen por turismo (Hostal Catazho y Residencial Limón); también afirman recibir huéspedes que vienen a realizar trabajo comunitario; y, ninguno de ellos ha reportado huéspedes que vengan por visitar a familiares, lo que indica que la gente de afuera que llega a la ciudad motivada a visitar a sus familiares, se hospeda en la casa de éstos. Esta última inferencia, se podrá revisar más adelante con la encuesta a los habitantes del sector.

Con respecto a los lugares que más visitan los huéspedes que vienen por turismo, se destaca el interés por las cascadas y la Cueva de los Tayos.

Por otra parte, se realizó una encuesta de investigación de mercado aplicada a los habitantes del cantón Limón Indanza, para lo cual se consideró la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón que para el Censo efectuado en el año 2010 (INEC) fue de 5.473 habitantes, que constituyen la población del estudio, de donde se obtiene la siguiente muestra:

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

De donde:

Z=Nivel de confianza 95% (desviación estándar 1,96)

P=Probabilidad de ocurrencia (50%)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (50%)

N= Población (5473)

e= error (5%)

n= tamaño de la muestra

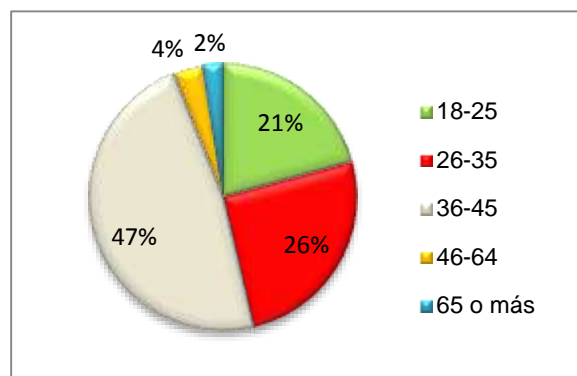
$$n = \frac{5256,27}{359,02}$$

n = 360

Por lo tanto, la muestra de la presente investigación es de 360 habitantes, la misma que se ha usado para indagar sobre las características de este segmento, con enfoque a la promoción del balneario, áreas de recreación y restaurante de la hostería, ante lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

#### Encuesta a habitantes del cantón:

##### a. Datos Informativos

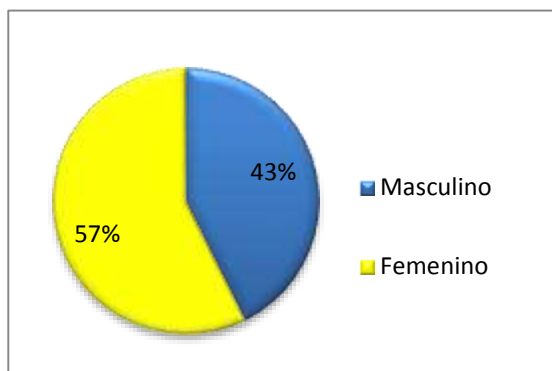


**Gráfico 6: Edad**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

La mayor parte del mercado objetivo (47%) se encuentra en un rango de edad entre los 36 a 45 años, lo que indica que puede tratarse de jefes de familia que se encargan de la planeación de paseos con sus familias. Otro porcentaje importante (21%) lo conforman dos grupos que están en edades de 18 a 35, mostrando que hay un mercado significativo de jóvenes de quienes se puede obtener, más adelante, información relevante sobre sus preferencias para salir con amigos.



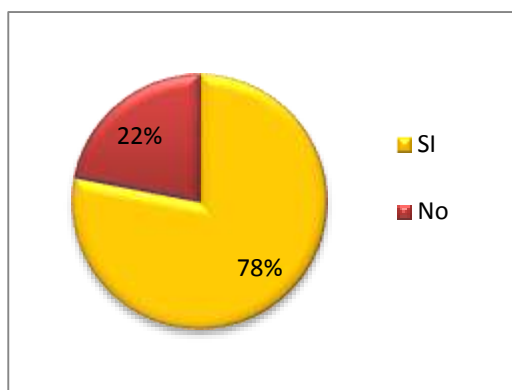
**Gráfico 7: Género**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

En cuanto al género de los encuestados, el 57% son mujeres, lo cual es un punto importante pues en la mayoría de los casos, son ellas quienes toman las decisiones sobre el destino en donde ir a recrearse; por lo que es importante considerar cuáles son sus gustos, preferencias y necesidades al momento de elegir. Tal como lo señala un estudio realizado por el portal “hoteles.com” en el año 2010, y citado por la revista electrónica Terra Networks México S.A., el cual revela que “a pesar de que el 66% de las parejas deciden sus vacaciones en conjunto, son las mujeres quienes en 27% de los casos toman las decisiones definitivas, 7% corresponde a los hombres.” (Terra Networks, 2010)

#### **b. Características de demanda**



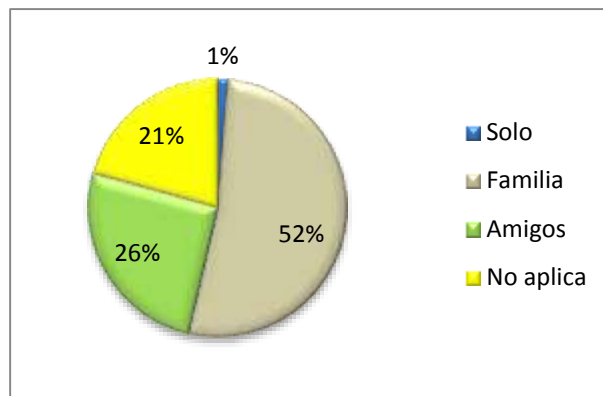
**Gráfico 8: ¿Acostumbra a salir de paseo?**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

La primera característica que se observa de la demanda, marca un punto muy importante, pues interesa en primer lugar, que el 78% del mercado si acostumbra a salir de paseo, lo que lo convierte en la demanda potencial.



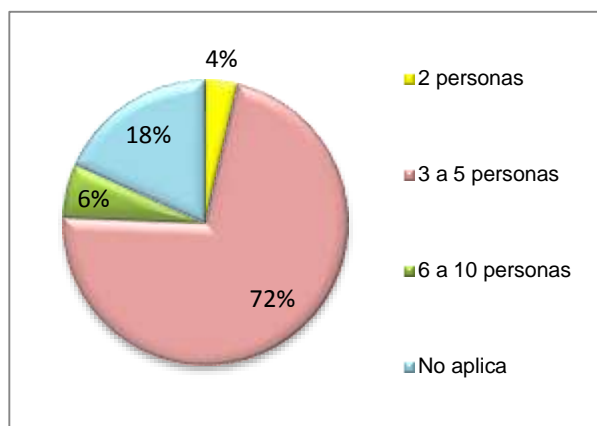


**Gráfico 9: ¿Con quién suele salir de paseo?**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

En la tabla anterior se puede observar que el mayor número de encuestados (52%), acostumbra a salir con su familia, lo que direcciona el tipo de servicios que se deben ofertar principalmente, como es el caso de las habitaciones familiares; además que servirá para determinar el tipo de publicidad que se manejará.

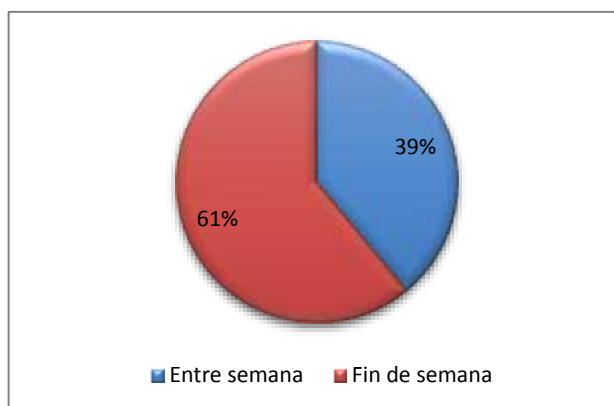


**Gráfico 10: Entre cuántas personas sale**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

El número promedio de personas que conforman los grupos de viaje son esencialmente de 3 a 5 personas, lo que demuestra que hay un número importante de demanda a la que se puede acceder para ofrecer este nuevo servicio.

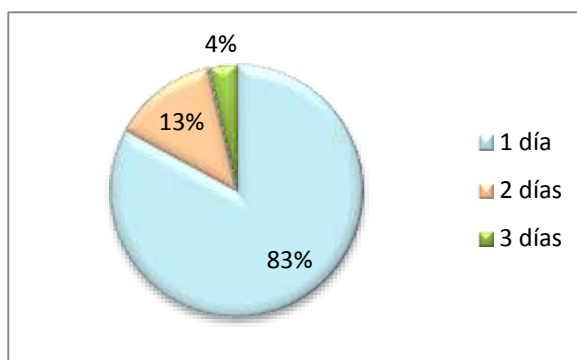


**Gráfico 11: El paseo lo realiza:**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

El 61% de los encuestados señala que sale de paseo los fines de semana, un 39% también realiza paseos entre semana, estos datos son positivos para la creación de la hostería puesto que se observa que, aunque la mayor ocupación será el fin de semana, el resto de días habrá una significativa ocupación que generará ingresos económicos.

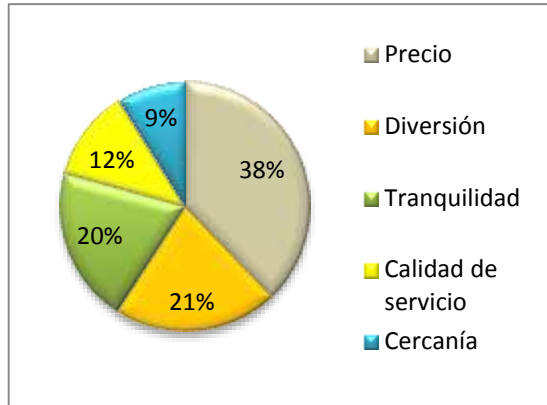


**Gráfico 12: Tiempo que destina al paseo**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

El 83% de los participantes en la encuesta, prefieren realizar viajes de un solo día, lo que es interesante, pues al vivir en el mismo lugar donde tendrá lugar la hostería, este dato indica que sí hay la disposición para visitar un atractivo cercano que no les tome mucho tiempo.

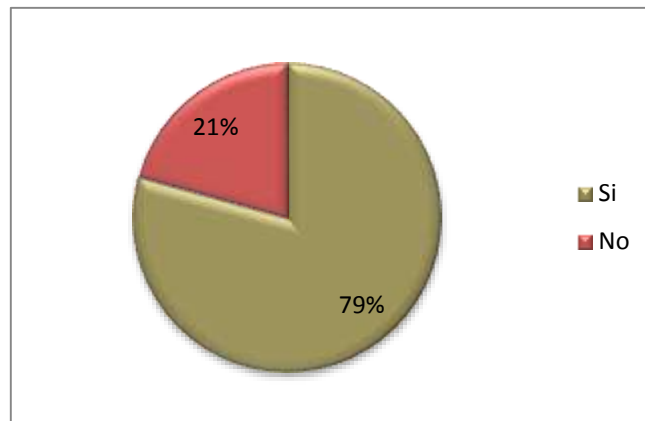


**Gráfico 13: Lo que considera antes de viajar**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Lo primero que los clientes tomarán en cuenta para elegir a la hostería como una opción principal será el precio (38%), en segundo lugar los servicios de distracción o diversión que se ofrezcan, seguido por un servicio de calidad (buena comida, mejor atención, etc.); además de la tranquilidad que brinde el ambiente que rodea a la hostería.

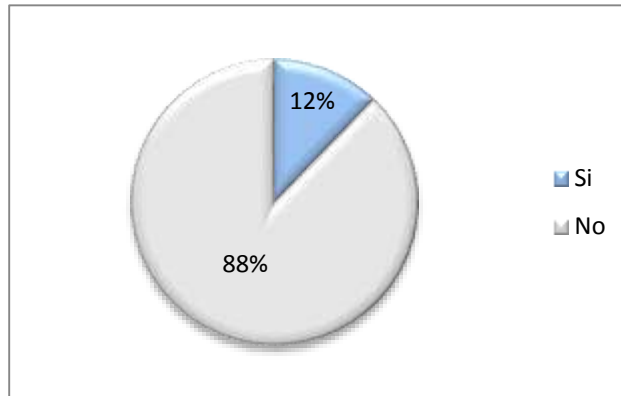


**Gráfico 14: Visita lugares dentro del cantón**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Otra de las preguntas relevantes, es la anterior, pues muestra de los habitantes del cantón (79%) si tienen interés y acostumbran a visitar los lugares turísticos de su propio sector, por lo tanto, se verán atraídos a visitar la nueva hostería.

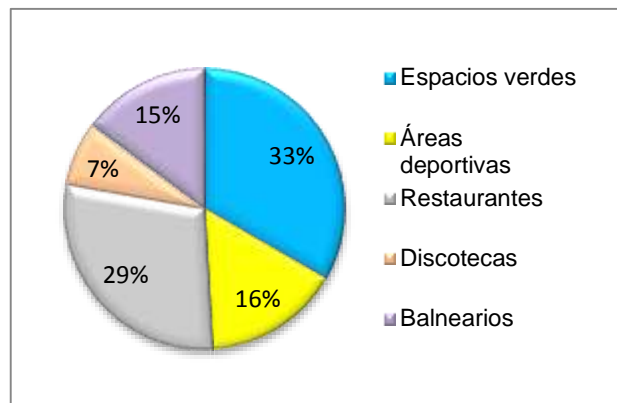


**Gráfico 15: Visita hosterías del cantón**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Esta pregunta guarda relación con la anterior, pues se observa que aunque los encuestados suelen ir de paseo a lugares dentro del cantón, el 88% no acostumbran a ir a hosterías, lo que se debe a que no existen hosterías en la zona, lo que se verifica según el catastro turístico del cantón Limón Indanza (2012) (Anexo 3).

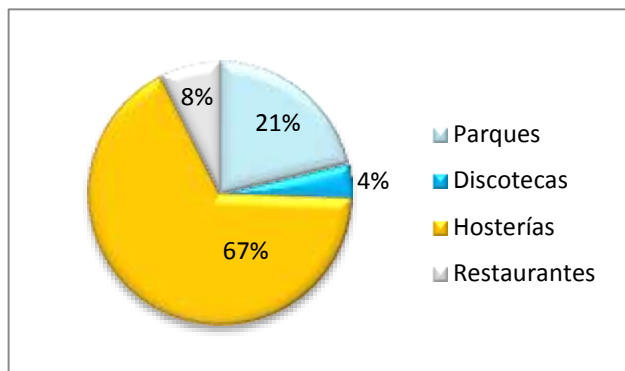


**Gráfico 16: Lugares que prefiere el fin de semana**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Los lugares más preferidos para pasear son los espacios verdes (33%) y los restaurantes (29%), lo que indica que la hostería deberá contar con espacios verdes y un buen servicio de restaurante para satisfacer las necesidades del mercado.

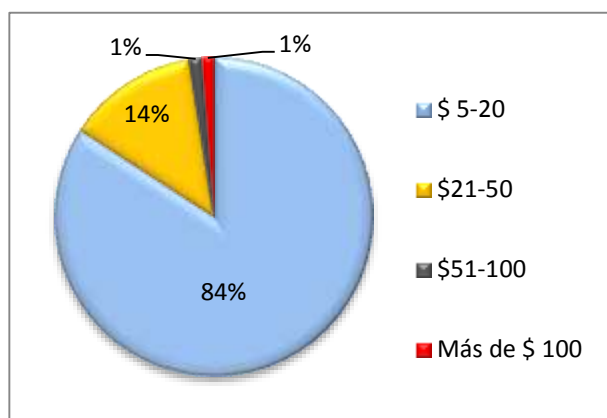


**Gráfico 17: Servicios que faltan en el cantón**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Este dato es bastante importante para la planeación del proyecto, pues un significativo 67% de los encuestados ha señalado que el servicio que hace falta en el cantón es una hostería; en segundo lugar con un 21%, señalan la falta de parques, con lo que se reafirma la pregunta anterior, en cuanto al requerimiento de espacios verdes para el esparcimiento.



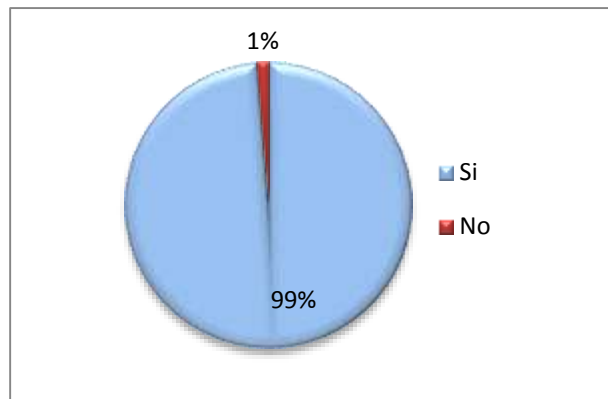
**Gráfico 18: Gasto promedio por persona en un paseo**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Por su parte los habitantes encuestados del cantón, en su mayoría (84%) gastan por un servicio similar, entre \$5 a \$20 por persona, el 13% gasta entre \$21 a \$ 50.

### c. Aceptación de la creación de la hostería

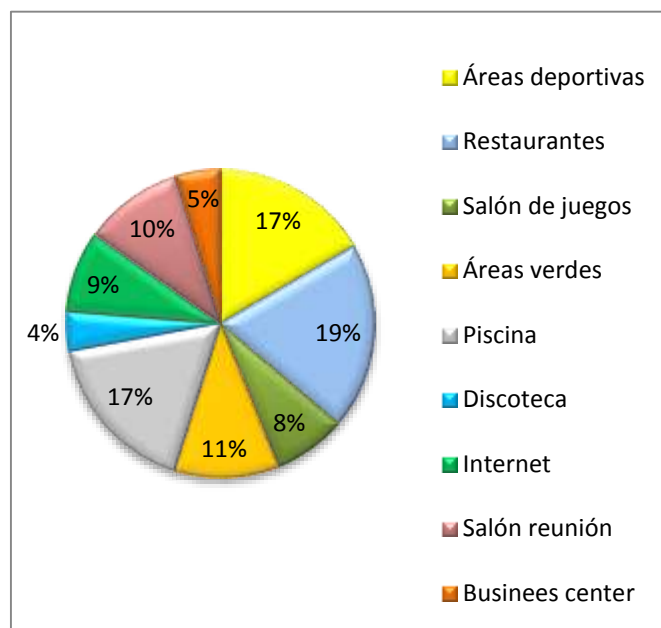


**Gráfico 19: Interés en una hostería en el cantón**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Estableciendo un cruce de dos aspectos fundamentales que influyen en la construcción de la hostería, es satisfactorio observar que como se revisó anteriormente el 67% siente la necesidad de que exista una hostería y el 99% si estaría interesado en contar con una hostería en el sector.

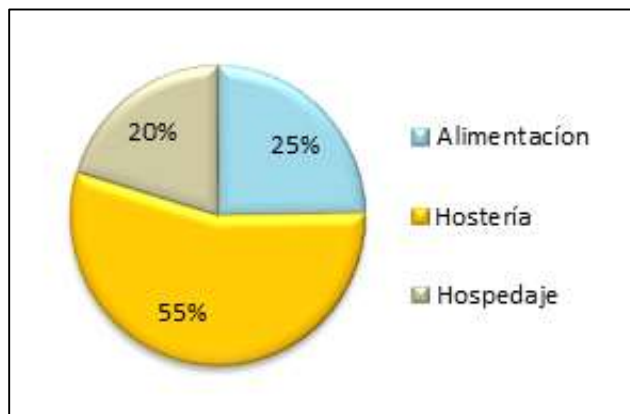


**Gráfico 20: Servicios esperados en la hostería**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

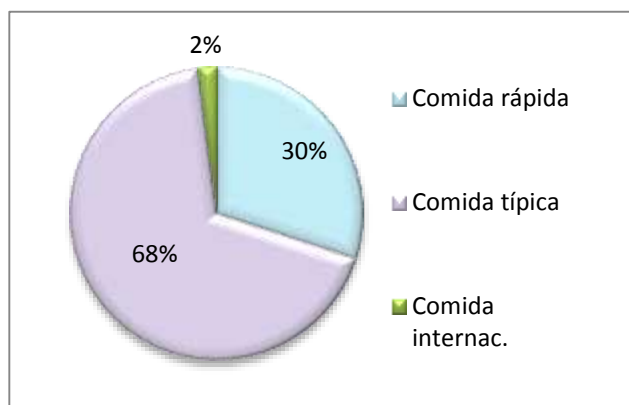
**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Entre los servicios que los habitantes del cantón desean encontrar en una hostería de este tipo, destacan: restaurante (20%); áreas deportivas y piscina (17% respectivamente); áreas verdes (11%), entre otros.



**Gráfico 21: Servicios de mayor interés**  
**Elaborado por:** Narcisa Gómez  
**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

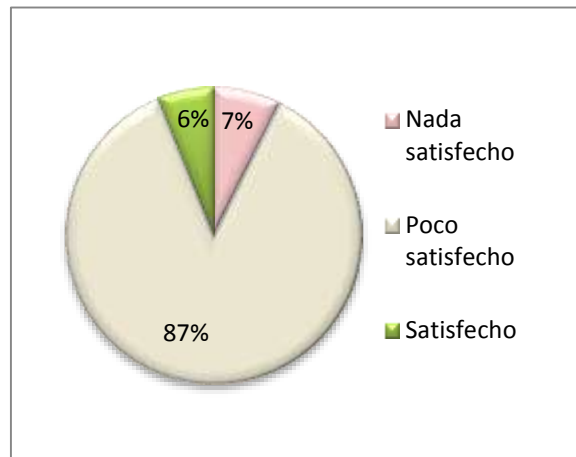
De los tres servicios fundamentales que se ofrecerá, las respuestas de los encuestados marcan el siguiente orden de importancia: balneario con un 55%, alimentación con un 25%; y, hospedaje con un 20%. Estos datos demuestran que el servicio principal a promocionar en el cantón, es el balneario.



**Gráfico 22: tipo de alimentación**  
**Elaborado por:** Narcisa Gómez  
**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Una referencia a tomar en cuenta al momento de diseñar el servicio de alimentación, es que el 68% de los encuestados prefieren la comida típica, y un 30% se inclinan por la comida rápida que es frecuente encontrar en servicios como los balnearios.

#### d. Perspectivas sobre la oferta actual

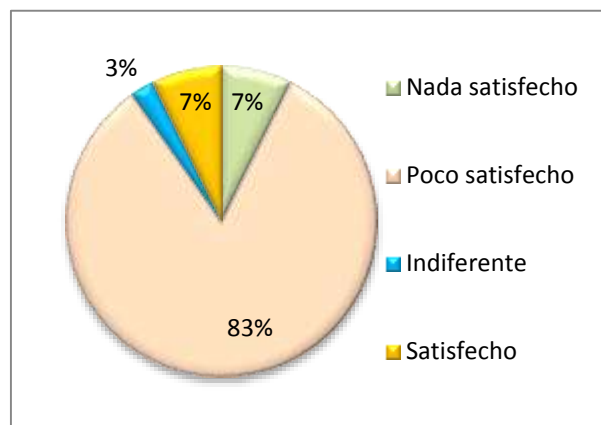


**Gráfico 23: Perspectiva de oferta de alimentación**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Una serie de preguntas con respecto a las perspectivas que tienen los encuestados en relación a la oferta actual, permite tener una visión de las características de la competencia y del mercado de la restauración en general, de este modo el 87% afirma estar poco satisfecho con la oferta de alimentación que se realiza en el cantón.



**Gráfico 24: Perspectiva de la oferta de esparcimiento**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

En cuanto a la oferta actual de servicios para el esparcimiento de los habitantes del cantón, el 83% señala estar poco satisfecho con las ofertas actuales, a esto se suma la falta de servicios de este tipo.



### **1.1.5. Tamaño actual y proyectado.**

La población objetiva se compone por los 9.722 habitantes del cantón Limón Indanza como posibles clientes del servicio de esparcimiento y alimentación, principalmente.

A efectos del cálculo de la muestra a investigar, se ha tomado en cuenta el número de Población Económicamente Activa de la cual se ha extraído una muestra de 360 habitantes del cantón, para aplicar el instrumento de investigación de mercado.

Por otra parte, para llegar a los clientes de la ciudad de Cuenca y clientes extranjeros, se aplicará la investigación de mercado a las operadoras de turismo del cantón Cuenca, con el objeto de conocer las características de la demanda de turistas que visitan el oriente ecuatoriano, las cuales orientarán sobre algunos de los servicios a ofrecer en la hostería, además, posteriormente estos operadores serán tomados en cuenta como canal de promoción y comercialización. Se aplicará la encuesta a una muestra de 24 operadores turísticos y agencias de viaje, sobre los cuales se tiene un conocimiento previo de su trabajo con turismo.

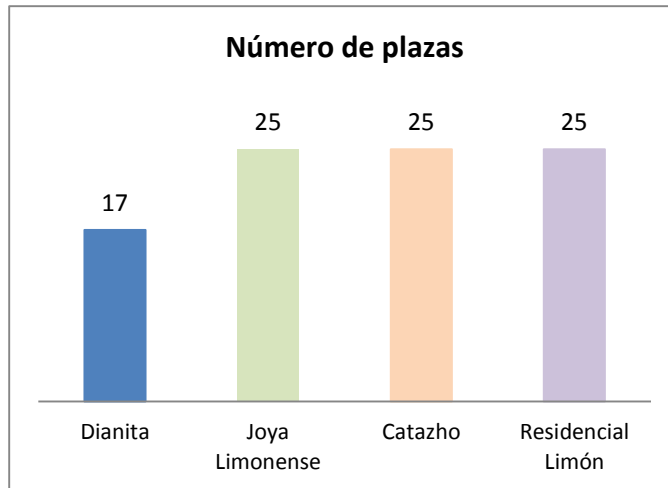
### **1.1.6. Tendencias de mercado.**

Dentro de las principales preferencias del turista actual se encuentra el turismo de naturaleza, en el que se busca llegar a un sitio donde se pueda descansar y tener contacto con la naturaleza; desplazando las grandes estructuras urbanas donde la contaminación y el ruido impiden que el turista pueda relajarse. En dicho contexto y de acuerdo al Ministerio de Turismo (2012), el Ecuador es un país con una posición privilegiada para desarrollar este tipo de turismo, gracias a su mega biodiversidad, pues cuenta con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas, que según el registro del Ministerio del Ambiente, está compuesto por 45 áreas, entre Parques Nacionales, Reservas Biológicas, Refugios de Vida Silvestre, entre otros; los mismos que cubren el 19% del territorio nacional, con una superficie superior a los 4.7 millones de hectáreas; convirtiendo al turismo de naturaleza o ecoturismo en la principal línea de productos que el país oferta.

Dentro de este tipo de turismo, la Amazonía constituye una zona de gran interés para el turista nacional y extranjero, sin embargo el acceso a ella se ha visto comprometido por la gran distancia que tiene de la provincia del Azuay, esto unido al mal estado de las vías de acceso que ha caracterizado a las provincias orientales, además, está el hecho de que las operadoras de turismo se han enfocado en ofertar paquetes turísticos hacia Cuyabeno, Puyo, Mindo o Misahualli que a más de implicar un viaje largo, representan costos altos.

En cuanto a la oferta hotelera, basado en los establecimientos seleccionados para el sondeo en el cantón Limón Indanza, los cuatro establecimientos hoteleros del cantón cuentan con un total de 92 plazas y 43 habitaciones, datos que se detallan a continuación:

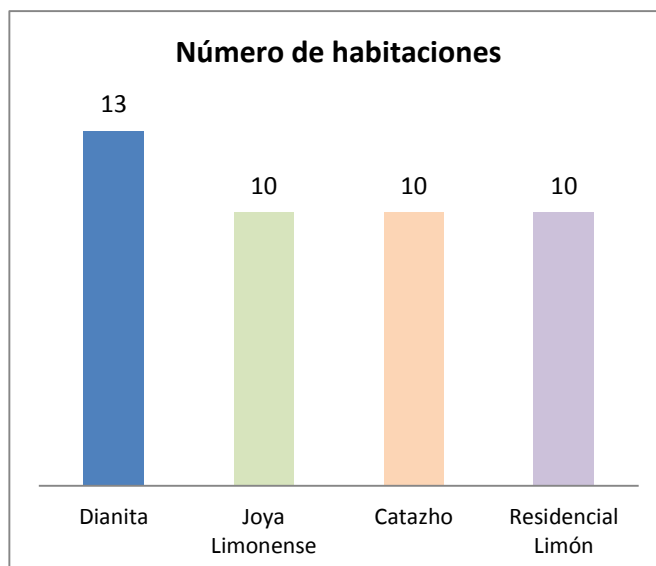
### Capacidad de huéspedes por establecimiento hotelero



**Gráfico 25: Número de plazas**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Entrevista a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza



**Gráfico 26: Número de habitaciones**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

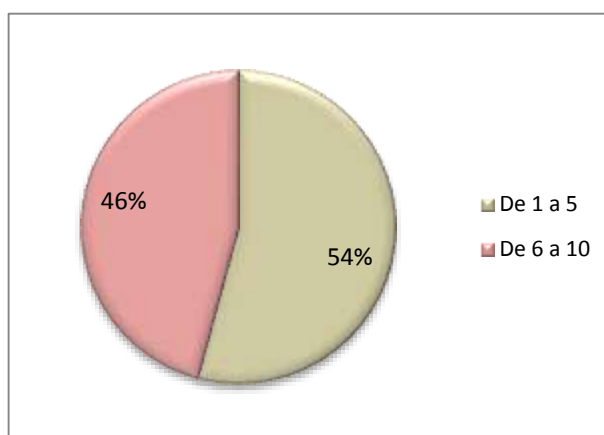
**Fuente:** Entrevista a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza

Se observa semejanza en el número de plazas disponibles en la mayoría de los establecimientos hoteleros, cuya capacidad es alta, sin embargo la baja calidad del servicio y la falta de promoción que ofrecen hace que el número de huéspedes que reciben anualmente sea mucho más bajo, haciendo que los visitantes prefieran hacer viajes de un solo día. Este aspecto lleva a fortalecer la intención de aprovechar la cercanía que tiene el cantón a la provincia del Azuay, para promocionarlo como sitio turístico amazónico a través de la oferta de un servicio de alojamiento y esparcimiento completo; para así incrementar el número de turistas que ingresan al cantón.

Por otra parte, cabe mencionar que los establecimientos hoteleros investigados se encuentran concentrados en el centro de la ciudad, desaprovechando las ventajas de ofrecer ambientes armónicos y un contacto con la naturaleza propios de la región.

En este punto, para tener una perspectiva más amplia del comportamiento del mercado actual, se ha realizado una encuesta a 24 agencias de viaje y operadores de turismo receptivo, ubicadas en la ciudad de Cuenca (Anexo 4), con base en su experiencia en el sector turístico, sobre lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

#### **Encuestas a operadoras de turismo:**



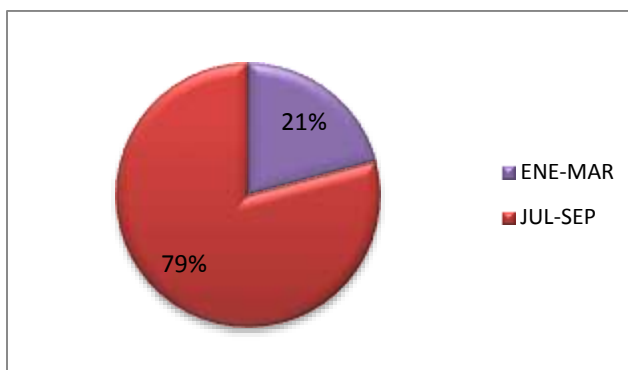
**Gráfico 27: Personas que viajan al oriente por mes**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Para fortalecer la información del estudio de mercado, con respecto al segundo segmento compuesto por turistas nacionales y extranjeros con capacidad de visitar la hostería desde la ciudad de Cuenca se ha llevado a cabo una encuesta a 24 operadoras de turismo y agencias de viaje de esa ciudad, para conocer las características de esa demanda, a quienes irá dirigido principalmente el servicio de hospedaje. Por otra parte, los operadores señalan que

mensualmente, el número de clientes que viajan al oriente es de 1 a 5 o de 6 a 10, indicando que hay un flujo medio de turistas interesados y que hace falta promoción del destino.



**Gráfico 28: Meses en que recibe más turistas**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Como se observa, los meses en que hay más movimiento de turistas corresponden justamente a la temporada de vacaciones de la región, que son en los meses de julio hasta inicios de septiembre, lo que indica que las ventas de la hostería aumentarán en ese período de tiempo.

**Tabla 1: Ciudad de origen**

Nacionales	%
Cuenca	100
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

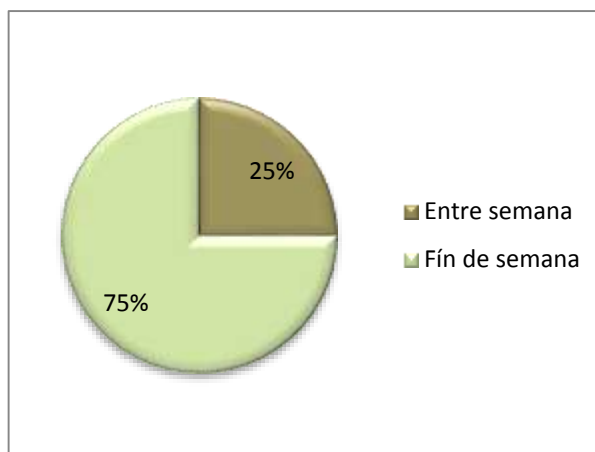
**Tabla 2: País de origen**

Extranjeros	%
EEUU	71
Alemania	25
Colombia	4
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

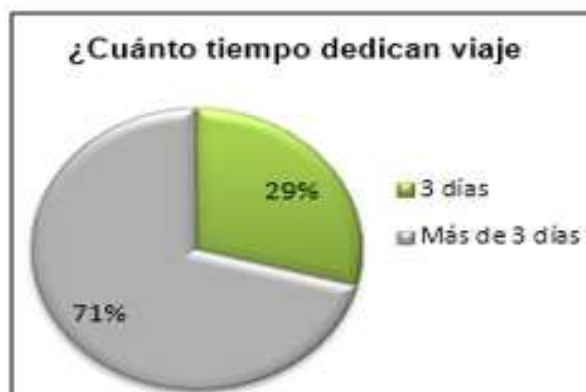
En cuanto al origen de los visitantes que reciben los operadores, se encuentra que los nacionales en su totalidad son de la ciudad de Cuenca, y los extranjeros provienen principalmente de los Estados Unidos, por lo que será necesario manejar publicidad dirigida a este segmento y contar con personal que tenga conocimientos en el idioma inglés.



**Gráfico 29: Días en que viajan**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

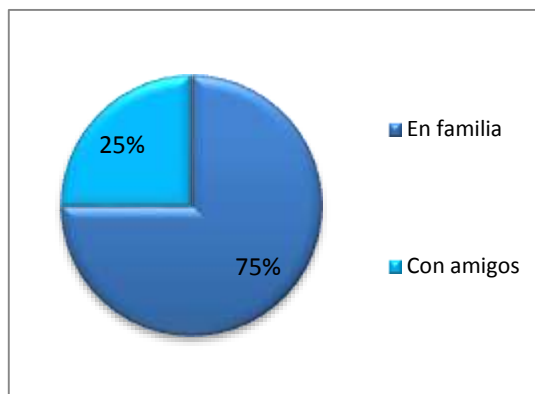


**Gráfico 30: Tiempo de viaje**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Con respecto a los días en que realizan los viajes, los datos son similares a los obtenidos en la encuesta a los habitantes del cantón Limón Indanza, de este modo se observa que el 75% viaja los fines de semana y el 25% entre semana. En cuanto al tiempo que dedican al viaje, el 71% acostumbra a ir más de 3 días y el 21% hasta un máximo de 3 días, por lo que los servicios ofertados deberán ser variados.

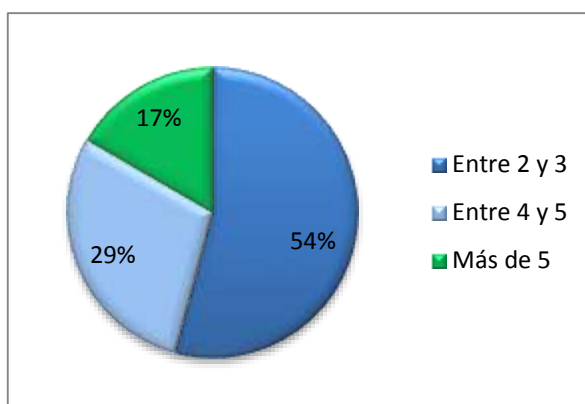


**Gráfico 31: Los pasajeros viajan:**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Al igual que el segmento anterior, los operadores señalan que la mayoría de turistas viajan con sus familiares (75%) y un 25% lo hace entre amigos, lo cual ratifica la necesidad de crear espacios de esparcimiento dedicados a la familia.

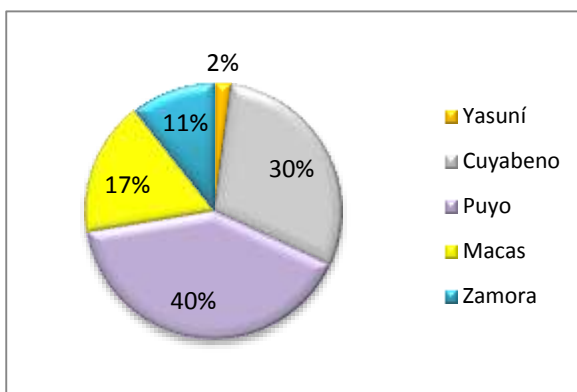


**Gráfico 32: Composición del viaje**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

La mayoría (54%) de turistas que reciben las operadoras de la ciudad de Cuenca, viajan entre 2 a 3 personas, seguido de grupos que viajan entre 4 a 5 personas, lo que indica que la hostería no requerirá de muchas habitaciones sencillas.

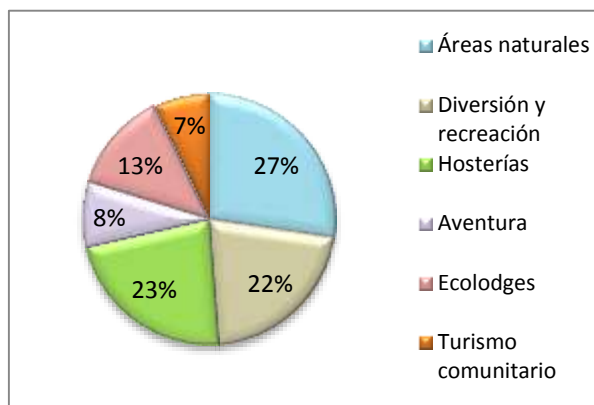


**Gráfico 33: Lugar preferido en el oriente**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Se observa que los porcentajes mayores se ubican entre el Cuyabeno (30%) y el Puyo (40%), con lo que se demuestra que los turistas deseosos de conocer el oriente ecuatoriano, aún deben recorrer a estos destinos más distantes, debido a que son los más reconocidos turísticamente, ante lo cual el ingreso de la hostería busca impulsar la promoción del cantón Limón Indanza como un potencial prometedor para el turismo.

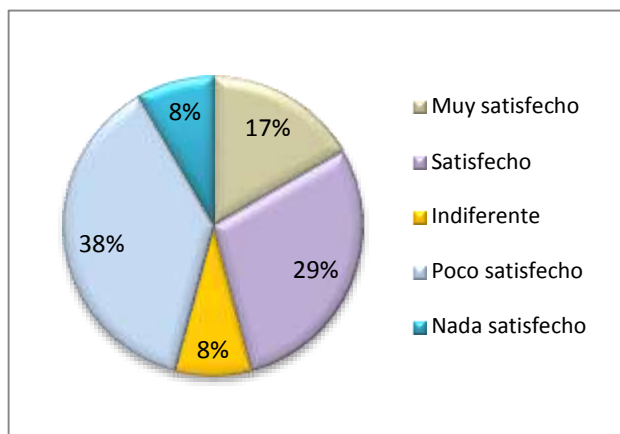


**Gráfico 34: Servicios de interés para la hostería**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Los operadores de turismo encuestados, señalan que en base a su experiencia, los turistas se interesan por conocer lugares con áreas naturales (27%) y áreas de recreación (21%).

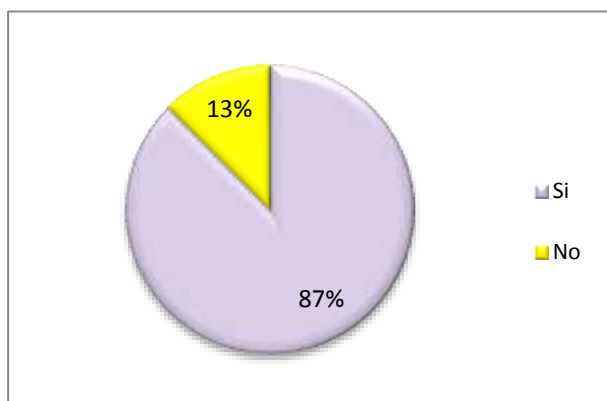


**Gráfico 35: Perspectiva sobre alojamiento en el oriente**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

En cuanto a opinión de los turistas nacionales y extranjeros, con respecto al servicio recibido en su visita a lugares del oriente ecuatoriano, los operadores indican que un 38% se siente poco satisfecho y un 29% satisfecho, el porcentaje de “muy satisfecho” es de 17%. Estos datos indican que el oriente como destino turístico está teniendo acogida, pero que aún hace falta mejorar la oferta, lo que habrá una brecha de oportunidad para el ingreso de nuevos destinos.

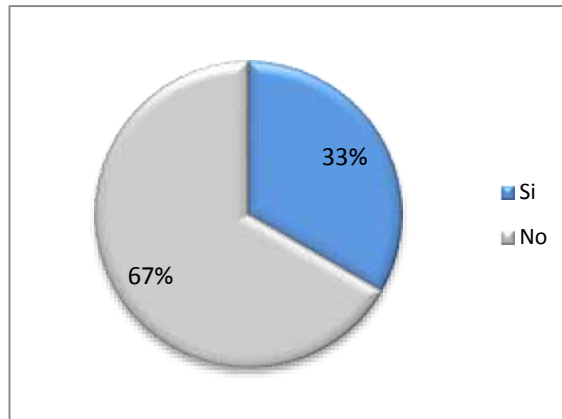


**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

El 87% de los operados de turismo ha escuchado hablar, e incluso, han visitado el cantón Limón Indanza, frente a un 13% que no lo conoce. Estos indican que se deberá manejar un plan de promoción que incluya fam trips para que los operadores conozcan la hostería y puedan venderla a sus clientes.



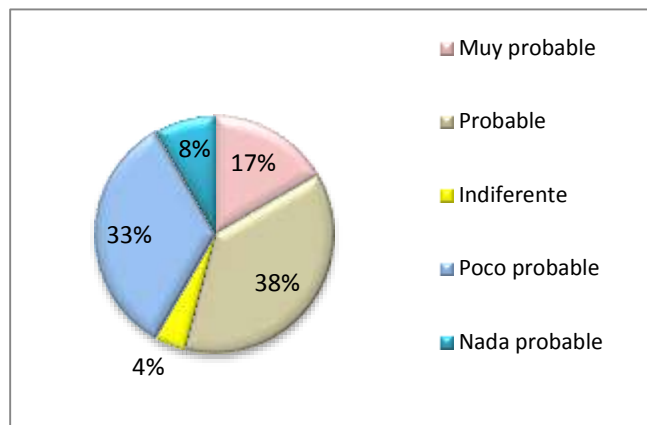


**Gráfico 37: ¿Le han solicitado tours a Limón?**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

En cuanto al interés de los turistas por visitar el cantón, el 33% señala que sí ha tenido clientes interesados y el 67% no ha preguntado por este destino, a lo que se asume la falta de promoción de dicho cantón y la escasa oferta turística que invite a visitarlo.

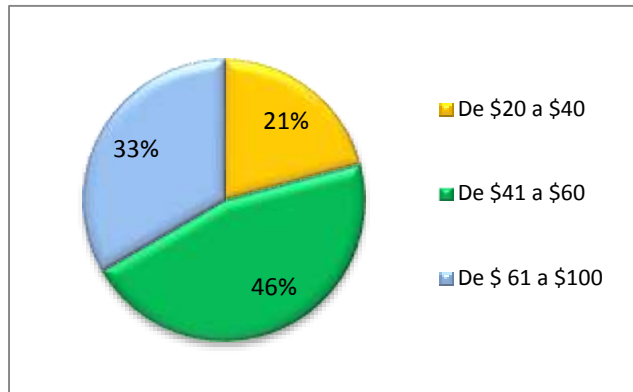


**Gráfico 38: Interés de los operadores en la hostería**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

El 38% de los operadores turísticos indican que probablemente estarían interesados en promocionar una hostería en el cantón Limón Indanza como destino de interés en el oriente ecuatoriano, el 17% señala que es muy probable que se interesen en contar con este servicio, sobretudo en la época de carnaval en que esta zona es muy conocida por sus fiestas.

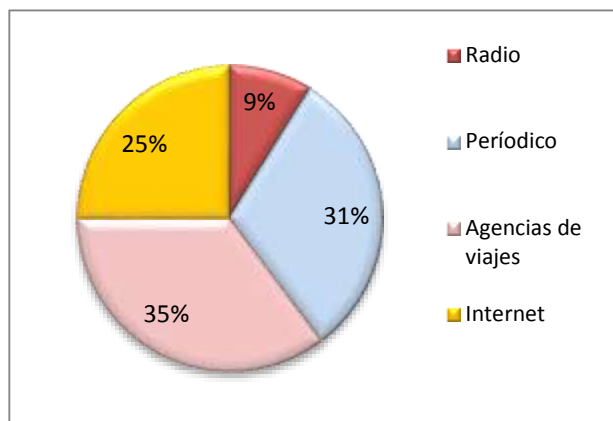


**Gráfico 39: Gasto diario promedio por personas**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Por el lado de los operadores de turismo, se observa que el gasto promedio que los turistas están dispuestos a pagar por un servicio similar, es de \$41 a \$60 diarios, lo que incluye servicio de alojamiento y alimentación. El 33% estaría dispuesto a pagar entre \$61 a \$100 y el 21% de \$20 a \$40.



**Gráfico 40: ¿Dónde reciben publicidad las personas?**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a agencias de viajes y operadores de turismo

Un dato importante para la promoción de la hostería, es conocer que el 35% de los turistas reciben información a través de las agencias de viaje, el 31% mediante el periódico y el 25% por medio de internet.

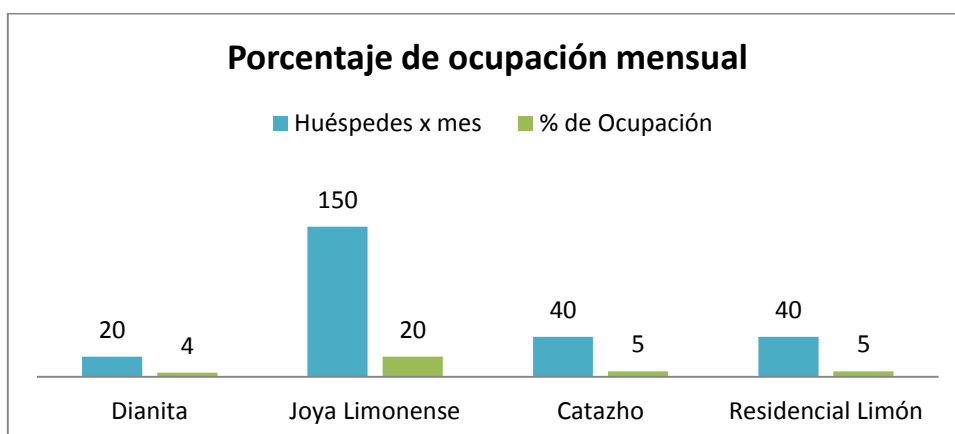
### 1.1.7. Factores de Riesgo.

- El terreno destinado para la construcción de la hostería es parte de una herencia, por lo que se conformaría como un negocio familiar expuesto a generar riesgo de conflictos de intereses entre hermanos.
- Se corre el riesgo de tardar en atraer turistas ya que el cantón y sus atractivos aún no están bien posicionados en el mercado turístico del país, por lo que implicaría un arduo trabajo de promoción.
- Los desastres naturales podrían ocasionar problemas de deslizamiento del terreno, dándole lugar al fracaso de la hostería y pérdida de la inversión.
- La especulación que provoca incremento en los precios, crea un impacto negativo de inflación en materiales de construcción, víveres, amenities y otros materiales necesarios para la implementación y consumo de la hostería.

## 1.2. Análisis de la competencia

### 1.2.1. Descripción de la competencia (competidores claves).

Para analizar a la competencia se apunta a la revisión de la capacidad y los servicios adicionales que se ofrecen los cuatro principales establecimientos hoteleros del cantón, tomando en cuenta que uno de los objetivos de la nueva hostería es ofrecer una variedad de servicios nuevos para posicionarse en el mercado.



**Gráfico 41: Ocupación de huéspedes por establecimiento hotelero**

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Entrevista previa a propietarios de establecimientos hoteleros Limón Indanza

La información contenida en el gráfico anterior muestra que no hay una competencia fuerte, puesto que no ofrecen buenos servicios al mercado, tanto en cantidad como en calidad, lo

que también puede ser la razón por la cual su porcentaje de ocupación es tan bajo y ha provocado que quienes visitan el cantón prefieran hospedarse en casas de familias o reducir su visita a un día sin pernoctar, impidiendo que se aproveche el potencial turístico de la zona. De este modo, se observa una primera muestra de posibilidad de ingresar en el negocio del alojamiento y esparcimiento en el cantón Limón Indanza, con un proyecto nuevo, completo, diferente y con un plan de marketing estratégico para promover el turismo de la localidad y atraer a consumidores.

Se ha realizado el análisis de la comercialización del servicio de estos cuatro establecimientos hoteleros, mediante su promoción y venta en diferentes medios de comunicación, de este modo se concluyen las siguientes observaciones:

- Al buscar información sobre los establecimientos hoteleros en páginas de internet, no se ha encontrado ningún referente.
- En la página web de Visita Ecuador, uno de los sitios electrónicos más conocidos por contener información turística del país, no se encuentra publicitado ninguno de éstos cuatro establecimientos hoteleros, al contrario se ha encontrado información sobre otro establecimiento, la Residencia “Dream House” ubicado en el centro de la ciudad.
- En el directorio de la Revista TransPort, la revista de viajes y turismo más utilizada por mayoristas, operadoras y agentes de viajes; se ha encontrado información sobre dos de los establecimientos hoteleros investigados: Hostal “Dianita” y Residencial “Limón”, cuya información varía en relación a la realidad.
- En las páginas amarillas del directorio telefónico del cantón tampoco se encuentran registrados los establecimientos hoteleros investigados.
- Los establecimientos hoteleros investigados no cuentan con una página web propio ni una dirección de correo electrónico, mediante la cual se puedan realizar las reservaciones.
- El sistema de reservación es vía telefónica, en la cual se confirma verbalmente la reservación sin el requerimiento de un pago por anticipado.

### **1.2.2. Ventajas competitivas.**

#### **Ventajas competitivas del Cantón Limón Indanza:**

- ✓ Cercanía a la provincia del Azuay con una distancia de 120 km (una hora y media) por la vía Limón – Gualaceo.
- ✓ Vía de acceso en proceso de asfaltado.

- ✓ Temperatura promedio de 22° C con clima tropical húmedo, favorable para el desarrollo de una actividad turística de esparcimiento.
- ✓ Por parte del Departamento de Turismo del Municipio de Limón Indanza (2012), han sido inventariados 60 atractivos turísticos dentro del cantón, de los cuales sus principales atractivos son las cascadas, que a su vez, favorecen al cantón como fuente hidrográfica significativa.
- ✓ Sus atractivos turísticos permiten diversificar el producto, beneficiando el desarrollo del turismo sostenible, en cuanto a promoción del destino y desarrollo económico local.
- ✓ Cercanía al Parque Nacional Sangay que es considerado un producto turístico posicionado en el país, el cual está conformado en un 80% por la provincia de Morona Santiago.
- ✓ A nivel cultural, el cantón cuenta con la presencia de la etnia Shuar, cuyas tradiciones y rituales forman parte del patrimonio intangible del cantón, y que resulta de gran interés para el turista extranjero.

#### **Ventajas competitivas de la hostería:**

- ✓ Será la primera hostería en el cantón, con servicios completos y de mejor calidad.
- ✓ Ofrecerá servicios completos de alojamiento, alimentación y esparcimiento.
- ✓ Complementará sus servicios con la promoción de los atractivos y actividades turísticas del cantón, a través del Municipio de Limón Indanza. La visita se hará a aquellos atractivos que prestan condiciones para ser visitados.
- ✓ Manejará su publicidad a través de agencias de turismo de Cuenca.
- ✓ Ofrecerá una mejor atención al cliente, las 24 horas.
- ✓ Su construcción armonizará con el entorno, por lo que será más atractivo para el turista; aprovechando la vista panorámica que se tienen del cantón.
- ✓ Impulsará el crecimiento económico y social de la comunidad, puesto que abrirá plazas de trabajo e impulsará la implementación de nuevos negocios (artesanías, operadores de turismo, entre otros)
- ✓ Los procesos a seguir tanto en la construcción como funcionamiento, serán ambientalmente responsables.

#### **1.2.3. Barreras de entrada.**

La principal barrera de entrada al mercado se verá producido por los precios demasiados bajos con que se manejan los establecimientos hoteleros del cantón, ya que puede resultar

tarea difícil captar a los clientes de la competencia y lograr dejen de preferir una habitación de bajo costo, a pesar de la baja calidad del servicio. Por lo cual, se deberá aplicar como estrategia la relevancia de la calidad de los servicios tanto en alojamiento como alimentación, y además, recurrir a estrategias de venta como promociones de cliente frecuente.

### 1.3. Precio

#### 1.3.1. Variables para la fijación del precio.

Con el objeto de sustentar el análisis de los precios actuales que se manejan en el mercado, se realizó un sondeo vía telefónica a los cuatro establecimientos hoteleros registrados en el catastro como hostel residencial, pero 2 hostales y 2 hoteles según como se dan a conocer en internet y guía telefónica, encuestados para conocer sus tarifas. Es así que se obtuvieron los siguientes precios por habitación:

**Tabla 3: Tarifas de los establecimientos hoteleros actuales**

ESTABLECIMIENTO	HAB. TPL	HAB. DBL/MAT	HAB. SGL
Hostal Dianita	\$27,00	\$18,00	\$9,00
Hotel Joya Limonense	\$27,00	\$18,00	\$10,00
Hotel Catazho	\$24,00	\$16,00	\$8,00
Hostal Limón	\$30,00	\$20,00	\$10,00

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Entrevista previa a establecimientos hoteleros del cantón Limón Indanza

Como se puede observar las tarifas que manejan estos establecimientos son bastante similares, manteniendo un precio de \$9,00 por persona incluido impuestos y sin ofrecer el servicio de desayuno.

Por otra parte, cabe resaltar que cuando se realizaron las llamadas telefónicas la atención fue deficiente y en algunos casos no se pudo contactar con el establecimiento de alojamiento en la primera llamada, además con la visita realizada a los mismos, se puede constatar baja calidad en el servicio.

#### 1.3.2. Determinación del precio.

Dadas las características del servicio que ofrecerá la hostería, basada en dos partes (hostería con alojamiento y balneario para excursionistas), la determinación del precio utilizará la estrategia de fijación de precios segmentada, la cual considera los siguientes aspectos, de acuerdo al aporte de Kotler & Armstrong (2012):

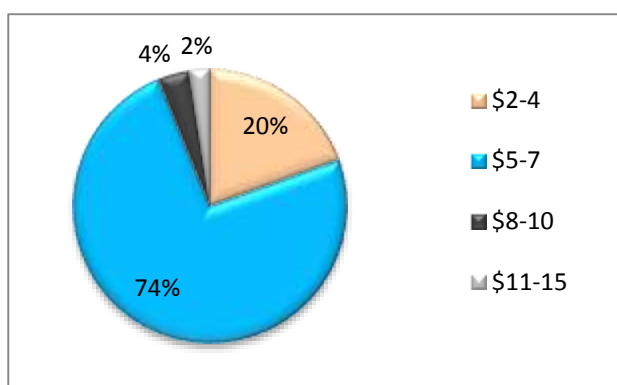
- Ajustar los precios de acuerdo con las diferencias entre clientes, productos y lugares.
- El mercado debe ser segmentado.
- Los clientes con precios más elevados deben sentir que están obteniendo el valor adicional por los altos precios que pagan.

Por otra parte, se aplicará la fijación de precios psicológica:

- Precios altos: orientados a ofrecer una imagen de calidad del producto en detrimento de un mayor volumen de ventas. Busca beneficios y una penetración selectiva.
- Ofrecer el mayor nivel de calidad en los servicios con una correcta relación calidad-precio.
- El precio alto, no debe alejarse del precio de referencia, es decir, los precios que los compradores llevan en su mente y a los que recurren cuando buscan cierto producto y calidad.
- La determinación del precio se fijará añadiendo un margen de beneficio sobre el coste real de los servicios, además cabe considerar que los precios variarán ya que el sector turístico enfrenta temporadas altas y bajas.

Otro punto a considerar en la determinación de precios, es la disposición a pagar por parte del mercado objetivo, respecto a lo cual se observa las siguientes respuestas obtenidas tanto de los habitantes como de las operadoras de turismo y agencias de viaje.

Según la encuesta dirigida a los operadores de turismo, el gasto promedio que los turistas están dispuestos a pagar por un servicio similar, es de \$41 a \$60 diarios, lo que incluye servicio de alojamiento y alimentación. El 33% estaría dispuesto a pagar entre \$61 a \$100 y el 21% de \$20 a \$40. Por su parte los habitantes encuestados del cantón, en su mayoría (84%) gastan por un servicio similar, entre \$5 a \$20 por persona, el 13% gasta entre \$21 a \$ 50.

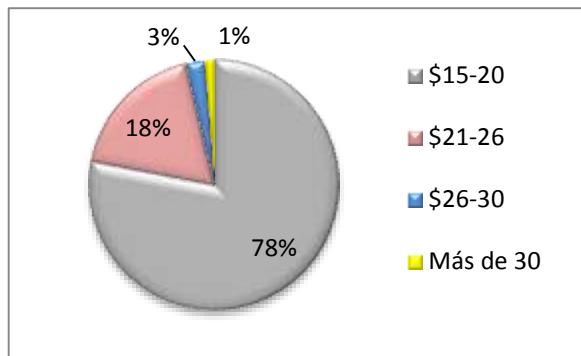


**Gráfico 42: Disposición a pagar por alimentación**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Por su parte, en la investigación realizada a los habitantes de la zona, éstos están dispuestos a pagar por el servicio de alimentación entre \$5 y \$7 por persona.

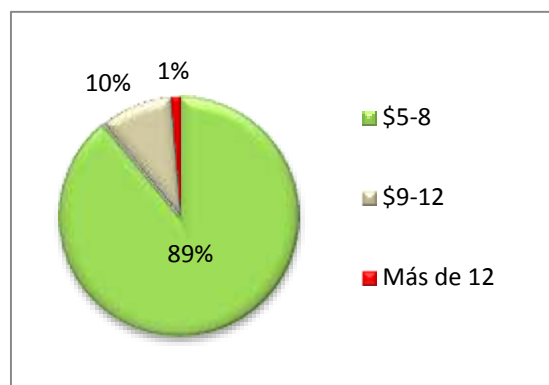


**Gráfico 43: Disposición a pagar por hospedaje**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

De la misma manera, el gasto promedio por servicio de hospedaje es de \$15 a \$20 por persona y por noche; pudiendo llegar a ser de hasta \$21 o \$26.



**Gráfico 44: Disposición a pagar por balneario**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Encuesta a habitantes de Limón

Finalmente, el mercado estaría dispuesto a pagar por el uso de instalaciones un rango de \$5 a \$8, lo que se considerará para valorar el costo de entrada y uso de balneario.



**CAPITULO II**  
**LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO**

## 2.1. Factores que determinan la localización

### 2.1.1. Macrolocalización.

El cantón Limón Indanza se encuentra ubicado al sur de la provincia de Morona Santiago, en la cuenca hidrográfica del río Zamora, con una extensión de 2.700 km<sup>2</sup>. Limita al norte con el cantón Santiago de Méndez, al sur con el cantón San Juan Bosco, al este con la república de Perú y al oeste con la provincia del Azuay. Predomina un clima subtropical húmedo propio del oriente ecuatoriano, con una temperatura que oscila entre los 18°C y 24°C. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Limón Indanza, 2012)

Se encuentra a 446 Km de la ciudad de Quito, 542 Km de Guayaquil y a 120 Km de Cuenca. El cantón se comunica con la provincia y resto del país, a través de las siguientes vías de acceso:

- General Plaza – Gualaceo – Cuenca
- General Plaza – Macas – Puyo
- General Plaza – Macas Riobamba
- General Plaza – San Juan Bosco – Gualaquiza – Zamora



**Gráfico 45: Mapa de localización de Cantón Limón Indanza**

Fuente: [www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)

**Población:** De acuerdo al censo nacional realizado en el año 2011, el cantón cuenta con una población de 9.722 habitantes, de donde 4.910 son mujeres y 4.812 varones. La mayoría de la población se dedica a la producción agrícola y ganadera. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

**Atractivos turísticos:** En el área turística, el Municipio de Limón Indanza, como corresponde a su Plan de Ordenamiento Territorial, ha registrado hasta el año 2012, un listado de

aproximadamente 60 atractivos en las seis parroquias del cantón (Anexo 2), que no han sido inventariados por el Ministerio de Turismo; y, 145 locales registrados como establecimientos turísticos, entre los cuales no se registra ninguna hostería (Anexo 3). Entre dichos atractivos se destacan:

- La cascada de Santa Rosa, con una caída de 30 metros de alto en medio de una zona de vegetación representativa de la Amazonía, como el Copal y otras especies arbustivas.
- La cascada Yavintza, con un salto de agua de 80 metros de alto que cae sobre el río Zaruntza rodeado de bosque primario. Representa un importante sitio para la cosmovisión de los pueblos amazónicos, pues a esta cascada acudían los ancestros Shuar de Yungantza para purificar su alma después de una batalla
- La cascada Río Chiviaza, desde la orilla de este río y a lo largo de su recorrido, se forman varias cascadas que alcanzan de 5 a 10 metros de altura ofreciendo un hermoso paisaje rodeado de la flora y fauna típica de la zona.
- Las aguas termales de Santa Rosa de Namanguy, cuya temperatura alcanza los 30°C aproximadamente, contiene propiedades curativas gracias a la presencia de minerales disueltos en el agua caliente.
- Complejo Recreacional “Campo Alegre”, se encuentra ubicado en el sector de San José es característico por sus aguas tranquilas ideales para la natación, navegación en canoas, paso en tarabita, camping y recreación al aire libre.
- La Cueva de los Tayos, es una formación geológica ubicada el a sur de la provincia, en las faldas septentrionales de la Cordillera del Cóndor, es característica por ser morada de los tayos (aves nocturnas que se han adaptado a vivir en tinieblas).
- Petroglifos del Catazho, estos signos grabados en piedra se encuentran en el sector de Indanza y se atribuye su elaboración a antiguas ocupaciones aborígenes.



**Gráfico 46: Mapa turístico de Limón Indanza**

Fuente: Municipio de Limón Indanza (2013)

**Gastronomía:** La gastronomía del cantón es similar al resto de la zona del oriente ecuatoriano; entre sus platos típicos se encuentran: el ayampaco, maito, palmito, tamal de cuica, tortillas de yuca, carne sudada, caldo de novios, remola, majado de pelma; además de bebidas representativas como el agua de guayusa, chicha de caña, chicha de chonta, chicha de yuca, propias de la etnia Shuar.

**Servicios Básicos:** Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el año 2010 el cantón registró un 46% de abastecimiento de agua a través de red pública y 44% mediante río o vertiente; 40% de manejo de las aguas servidas mediante servicio de red pública de alcantarillado; y, 65% del cantón abastecido de servicio eléctrico. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

### 2.1.2. Microlocalización.

El terreno para la construcción de la hostería está ubicado en el sector del Cuscungo al noreste de la parroquia General Plaza del cantón Limón Indanza, provincia de Morona Santiago. Dicho predio lindera al Norte con el lote del Sr. Vicente Chacón y el lote de los herederos del Sr. Anacleto Cabrera, al Sur y Sureste con el lote del Sr. Antonio Castillo y al Suroeste con el lote del Sr. Luis Gómez.



**Gráfico 47: Lote para construcción**

**Fuente:** Propietario del terreno

## 2.2. Factores que determinan el tamaño

En cuanto a la determinación del tamaño del proyecto, esta se define de acuerdo con la capacidad de producción de un bien o servicio, para este caso al tratarse de un servicio como es el que brinda la hostería tiene relación con el número de huéspedes que serán atendidos en un mes /año.

Esta se encuentra ampliamente estrecha en función de la disponibilidad de los recursos financieros que posean los inversionistas, además de factores como el mercado, la tecnología, la localización del proyecto, la rentabilidad que se espera obtener en base a los niveles de venta proyectados

Con el estudio del tamaño del proyecto se espera el plantear y analizar los parámetros que permitan definir el tamaño óptimo del negocio y el tamaño mínimo para poder operar conforme a los requisitos de este negocio.

En el caso de la hostería un factor importante es que tenga como opción las posibilidades de expansión para el futuro, ya que al ir ganando nombre y prestigio lograra tener una demanda más elevada y por ende el incrementar su tamaño.

### 2.3. Tamaño de la Hostería

Al hablar de tamaño de la hostería se hace referencia a todas las áreas que se destinarán para recreación, deportes, jardines, piscinas, sembríos, construcción de cabañas, restaurante, bar y áreas administrativas. Teniendo en consideración estos aspectos, el tamaño de cada área y de la hostería en su conjunto, se encontrará distribuida de la siguiente manera:

El área de terreno es de 4,41 hectáreas, es decir 44.100 metros, rodeado por vegetación propia del clima tropical húmedo y distribuido en: 10.000 m<sup>2</sup> de construcción tipo terraza destinados para habitaciones, área administrativa, lobby, recepción y jardines de entrada a la zona de alojamiento de la hostería; 8.000 m<sup>2</sup> en construcción plana destinada para bar-restaurante, piscinas y zonas del balneario; y, el área de terreno restante estará destinado para una caballeriza, áreas recreativas y deportivas, salas de juegos, jardines, criadero de tilapias junto al río y miradores.

### 2.4. Capacidad Instalada

La capacidad instalada se relaciona al tamaño de la hostería antes mencionado, cuyas áreas, que además cumplen con lo establecido por el Ministerio de Turismo para hosterías, se desglosan a continuación:

**Tabla 4: Alojamiento (cabañas)**

Cantidad	Tipo	Camas	Total camas	Personas por cabaña	Total personas
2	SGL	2 (1½ plaza)	2	1	2
2	JUNIOR SUITE	1 (King size)	2	2	4
1	SUITE	1 (king size) + 1 sofá cama	1	2	2
2	DBL MAT	1 (2 plazas)	2	2	4
2	DBL	2 (1½ plaza)	4	2	4
4	TPL	3 (1½ plaza)	12	3	12
3	QTPL FAMILIAR	1 (2 plazas) + 3 (1½ plaza)	12	5	15
<b>TOTAL CAPACIDAD CABAÑAS</b>		<b>TOTAL CAPACIDAD CAMAS</b>		<b>TOTAL CAPACIDAD PERSONAS</b>	
<b>16</b>		<b>35</b>		<b>43</b>	

Elaborado por: Narcisa Gómez

**Tabla 5: Alimentación (Restaurante y Bar)**

Área	Mesas	Sillas por mesa	Total sillas
Hostería	8	2	16
	4	3	12
	3	5	15
Balneario	5	2	10
	4	3	12
	5	4	20
	4	5	20
<b>CAPACIDAD TOTAL MESAS</b> 32		<b>CAPACIDAD TOTAL PERSONAS</b> 105	

Elaborado por: Narcisa Gómez

**Tabla 6: Recreación (piscina)**

Área	Piscinas
Hostería	1 para niños
	1 para adultos
Balneario	1 con olas artificiales (compartida con huéspedes)
	1 para niños
	1 para adultos
<b>TOTAL PISCINAS 5</b>	

Elaborado por: Narcisa Gómez

## 2.5. Capacidad ocupada

Al hablar de la capacidad ocupada en la hostería, se hace referencia a las habitaciones que se espera tener en promedio en utilización, es decir las que según las especificaciones técnicas y estadísticas se comprobó que lleguen a tener huéspedes. En este caso, se espera una estadía promedio de turistas del 35% en temporada baja y del 75% en temporada alta; en el caso de excursionistas un 35% en temporada baja y 85% en temporada alta, porcentajes que la hostería debe tener para alcanzar su punto de equilibrio, a partir del cual se empiezan a obtener ganancias, además se ha considerado un margen de ocupación que no se aleje de lo señalado en las encuestas tanto para los meses de temporada bajo como de temporada alta. Las habitaciones restantes llegarían a formar parte de la capacidad ociosa, es decir la que no llega a ser utilizada.

**CAPÍTULO III**  
**INGENIERÍA DEL PROYECTO**



### **3.1. El servicio**

El servicio de la hostería cumplirá con las regulaciones determinadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2010), para que un establecimiento pueda formar parte de una determinada categoría. Ante lo cual el servicio obedece a estándares transversales de seguridad que son de carácter obligatorio y estándares transversales mínimos para la prestación del servicio de una hostería que oferte servicios de calidad y satisfaga las necesidades insatisfechas del turista.

Entre los estándares de servicio transversales de seguridad, se cumplirá con:

- La publicación oficial del permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos de Limón.
- Mapas de evacuación en cada habitación y áreas públicas; y,
- Disposición de salidas de emergencia muy bien señaladas.

En cuanto a los estándares de servicio transversales para la prestación del servicio, la hostería:

- Dispondrá de un sistema interno de atención de quejas y reclamos documentados.
- Existirán documentos o herramientas de registro permanente y actualizado de dichas quejas.
- Existirá un análisis de las quejas y recomendaciones realizadas en el establecimiento, a través de un estudio estadístico o programas similares.
- Se contará con el 10%, o más, de personal certificado en competencias laborales.
- Se demostrará la implementación de las directrices ambientales para empresas turísticas emitidas por el Ministerio de Turismo, en porcentaje y tiempo de implementación.

De igual manera, se dará cumplimiento a los requisitos mínimos de servicio, tanto para hosterías como para restaurantes, determinados por el Ministerio de Turismo (2010), los cuales establecen:

#### **Requisitos para Hosterías:**

- Agua caliente centralizada las 24 horas en la ducha, tina y lavabo.
- Áreas para habitaciones, incluido el baño:
  - Sencilla 18 m<sup>2</sup>
  - Doble 23 m<sup>2</sup>
  - Junior Suite o Triple 32 m<sup>2</sup>

- Suite 37 m<sup>2</sup>
- Baño en todas las habitaciones
- Barra de seguridad en tina y/o ducha y piso anti deslizante
- Basurero
- Caja de seguridad en la habitación
- Camas de una plaza y media o matrimonial, según corresponda.
- Closet
- Cobija y almohada adicional
- Colchón, protector de colchón, sábanas, cobijas, cubrecama y almohada por cada cama.
- Cómoda y/o mueble para Televisión
- Cortinas y/o visillo y black out
- Escritorio y/o mesa
- Generadores para suministro general de energía eléctrica
- Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.
- Iluminación independiente sobre el lava manos.
- Inodoro con asiento y tapa.
- Jabón en lavamanos y ducha y/o tina, papel higiénico y repuesto, un vaso por huésped, shampoo y pañuelo desechables (gorra de baño)
- Lava manos con mueble, tina con ducha
- Luz de velador o cabecera por huésped (para lectura)
- Por lo menos cuatro de los siguientes servicios:
  - Piscina
  - Baño Turco (vapor) y/o Sauna (seco)
  - Hidromasajes
  - Gimnasio
  - Áreas deportivas y/o recreativas
  - SPA (Sala de masajes)

De los cuales la hostería tendrá: piscina, baño turco, áreas deportivas y áreas recreativas.

- Portamaletas
- Radio, reloj despertador
- Servicio de Bar por 12 horas.
- Servicio de cafetería y restaurante con atención en español e inglés

- Servicio de conexión a internet en todas las habitaciones de acuerdo a la disponibilidad de la zona.
- Servicio de entretenimiento dentro del establecimiento deportivo y/o recreativas.
- Servicio de estacionamiento.
- Servicio de lavandería.
- Servicio de recepción 24 horas, atención español e inglés.
- Servicio telefónico interno, nacional e internacional en cada habitación de acuerdo a disponibilidad de servicio telefónico en la zona donde se ubica la hostería.
- Servicios higiénicos generales, diferenciados por sexo.
- Silla por huésped.
- Sistema de acondicionamiento térmico en áreas de uso común y, en cada habitación, con manejo independiente; mediante:
  - Sistema de enfriamiento para temperatura interior mayor a 24° C
  - Sistema de calefacción para temperatura interior menor a 18° C
- Televisor a color con control remoto, con acceso a televisión satelital.
- Toallero y/o gancho / repisa junto a la ducha y/o tina y lavamanos
- Tomacorriente con indicación de voltaje
- Un juego de toallas (baño y manos) por huésped y una toalla de piso para salida de tina.
- Un velador o mesa de noche, al menos

#### **Requisitos para Restaurantes y Bar:**

- El restaurante se encuentra ubicado en una zona cuyo entorno es limpio.
- El restaurante se encuentra ubicado en una zona atractiva, por su entorno natural.
- Las vías del acceso al restaurante, así como de la hostería, son de primer orden.
- Existe un acceso independiente para proveedores y empleados.
- El edificio se encuentra en buen estado tanto en su fachada como en sus interiores.
- Existencia de aire acondicionado, calefacción y/o sistemas alternativos en las áreas de servicio.
- Posee al menos un baño para personas discapacitadas, de acuerdo al reglamento nacional vigente.
- Áreas de espera e ingreso al comedor son accesibles para sillas de ruedas, sin gradas
- El establecimiento presenta un estacionamiento exclusivo para sus clientes, sea este propio o contratado.

- Generador de energía eléctrica de emergencia con cobertura total
- Existe un botiquín provisto y señalizado, que posea entre medicamentos para cortaduras, quemaduras e intoxicaciones alimentarias.
- El restaurante cuenta con un área de recepción.
- Las áreas de restaurante y bar se encuentran ubicadas de manera independiente.
- Los muebles y enseres del restaurante se mantienen en buen estado sin presentar roturas o manchas en sus superficies.
- La mantelería y servilletas utilizadas en el restaurante se encuentran en buen estado, sin presentar roturas o manchas.
- Las paredes y pisos del restaurante se encuentran en buen estado.
- Los baños presentan ventilación natural o forzada.
- Los baños se encuentran separados por género, tanto para mujeres como para hombres.
- Los baños presentan un tocador con lavabo y espejo.
- Los lavabos cuentan con elementos limpiadores de manos y elementos que ayuden en el secado de las manos.
- Los baños cuentan con agua fría y caliente.

**Restaurante:**

- El restaurante posee una carta especializada de bebidas
- Los platos se elaboran con los ingredientes que se indican en la carta o menú.
- El establecimiento presenta una zona de descarga y recepción de alimentos limpia, cuyas paredes y piso están recubiertos de cerámica, acero inoxidable u otro material de fácil limpieza.
- Es establecimiento posee cuartos fríos para los productos refrigerados con una temperatura máxima de 5°C
- El establecimiento posee cuartos fríos para los productos congelados con una temperatura entre los -12°C y los -15°C
- Los cuartos fríos mantienen un espacio de 10 cm entre las paredes y los productos, para permitir la circulación del aire.
- Los productos almacenados en los cuartos fríos se encuentran almacenados por género (carnes, mariscos, lácteos, legumbres, vegetales, frutas, productos cocinados) y no mezclados entre ellos.
- El establecimiento posee un área de almacenamiento de secos se encuentra seca y ventilada.

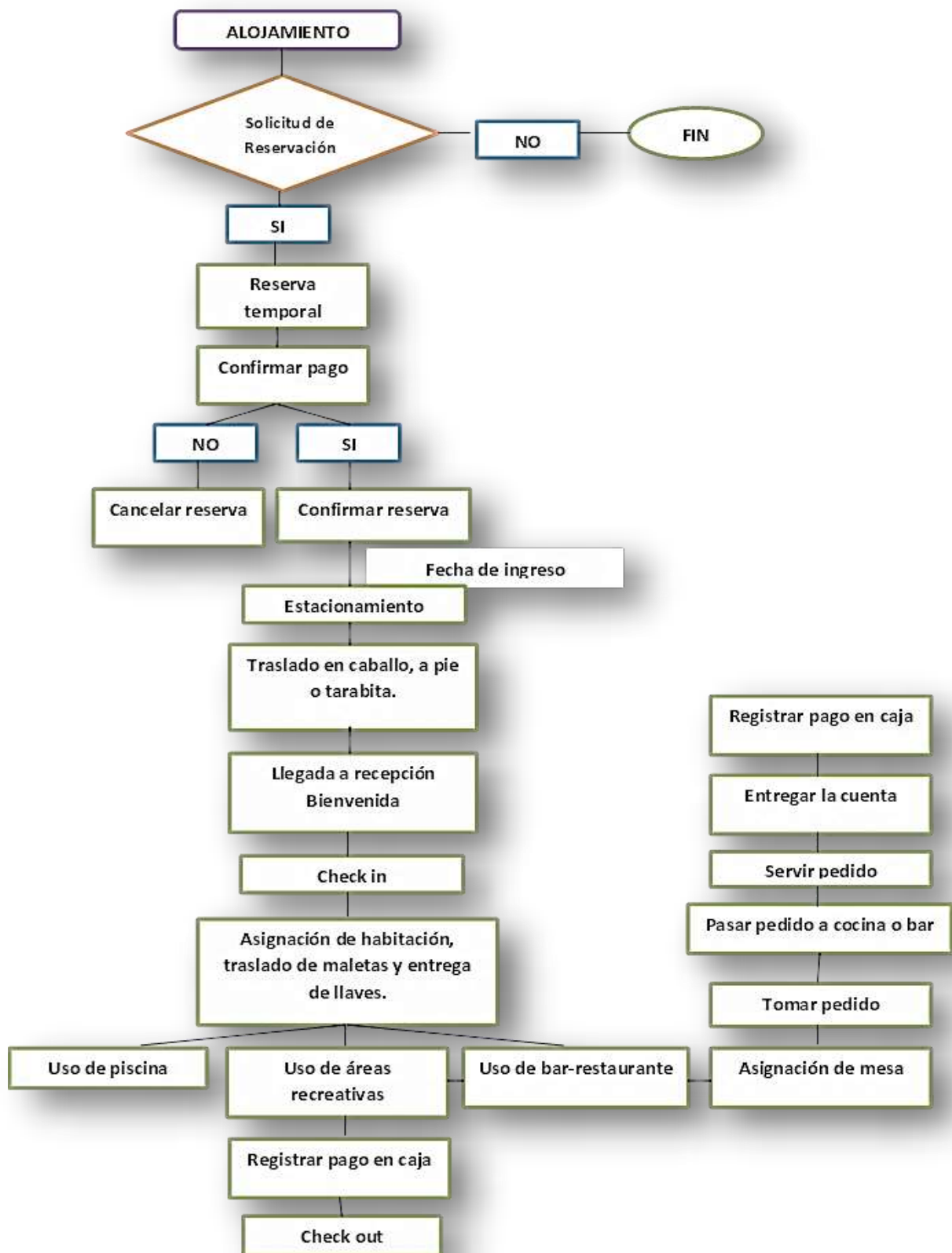
- Los productos de la bodega seca se encuentran ordenados por género y por fecha de caducidad.
- Los productos químicos se encuentran almacenados en una bodega independiente para el efecto y lejos o separados de los alimentos.
- El establecimiento posee dos baños para el personal, para hombres y otro para mujeres, los mismos que se encuentran en funcionamiento y limpios.
- El establecimiento posee un área asignada para el cambio de ropa o almacenamiento de artículos personales del personal, la misma que se encuentra ordenada y limpia.
- Los equipos que se encuentran en el área de cocina permiten el fácil acceso para su limpieza.
- Las superficies de trabajo son de material de fácil limpieza y lavables.
- Las superficies, tablas u otros elementos donde se preparan los alimentos son plásticas, acero inoxidable u otro material de fácil limpieza. No pueden ser de madera.
- El área de lavado es de tres pozos en acero inoxidable, con agua fría y caliente.
- La cocina posee una campana de extracción que impida la contaminación de olores y que permita atrapar las grasas acumuladas.
- Los pisos y paredes del área de producción son de cerámica, acero inoxidable u otro material de fácil limpieza.
- Las áreas de cocina se encuentran ventiladas y presentan seguridades contra el acceso de plagas.
- El establecimiento posee un cuadro de control de plagas actualizado.
- El personal que mantiene contacto con los alimentos poseen artículos que cubren su cabello completamente.

**Bar:**

- La barra del bar se encuentra no presenta roturas.
- El bar posee un mostrador o exhibidor de bebidas.
- Las mismas especificaciones del restaurante

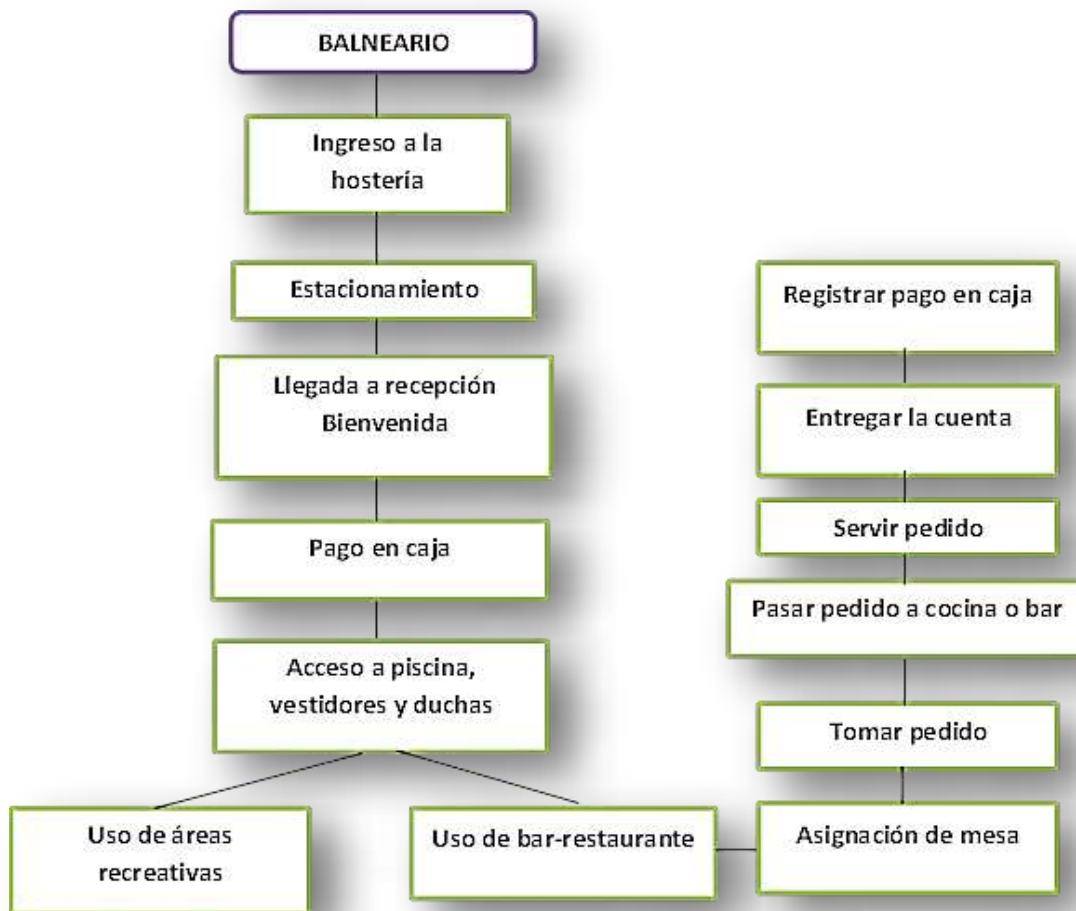
### **3.2. Diagrama de flujo**

A continuación se presenta la operatividad del establecimiento, tanto del funcionamiento dirigido a turistas que optarán por el servicio de alojamiento, como para los habitantes de la zona y otros turistas de tipo excursionista que optarán por el servicio de balneario:



**Gráfico 48: Diagrama de flujo en alojamiento**

Elaborado por: Narcisa Gómez



**Gráfico 49: Diagrama de flujo balneario**

Elaborado por: Narcisa Gómez

### 3.3. Necesidades del proyecto

Las necesidades del proyecto se componen de los diferentes aspectos que son parte del producto o servicios en su totalidad, a continuación se detallan cada uno de los equipos, estudios, materiales, etc., que se necesitarán para cada fase del proyecto<sup>1</sup>:

#### 3.3.1. Infraestructura.

**Tabla 7: Infraestructura**

Infraestructura	
Concepto	Valor
Terreno	\$ 40.000.00
Estudios de suelo	\$ 1.000.00
Estudio de impacto ambiental	\$1.200.00
Diseño de arquitectura	\$3.000.00

<sup>1</sup> El desglose de cantidad y costos unitarios de cada tabla se encuentran en el Anexo 8

Construcción	\$100.000.00
Instalación teléfono, tv cable e internet	\$800.00
Imprevistos	\$2.000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$148.000.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Cotización a arquitecto y avalúo del terreno

### 3.3.2. Maquinaria y equipo.

Tabla 8: Cabañas y habitaciones

<b>Cabañas - Habitaciones</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Camas	\$ 2.890.00
Sofá camas	\$ 275.00
Veladores	\$ 1.530.00
Escritorios	\$ 265.00
Colchones	\$ 2.800.00
Closets	\$ 2.250.00
Cajas de seguridad	\$ 1.650.00
Tachos para basura	\$ 195.00
Muebles para TV	\$ 1125.00
Televisores con control remoto	\$ 5.600.00
Portamaletas	\$550.00
Radio reloj despertadores	\$ 585.00
Teléfonos	\$ 595.00
Sillas	\$ 270.00
Aire acondicionado-calefacción	\$ 2.400.00
Toalleros	\$ 225.00
Muebles para lavabo	\$ 900.00
Frigobar	\$ 800.00
Ventanas	\$ 1.950.00
Puertas	\$ 1.425.00
Inodoro con asiento y tapa	\$ 1125.00
Lavamanos	\$ 600.00
Espejos	\$ 450.00
Duchas	\$ 525.00
Tinas	\$ 3.200.00
Interruptores	\$ 300.00
Lámparas	\$ 375.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$34.855.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Cotización a arquitecto y almacenes de construcción



**Tabla 9: Cocina**

<b>Cocina</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Congeladores	\$ 1.100.00
Refrigeradores	\$ 1.329.00
Cocinas industriales	\$ 1.700.00
Closets	\$ 280.00
Asador	\$ 199.00
Licadoras	\$169.00
Microondas	\$ 232.00
Campana extractora de olores	\$ 589.00
Procesadora	\$ 50.00
Batidora	\$ 90.00
Tostadora	\$ 85.00
Juego de sartenes	\$ 283.00
Juego de ollas	\$479.00
Tazones de aluminio	\$ 175.00
Recipientes plásticos	\$50.00
Moldes para hornear	\$ 60.00
Horno	\$ 689.00
Freidora industrial	\$ 380.00
Tablas para picar	\$ 48.00
Mesón de trabajo lavable	\$ 118.00
Ventilación	\$105.00
Juego de jarras	\$ 25.00
Aire acondicionado-calefacción	\$ 150.00
Juego de cuchillos	\$ 59.00
Juego de cucharas	\$ 66.00
Juego de cubertería, vajilla y cristalería	\$ 540.00
Ventanas	\$ 390.00
Lavabos	\$ 252.00
Llaves de agua	\$ 50.00
Calefón	\$ 130.00
Bandejas para servicio	\$ 80.00
Puertas	\$ 285.00

Inodoro con asiento y tapa	\$ 150.00
Lavamanos	\$ 80.00
Espejo	\$ 35.00
Tachos para basura	\$ 72.00
Interruptores	\$ 60.00
Estanterías	\$ 121.00
Cilindros de gas	\$ 200.00
Válvulas industriales para gas	\$ 45.00
Mangueras para gas	\$18.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$11.018.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización a arquitecto y almacenes de construcción

**Tabla 10: Bar- restaurante**

<b>Bar y Restaurante</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Mesas	\$ 2.400.00
Sillas	\$2.100.00
Licadoras	\$ 169.00
Cocteleras	\$ 140.00
Cristalería	\$ 50.00
Estantes para cristalería	\$ 300.00
Televisor	\$ 800.00
Equipo de sonido	\$ 357.00
Parlantes	\$243.00
Karaoke	\$ 290.00
Micrófonos	\$ 120.00
Computador	\$ 789.00
Mostrador de bebidas	\$ 199.00
Frigobar	\$ 250.00
Barra antioxidante y lavable	\$480.00
Bandejas para servicio	\$ 80.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$8.767.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

**Tabla 11: Lavandería**

<b>Lavandería</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Lavadoras	\$ 1.420.00
Secadoras	\$ 1.138.00
Estantería	\$ 158.00
Baldes para ropa	\$ 37.00
Carrito para menaje	\$250.00
Tablas para planchar	\$89.00
Canastas	\$ 60.00
Planchas	\$ 70.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.222.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

**Tabla 12: Administración**

<b>Administración</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Escritorios	\$238.00
Sillas de oficina	\$ 178.00
Archivadores	\$ 130.00
Computadores	\$ 1.150.00
Impresoras	\$ 280.00
Teléfono con fax	\$ 174.00
Caja registradora	\$ 500.00
Basureros	\$ 69.00
Muebles para recepción	\$ 530.00
Alfombras de centro	\$ 110.00
Televisor para recepción	\$ 580.00
Modulares	\$ 150.00
Mesa de centro	\$ 99.00
Lámparas centro	\$ 165.00
Ventanas	\$325.00
Puertas	\$285.00
Uniformes para todo el personal	\$800.00
Otros	\$1.500.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.263.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

### 3.3.3. Materias primas e insumos

Tabla 13: Menaje

<b>Menaje habitaciones y bar-restaurante</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Almohadas	\$500.00
Fundas de almohadas	\$ 200.00
Protectores de colchón	\$750.00
Juegos de sábanas	\$ 950.00
Cobijas	\$ 1.200.00
Cubrecamas	\$ 1.600.00
Toldos	\$ 700.00
Toallas	\$600.00
Cortinas	\$ 2.200.00
Focos	\$ 250.00
Limpiones	\$100.00
Mantelería	\$ 800.00
Cubre manteles	\$1.125.00
Servilletas de tela	\$ 880.00
Licores	\$1100.00
Gaseosas	\$200.00
Cervezas	\$ 200.00
Vinos	\$ 600.00
Agua	\$118.00
Snacks	\$120.00
Amenities (jabón, shampoo, crema, chocolates, gorra de baño institucionales)	\$900.00
Otros	\$1.000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$16.093.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Cotización en almacenes

**Tabla 14: Cocina**

<b>Cocina</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Arroz	\$ 2.304.00
Azúcar	\$ 2.208.00
Manteca	\$ 300.00
Aceite	\$ 600.00
Sal	\$ 108.00
Especerías	\$540.00
Verduras	\$600.00
Legumbres	\$900.00
Tubérculos	\$720.00
Lácteos	\$1.320.00
Carnes	\$2.640.00
Mariscos	\$4.200.00
Frutas	\$1.800.00
Enlatados	\$900.00
Café	\$336.00
Té	\$324.00
Helado	\$1.680.00
Chocolate	\$384.00
Otros	\$6000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$27,864.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

**Tabla 15: Bodega**

<b>Materiales indirectos – bodega</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Detergente	\$150.00
Jabón	\$50.00
Blanqueador	\$175.00
Productos químicos	\$145.00
Desinfectante	\$100.00
Lava platos	\$132.00
Aromatizantes	\$110.00
Etiquetas para alimentos	\$72.00
Botiquín de primeros auxilios	\$175.00
Extintores	\$360.00
Papel higiénico	\$160.00
Abrillantador de muebles	\$150.00
Aspiradora	\$360.00
Escobas	\$76.00
Tachos para basura	\$180.00

Bolsas para basura	\$80.00
Trapeadores	\$78.00
Guantes	\$60.00
Recogedores de basura	\$45.00
Sorbetes	\$40.00
Palillos	\$27.00
Decoradores	\$280.00
Portavasos	\$148.00
Baldes para limpieza	\$50.00
Limpiones	\$120.00
Servilletas de cocina	\$140.00
Otros	\$500.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.963.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

**Tabla 16: Piscina y baños**

<b>Áreas de piscina y baños</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Detergente	\$180.00
Jabón	\$90.00
Blanqueador	\$180.00
Productos químicos	\$250.00
Desinfectante	\$240.00
Otros	\$200.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.140.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

### **3.3.4. Mano de obra directa e indirecta.**

A continuación se detallan los costos por concepto de mano de obra directa e indirecta, de acuerdo a la tabla de salarios establecidos por el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador:

**Tabla 17: Mano de Obra Directa**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13° Sueldo</b>	<b>14° Sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte IESS (12.15%)</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Cocinero 1	500.00	41.67	26.50	20.83	60.75	649.75	7.797.00
Cocinero 2	500.00	41.67	26.50	20.83	60.75	649.75	7.797.00
Ayudante de cocina	360.00	30.00	26.50	15.00	43.74	475.24	5.702.88
Barman 1	321.37	26.78	26.50	13.39	39.05	427.09	5.125.08
Barman 2	321.37	26.78	26.50	13.39	39.05	427.09	5.125.08
Mesero 1	318.00	26.50	26.50	13.25	38.64	422.89	5.074.68
Mesero 2	318.00	26.50	26.50	13.25	38.64	422.89	5.074.68
Mesero 3	318.00	26.50	26.50	13.25	38.64	422.89	5.074.68
Camarero 1	320.39	26.70	26.50	13.35	38.93	425.84	5.110.08
Camarero 2	320.39	26.70	26.50	13.35	38.93	425.84	5.110.08
Recepcionista 1	323.06	26.92	26.50	13.46	39.25	429.19	5.150.28
Recepcionista 2	323.06	26.92	26.50	13.46	39.25	429.19	5.150.28
Recepcionista 3	323.06	26.92	26.50	13.46	39.25	429.19	5.150.28
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>						<b>6,336.84</b>	<b>72,442.08</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales (2013)

**Tabla 18: Mano de Obra Indirecta**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>13° Sueldo</b>	<b>14° Sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte IESS (12.15%)</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Limpieza 1	320.39	26.70	26.50	13.35	38.93	425.84	5.110.08
Limpieza 2	320.39	26.70	26.50	13.35	38.93	425.84	5.110.08
Guardia 1	320.39	26.70	26.50	13.35	38.93	425.84	5.110.08
Guardia 2	320.39	26.70	26.50	13.35	38.93	425.84	5.110.08
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						<b>1,703.36</b>	<b>20,440.32</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales (2013)

**Tabla 19: Gastos de Administración y Ventas**

Cargo	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS (12.15%)	Mensual	Anual
Gerente	1.000.00	83.33	26.50	41.67	121.50	1.273.00	15.276.00
Administrador	700.00	58.33	26.50	29.17	85.05	899.0	10.788.60
Contador - Auditor	600.00	50.00	26.50	25.00	72.90	774.40	9.292.80
Guia de turismo	500.00	41.67	26.50	20.83	60.75	649.75	7797.00
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>						<b>3,596.20</b>	<b>43,154.40</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales (2013)

### 3.3.5. Gastos de publicidad.

**Tabla 20: Publicidad**

Concepto	Mensual	Anual
Vallas publicitarias	100.00	1.200.00
Periódicos y revistas	80.00	960.00
Fam Trips	120.00	1.440.00
Páginas web	30.00	360.00
Flyers	75.00	900.00
Radio	180.00	2.160.00
<b>TOTAL</b>	<b>585.00</b>	<b>7.020.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Cotización en agencias de publicidad

### 3.3.6. Gastos de Servicios Básicos.

**Tabla 21: Servicios básicos<sup>2</sup>**

Concepto	Mensual	Anual
Luz	700.00	8.400.00
Agua	160.00	1.920.00
Teléfono	75.00	900.00
Internet	55.00	660.00
<b>TOTAL</b>	<b>830.00</b>	<b>9.960.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

<sup>2</sup> Los valores estimados se han basado en gastos promedios de hostería Agapantos y Durán de la ciudad de Cuenca.



Fuente: Consulta de planillas en hosterías

### 3.3.7. Gastos de Depreciación.

Tabla 22: Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terrenos y obras	48.000,00	0	0	0	0	0
Edificios	100.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Maquinaria y Equipo	57.862,00	5.786,20	5.786,20	5.786,20	5.786,20	5.786,20
Equipos y muebles de oficina	7.263,00	726,30	726,30	726,30	726,30	726,30
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>213.125,00</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Ingeniería del proyecto

### 3.3.8. Gastos de Mantenimiento.

Tabla 23: Gastos de mantenimiento

ACTIVOS FIJOS	VALOR	% DE MANTENIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Maquinaria y Equipo</b>							
Cabañas - Habitaciones	34.855,00	5% Anual	1.742,75	1.742,75	1.742,75	1.742,75	1.742,75
Cocina	11.018,00	5% Anual	550,90	550,90	550,90	550,90	550,90
Bar y Restaurante	8.767,00	5% Anual	438,35	438,35	438,35	438,35	438,35
Lavandería	3.222,00	5% Anual	161,10	161,10	161,10	161,10	161,10
Administración	7.263,00	5% Anual	363,15	363,15	363,15	363,15	363,15
<b>TOTAL COSTOS DE MANTENIMIENTO</b>			<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

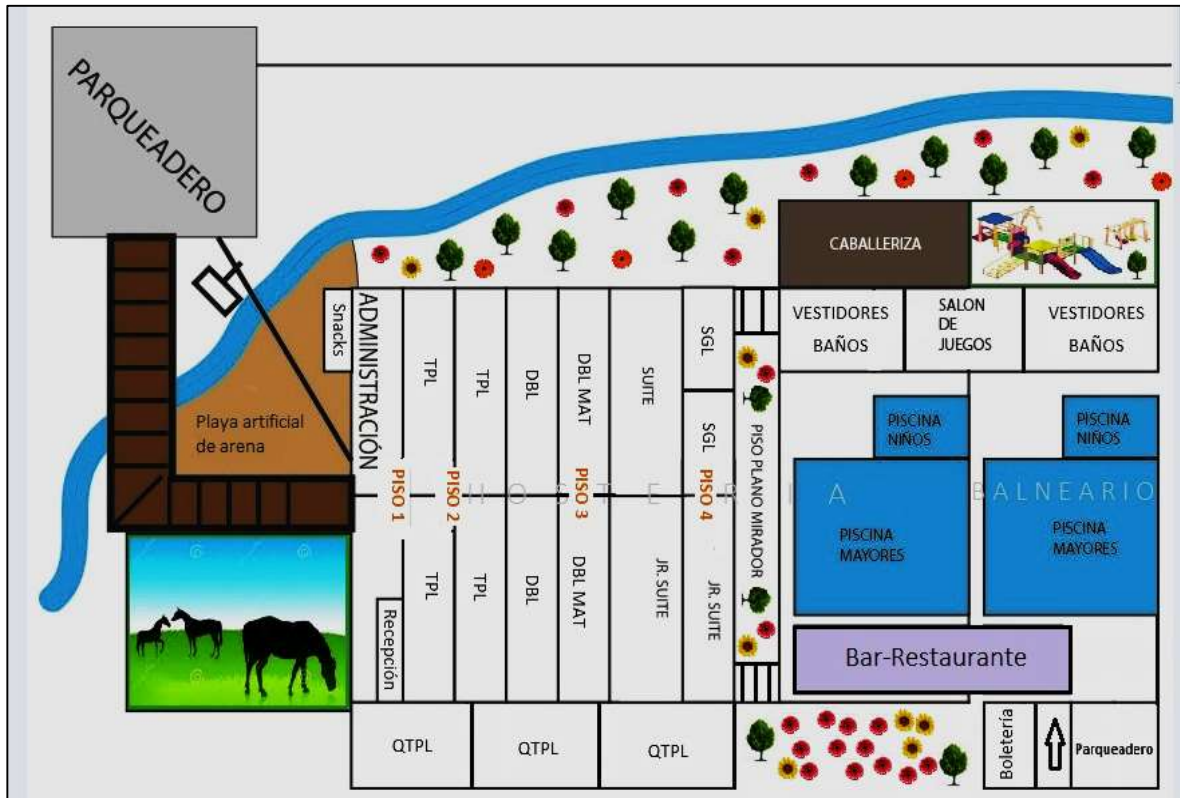
Fuente: Ingeniería del proyecto

### **3.4. Distribución de la hostería**

#### **Distribución:**

La hostería estará construida con los siguientes espacios y servicios:

- Camino de tránsito y entrada de vehículos.
- Estacionamiento para uso de los clientes, que estará acorde al número de plazas tanto en el alojamiento como en el restaurante.
- Gracias a la formación del terreno, la construcción de la hostería será en base a terrazas, lo cual permitirá que todas las habitaciones tengan la misma vista.
- Recepción: Una destinada al servicio de huéspedes y atención de turistas excursionistas.
- Una cabaña principal que incluirá: recepción, restaurante, sala de estar
- Cabañas secundarias: para habitaciones dobles, triples y familiares, todas ubicadas en sistema de terrazas.
- Las cabañas serán de estilo rústico construidos con caña guadua, estarán distribuidas en forma de terrazas rodeadas por jardines relacionándose armónicamente con su entorno natural.
- Bar-restaurante para el servicio de clientes diarios.
- Bar-restaurante para la zona de alojamiento.
- Piscina: una piscina para el uso de clientes diarios, y una piscina para la zona de alojamiento.
- El área de las piscinas contarán con: sección para adultos, sección para niños, duchas, casilleros, vestidores, tobogán, camastros, mesas con parasol.
- Jardines y senderos.
- Se pondrá a disposición de los clientes una selección de actividades a desarrollar dentro del cantón o sitios aledaños.



**Gráfico 50: Layout**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Diseño personal de la autora

### 3.5. Plan de servicio

#### 3.5.1. Estrategias de Promoción.

##### 3.5.1.1. Clientes Claves.

Los clientes claves que ayudarán a atraer más clientes serán las operadoras de turismo y agencias de viaje de la ciudad de Cuenca, a las cuales se les consultó, mediante una encuesta de investigación de mercado, sobre las características que debe cumplir la hostería para poder entrar en el mercado turístico.

De acuerdo al registro de la Fundación Municipal de Turismo Cuenca (2013), en la ciudad existen 60 agencias de viajes, operadoras de turismo y mayoristas; de las cuales se ha escogido trabajar principalmente con 24 que trabajan con turismo receptivo y que ofertan servicios en el oriente ecuatoriano.

Estos clientes claves ayudarán, básicamente a promocionar el servicio de esparcimiento acompañado por alojamiento, a turistas de la ciudad de Cuenca y otras aledañas, y turistas extranjeros.

### ***3.5.1.2. Estrategia de captación de clientes.***

- Previo a la inauguración de la hostería, se lanzará una campaña publicitaria a través de prensa escrita del cantón Limón Indanza, Gualaceo y Cuenca.
- Diseño y elaboración de vallas publicitarias para colocarlas en lugares estratégicos de la vía General Plaza – Gualaceo – Cuenca.
- Elaboración de afiches para colocarlos en los autoservicios de la vía General Plaza – Gualaceo – Cuenca.
- Para captar turistas extranjeros se llevará a cabo una publicidad agresiva a través de una página web y redes sociales, indicando a detalle los servicios que se ofrece en la hostería y las instalaciones de la misma.
- Tomando en cuenta la relación de los precios con la calidad del servicio, se realizará publicidad a través de convenios con entidades bancarias o tarjetas de crédito, para acceder a colocar volantes en los estados de cuenta de sus clientes.
- Se realizarán convenios con agencias de viajes y escuelas de español para extranjeros en la ciudad de Cuenca, para la promoción y venta de los servicios de la hostería.
- Buscar a los clientes que se han perdido, es decir, que muchos visitantes ahora se replantean los servicios de los que disponen porque su experiencia les ha mostrado que no hay buena calidad, y buscan nuevas ofertas que les brinden algo distinto con valor añadido.
- Aprovechar que será una hostería única en su categoría dentro del cantón, para garantizar la satisfacción del visitante de un día o al huésped, de manera que se pueda crear una marca que la distinga y posiciones en el mercado.
- Fortalecer las relaciones públicas, para lograr el apoyo de organismos turísticos locales para trabajar conjuntamente en la promoción del cantón como destino turístico.
- Crear una cartera de clientes corporativos ofreciendo el servicio a empresas para que realicen sus juntas de trabajo, congresos, capacitaciones, etc., en esta hostería.

**CAPITULO IV**  
**ORGANIZACIÓN**

## **4.1. Tipo de empresa**

### **4.1.1. Nombre.**

La hostería llevará el nombre de “Ikianá” cuyo origen es de la etnia Shuar y significa selva, lo cual la identifica con su entorno.

### **4.1.2. Misión.**

Fortalecer cada vez más la calidad del servicio y la atención al cliente, mediante la formación del talento humano y el mantenimiento de las instalaciones, a fin de brindar al visitante una buena experiencia como carta de presentación del oriente ecuatoriano.

### **4.1.3. Visión.**

Constituir a la Hostería “Ikianá” como la mejor en la prestación de servicios de alojamiento y esparcimiento, al tiempo que contribuya a la promoción y desarrollo del cantón Limón Indanza como un destino turístico de excelencia.

### **4.1.4. Valores.**

Los valores que caracterizarán a la Hostería serán:

- Honestidad
- Lealtad
- Sano esparcimiento
- Responsabilidad
- Seguridad
- Compromiso
- Seriedad
- Respeto
- Cumplimiento
- Calidad de servicio

## **4.2. Logotipo**

EL logotipo guarda relación con los ambientes naturales que se pueden encontrar en la selva del oriente ecuatoriano:



**Gráfico 51: Logotipo**

Elaborado por: Narcisa Gómez

#### 4.3. Isotipo

Se utilizará el tipo de letra Tribal Gramond, que permite conservar el nombre con el estilo relacionado con lo natural, los jeroglíficos representativos del cantón, pero a la vez elegante:



**Gráfico 52: Isotipo**

Elaborado por: Narcisa Gómez

#### 4.4. Slogan

*“La oportunidad de vivir lo natural”*

#### 4.5. Marca



**Gráfico 53: Marca**

Elaborado por: Narcisa Gómez

## 4.6. Recurso Humano

### 4.6.1. Organización.

El área de Recursos Humanos estará conformado por un total de veinte personas, dentro de las cuales se considera la cantidad personal adecuada para cubrir ciertas áreas que requieren trabajo por turnos. De este modo, los Recursos Humanos están distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 24: Recursos Humanos de hospedaje y alimentación**

Recursos Humanos	
Cargo	Número
Gerente propietario	1
Administrador	1
Guía de turismo	1
Contador - Auditor	1
Cocinero	2
Ayudante de cocina	1
Guardia	2
Barman	2
Mesero	3
Camarero	2
Recepcionista	3
Limpieza	2
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Datos de ingeniería del proyecto.

Los horarios de atención para los tres servicios principales serán:

#### **Bar-Restaurante**

Lunes a Viernes: De 07:00 a 22:00

Sábados y Domingos: De 08:00 a 21:00

#### **Alojamiento**

Lunes a Viernes: De 06:00 a 23:00

Sábados y Domingos: De 06:00 a 22:00

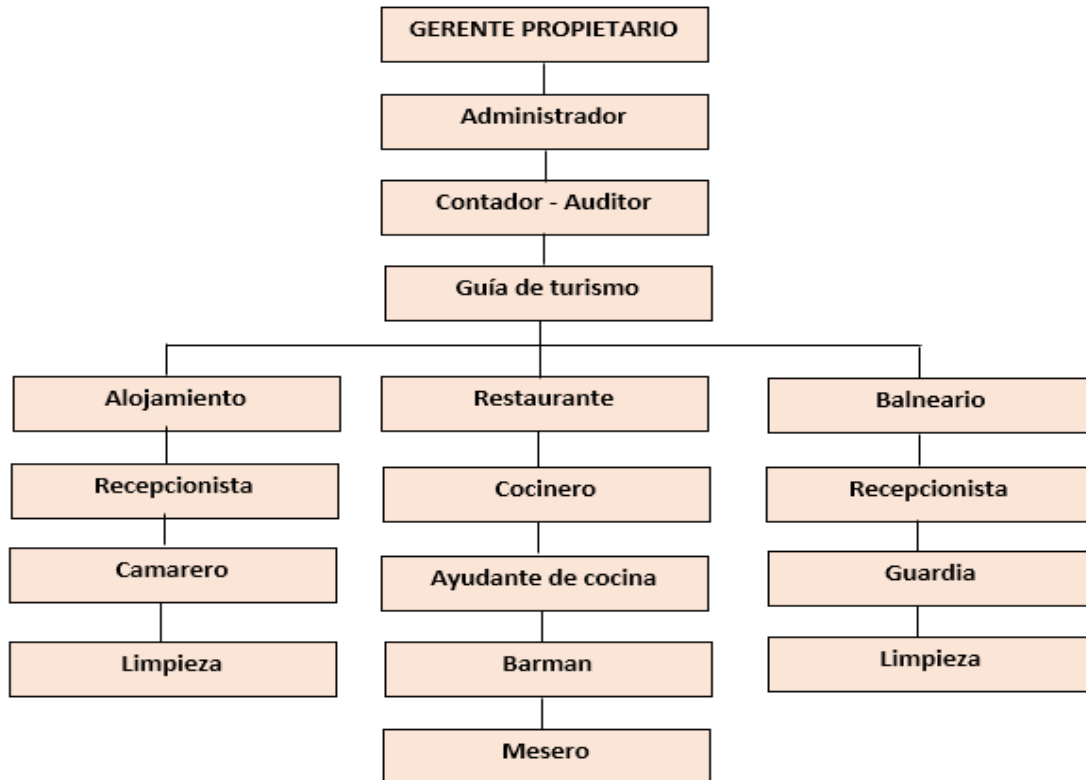
#### **Balneario**

Lunes a Viernes: De 07:00 a 21:00

Sábados y Domingos: De 07:00 a 20:00



#### 4.6.2. Organigrama.



**Gráfico 54: Organigrama**

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Datos de ingeniería del proyecto

#### 4.6.3. Funciones del personal.

**Gerente:** Es el responsable de dirigir, coordinar, supervisar el eficiente desarrollo de las actividades.

- Liderar los procesos de planeación estratégica de la organización, establecer los objetivos y metas específicas.
- Alcanzar los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo a través de sus subordinados
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de planes de acción. (Page, 2012)

**Administrador:** Es el responsable de planificar, organizar, dirigir y ejecutar los procesos de funcionamiento eficiente y rentable de la hostería, sus funciones son:

- Representar al establecimiento en situaciones legales relacionadas a la seguridad material y personal.
- Administración contable y financiera.
- Elaboración y control del cumplimiento de normas y políticas internas y externas.
- Supervisar y controlar el desempeño del personal.
- Organizar y controlar las existencias necesarias para el funcionamiento de la hostería, así como autorizar o negar la compra de nuevos insumos.
- Contactar a los proveedores.
- Diseñar planes de inversión y presupuestos anuales.
- Elaborar y presentar estados financieros mensuales.
- Fijar y probar precios de ventas.
- Diseñar estrategias de promoción y ventas.
- Verificar y aprobar propuestas para la adecuación de nuevas instalaciones o mejoras.
- Llevar cuenta de los inventarios. (Page, 2012)

**Contador – Auditor:** Es el responsable de manejar todo aquello referente al ingreso y egreso de dinero en un trabajo conjunto con el administrador. Entre sus funciones, están:

- Elaborar estados financieros con la información oportuna y verificable.
- Preparar el Balance General y los Estados de Pérdidas y Ganancias.
- Llevar el registro de clientes, nómina de empleados, cuentas de bancos, caja e inventarios.
- Recibir, analizar y dar trámite a la información de los documentos que se registren por la empresa.
- Preparar la información financiera para que el administrador lo pueda presentar al Gerente.
- Organizar y presentar las declaraciones tributarias al SRI. (Page, 2012)

**Guía de turismo:** Encargado de poner al servicio de los visitantes, las visitas a los diferentes destinos del cantón. Además que, en base a su conocimiento en el área turística, será el encargado de apoyar al administrador en cuanto a las estrategias de publicidad y ventas necesarias para el desarrollo de la hostería.

**Recepcionista:** Representa la imagen de la empresa y es el responsable de llevar el registro de los huéspedes que ingresan o salen de la hostería. Sus funciones son:

- Control y supervisión de caja.

- Ingresar las reservaciones de los clientes.
- Atender a las inquietudes, recomendaciones y quejas de los huéspedes.
- Conocer a detalle las instalaciones, servicios, precios y funcionamiento de la hostería.  
(Page, 2012)

**Cocinero:** Es el jefe responsable de las actividades que se realizan en la cocina.

- Recibe y coordina los pedidos de los clientes.
- Supervisa y dirige la elaboración de los alimentos bajo normas de calidad y tiempo de preparación.
- Revisa la presentación de los platos antes de ser entregados al cliente.
- Se encarga de llevar un control del abastecimiento de productos en la bodega de alimentos y las fechas de durabilidad de los mismos.
- Elabora el menú de alimentos. (Page, 2012)

**Ayudante de cocina:** Colabora con la preparación de los alimentos, en coordinación con el cocinero principal.

- Colabora con la limpieza e higiene integral de los materiales y áreas de la cocina.
- Verifica la disponibilidad de productos.
- Cuida que el menaje de la cocina está listo y dispuesto para evitar errores durante el servicio.
- Se encarga de la preparación de los pedidos solicitados y los pone a consideración del jefe de cocina. (Page, 2012)

**Guardia:** Se encarga de la vigilancia de la hostería para evitar cualquier tipo de percance con los clientes y está a disposición de estos para despejar cualquier inquietud de carácter urgente.

**Barman:** Es el responsable de la atención a los clientes en la barra de bebidas, así como de la preparación y servicio de las mismas.

**Mesero:** Es el encargado de servir a los comensales, los aperitivos ordenados, además de cumplir con las siguientes funciones:

- Recibir al cliente, asignar una mesa adecuada y revisar el menú.
- Tomar el pedido del cliente, tanto en alimentos como bebidas.
- Comunicar los pedidos al bar o la cocina, según corresponda.
- Servir el pedido al cliente, entregarle la cuenta y despedirlo cuando se retire.

- Limpiar la mesa, retirar los utensilios sucios y entregarlos en la cocina. (Page, 2012)

**Camarero:** Es el encargado de mantener la limpieza de las cabañas, mantener es perfecto estado cada elemento que se encuentra en ella y comunicar a recepción en caso de algún incidente, previo a la salida del huésped. (Page, 2012)

**Limpieza:** Es el responsable del mantenimiento del orden y la limpieza de cada una de las áreas de la hostería.

**CAPITULO V**  
**ESTUDIO ECONÓMICO**

## 5.1. Inversiones y Financiamiento

Por medio de este punto se indicará mediante un estudio cual es la inversión y el financiamiento que requiere la hostería para poder llevar a cabo sus operaciones, al mismo tiempo se podrán mostrar en que se usará el capital en mención, y los medios para obtener el mismo.

### 5.1.1. Inversiones de Activos Fijos.

En esta parte se hace referencia a todos los activos fijos que se necesitarán para el funcionamiento de la hostería. Los activos fijos son elementos tangibles necesarios para el inicio de las actividades y que no están disponibles para la venta, la inversión total en activos tangibles es de \$213.125,00.

**Tabla 25: Inversión de activos fijos**

ACTIVOS FIJOS	TOTAL INVERSIÓN
Terrenos y obras	48.000,00
Edificios	100.000,00
Maquinaria y Equipo	57.862,00
Equipos y muebles de oficina	7.263,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>213.125,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

### 5.1.2. Inversiones de Activos Intangibles.

Al hablar de activos Intangibles se les denomina como el grupo de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos para la empresa porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades. Estos derechos se compran o se desarrollan en el curso normal del negocio.

**Tabla 26: Inversión de activos intangibles**

ACTIVOS INTANGIBLES	TOTAL INVERSIÓN
Permiso de funcionamiento	90,00
Permiso de Patente Municipal	20,00
Permiso de bomberos	15,00
Permiso de Letreros	12,00
Documentos Notariales	30,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>167,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

### 5.1.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es aquella cantidad de dinero que permite poner en marcha la hostería durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente sin requerir de mayor inversión.

En este caso se ha considerado el gasto que representan las materias primas, los gastos de productos alimenticios, gastos de sueldos y salarios, gastos de publicidad, gastos de administración y ventas para el primer año de funcionamiento de la hostería, el capital de trabajo es de \$198.513,80

**Tabla 27: Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
	<b>ANUAL</b>
Caja	400,00
Materias Primas	17.233,00
Insumos Comestibles	27.864,00
Materiales indirectos	3.963,00
Sueldos y Salarios	92.882,40
Gastos de mantenimiento	3.256,25
Gastos Servicios Básicos	9.960,00
Gastos de Administración y Ventas	50.174,40
<b>TOTAL</b>	<b>205.733,05</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Datos de ingeniería del proyecto

### 5.1.4. Plan de Inversiones.

En el plan de Inversión refleja la decisión de invertir en una empresa, y se plasmará el destino que se dará a los fondos financieros para obtener una serie de recursos necesarios para la realización del proceso productivo.

Es este plan de inversión se refleja el capital propio que aportaran los accionistas de la empresa y el capital que se requiere de financiamiento.

**Tabla 28: Plan de inversiones**

DESCRIPCIÓN	TOTAL	CAPITAL PROPIO	FINANCIAMIENTO
Activos fijos tangibles	213.125,00	213.125,00	\$ -
Activos fijos intangibles	167,00	167,00	-
Capital de Trabajo	205.733,05	105.733,05	100.000,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>419.025,05</b>	<b>319.025,05</b>	<b>100.000,00</b>
Porcentaje	100%	76,14%	23,86%

**Elaborado por:** Narcisca Gómez

**Fuente:** Datos de ingeniería del proyecto

### 5.1.5. Estructura del Financiamiento.

Para la instalación de la hostería se requiere una inversión total de \$ 411.805,80 de los cuales se requiere un financiamiento externo de \$100.000,00 los mismos que serán financiados por una institución bancaria.

Los \$100.000,00 serán pagados en un periodo de cinco años con una tasa de interés del 11,85% en cuotas mensuales.

<b>Prestamos</b>	\$100.000,00
<b>Tasa</b>	11,85%
<b>Periodo</b>	60
<b>Pago</b>	\$ 2.216,87

**Tabla 29: Estructura de financiamiento**

PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	AMORT/CAP	PAGO	SALDO FINAL
0					\$ 100.000,00
1	\$ 100.000,00	\$ 987,50	\$ 1.229,37	\$ 2.216,87	\$ 98.770,63
2	\$ 98.770,63	\$ 975,36	\$ 1.241,51	\$ 2.216,87	\$ 97.529,12
3	\$ 97.529,12	\$ 963,10	\$ 1.253,77	\$ 2.216,87	\$ 96.275,34
4	\$ 96.275,34	\$ 950,72	\$ 1.266,15	\$ 2.216,87	\$ 95.009,19
5	\$ 95.009,19	\$ 938,22	\$ 1.278,66	\$ 2.216,87	\$ 93.730,53
6	\$ 93.730,53	\$ 925,59	\$ 1.291,28	\$ 2.216,87	\$ 92.439,25
7	\$ 92.439,25	\$ 912,84	\$ 1.304,03	\$ 2.216,87	\$ 91.135,22
8	\$ 91.135,22	\$ 899,96	\$ 1.316,91	\$ 2.216,87	\$ 89.818,30
9	\$ 89.818,30	\$ 886,96	\$ 1.329,92	\$ 2.216,87	\$ 88.488,39
10	\$ 88.488,39	\$ 873,82	\$ 1.343,05	\$ 2.216,87	\$ 87.145,34
11	\$ 87.145,34	\$ 860,56	\$ 1.356,31	\$ 2.216,87	\$ 85.789,03
12	\$ 85.789,03	\$ 847,17	\$ 1.369,71	\$ 2.216,87	\$ 84.419,32
13	\$ 84.419,32	\$ 833,64	\$ 1.383,23	\$ 2.216,87	\$ 83.036,09
14	\$ 83.036,09	\$ 819,98	\$ 1.396,89	\$ 2.216,87	\$ 81.639,20
15	\$ 81.639,20	\$ 806,19	\$ 1.410,69	\$ 2.216,87	\$ 80.228,51
16	\$ 80.228,51	\$ 792,26	\$ 1.424,62	\$ 2.216,87	\$ 78.803,90
17	\$ 78.803,90	\$ 778,19	\$ 1.438,68	\$ 2.216,87	\$ 77.365,21



18	\$ 77.365,21	\$ 763,98	\$ 1.452,89	\$ 2.216,87	\$ 75.912,32
19	\$ 75.912,32	\$ 749,63	\$ 1.467,24	\$ 2.216,87	\$ 74.445,09
20	\$ 74.445,09	\$ 735,15	\$ 1.481,73	\$ 2.216,87	\$ 72.963,36
21	\$ 72.963,36	\$ 720,51	\$ 1.496,36	\$ 2.216,87	\$ 71.467,00
22	\$ 71.467,00	\$ 705,74	\$ 1.511,14	\$ 2.216,87	\$ 69.955,86
23	\$ 69.955,86	\$ 690,81	\$ 1.526,06	\$ 2.216,87	\$ 68.429,81
24	\$ 68.429,81	\$ 675,74	\$ 1.541,13	\$ 2.216,87	\$ 66.888,68
25	\$ 66.888,68	\$ 660,53	\$ 1.556,35	\$ 2.216,87	\$ 65.332,33
26	\$ 65.332,33	\$ 645,16	\$ 1.571,72	\$ 2.216,87	\$ 63.760,62
27	\$ 63.760,62	\$ 629,64	\$ 1.587,24	\$ 2.216,87	\$ 62.173,38
28	\$ 62.173,38	\$ 613,96	\$ 1.602,91	\$ 2.216,87	\$ 60.570,47
29	\$ 60.570,47	\$ 598,13	\$ 1.618,74	\$ 2.216,87	\$ 58.951,73
30	\$ 58.951,73	\$ 582,15	\$ 1.634,72	\$ 2.216,87	\$ 57.317,01
31	\$ 57.317,01	\$ 566,01	\$ 1.650,87	\$ 2.216,87	\$ 55.666,14
32	\$ 55.666,14	\$ 549,70	\$ 1.667,17	\$ 2.216,87	\$ 53.998,97
33	\$ 53.998,97	\$ 533,24	\$ 1.683,63	\$ 2.216,87	\$ 52.315,34
34	\$ 52.315,34	\$ 516,61	\$ 1.700,26	\$ 2.216,87	\$ 50.615,08
35	\$ 50.615,08	\$ 499,82	\$ 1.717,05	\$ 2.216,87	\$ 48.898,03
36	\$ 48.898,03	\$ 482,87	\$ 1.734,00	\$ 2.216,87	\$ 47.164,03
37	\$ 47.164,03	\$ 465,74	\$ 1.751,13	\$ 2.216,87	\$ 45.412,90
38	\$ 45.412,90	\$ 448,45	\$ 1.768,42	\$ 2.216,87	\$ 43.644,48
39	\$ 43.644,48	\$ 430,99	\$ 1.785,88	\$ 2.216,87	\$ 41.858,60
40	\$ 41.858,60	\$ 413,35	\$ 1.803,52	\$ 2.216,87	\$ 40.055,08
41	\$ 40.055,08	\$ 395,54	\$ 1.821,33	\$ 2.216,87	\$ 38.233,75
42	\$ 38.233,75	\$ 377,56	\$ 1.839,31	\$ 2.216,87	\$ 36.394,44
43	\$ 36.394,44	\$ 359,40	\$ 1.857,48	\$ 2.216,87	\$ 34.536,96
44	\$ 34.536,96	\$ 341,05	\$ 1.875,82	\$ 2.216,87	\$ 32.661,14
45	\$ 32.661,14	\$ 322,53	\$ 1.894,34	\$ 2.216,87	\$ 30.766,80
46	\$ 30.766,80	\$ 303,82	\$ 1.913,05	\$ 2.216,87	\$ 28.853,75
47	\$ 28.853,75	\$ 284,93	\$ 1.931,94	\$ 2.216,87	\$ 26.921,81
48	\$ 26.921,81	\$ 265,85	\$ 1.951,02	\$ 2.216,87	\$ 24.970,79
49	\$ 24.970,79	\$ 246,59	\$ 1.970,29	\$ 2.216,87	\$ 23.000,50
50	\$ 23.000,50	\$ 227,13	\$ 1.989,74	\$ 2.216,87	\$ 21.010,76
51	\$ 21.010,76	\$ 207,48	\$ 2.009,39	\$ 2.216,87	\$ 19.001,37
52	\$ 19.001,37	\$ 187,64	\$ 2.029,23	\$ 2.216,87	\$ 16.972,13
53	\$ 16.972,13	\$ 167,60	\$ 2.049,27	\$ 2.216,87	\$ 14.922,86
54	\$ 14.922,86	\$ 147,36	\$ 2.069,51	\$ 2.216,87	\$ 12.853,35
55	\$ 12.853,35	\$ 126,93	\$ 2.089,95	\$ 2.216,87	\$ 10.763,41
56	\$ 10.763,41	\$ 106,29	\$ 2.110,58	\$ 2.216,87	\$ 8.652,82
57	\$ 8.652,82	\$ 85,45	\$ 2.131,43	\$ 2.216,87	\$ 6.521,40
58	\$ 6.521,40	\$ 64,40	\$ 2.152,47	\$ 2.216,87	\$ 4.368,92
59	\$ 4.368,92	\$ 43,14	\$ 2.173,73	\$ 2.216,87	\$ 2.195,19
60	\$ 2.195,19	\$ 21,68	\$ 2.195,19	\$ 2.216,87	\$ -

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Tasa promedio en cooperativas

## 5.2. Ingresos

### 5.2.1. Proyección de Ingresos.

Para realizar una proyección de los ingresos, esta se la hará en base a los resultados obtenidos de las encuestas además de utilizar una tasa de crecimiento poblacional que es del 1.24% y la tasa de inflación que es del 4.30% la cual sumadas darían una tasa del 5.54% para con este valor proyectar las ventas a los próximos 5 años.

Las ventas están distribuidas en 3 grupos: Ventas de Habitaciones, Ventas de Bar Restaurant y ventas por Balneario.

Al tratarse de una hostería las ventas se consideran variables en todos los meses de año debido a las temporadas, por lo cual se ha tomado 2 temporadas: una alta que representa a los meses de Enero, Febrero, Marzo que es la etapa vacacional en la regio costa y los meses de julio, agosto y septiembre que es la etapa vacacional en la Sierra y Oriente.

Por otra parte la temporada baja estaría conformada por los meses sobrantes, es decir abril, mayo, junio, octubre, noviembre y diciembre.

Con los parámetros indicados anteriormente, a continuación se detallan las proyecciones de ventas:

**Tabla 30: Venta de alojamiento temporada baja**

<b>VENTA DE ALOJAMIENTO TEMPORADA BAJA 35% Ocupación</b>						
		<b>ABRIL MAYO JUNIO OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE</b>				
<b>TIPO HABITACIÓN</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>NUMERO DE HAB.</b>	<b>COSTO DE HAB.</b>	<b>INGRESO SEMANAL 5 DÍAS</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO POR 6 MESES DE TEMPORADA BAJA</b>
Hab/ Simple	1,00	1,00	20,00	100,00	400,00	2.400,00
Hab/ Doble	2,00	1,00	36,00	180,00	720,00	4.320,00
Hab/ Doble Mat	2,00	1,00	38,00	190,00	760,00	4.560,00
Hab/Junior Suite	2,00	1,00	40,00	200,00	800,00	4.800,00
Hab/ Triple	3,00	1,00	45,00	225,00	900,00	5.400,00
Hab Familiar Cabaña	5,00	1,00	70,00	350,00	1.400,00	8.400,00
	<b>15,00</b>			<b>1.245,00</b>	<b>4.980,00</b>	<b>29.880,00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Datos de ingeniería del proyecto

Tabla 31: Venta de alojamiento temporada alta

<b>VENTA DE ALOJAMIENTO</b>						
<b>TEMPORADA</b>		<b>ENERO FEBRERO MARZO JULIO AGOSTO</b>				
<b>ALTA</b>	<b>75% Ocupación</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>				
<b>TIPO HABITACIÓN</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>NUMERO DE HAB.</b>	<b>COSTO DE HAB.</b>	<b>INGRESO SEMANAL 5 DÍAS</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO POR 6 MESES DE TEMPORADA ALTA</b>
Ha/ Simple	1,00	1,00	20,00	100,00	400,00	2.400,00
Hab/ Doble	4,00	2,00	36,00	360,00	1.440,00	8.640,00
Hab/ Doble Mat	2,00	1,00	38,00	190,00	760,00	4.560,00
Hab/ Junior Suite	2,00	1,00	40,00	200,00	800,00	4.800,00
Suite	4,00	2,00	50,00	500,00	2.000,00	12.000,00
Hab/ Triple	9,00	3,00	45,00	675,00	2.700,00	16.200,00
Hab Familiar Cabaña	10,00	2,00	70,00	700,00	2.800,00	16.800,00
<b>TOTALES</b>	<b>32,00</b>			<b>2.725,00</b>	<b>10.900,00</b>	<b>65.400,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

Tabla 32: Venta de alimentación temporada baja

<b>VENTA DE BAR RESTAURANT</b>						
<b>TEMPORADA BAJA</b>		<b>ABRIL MAYO JUNIO OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE</b>				
<b>20% Ocupación</b>						
<b>TIPO DE ALIMENTACIÓN</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Ingreso Diario</b>	<b>INGRESO SEMANAL 5 DÍAS</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO POR 6 MESES DE TEMPORADA BAJA</b>
Desayunos	15,00	2,50	37,50	187,50	750,00	4.500,00
Almuerzos	15,00	3,50	52,50	262,50	1.050,00	6.300,00
Meriendas	15,00	3,50	52,50	262,50	1.050,00	6.300,00
Bebidas	15,00	1,25	18,75	93,75	375,00	2.250,00
Cervezas	20,00	1,50	30,00	150,00	600,00	3.600,00
cocteles/Licores	12,00	3,50	42,00	210,00	840,00	5.040,00
				<b>1.166,25</b>	<b>4.665,00</b>	<b>27.990,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

**Tabla 33: Venta de alimentación temporada alta**

<b>VENTA DE BAR RESTAURANT</b>						
<b>ENERO FEBRERO MARZO JULIO AGOSTO</b>						
<b>TEMPORADA ALTA 75% Ocupación SEPTIEMBRE</b>						
<b>TIPO DE ALIMENTACIÓN</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Ingreso Diario</b>	<b>INGRESO SEMANAL 5 DÍAS</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO POR 6 MESES DE TEMPORADA ALTA</b>
Desayunos	32,00	2,50	80,00	400,00	1.600,00	9.600,00
Almuerzos	32,00	3,50	112,00	560,00	2.240,00	13.440,00
Meriendas	32,00	3,50	112,00	560,00	2.240,00	13.440,00
Bebidas	45,00	1,25	56,25	281,25	1.125,00	6.750,00
Cervezas	40,00	1,50	60,00	300,00	1.200,00	7.200,00
cocteles/Licores	30,00	3,50	105,00	525,00	2.100,00	12.600,00
				<b>2.626,25</b>	<b>10.505,00</b>	<b>63.030,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

**Tabla 34: Ventas por balneario temporada baja**

<b>VENTA POR BALNEARIO</b>						
<b>ABRIL MAYO JUNIO OCTUBRE NOVIEMBRE</b>						
<b>TEMPORADA BAJA 35% Ocupación DICIEMBRE</b>						
<b>TIPO DE ALIMENTACIÓN</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Ingreso Diario</b>	<b>INGRESO SEMANAL 4 DÍAS</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO POR TEMPORADA</b>
Tickets Adulto	28,00	5,00	140,00	560,00	2.240,00	26.880,00
Tickets Niño	7,00	2,50	17,50	70,00	280,00	3.360,00
Almuerzos	35,00	3,50	122,50	490,00	1.960,00	23.520,00
Snacks	35,00	2,50	87,50	350,00	1.400,00	8.400,00
Bebidas	35,00	1,25	43,75	175,00	700,00	4.200,00
Cervezas	25,00	1,50	37,50	150,00	600,00	3.600,00
cocteles/Licores	15,00	3,50	52,50	262,50	1.050,00	6.300,00
				<b>2.057,50</b>	<b>8.230,00</b>	<b>76.260,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

**Tabla 35: Ventas por balneario temporada alta**

<b>VENTA POR BALNEARIO</b>						
<b>TEMPORADA ALTA</b>		<b>85% Ocupación</b>				
		<b>ENERO FEBRERO MARZO JULIO AGOSTO SEPTIEMBRE</b>				
<b>TIPO DE ALIMENTACIÓN</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Ingreso Diario</b>	<b>INGRESO SEMANAL 4 DÍAS</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO POR TEMPORADA</b>
Tickets Adulto	59,00	5,00	295,00	1.180,00	4.720,00	56.640,00
Tickets Niño	16,00	2,50	40,00	160,00	640,00	7.680,00
Almuerzos	75,00	3,50	262,50	1.050,00	4.200,00	50.400,00
Snacks	75,00	2,50	187,50	750,00	3.000,00	18.000,00
Bebidas	55,00	1,25	68,75	275,00	1.100,00	6.600,00
Cervezas	40,00	1,50	60,00	240,00	960,00	5.760,00
cocteles/Licores	30,00	3,50	105,00	525,00	2.100,00	12.600,00
				<b>4.180,00</b>	<b>16.720,00</b>	<b>157.680,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

**Tabla 36: Resumen de ingresos**

<b><u>RESUMEN INGRESOS</u></b>			
<b><u>HOSTERÍA IKIANA</u></b>			
<b>DETALLE</b>	<b>TEMPORADA BAJA</b>	<b>TEMPORADA ALTA</b>	<b>TOTAL</b>
HABITACIONES	29.880,00	65.400,00	95.280,00
BAR Y RESTAURANT	27.990,00	63.030,00	91.020,00
BALNEARIO	76.260,00	157.680,00	157.680,00
<b>TOTAL</b>	<b>134.130,00</b>	<b>286.110,00</b>	<b>343.980,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

### 5.3. Proyección de Costos y Gastos

#### 5.3.1. Costos directos de Producción.

##### 5.3.1.1. Materiales directos.

Los materiales directos hacen referencia principalmente a los productos que se requieren para la elaboración de las diversas comidas y bebidas que se ofrecerán en la hostería.

**Tabla 37: Materiales Directos**

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Menaje hab. y bar-restaurante	1.341,08	16.093,00
Cocina	2.322,00	27.864,00
Áreas de piscina y baños	95,00	1.140,00
<b>Materia Prima</b>	<b>3.758,08</b>	<b>45.097,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

### 5.3.1.2. Mano de Obra Directa.

Al hablar de la mano de obra directa se hace referencia al personal que trabaja directamente en las labores cotidianas de la hostería, por medio de la siguiente tabla se calculan los sueldos y salarios más los beneficios de ley correspondientes de cada uno de los empleados.

**Tabla 38: Mano de Obra Directa**

CARGO	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE IESS 12,15%	MENSUAL	ANUAL
Cocinero 1	500,00	41,67	26,50	20,83	60,75	649,75	7.797,00
Cocinero 2	500,00	41,67	26,50	20,83	60,75	649,75	7.797,00
Ayudante de cocina	360,00	30,00	26,50	15,00	43,74	475,24	5.702,88
Barman 1	321,37	26,78	26,50	13,39	39,05	427,09	5.125,08
Barman 2	321,37	26,78	26,50	13,39	39,05	427,09	5.125,08
Mesero 1	318,00	26,50	26,50	13,25	38,64	422,89	5.074,68
Mesero 2	318,00	26,50	26,50	13,25	38,64	422,89	5.074,68
Mesero 3	318,00	26,50	26,50	13,25	38,64	422,89	5.074,68
Camarero 1	320,39	26,70	26,50	13,35	38,93	425,84	5.110,08
Camarero 2	320,39	26,70	26,50	13,35	38,93	425,84	5.110,08
Recepcionista 1	323,06	26,92	26,50	13,46	39,25	429,19	5.150,28
Recepcionista 2	323,06	26,92	26,50	13,46	39,25	429,19	5.150,28
Recepcionista 3	323,06	26,92	26,50	13,46	39,25	429,19	5.150,28
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>						<b>6.036,84</b>	<b>72.442,08</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

### 5.3.2. Costos Indirectos de Producción.

#### 5.3.2.1. Materiales Indirectos.

Tabla 39: Materiales Indirectos

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Materiales Indirectos-Bodega	330,25	3.963,00
<b>Total Materiales Indirectos</b>	<b>330,25</b>	<b>3.963,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez  
Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

#### 5.3.2.2. Mano de Obra Indirecta.

La mano de obra indirecta de la hostería es la relacionada con el personal adicional que incide indirectamente en los costos de la hostería tales como los servicios de limpieza y los de guardiana.

Tabla 40: Mano de Obra Indirecta

CARGO	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE IESS 12,15%	MENSUAL	ANUAL
Limpieza 1	320,39	26,70	26,50	13,35	38,93	425,84	5.110,08
Limpieza 2	320,39	26,70	26,50	13,35	38,93	425,84	5.110,08
Guardia 1	320,39	26,70	26,50	13,35	38,93	425,84	5.110,08
Guardia 2	320,39	26,70	26,50	13,35	38,93	425,84	5.110,08
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						<b>1.703,36</b>	<b>20.440,32</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez  
Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

#### 5.3.2.3. Otros Costos Indirectos.

##### ➤ Gastos de Servicios Básicos

En cuanto a los servicios básicos estos se estima que mensualmente se gastaran 830 dólares y en el año un valor de \$9960 dólares, como se detalla el cuadro a continuación.

Tabla 41: Gastos de Servicios Básicos

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Luz	700,00	8.400,00
Agua	160,00	1.920,00
Teléfono	75,00	900,00
Internet	55,00	660,00
<b>Total Servicios Básicos</b>	<b>830,00</b>	<b>9.960,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez  
Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

➤ **Gastos de Mantenimiento**

Los gastos que se generan al realizar al mantenimiento de las instalaciones, maquinaria y equipo que posee la hostería representan un 5% anual del valor del bien.

**Tabla 42. Gastos de mantenimiento**

ACTIVOS FIJOS	VALOR	% DE MANTENIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Maquinaria y Equipo</b>							
Cabañas - Habitaciones	34.855,00	5% Anual	1.742,75	1.742,75	1.742,75	1.742,75	1.742,75
Cocina	11.018,00	5% Anual	550,90	550,90	550,90	550,90	550,90
Bar y Restaurante	8.767,00	5% Anual	438,35	438,35	438,35	438,35	438,35
Lavandería	3.222,00	5% Anual	161,10	161,10	161,10	161,10	161,10
Administración	7.263,00	5% Anual	363,15	363,15	363,15	363,15	363,15
<b>TOTAL COSTOS DE MANTENIMIENTO</b>			<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>	<b>3.256,25</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

**5.3.2.4. Costos que no representan desembolso.**

➤ **Gastos de Depreciaciones**

Estos gastos provienen de la depreciación de los activos fijos que posee la hostería como se indica en la tabla a continuación y se consideran un gasto que no representan un desembolso.

**Tabla 43: Gastos de depreciaciones**

ACTIVOS FIJOS	VALOR	Vida Útil Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terrenos y obras	48.000,00		0	0	0	0	0
Edificios	100.000,00	20	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Maquinaria y Equipo	57.862,00	10	5.786,20	5.786,20	5.786,20	5.786,20	5.786,20
Equipos y muebles de oficina	7.263,00	10	726,30	726,30	726,30	726,30	726,30
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>213.125,00</b>		<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>	<b>11.512,50</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto



### 5.3.3. Gastos de Administración y ventas.

#### 5.3.3.1. Gastos de Administración.

Los gastos de administración representan los sueldos del área administrativa de la hostería, y su valor anual asciende a \$43.154,40

Tabla 44: Gastos de Administración

CARGO	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE IESS 12,15%	MENSUAL	ANUAL
Gerente	1.000,00	83,33	26,50	41,67	121,50	1.273,00	15.276,00
Administrador	700,00	58,33	26,50	29,17	85,05	899,05	10.788,60
Contador - Auditor	600,00	50,00	26,50	25,00	72,90	774,40	9.292,80
Guía de Turismo	500,00	41,67	26,50	20,83	60,75	649,75	7.797,00
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						<b>3.596,20</b>	<b>43.154,40</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

#### 5.3.3.2. Gastos de Ventas.

##### ➤ Gastos de Publicidad

Los gastos de ventas están ligados directamente a la publicidad que son los recursos utilizados para promocionar la hostería y su valor anual asciende a \$7.020,00.

Tabla 45: Gastos de publicidad

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Vallas Publicitarias	100,00	1.200,00
Periódicos y revistas	80,00	960,00
Fam Trips	120,00	1.440,00
Páginas web	30,00	360,00
Flyers	75,00	900,00
Radio	180,00	2.160,00
<b>Total Publicidad</b>	<b>585,00</b>	<b>7.020,00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos de ingeniería del proyecto

## **CAPITULO VI**

### **EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO**

## 6.1. Estado de Resultados

Mediante el estado de resultados se logrará calcular la utilidad neta y los flujos de efectivo del proyecto una vez que se han determinado las ventas y se hayan restado los respectivos gastos y los impuestos que incurra la hostería.

**Tabla 46: Estado de Resultados**

### ESTADO DE RESULTADOS HOSTERÍA IKIANÁ PROYECCIÓN A 5 AÑOS

	Inflación	0%	4,30%	4,30%	4,30%	4,30%
	Tasa de crecimiento	0%	1,24%	1,24%	1,24%	1,24%
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>INGRESOS</b>						
<b>VENTAS</b>		<b>\$ 343.980,00</b>	<b>\$ 363.036,49</b>	<b>\$ 383.148,71</b>	<b>\$ 404.375,15</b>	<b>\$ 426.777,54</b>
<b>COSTOS</b>						
MATERIA PRIMA DIRECTA		\$ 45.097,00	\$ 47.036,17	\$ 49.058,73	\$ 51.168,25	\$ 53.368,49
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		\$ 3.963,00	\$ 4.133,41	\$ 4.311,15	\$ 4.496,52	\$ 4.689,88
SUMINISTROS Y SERVICIOS MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ 92.882,40	\$ 96.876,34	\$ 101.042,03	\$ 105.386,83	\$ 109.918,47
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>		<b>\$ 202.037,60</b>	<b>\$ 214.990,57</b>	<b>\$ 228.736,82</b>	<b>\$ 243.323,54</b>	<b>\$ 258.800,71</b>
<b>GASTOS</b>						
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
PERSONAL ADMINISTRATIVO		\$ 43.154,40	\$ 45.010,04	\$ 46.945,47	\$ 48.964,13	\$ 51.069,58
MANTENIMIENTO		\$ 3.256,25	\$ 3.396,27	\$ 3.542,31	\$ 3.694,63	\$ 3.853,50
DEPRECIACIÓN		\$ 11.512,50	\$ 11.512,50	\$ 11.512,50	\$ 11.512,50	\$ 11.512,50
AMORTIZACIÓN GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		\$ 15.580,68	\$ 17.530,64	\$ 19.724,65	\$ 22.193,24	\$ 24.970,79
		\$ 9.960,00	\$ 10.388,28	\$ 10.834,98	\$ 11.300,88	\$ 11.786,82
<b>VENTAS</b>						
PUBLICIDAD Y MARKETING		\$ 7.020,00	\$ 7.321,86	\$ 7.636,70	\$ 7.965,08	\$ 8.307,58
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
INTERESES		\$ 11.021,79	\$ 9.071,82	\$ 6.877,82	\$ 4.409,22	\$ 1.385,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ. (-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 100.531,98	\$ 110.759,16	\$ 121.662,39	\$ 133.283,87	\$ 145.914,85
		\$ 15.079,80	\$ 16.613,87	\$ 18.249,36	\$ 19.992,58	\$ 21.887,23
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 85.452,18	\$ 94.145,29	\$ 103.413,03	\$ 113.291,29	\$ 124.027,62
(-) 23% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 19.654,00	\$ 21.653,42	\$ 23.785,00	\$ 26.057,00	\$ 28.526,35
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 65.798,18</b>	<b>\$ 72.491,87</b>	<b>\$ 79.628,03</b>	<b>\$ 87.234,29</b>	<b>\$ 95.501,27</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos del estudio económico del proyecto

## 6.2. Balance General

El Balance General es el estado financiero que indica cómo están repartidos los requerimientos de los activos, pasivos y patrimonio además del capital que se requerirá para poner en marcha el proyecto económico.

**Tabla 47: Balance General**

BALANCE PROYECTADO 2013			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		<b>205.733,05</b>	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
BANCOS	205.733,05		-
INVENTARIO CRÉDITO TRIBUTARIO	-		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
			100.000,00
			<b>TOTAL PASIVO</b>
			<b>100.000,00</b>
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<b>213.125,00</b>	<b>PATRIMONIO</b>
Terrenos	48.000,00	<b>205.733,05</b>	Capital
Obras civiles (edificaciones)	100.000,00		319.025,05
Equipo y maquinaria	57.862,00		Resultado de ejercicio actual
Equipos y mueble de oficina	7.263,00		-
<u>ACTIVOS INTANGIBLES</u>		<b>167,00</b>	
Patentes Municipales	167,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>419.025,05</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>
			<b>419.025,05</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos del estudio económico del proyecto

## 6.3. Flujo de caja

Dentro del estudio económico, realizar la proyección del flujo de caja es de gran utilidad ya que la evaluación del proyecto recaerá sobre los resultados que se obtengan a través del flujo en mención.

A continuación se presenta el flujo de efectivo con una proyección a 5 años donde se puede observar que no contiene valores negativos en los resultados de cada periodo por lo tanto el proyecto es ejecutable.

Para determinar la tasa de descuento a ser utilizada en el VAN se lo hará con la referencia el índice inflacionario más la prima al riesgo, teniendo en cuenta estos parámetros, se obtiene una tasa de descuento del 10,42%.

**Tabla 48: Flujo de Caja**

**FLUJO DE CAJA  
HOSTERÍA IKIANÁ  
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

Inflación	0%	4,30%	4,30%	4,30%	4,30%
Tasa de crecimiento	0%	1,24%	1,24%	1,24%	1,24%
Periodo 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>INGRESOS</b>					
<b><u>VENTAS</u></b>	<b><u>343.980,00</u></b>	<b><u>363.036,49</u></b>	<b><u>383.148,71</u></b>	<b><u>404.375,15</u></b>	<b><u>426.777,54</u></b>
<b><u>COSTOS</u></b>	<b><u>141.942,40</u></b>	<b><u>148.045,92</u></b>	<b><u>154.411,90</u></b>	<b><u>161.051,61</u></b>	<b><u>167.976,83</u></b>
MATERIA PRIMA DIRECTA	45.097,00	47.036,17	49.058,73	51.168,25	53.368,49
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.	3.963,00	4.133,41	4.311,15	4.496,52	4.689,88
SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	-	-	-	-
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	92.882,40	96.876,34	101.042,03	105.386,83	109.918,47
<b><u>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</u></b>	<b><u>202.037,60</u></b>	<b><u>214.990,57</u></b>	<b><u>228.736,82</u></b>	<b><u>243.323,54</u></b>	<b><u>258.800,71</u></b>
<b><u>GASTOS</u></b>	<b><u>101.505,62</u></b>	<b><u>104.231,41</u></b>	<b><u>107.074,43</u></b>	<b><u>110.039,67</u></b>	<b><u>112.885,85</u></b>
<b><u>ADMINISTRATIVOS</u></b>					
PERSONAL ADMINISTRATIVO	43.154,40	45.010,04	46.945,47	48.964,13	51.069,58
MANTENIMIENTO	3.256,25	3.396,27	3.542,31	3.694,63	3.853,50
DEPRECIACIÓN	11.512,50	11.512,50	11.512,50	11.512,50	11.512,50
AMORTIZACIÓN	15.580,68	17.530,64	19.724,65	22.193,24	24.970,79
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	9.960,00	10.388,28	10.834,98	11.300,88	11.786,82
<b><u>VENTAS</u></b>					
PUBLICIDAD Y MARKETING	7.020,00	7.321,86	7.636,70	7.965,08	8.307,58
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>					
INTERESES	11.021,79	9.071,82	6.877,82	4.409,22	1.385,09

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.		100.531,98	110.759,16	121.662,39	133.283,87	145.914,85
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		15.079,80	16.613,87	18.249,36	19.992,58	21.887,23
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		85.452,18	94.145,29	103.413,03	113.291,29	124.027,62
(-) 23% IMPUESTO A LA RENTA		19.654,00	21.653,42	23.785,00	26.057,00	28.526,35
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-</b>	<b>65.798,18</b>	<b>72.491,87</b>	<b>79.628,03</b>	<b>87.234,29</b>	<b>95.501,27</b>
(+) DEPRECIACIÓN		11.512,50	11.512,50	11.512,50	11.512,50	11.512,50
(+) VALOR RESIDUAL						
(-) INVERSIONES PROPIA	213.125,00					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		15.580,68	17.530,64	19.724,65	22.193,24	24.970,79
<b>Flujo de caja</b>	<b>(213.125,00)</b>	<b>61.730,00</b>	<b>66.473,73</b>	<b>71.415,88</b>	<b>76.553,55</b>	<b>82.042,98</b>
<b>Payback</b>	<b>(213.125,00)</b>	<b>(151.395,00)</b>	<b>(84.921,27)</b>	<b>(13.505,38)</b>	<b>63.048,17</b>	<b>145.091,15</b>
<b>TIR</b>	<b>19%</b>					
<b>VAN</b>	<b>\$ 46.931,98</b>					

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Datos del estudio económico del proyecto

#### 6.4. Tasa Máxima de Riesgo (TMAR)

La Tasa Máxima de Riesgo (TMAR) de un proyecto hace referencia a la tasa máxima que ofrecen los bancos con una inversión a plazo fijo. Se puede tomar como referencia al índice inflacionario de cada país, dado que en el Ecuador existe inflación; el otro factor que influye en la TMAR es el premio al riesgo. En este proyecto el porcentaje que se ha considerado al premio al riesgo es de un 6,12%. Por lo tanto, la fórmula para el cálculo es la siguiente:

TMAR = Tasa de inflación + Premio al riesgo (riesgo país)

TMAR= %4,30 + %6,12

**TMAR= %10,42**

#### 6.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel indicador que señala cual es la producción que se necesita para que la hostería no presente ni pérdidas ni ganancias en su ejercicio económico.

Para efectuar el cálculo del punto de equilibrio se requiere clasificar cuáles son sus costos fijos y cuáles son sus costos variables, teniendo en cuenta que los costos variables son aquellos que varían de acuerdo a los niveles de producción mientras que los costos fijos son aquellos que por lo contrario permanecen constantes sin importar el nivel de producción

El cuadro a continuación presenta los puntos de equilibrio con los niveles de producción necesarios para que la empresa no incurra en pérdidas.

**Tabla 49: Punto de Equilibrio**

**PUNTO DE EQUILIBRIO  
HOSTERÍA IKIANÁ  
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>TIPO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Materiales Directos	Costo variable	45.097,00	47.036,17	49.058,73	51.168,25	53.368,49
Mano de Obra Directa	Costo variable	72.442,08	76.455,37	80.691,00	85.161,28	89.879,22
Materiales Indirectos	Costo variable	3.963,00	4.133,41	4.311,15	4.496,52	4.689,88
Materiales y Suministros	Costo variable	9.960,00	10.388,28	10.834,98	11.300,88	11.786,82
Otros Costos Indirectos	Costo variable	20.440,32	21.572,71	22.767,84	24.029,18	25.360,40
<b>TOTAL</b>		<b>151.902,40</b>	<b>159.585,94</b>	<b>167.663,69</b>	<b>176.156,12</b>	<b>185.084,79</b>
Mantenimiento	Costo Fijo	3.256,25	3.256,25	3.256,25	3.256,25	3.256,25
Depreciaciones	Costo Fijo	11.512,50	11.512,50	11.512,50	11.512,50	11.512,50
Amortizaciones	Costo Fijo	15.580,68	17.530,64	19.724,65	22.193,24	24.970,79
Gastos de Administración	Costo Fijo	43.154,40	45.010,04	46.945,47	48.964,13	51.069,58
Gastos de Ventas	Costo Fijo	7.020,00	7.321,86	7.636,70	7.965,08	8.307,58
Gastos Financieros	Costo Fijo	11.021,79	9.071,82	6.877,82	4.409,22	1.385,09
<b>TOTAL</b>		<b>91.545,62</b>	<b>93.703,11</b>	<b>95.953,39</b>	<b>98.300,41</b>	<b>100.501,79</b>
<b>VENTAS</b>		<b>343.980,00</b>	<b>363.036,49</b>	<b>383.148,71</b>	<b>404.375,15</b>	<b>426.777,54</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>		<b>48%</b>	<b>46%</b>	<b>45%</b>	<b>43%</b>	<b>42%</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Datos del estudio económico del proyecto

## CONCLUSIONES

En base a los objetivos planteados para este proyecto de negocio, se extraen las siguientes conclusiones:

- Se ha llevado a cabo el estudio de mercado y económico que permitieron determinar la factibilidad para la construcción de una hostería que oferte servicios de calidad en el cantón Limón Indanza, la misma que será la pionera en el sector y prestará los servicios de hospedaje, alimentación y esparcimiento, cuyos resultados económicos demuestran que la ejecución del proyecto es viable.
- El estudio de ingeniería se ha realizado bajo las consideraciones establecidas por el Ministerio de Turismo en relación a los requerimientos de una hostería, además que se ha considerado el estudio previo del mercado (oferta actual, demanda, competencia y factibilidad) lo que permitió establecer la localización, tamaño y distribución de la hostería.
- Se ha desarrollado el estudio económico en el que se han determinado los presupuestos tanto de los egresos como los ingresos en un período de cinco años, lo cual implica una inversión total de \$419.025.00 de los cuales el 76.14% será financiado por los socios y el 23.86% restante será cubierto por crédito en una entidad bancaria en igual plazo de cinco años. Los resultados generales demuestran un VAN de \$46.931.98 descontados a una tasa del 10.42% y un TIR del 19%; estos datos evidencian que proyecto sea ejecutable y puede llegar a generar beneficios económicos a partir del cuarto año en que se recupera la inversión.
- Debido a las características del proyecto, se ha proyectado un punto de equilibrio basado en los niveles de producción necesarios en cada uno de los servicios, lo que demuestra que la hostería debe tener en promedio un 45% de ocupación para poder generar beneficios económicos. En cuanto a la recuperación de la inversión, la hostería realizó una inversión total de \$213 la cual, como indica el Payback del Flujo de Efectivo, será cubierta en los tres primeros años del proyecto, y es a partir del cuarto año que se empiezan a obtener las primeras ganancias, aunque estos muestran cifras de crecimiento que se puede considerar dentro de los parámetros normales, mientras que al quinto año se presentan ganancias con mayores beneficios para los inversionistas.



- De acuerdo al catastro de establecimientos de alojamiento registrado por el Municipio de Limón Indanza se ha encontrado que no existe una hostería de este tipo, por lo que el proyecto es novedoso y pondrá a disposición del mercado un servicio único, con el fin de impulsar la promoción y desarrollo turístico del cantón.
- Finalmente, es importante señalar que esta es una oportunidad para que el profesional en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, aprenda y ponga al servicio, tanto de los inversores interesados, como de su localidad; los conocimientos que da adquirido para desarrollar o liderar emprendimientos privados y públicos que contribuyan al desarrollo turístico local.

## RECOMENDACIONES

Considerando las conclusiones planteadas anteriormente, se establecen las siguientes recomendaciones:

- El proyecto se ha diseñado acorde a las necesidades de los visitantes propios y extraños, quienes han señalado estar interesados en contar con una hostería de este tipo. Por lo que, a pesar de que los resultados no son del todo positivos, es recomendable que los socios interesados en invertir en este proyecto, tomen en cuenta que se necesitará una fuerte promoción y especial esfuerzo en el proceso de marketing para ingresar con fuerza al mercado local y nacional; además que se requiere formar alianzas estratégicas para trabajar en pro del desarrollo y promoción turística del cantón, cuyos resultados serán beneficiosos para la hostería.
- Dado que la ingeniería del proyecto se ha basado en la necesidades del mercado y ha considerado las deficiencias de la oferta actual, con miras a evitar ciertos errores que se cometen, sobre todo en la atención al cliente, permitirá brindar un servicio de calidad que supere las expectativas de los usuarios, mejore la imagen del Cantón Limón Indanza como destino turístico potencia. Cabe considerar, además, que esta es una idea de negocio que permite que el turismo cumpla con sus características de actividad integradora, impulsadora y generadora de empleo, en tanto que se atreve a apostar a este sector para el desarrollo de la región oriental.
- Considerando que los resultados obtenidos tanto en el VAN, TIR y Punto de Equilibrio, es recomendable llevar a cabo este proyecto cuya inversión será recuperable a partir del cuarto año de funcionamiento. Para lo cual es importante recordar que la clave del éxito del negocio dependerá de la experiencia que se le brinde al usuario en cada etapa del servicio, además que constituirá la primera herramienta de promoción de la hostería, pues se debe tener presente que en el área turística, la opinión del huésped es esencial, ya que éste traerá más cliente, especialmente cuando se trabaja a través de agentes de viajes.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros y revistas:

Almacén de Construcción Luis Torres. (2013). Cotización . Limón Indanza.

Bilbo Udala de Bilbao. (2011). *Guía para la elaboración de un negocio con éxito*. Bilbao: Fondo Social Europeo.

Gobierno Autónomo Provincial Morona Santiago. (2009). *Plan Estratégico Institucional período 2009-2010*. Macas: Gobierno Autónomo Provincial Morona Santiago.

IMARK. (Julio de 2013). Cotización de publicidad. Cuenca.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2001). *Fascículo Cantón Limón Indanza*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México D.F.: Pearson Educación.

López, J. (2013). Mapa del terreno. Limón Indanza.

Mejía, M. (2013). Cotización arquitectónica. Limón Indanza.

Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). *Tabla Sectorial*. Quito: Ministerio de Relaciones Laborales.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2006-2010*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Manual de procedimientos*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). *Requisitos técnicos mínimos para la formulación de las normas técnicas de alojamiento*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Mueblería Arturo Vázquez. (2013). Cotización. Limón Indanza.

Rizo, J. (2008). *Preparación y montaje del servicio de bar o cafetería*. Managua: Miriam Espinoza.

Sánchez de Pablo, J., Guadamillas, F., & Donate, M. (2012). *La importancia de la gestión del conocimiento organizativo para el éxito de las alianzas estratégicas*. La Rioja: Universidad de la Rioja.

### **Páginas web:**

Fundación Municipal de Turismo Cuenca . (2013). *Fundación Municipal de Turismo Cuenca* .  
Obtenido de <http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/node/75>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Limón Indanza. (2012). *Limón Indanza*.  
Obtenido de <http://www.limonindanza.gob.ec/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *INEC*. Obtenido de  
<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *INEC*. Recuperado el 07 de Mayo de  
2012, de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

Municipio de Limón Indanza. (2012). *Municipio de Limón Indanza*. Recuperado el 07 de Mayo  
de 2012, de <http://www.limonindanza.gob.ec>

Municipio de Limón Indanza. (2013). *Mapa turístico de Limón Indanza*. Obtenido de  
<http://www.limonindanza.gob.ec>

Page, M. (2012). *Michael Page*. Obtenido de  
[http://www.michaelpage.es/productsApp\\_es/comunicacion/estudios/estudioremuneracionturismo.pdf](http://www.michaelpage.es/productsApp_es/comunicacion/estudios/estudioremuneracionturismo.pdf)

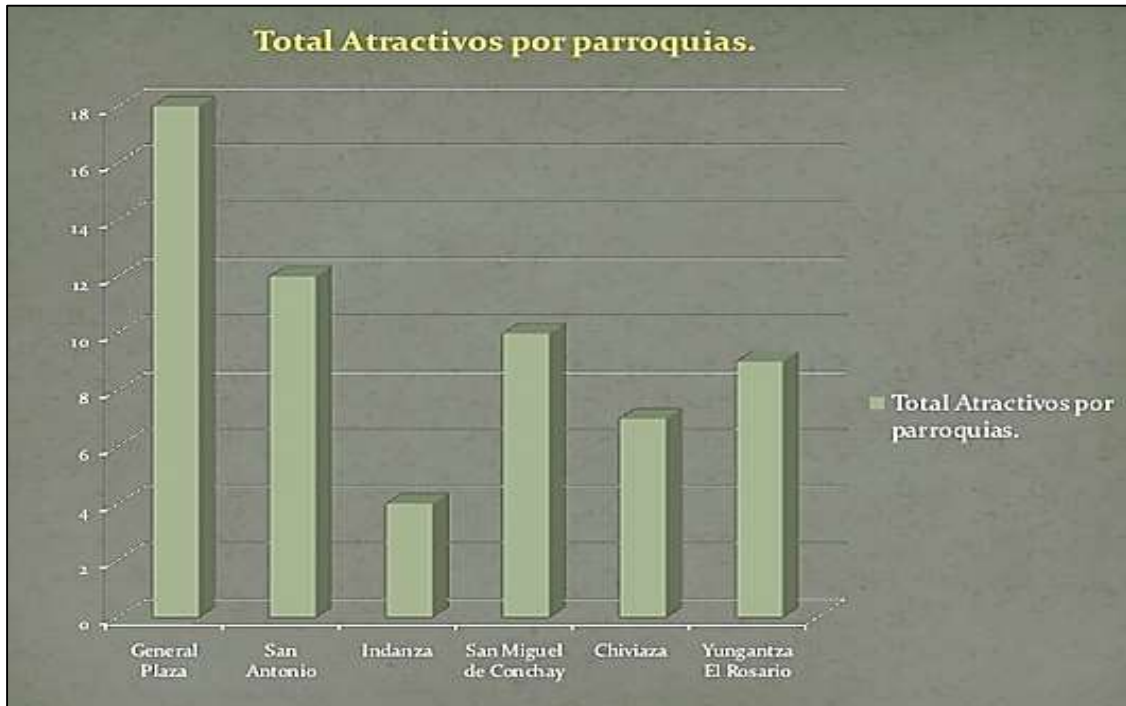
Viajandox. (2011). *Mapa de Limón Indanza*. Obtenido de Viajando: [www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)

## ANEXOS

### Anexo 1: Lista de Áreas Protegidas registradas en el Sistema Nacional de áreas Protegidas del Ecuador

Nº	ÁREA PROTEGIDA
1	PARQUE NACIONAL CAJAS
2	PARQUE NACIONAL COTOPAXI
3	PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS
4	PARQUE NACIONAL LLANGANATES
5	PARQUE NACIONAL MACHALILLA
6	PARQUE NACIONAL PODOCARPUS
7	PARQUE NACIONAL SANGAY
8	PARQUE NACIONAL SUMACO
9	PARQUE NACIONAL YASUNI
10	PARQUE NACIONAL YACURI
11	PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA
12	RESERVA BIOLÓGICA LIMONCOCHA
13	RESERVA BIOLÓGICA MARINA DE GALÁPAGOS
14	RESERVA BIOLÓGICA CERRO PLATEADO
15	RESERVA ECOLÓGICA ANTISANA
16	RESERVA ECOLÓGICA ARENILLAS
17	RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL
18	RESERVA ECOL. CAYAPAS MATAJE
19	RESERVA ECOLÓGICA COFAN BERMEJO
20	RESERVA ECOL. COTACACHI CAYAPAS
21	RESERVA ECOL. LOS ILLINIZAS
22	RESERVA ECOL. MACHE CHINDUL
23	RESERVA ECOL. MANGLAREAS CHURUTE
24	RESERVA GEBOTÁNICA PULULAHUA
25	RESERVA FAUNÍSTICA CHIMBORAZO
26	RESERVA FAUNÍSTICA CUYABENO
27	RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA MANGLARES EL SALADO
28	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA
29	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLARES ESTUARIO RIO MUISNE
30	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN
31	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA SANTA CLARA
32	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE LA CHIQUITA
33	ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN EL BOLICHE
34	ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN PARQUE-LAGO
35	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE EL ZARZA
36	RESERVA BIOLÓGICA EL CÓNDOR
37	RESERVA BIOLÓGICA EL QUIMI
38	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLARES EL MORRO
39	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLARES ESTUARIO RIO ESMERALDAS
40	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MARINO COSTERO PACOCHE
41	RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNÍSTICA MARINO COSTERA PUNTILLA STA. ELENA
42	RESERVA MARINA GALERA SAN FRANCISCO
43	ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN SAMANES
44	ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN ISLA SANTAY
45	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE EL PAMBILAR

## Anexo 2: Atractivos turísticos del cantón Limón Indanza



Fuente: Área de Turismo del GAD Municipal de Limón Indanza (2012)



Fuente: Unidad de Educación, Turismo, Cultura y Deportes del GAD Limón Indanza (2013)

CUADRO N° 65 - ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN LIMÓN INDANZA.

N°	PARR OQUI A	ATRACTIVO	POSICIÓN UTM_WGS84_17S	TIPO	SUBTIPO	USOS
1	GENERAL PLAZA	Bosque Protector Tinajillas Rio Gualaceño	17 M 768949 9666267	Sistema de áreas protegidas	Bosque Protector	recreación, deportes de aventura, investigación, observación de flora y fauna, p
2		Iglesia de El Progreso	17 M 783003 9670588	Históricos	Arquitectura Religiosa.	Fotografía, Ceremonias,
3		Cascada de Santa Rosa	17 M 780867 9670632	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
4		Campeonato recreacional de futbol.	17 M 784505 9671119	acontecimientos programados	Fiestas	Expectaci?n.
5		Campeonato deportivo Intersectares	17 M 784613 9671129	acontecimientos programados	Fiestas	Expectaci?n.
6		Fiestas de cantonización de Limón Indanza	17 M 785640 9671837	acontecimientos programados	Fiestas	Entretenimiento, visita a amigos y familiares, exposiciones, bailes populares, f
7		Cascadas Santa Clara Grande	17 M 782262 9671863	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, avistamiento de aves.
8		Laguna Santa Clara	17 M 782866 9671879	ambientes lacustres	Poza	fotografía, Observación de fauna y flora
9		Cascadas Santa Clara pequeña	17 M 782374 9671967	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
10		Cascadas Coloradas	17 M 792087 9673630	Rio	Cascadas	Fotografía, caminatas, observación de flora y fauna, baños.
11		Virgen del caminante.	17 M 787022 9674119	Etnográfico	Manifestaciones religiosas	Rituales, ceremonias, peregrinaciones.
12		La Poza de Yavintza	17 M 782971 9674225	ambientes lacustres	Poza	fotografía, Observación de fauna y flora
13		Cascada de Yavintza	17 M 782563 9674393	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.

14	Altar del Niño Emigrante	17 M 786287 9674472	Etnografía	Manifestaciones religiosas	Rituales, ceremonias, peregrinaciones.
15	Remanso Rio Yavintza	17 M 786383 9674504	rio	Remanso	recreación, deportes de aventura
16	Granja Integral	17 M 787549 9674528	Realizaciones técnicas.	Explotaciones.	Investigación, interpretación, convivencia.
17	Petroglifo finca Valverde	17 M 791209 9675733	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
18	Petroglifo del Descanso	17 M 789042 9675959	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
19	Cascadas de Sarambiza	17 M 788055 9658647	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
20	Cascadas del Shunio (Sarambiza)	17 M 788828 9660730	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, avistamiento de aves.
21	Cascadas del Rio Yanguza	17 M 793255 9661684	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
22	Cascada Rio Pena Blanca	17 M 784684 9662052	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
23	Petroglifos Rio San Antonio	17 M 784975 9663177	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
24	Petroglifos Rio Peña Blanca	17 M 783629 9663606	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
25	Petroglifos finca Rosa Brito	17 M 783386 9664487	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
26	Petroglifos San Antonio	17 M 785322 9664773	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
27	Bosque del Trogón	17 M 784363 9665085	Bosque	Bosque Montano Bajo Oriental	Avistamiento de aves, senderismo
28	Montaña Peña Blanca	17 M 783235 9665350	Montañas	Colinas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
29	Cascadas del Piama	17 M 787623 9667306	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.



30		Peñas de San Pedro	17 M 784742 9668685	Montaña	Colina	deportes de aventura, avistamiento de murciélagos, rappel.
31	INDANZA	Campo de Petroglifos Catazho	17 M 781022 9659253	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
32		Rio Indanza	17 M 780967 9660383	Rio	Remansos	Recreación, natación, Deportes de aventura, camping, observación de flora y fauna.
33		Feria Ganadera	17 M 780435 9661543	Acontecimientos programados	Ferias	Fotografía, gastronomía, comercio.
34		Petroglifos Peña Blanca	17 M 782156 9665016	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
35	SAN MIGUEL DE CONCHAY	Centro Shuar Tinkimints	17 M 808278 9639723	etnografía	Grupos Étnicos	Costumbres y Tradiciones.
36		Centro Shuar Uwints	17 M 816307 9648254	Etnográfico	Grupos Étnicos	Costumbres y Tradiciones.
37		Centro Shuar Warintz	17 M 804555 9649253	etnografía	Grupos Étnicos	Costumbres y Tradiciones.
38		Pena de los Guacamayos	17 M 788224 9652338	Fenómenos Geológicos	Encañonado	Deportes aventura, fotografía, avistamiento de aves.
39		Cuevas de sajinos	17 M 788310 9652771	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	Observación de fauna
40		Rio Zamora	17 M 789368 9653785	rio	Rápidos	Fotografía.
41		Centro Shuar Maikiuants	17 M 803894 9654838	etnografía	Grupos Étnicos	Costumbres y Tradiciones.
42		Cerro Catazho	17 M 782475 9656123	Montañas	Colinas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
43		Aguas Termales Santa Rosa de Mamanguy	17 M 787851 9657722	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	Medicinal, turismo rural, baños termales.
44		Cueva de los Tayos	17 M 809514 9663370	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	Deportes aventura, fotografía, avistamiento de aves.
45		Los Hondos del Dick	17 M 793170 9677607	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, avistamiento de aves.

46	CHIVIAZA	Petroglifo Chiviaza	17 M 792625 9677751	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
47		Petroglifos del Cerro Wajarai	17 M 792530 9678718	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
48		Cascada de Chiviaza	17 M 791025 9678883	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo.
49		Cascadas de la Orquidea	17 M 802178 9682305	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
50		Petroglifos de Ayankas	17 M 800290 9687842	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
51		Cascadas del rio Ayankas	17 M 801974 9688569	rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
52		Cascadas del Rio Tsutsunsta	17 M 800180 9688786	Rio	Cascadas	Deportes aventura, fotografía, senderismo, avistamiento de aves.
53	YUNGANTZA	Remanso Rio Yananaz.	17 M 789052 9679535	Rio	Remanso	Deportes de aventura, Pesca deportiva, recreación.
54		Petroglifos del encañonado del Valle.	17 M 791160 9681126	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
55		Remanso rio Yunganza	17 M 792904 9682406	rio	Remanso	recreación, deportes de aventura
56		Piscicultura Agua Gen	17 M 792372 9682605	Realizaciones técnicas y científicas.	Explotación Piscícola	Pesca deportiva, interpretación.
57		Rio Cumtza	17 M 791923 9682700	rio	Remanso	Recreación, deportes de aventura.
58		Petroglifos del Valle del rio Cumtza	17 M 792911 9682842	Históricos	Arqueológicos	Arqueología, caminatas, interpretación.
59		Pesca deportiva Don Federico	17 M 791674 9682882	Realizaciones técnicas y científicas.	Explotación Piscícola	Pesca deportiva, interpretación.
60		Fiesta de la Chonta	17 M 792257 9683052	Etnográfico	Música y Danza	Convivencia, degustación gastronómica.
61		Centro Cultural Shuar Miguel Chiriap	17 M 792870 9684460	etnografía	Grupos Étnicos	Costumbres y Tradiciones.

Anexo 3: Catastro de establecimientos turísticos registrados en el cantón Limón  
Indanza

CANTÓN LIMÓN INDANZA	INDANZA						TOTAL
	GENERAL PLAZA	SAN MIGUEL DE INDANZA	SANTA SUSANA DE CHIMAZA	SAN ANTONIO	YUNGANZA	TOTALES	
<b>ALOJAMIENTO</b>							
Hostal Residencial	8	1	0	0	0	0	9
Pensión	1	0	0	0	0	0	1
Habitación de Alquiler en Casa Particular	0	0	2	0	0	0	2
<b>Subtotal</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>
<b>ALIMENTOS Y BEBIDA</b>							
Salón de Comidas (Restaurantes)	16	2	0	1	0	0	19
Bares	17	4	0	1	0	4	26
Cafeterías	3	0	0	0	0	0	3
Heladería	1	0	0	0	0	0	1
<b>Subtotal</b>	<b>37</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>49</b>
<b>RECREACION, DIVERSION Y ESPARCIMIENTO</b>							
Organizador de Eventos, Congresos y Convenciones	1	0	0	0	0	0	1
Centro de Recreación Turística	1	2	0	0	2	0	5
Discotecas	3	0	0	0	0	0	3
Galerías (Espectáculos Públicos)	1	0	0	0	0	1	2
Sala de Recepciones y Banquetes	1	0	0	1	0	0	2
Salas de Baile	1	0	0	0	0	1	2
<b>Subtotal</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>15</b>
<b>TRANSPORTE TERRESTRE</b>							
Interprovincial	4	0	0	0	0	0	4
Intercantonal	1	0	0	0	0	0	1
Interparroquial	1	0	0	0	0	0	1
Taxis	2	0	0	0	0	0	2
<b>Subtotal</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
<b>ARTESANIAS</b>							
Almacén de Artesanías	3	0	0	0	0	0	3
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>Total Turísticos</b>	<b>65</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>87</b>
<b>ESTABLECIMIENTOS POTENCIALES</b>							
Comedor Comercial	0	0	0	1	0	0	1
Cómite de Turismo	0	1	0	0	2	0	3
Granja Psicológica	0	0	0	0	0	1	1
Internet	10	0	0	0	0	0	10
Instituciones de Especialidad en Turismo	0	1	0	0	0	0	1
Picanterías	26	7	0	2	0	0	35
Taller Artesanal	1	0	0	0	1	1	3
Tienda de abarrotes y Refresquerías	0	0	1	1	1	1	4
<b>Subtotal</b>	<b>37</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>58</b>
<b>Total Encuestados</b>	<b>102</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>145</b>

Fuente: Municipio de Limón Indanza (2012)

**Tabla 1. Servicio de Alojamiento**

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	TIPO	SECTOR	DIRECCION	HAB	CAMAS	X	Y
<b>Katasho</b>	Gloria Shispón R.	Alojamiento	Hostal Residencial	Barrio Centro	Calle Quito y Simón Bolívar	15	29	785472	9671702
<b>Dream House</b>	Lucrecia Gómez	Alojamiento	Hostal Residencial	Barrio Centro	Quito y Simón Bolívar	8	16	785497	9671727
<b>Joya Limonense</b>	María Merchán	Alojamiento	Hostal Residencial	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Av. del Ejército	10	25	785570	9671805
<b>Las Orquídeas</b>	Zoila Mayta Cabrera	Alojamiento	Hostal Residencial	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre y 5 de Junio	11	15	785684	9672002
<b>Los Ángeles</b>	Jefferson Peláez	Alojamiento	Hostal Residencial	12 de Diciembre	12 de Diciembre, Isaac Orellana	15		785703	9672008
<b>Residencial Dianita</b>	Rosa Córdova Brito	Alojamiento	Hostal Residencial	Barrio Centro	Quito y Simón Bolívar	14	18	785246	9671723
<b>Residencial Limón</b>	Luisa Serrano	Alojamiento	Hostal Residencial	Barrio Centro	Quito y Simón Bolívar	12	20	785511	9671728
<b>Sin Nombre</b>	Esther Izquierdo	Alojamiento	Hostal Residencial	Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre y 5 de junio	13	13	785508	9671728
<b>Llave del Oriente</b>	Gerardo Cabrera	Alojamiento	Pensión	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre y 5 de Junio	5	6	785702	9672019

Fuente: Equipo Técnico del PDOT.

**Tabla 2. Servicio de Alimentación y Bebidas**

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	TIPO	SECTOR	DIRECCIÓN	X	Y
Las Vegas	Jessica M. Reinoso	Alimentación y Bebidas	Bar	12 de Diciembre	Av. 12 Diciembre y Calle M	784818	9671327
Cabaña Barambú	Freddy Salinas	Alimentación y Bebidas	Bar	Barrio Eliseo Arévalo	12 de Diciembre y 5 de Junio	785684	9671987
Billas Brenda	Esperanza Sigüenza	Alimentación y Bebidas	Bar / Billares	Barrio Sur	Calle Quito	785303	9671584
Sin Nombre	Julia Samaniego	Alimentación y Bebidas	Bar / Billares	Barrio la Playa	10 de Agosto y Oriente	785357	9671710
Sin Nombre	Alfredo Punin	Alimentación y Bebidas	Bar / Billares	Barrio la Playa	Teniente Hugo Ortiz	785415	9671843
Balcón R. Bello Atardecer	Marta Delgado	Alimentación y Bebidas	Bar / Cafetería	El Progreso	Vía al Plan de Milagro	782476	9670343
Cafetería La Orquídea	Zoila Mayta Cabrera	Alimentación y Bebidas	Bar / Cafetería	Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre	785684	9672002
Sin Nombre	Piedad Sigüenza	Alimentación y Bebidas	Bar / Cafetería	Barrio Sur	Calle Quito y Oriente	785368	9671610
El Cantor	Fidel Valverde	Alimentación y Bebidas	Bar / Karaoke	Barrio Centro	Quito y Oriente	785402	9671660
Karaoke Relax	William Pérez	Alimentación y Bebidas	Bar/ Karaoke	Barrio el Coliseo	Calle Jorge Enrique	785055	9671491
Hojarask	Fanny Cambisaca	Alimentación y Bebidas	Bar / Pizzería	Barrio Amazonas	6 de Diciembre y Simón Bolívar	785504	9671640
Nantú	Saúl Castillo	Alimentación y Bebidas	Bar / Pizzería / Salón	Barrio la Playa	Teniente Hugo Ortiz	785473	9671857
Bar Rio Santiago	Doris Guzmán Vargas	Alimentación y Bebidas	Bar Social	Barrio Norte	Quito, Colegio Rio Santiago	785796	9671848
Bar INSTIL	Rosa Cabrera López	Alimentación y Bebidas	Bar Social	Barrio el Coliseo	12 de Diciembre en INSTIL	784682	9671114
Bar Soldado Monje	Sandra Palma Peláez	Alimentación y Bebidas	Bar Social	Barrio Sur	Quito, Escuela Soldado Monje	785202	9671502
Bar Albino del Curto	Mercedes Yupangui	Alimentación y Bebidas	Bar Social	Barrio Centro	Quito, Escuela Albino del Curto	785549	9671745
Bar Simón Bolívar	Luz Amada Delgado	Alimentación y Bebidas	Bar Social	Barrio Norte	Quito, Escuela Simón Bolívar	785755	9671764
El Milenium	Claudio Chacón	Alimentación y Bebidas	Bar/ Restaurant	Barrio Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre	785473	9671857
Parrillada El toro Asado	Olmedo Vallejo	Alimentación y Bebidas	Bar/ Restaurant	Barrio Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre	785753	9672075
Sin Nombre	María Atencia	Alimentación y Bebidas	Comida Rápida	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Simón Bolívar	785437	9671748
Sin Nombre	Washinton Padilla	Alimentación y Bebidas	Heladería	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo	785507	9671770
Abarrotes Luz y Vida	Luz María Angamarca	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Coliseo	Av. 12 Diciembre	784624	9671241
Asadero Jhuliana	Julia Arévalo M.	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Centro	Calle Quito y Av. Ejército	785552	9671755



La Posada	Manuel Cando	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio norte	Calle Quito y Padre Miguel Ulloa	785674	9671812
Marisquería Don Pepe	José Cedeño Vinuesa	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio la Playa	Simón Bolívar y Tte. Hugo Ortiz	785422	9671821
Picantería Uzho	Lourdes Uzho	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio la Playa	Simón Bolívar y Tte. Hugo Ortiz	785424	9671819
Picantería	Guadalupe Valverde	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio la Playa	Isaac Orellana y Tte. Hugo Ortiz	785358	9671738
Picantería Verónica	Yolanda Andrango	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Centro	Calle Quito	785443	9671691
Rincón de Limón	Rosa Córdova López	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio el Coliseo	Calle Jorge Enrique	784966	9671343
Sin Nombre	Lucía Peñaranda	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Coliseo	Av. 12 Diciembre	784576	9671078
Sin Nombre	Sonia López	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Coliseo	Av. 12 Diciembre	784610	9671075
Sin Nombre	Guadalupe Torres	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio el Coliseo	Jorge Enrique	785054	9671491
Sin Nombre	María Lojano Lojano	Alimentación y Bebidas	Picantería	12 de Diciembre	Av. 12 Diciembre	785195	9671651
Sin Nombre	Carmen Peñaranda	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Sur	Calle Quito y Rafael Cordero	785250	9671550
Sin Nombre	Zoila Peñaranda	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Sur	Rafael Cordero	785271	9671566
Sin nombre	Doris Cauntongo	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Playa	Simón Bolívar y 10 de Agosto	785455	9671778
Sin Nombre	Magdalena Paucar	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Centro	28 de Mayo y Simón Bolívar	785509	9671778
Sin Nombre	Rosa Narcisca Lozano	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Norte	28 de Mayo Cerca del Mercado	785696	9671865
Sin Nombre	Mery Lema Vargas	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Norte	28 de Mayo junto al Mercado	785733	9671864
Sin Nombre	Estela Tello	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Norte	Mercado Norte	785746	9671879
Sin Nombre	María Lucero	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio norte	Mercado Norte	785746	9671879
Sin nombre	Marisol Chacón	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Norte	Mercado Norte	785746	9671879
Sin Nombre	Rosa Jaramillo	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Norte	Mercado Norte	785746	9671879
Sin nombre	Yolanda Lozano	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Norte	Mercado Norte	785746	9671879
Sin Nombre	Eulalia Cecilia Lituma	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio la Playa	Simón Bolívar y 10 de Agosto	787450	9671781
Sin Nombre	Gloria Lozano López	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Sur	Calle Quito y Rafael Cordero	785244	9671548
Sin Nombre	Mariana Punin	Alimentación y Bebidas	Picantería	Barrio Playa	T. Hugo Ortiz y Simón Bolívar	785415	9671843
Chacras La Estancia	Luis Cando	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Chacras	BPTRG	767435	9666398
El Mesón del Viajero	Wilson Pauta	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio Norte	28 de Mayo y 5 de Junio	785781	9671935



Entre Dientes	Julio Paucar Cordero	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre y 5 de junio	785677	9671980
Freedom Marisquería	Klever Castro	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio 28 Mayo	28 de Mayo frente al jardín	785426	9671717
La Selva Restorán	Edmundo Cárdenas	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio Norte	28 de Mayo cerca de Municipio	785677	9671858
Oriental Lomipuerco	Lauro Marca	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	BPTRG	Vía Guacaleo - Limón	767718	9665123
Restaurant Dianita	Rosa Córdova Brito	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio Centro	Quito y Simón Bolívar	785508	9671728
Restaurant Dream House	Lucrecia Gómez	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio Centro	Quito y Simón Bolívar	854969	9671726
Restaurant Jessica	María Lozano G.	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Simón Bolívar	785486	9671755
Restaurant Limón	Inés EtsaAntch	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre y 5 de junio	785690	9672013
Restaurant Rosita	Rosa Zhumi Corte	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre	785705	9672045
Sabor Criollo	Zolia Fajardo	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio Norte	11 de Julio y 28 de Mayo	785763	9671910
Sin Nombre	María Fajardo Bonilla	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio la Playa	10 de Agosto	785417	9671755
Sin Nombre	Cándida España	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Barrio Centro	Simón Bolívar y Quito	785484	9671728
Sin Nombre	Esther Izquierdo	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Eliseo Arévalo	Av. 12 Diciembre y 5 de junio	785702	9672019
Tinajillas	Mesías Benavides	Alimentación y Bebidas	Salón de Comidas	Tinajillas	BPTRG	768949	9666267

Fuente: Registro del Cuerpo de Bomberos

Elaborado por: Equipo Técnico del PDOT.

**Tabla 3. Otros Servicios (Artesanías, Internet)**

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	TIPO	SECTOR	DIRECCION	X	Y
Artesanías Limón	Liliam Tacuri	Artesanal	Almacén de Artesanías	Barrio Centro	Quito y Simón Bolívar	785473	9671721
Casa Abierta Social Art	Ximena Tenezaca	Artesanal	Almacén de Artesanías	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Av. del Ejército	785557	9671785
Rincón de la Amazonia	Elizabeth Vázquez	Artesanal	Almacén de Artesanías	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre	785683	9671989
Sin Nombre	Román Peláez	Artesanal	Taller Artesanal	Barrio la Playa	Teniente Hugo Ortiz	785468	9671847
Conecta2	Byron Torres Guzmán	Otros Servicios	Internet	Barrio 12 Diciembre	12 de Diciembre	784719	9671335
Copiadora Eduardito	Aminda Albarracín	Otros Servicios	Internet	Barrio Centro	Calle Quito	785409	9671654
Copy Compu	Marcela Delgado M.	Otros Servicios	Internet	Barrio Norte	Quito y Padre Miguel Ulloa	785690	9671819
El Cafecito	Jasmina Arévalo	Otros Servicios	Internet	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Simón Bolívar	785487	9671753
Servintcomp	Danny Atamaint	Otros Servicios	Internet	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo e Isac Orellana	785451	9671715
Sin Nombre	Byron Espinoza Lagla	Otros Servicios	Internet	Barrio Norte	28 de Mayo y 11 de Julio	785770	9671884
Palito.com 1	René Delgado S.	Otros Servicios	Internet / Cabinas	Barrio Centro	Quito cercano al B.N.F	785426	9671693
Palito.com 2	Mauro Cárdenas N.	Otros Servicios	Internet / Cabinas	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Simón Bolívar	785476	9671748
Play Center	Wilson Pauta	Otros Servicios	Internet / Cabinas	Barrio Norte	28 de Mayo y 5 de Junio	785781	9671935
Sarmientos F&G	Gisela Sarmiento C.	Otros Servicios	Internet / Cabinas	Barrio el Coliseo	Jorge Enrique	784964	9671358

Fuente: Equipo Técnico del PDOT.



**Tabla 4. Servicio de Recreación, Diversión y Esparcimiento**

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	TIPO	SECTOR	DIRECCION	X	Y
Finca el Rosal	Segundo Tello	Recreación, Diversión	Centro de Recreación	Santa Rosa	Vía a Plan de Milagro	781551	9670101
Jambato Discotek	Mauro Cárdenas N.	Recreación, Diversión	Discoteca	Barrio La Playa	T. Hugo Ortiz y Av. del Ejército	785521	9671888
Snob	Paul Prado Molina	Recreación, Diversión	Discoteca / Karaoke	Barrio La Playa	Teniente Hugo Ortiz	785485	9671868
Yankeen Discotec	Bolívar Chancón	Recreación, Diversión	Discoteca / Karaoke	Barrio Norte	28 de Mayo junto al Mercado	785718	9671871
Gallera Los Revuelos	Lino Chacón	Recreación, Diversión	Espectáculos Públicos (Galleras)	Barrio Sur	Quito Cerca cancha el huequito	785168	9671467
Sin Nombre	Nataly Bravo	Recreación, Diversión	Organizar de eventos	Barrio Centro	Quito y Oriente	785415	9671877
Las Peñas	Miriam López	Recreación, Diversión	Sala de Baile	Barrio Coliseo	Av. 12 Diciembre	784525	9671071
Castorella	Carmen Orellana	Recreación, Diversión	Sala de Recepción y Reuniones	Barrio Norte	Quito y Vía al Recinto Ferial	785859	9671926

Fuente: Equipo técnico del PDOT

**Tabla 5. Cuadro del Servicio de Transporte**

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	ACTIVIDAD	TIPO	SECTOR	DIRECCION	X	Y
Coop. Orientrut S. A.	Ines Etsa Antch	Transporte Terrestre	Intercantonal	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre	785690	9672013
Empresa San José	Marco Cárdenas	Transporte Terrestre	Interparroquial	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo	785383	9671627
Coop. Ciudad de Sucua	Luis Cabrera	Transporte Terrestre	Interprovincial	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre	785690	9672013
Coop. Macas Ltda.	Rosa Zhumi Corte	Transporte Terrestre	Interprovincial	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre	785703	9672047
Coop. Turismo Oriental	Alfonso Molina	Transporte Terrestre	Interprovincial	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre	785702	9672014
Coop.16 de Agosto	Julio Paucar Cordero	Transporte Terrestre	Interprovincial	B. Eliseo Arévalo	12 de Diciembre	785676	9671979
Moronatransa	Gilberto Lozano	Transporte Terrestre	Taxis	Barrio Centro	28 de Mayo y Miguel Ulloa	785723	9671886
Transporte Limón Car	Boris Jiménez C.	Transporte Terrestre	Taxis	Barrio 28 de Mayo	28 de Mayo y Simón Bolívar	785447	9671733

Fuente: elaborado por el equipo técnico del PDOT

#### Anexo 4: Listado de Agencias de Viajes y Operadoras Turísticas encuestadas

<b>Nº</b>	<b>ESTABLECIMIENTO</b>
1	ACTUALITY TRAVEL
2	AUSTROTUR
3	AYAX TRAVEL
4	BOOM TRAVEL
5	CONEXIÓN TOURING
6	COSMOPOLITA
7	CUENCA TURS
8	DELTRAVEL
9	EXPEDICIONES APULLACTA
10	GRANTURS D B
11	HUALAMBARI
12	INTERCONTINENTAL
13	IXATOURS
14	PAZHUCA TOURS
15	ROOTOURS
16	SEMARTOURS
17	SOUTHLAND TOURING
18	TERRA DIVERSA
19	TINAMU TOURS
20	TURISA
21	VERDE PAÍS EXPEDICIONES
22	VIAJES Y TURISMO WTA
23	VIVE ECUADOR
24	ANDES TRIP

**Anexo 5: Encuesta aplicada a establecimientos hoteleros del sector para primer sondeo**

**ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CANTÓN LIMÓN INDANZA**

La presente encuesta tiene como finalidad determinar el número aproximado de huéspedes que reciben los establecimientos hoteleros del cantón Limón Indanza y analizar la situación turística del Cantón.

**Tipo de establecimiento:** \_\_\_\_\_ **Categoría:** \_\_\_\_\_

**Dirección:** \_\_\_\_\_ **Teléfono:** \_\_\_\_\_

**DEMANDA**

1. ¿Cuántos huéspedes recibe al mes?

\_\_\_\_\_

2. ¿Desde qué año está en funcionamiento su hotel?

\_\_\_\_\_

3. ¿En qué meses recibe más huéspedes?

\_\_\_\_\_

**ORIGEN DE LOS HUÉSPEDES**

4. ¿Cuántos huéspedes son de origen extranjero y de qué países?

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos huéspedes son de origen nacional y de qué ciudad?

\_\_\_\_\_

**MOTIVACIÓN**

6. ¿Con qué motivo visitan sus huéspedes al cantón?

- Negocio \_\_\_\_\_
- Familia \_\_\_\_\_
- Turismo -----
- Otros, especifique \_\_\_\_\_

7. ¿Por cuál de los atractivos del cantón le consultan más?

- Cascadas \_\_\_\_\_

- Cultura Shuar \_\_\_\_\_

- Petroglifos \_\_\_\_\_
- Cueva de los Tayos \_\_\_\_\_
- Otros, especifique \_\_\_\_\_

**OFERTA**

8. ¿Cuál es la capacidad que tiene su establecimiento (personas)?

\_\_\_\_\_

9. ¿Ofrece el servicio de restaurante?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

10. ¿Que capacidad tiene el alimentación?

\_\_\_\_\_

11. ¿Cuenta con piscina?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**DEMANDA**

12. ¿Cuantos huéspedes recibe al año?

\_\_\_\_\_

**ORIGEN DE LOS HUÉSPEDES**

13. ¿Con qué frecuencia recibe huéspedes extranjeros?

\_\_\_\_\_

14. ¿Con qué frecuencia recibe huéspedes nacionales?

\_\_\_\_\_

**MOTIVACIÓN**

15. ¿Por qué razones cree usted que visitan el cantón?

\_\_\_\_\_

**OFERTA**

16. ¿Con cuántas habitaciones cuenta su establecimiento hotelero y de que tipo (SGL, DBL, TPL)?

---

17. ¿Qué servicios adicionales ofrece (internet, wifi, cafetería, bar, piscina, salón de convenciones, áreas deportivas)?

---

18. ¿Cómo percibe Usted la situación del mercado de alojamiento y alimentación en el cantón Limón Indanza?

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 6: Encuesta aplicada operadores y agencias de viaje**  
**ENCUESTA PARA OPERADORAS DE TURISMO DE LA CIUDAD DE CUENCA**

La presente encuesta busca conocer las preferencias de los turistas con respecto a los servicios de alimentación y esparcimiento en el Oriente Ecuatoriano, y su perspectiva sobre la oferta de este destino. Cabe recalcar que la información recolectada tiene fines netamente académicos y será expresamente utilizada en el desarrollo de un trabajo de graduación de fin de carrera. Agradecemos su colaboración.

**Datos Informativos**

Nombre de la Agencia \_\_\_\_\_ Tiempo en el mercado \_\_\_\_\_

\*Por favor marque su respuesta con una **X** en el casillero correspondiente:

**1. ¿Cuántos pasajeros le solicitan programas turísticos en el oriente ecuatoriano, por mes?**

Nacionales		
a.	De 1 a 5	
b.	De 6 a 10	
c.	De 11 a 15	
d.	De 16 a 20	
e.	Más de 20	

Extranjeros		
a.	De 1 a 5	
b.	De 6 a 10	
c.	De 11 a 15	
d.	De 16 a 20	
e.	Más de 20	

**2. ¿De qué ciudades / países provienen?**

Nacionales		
a.	Quito	
b.	Guayaquil	
c.	Cuenca	

Extranjeros		
a.	Estados Unidos	
b.	Alemania	
c.	Colombia	

¿Otros? Especifique \_\_\_\_\_ ¿Otros? Especifique \_\_\_\_\_

**3. ¿Cuáles son los meses en los que recibe más turistas?**

a.	ENE-MAR	
b.	ABR-JUN	
c.	JUL-SEP	
d.	OCT-DIC	

**4. ¿En qué meses prefieren viajar más al oriente ecuatoriano?**

a.	ENE-MAR	
b.	ABR-JUN	
c.	JUL-SEP	
d.	OCT-DIC	

**5. El viaje lo realizan:**

a.	Entre semana	
b.	Fin de semana	

**6. ¿Cuánto tiempo dedican a su viaje?**

a.	1 día	
b.	2 días	
c.	3 días	
d.	Más de 3 días	

**7. Sus pasajeros generalmente viajan:**

a.	Solos	
b.	En familia	
c.	Con amigos	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

**8. ¿Entre cuántas personas viajan, generalmente?**

a.	Viajan solos	
b.	Entre 2 y 3	
c.	Entre 4 y 5	
d.	Más de 5	

**9. ¿A qué lugar del oriente ecuatoriano viajan con mayor frecuencia?**

a.	Yasuní	
b.	Cuyabeno	
c.	Puyo	
d.	Macas	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué servicios son los que más buscan?**

a.	Áreas naturales	
b.	Diversión y recreación	
c.	Hosterías	
d.	Aventura	
e.	Ecolodges	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuál es, en promedio, el gasto diario por persona?**

a.	De \$20 a \$40	
b.	De \$41 a \$60	
c.	De \$61 a \$ 100	
d.	Más de \$100	



**12. ¿Cómo considera que se sienten sus pasajeros con respecto a los servicios de alojamiento que se ofrecen el oriente ecuatoriano?**

a.	Muy satisfecho	
b.	Satisfecho	
c.	Indiferente	
d.	Poco satisfecho	
e.	Nada satisfecho	

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**13. ¿Cómo se siente usted con respecto a los servicios de alojamiento que se ofrecen el oriente ecuatoriano?**

a.	Muy satisfecho	
b.	Satisfecho	
c.	Indiferente	
d.	Poco satisfecho	
e.	Nada satisfecho	

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**14. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre el Cantón Limón Indanza de la provincia de Morona Santiago?**

a.	Si	
b.	No	

**15. ¿Le han preguntado sus clientes por servicios turísticos en el Cantón Limón Indanza?**

a.	Si	
b.	No	

**16. ¿Cuál es su opinión sobre el Cantón Limón Indanza como destino turístico?**

a.	Muy bueno	
b.	Bueno	
c.	Regular	
d.	Malo	
e.	Pésimo	

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**17. ¿Estaría interesado en contar con una hostería en el Cantón Limón Indanza para ofrecer a sus clientes?**

a.	Muy probable	
b.	Probable	
c.	Indiferente	
d.	Poco probable	
e.	Nada probable	

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**18. ¿Qué servicios cree que les interesaría a sus clientes, encontrar en esta hostería?**

a.	Áreas deportivas	
b.	Comida internacional	
c.	Comida típica	
d.	Áreas verdes	
e.	Piscina	
f.	Discoteca	
g.	Internet (wi-fi)	
h.	Salón de reuniones	
i.	Bussiness center	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

**19. ¿Por qué medios reciben sus pasajeros información sobre ofertas y paquetes turísticos?**

a.	Radio	
b.	Televisión	
c.	Periódico	
d.	Agencias de viajes	
e.	Internet	

Otros, especifique \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**

## Anexo 7: Encuesta aplicada a habitantes del sector

### ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LIMÓN INDANZA

La presente encuesta tiene como finalidad conocer los gustos y preferencias de los habitantes del cantón Limón Indanza, con respecto a los servicios de alimentación y esparcimiento. Cabe recalcar que la información recolectada tiene fines netamente académicos y será expresamente utilizada en el desarrollo de un trabajo de graduación de fin de carrera. Agradecemos su colaboración.

\*Por favor marque su respuesta con una **X** en el casillero correspondiente:

#### 1. Edad.

a.	18-25	
b.	26-35	
c.	36-45	
d.	46-64	
e.	65 o más	

#### 2. Sexo

a.	M	
b.	F	

#### 3. ¿Acostumbra salir de paseo?

a.	Sí	
b.	No	

#### 4. Si su respuesta es positiva, ¿con quién suele salir?

a.	Solo	
b.	Familia	
c.	Amigos	

#### 5. ¿Entre cuántas personas sale?

a.	2 personas	
b.	De 3 a 5	
c.	De 6 a 10	
d.	Más de 10	

#### 6. ¿Si Ud. sale en familia, quién toma las decisiones al momento de elegir el lugar a donde ir?

a.	Papá	
b.	Mamá	
c.	Hijos	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

7. ¿Si Ud. sale con sus amigos, quién toma las decisiones al momento de elegir el lugar a donde ir?

a.	Usted	
b.	Sus amigos	

8. El paseo lo realiza:

a.	Entre semana	
b.	Fin de semana	

9. ¿Cuánto tiempo dedica a su paseo?

a.	1 día	
b.	2 días	
c.	3 días	
d.	Más de 3 días	

10. ¿Qué es lo primero que considera para decidir el lugar donde pasar?

a.	Precio	
b.	Diversión	
c.	Tranquilidad	
d.	Calidad del servicio	
e.	Cercanía	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

11. ¿Suele ir a algún lugar dentro del cantón?

a.	Si	
b.	No	

¿Qué lugar visita? \_\_\_\_\_

12. ¿Visita con regularidad alguna hostería dentro o fuera del cantón?

a.	Si	
b.	No	

¿Cuál? \_\_\_\_\_

13. Con respecto a la pregunta anterior ¿Por qué prefiere visitar esa hostería?

a.	Precio	
b.	Diversión	
c.	Tranquilidad	
d.	Calidad del servicio	
e.	Cercanía	

**14. ¿Qué lugares prefiere para pasar el fin de semana?**

a.	Espacios verdes	
b.	Áreas deportivas	
c.	Restaurantes	
d.	Discotecas	
e.	Balnearios	

Otros/ Especifique \_\_\_\_\_

**15. ¿Normalmente, cuánto gasta por persona en un paseo?**

a.	De \$5 a \$20	
b.	De \$21 a \$50	
c.	De \$51 a \$ 100	
d.	Más de \$100	

**16. ¿Qué tipo de servicios de esparcimiento considera usted que hace falta en el cantón?**

a.	Parques	
b.	Discotecas	
c.	Hosterías	
d.	Restaurantes	

Otros/Especifique \_\_\_\_\_

**17. ¿Estaría interesado en contar con una hostería en el cantón?**

a.	Sí	
b.	No	

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**18. ¿Qué servicios le interesaría encontrar en esta hostería?**

a.	Áreas deportivas	
b.	Restaurante	
c.	Salón de juegos	
d.	Áreas verdes	
e.	Piscina	
f.	Discoteca	
g.	Internet (wi-fi)	
h.	Salón de reuniones	
i.	Bussiness center	

**19. interesado en utilizar los servicios de:**

a.	Hospedaje	
b.	Hostería (instalaciones y piscina)	
c.	Alimentación	

**20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?**

a.	De \$15 a \$20 por persona	
b.	De \$15 a \$20 por persona	
c.	De \$26 a \$30 por persona	
d.	Más de \$30 por persona	

**21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por uso de la hostería (instalaciones y piscina)?**

a.	De \$5 a \$8 por persona	
b.	De \$9 a \$12 por persona	
d.	Más de \$12 por persona	

**22. ¿Qué tipo alimentación le gustaría encontrar en la hostería?**

a.	Comida rápida	
b.	Comida típica	
c.	Comida internacional	

**23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de alimentación?**

a.	De \$2 a \$4 por plato	
b.	De \$5 a \$7 por plato	
c.	De \$8 a \$10 por plato	
d.	De \$11 a \$15 por plato	

**24. ¿Cómo se siente con respecto a la oferta de alimentación que se da en el cantón?**

a.	Nada satisfecho	
b.	Poco satisfecho	
c.	Indiferente	
c.	Satisfecho	
d.	Muy satisfecho	

**25. ¿Cómo se siente con respecto a la oferta de esparcimiento que se da en el cantón?**

a.	Nada satisfecho	
b.	Poco satisfecho	
c.	Indiferente	
d.	Satisfecho	
e.	Muy satisfecho	

**Gracias por su colaboración**

## Anexo 8: Desglose de necesidades del proyecto

### Maquinaria y equipo

<b>Cabañas - Habitaciones</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Camas			\$ 2.890.00
1,5 plazas	25	81.00	2025.00
2 plazas	5	101.00	505.00
King size	3	120.00	360.00
Sofá cama	2	137.50	\$ 275.00
Veladores	34	45.00	\$ 1.530.00
Escritorios	5	53.00	\$ 265.00
Colchones	35	80.00	\$ 2.800.00
Closets	18	125.00	\$ 2.250.00
Cajas de seguridad	22	75.00	\$ 1.650.00
Tachos para basura	30	6.50	\$ 195.00
Muebles para TV o PC	25	45.00	\$ 1125.00
Televisores con control remoto	20	280.00	\$ 5.600.00
Portamaletas	10	55.00	\$550.00
Radio reloj despertadores	20	29.25	\$ 585.00
Teléfonos	25	23.80	\$ 595.00
Sillas	15	18.00	\$ 270.00
Aire acondicionado-calefacción	16	150.00	\$ 2.400.00
Toalleros	18	12.50	\$ 225.00
Muebles para lavabo	18	50.00	\$ 900.00
Frigobar	5	160.00	\$ 800.00
Ventanas	78	25.00	\$ 1.950.00
Puertas	30	47.50	\$ 1.425.00
Inodoro con asiento y tapa	18	62.50	\$ 1125.00
Lavamanos	18	33.00	\$ 600.00
Espejos	18	25.00	\$ 450.00
Duchas	20	26.25	\$ 525.00
Tinas	4	800.00	\$ 3.200.00
Interruptores	60	5.00	\$ 300.00
Lámparas	30	12.50	\$ 375.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$34.855.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización a arquitecto y almacenes de construcción

<b>Cocina</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Congeladores	2	550.00	\$ 1.100.00
Refrigeradores	3	443.00	\$ 1.329.00
Cocinas industriales	4	425.00	\$ 1.700.00
Closets	4	70.00	\$ 280.00
Asador	1	199.00	\$ 199.00
Licadoras	3	56.30	\$169.00
Microondas	2	116.00	\$ 232.00
Campana extractora de olores	2	294.50	\$ 589.00
Procesadora	1	50.00	\$ 50.00
Batidora	3	30.00	\$ 90.00
Tostadora	2	42.50	\$ 85.00
Juego de sartenes	3	94.00	\$ 283.00
Juego de ollas	5	95.80	\$479.00
Tazones de aluminio	14	12.50	\$ 175.00
Recipientes plásticos	20	2.50	\$50.00
Moldes para hornear	10	6.00	\$ 60.00
Horno	2	344.50	\$ 689.00
Freidora industrial	1	380.00	\$ 380.00
Tablas para picar	8	6.00	\$ 48.00
Mesón de trabajo lavable	1	118.00	\$ 118.00
Ventilación	1	105.00	\$105.00
Juego de jarras	2	12.50	\$ 25.00
Aire acondicionado-calefacción	1	150.00	\$ 150.00
Juego de cuchillos	1	59.00	\$ 59.00
Juego de cucharetas	3	22.00	\$ 66.00
Juego de cubertería, vajilla y cristalería	12	45.00	\$ 540.00
Ventanas	12	32.50	\$ 390.00
Lavaplatos	3	84.00	\$ 252.00



Llaves de agua	5	10.00	\$ 50.00
Calefón	1	130.00	\$ 130.00
Bandejas para servicio	10	8.00	\$ 80.00
Puertas	5	57.00	\$ 285.00
Inodoro con asiento y tapa	2	75.00	\$ 150.00
Lavamanos	1	80.00	\$ 80.00
Espejo	2	17.50	\$ 35.00
Tachos para basura	6	12.00	\$ 72.00
Interruptores	20	3.00	\$ 60.00
Estanterías	2	60.50	\$ 121.00
Cilindros de gas	4	50.00	\$ 200.00
Válvulas industriales para gas	4	11.25	\$ 45.00
Mangueras para gas	4	4.50	\$ 18.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$11.018.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización a arquitecto y almacenes de construcción

<b>Bar y Restaurante</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Mesas	40	60.00	\$ 2.400.00
Sillas	75	28.00	\$2.100.00
Licadoras	3	56.30	\$ 169.00
Cocteleras	5	28.00	\$ 140.00
Cristalería	1	50.00	\$ 50.00
Estantes para cristalería	2	150.00	\$ 300.00
Televisor	2	400.00	\$ 800.00
Equipo de sonido	1	357.00	\$ 357.00
Parlantes	3	81.00	\$243.00
Karaoke	2	145.00	\$ 290.00
Computador	1	789.00	\$ 789.00
Mostrador de bebidas	1	199.00	\$ 199.00
Frigobar	1	250.00	\$ 250.00
Barra antioxidante y lavable	1	480.00	\$480.00
Bandejas para servicio	10	8.00	\$ 80.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$8.767.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

<b>Lavandería</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Lavadoras	2	710.00	\$ 1.420.00
Secadoras	2	569.00	\$ 1.138.00
Estantería	1	158.00	\$ 158.00
Baldes para ropa	4	9.25	\$ 37.00
Carrito para menaje	2	125.00	\$250.00
Tablas para planchar	4	22.25	\$89.00
Canastas	5	12.00	\$ 60.00
Planchas	2	35.00	\$ 70.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.222.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

<b>Administración</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Escritorios	2	119.00	\$238.00
Sillas de oficina	4	44.50	\$ 178.00
Archivadores	2	65.00	\$ 130.00
Computadores	2	575.00	\$ 1.150.00
Impresoras	2	140.00	\$ 280.00
Teléfono con fax	2	87.00	\$ 174.00
Caja registradora	2	250.00	\$ 500.00
Basureros	6	11.50	\$ 69.00
Muebles para recepción	1	530.00	\$ 530.00
Alfombras de centro	5	55.00	\$ 110.00
Televisor para recepción	1	580.00	\$ 580.00
Modulares	1	150.00	\$ 150.00
Mesa de centro	1	99.00	\$ 99.00
Lámparas de pie	2	82.50	\$ 165.00
Ventanas	5	65.00	\$325.00
Puertas	5	57.00	\$285.00
Uniformes para el personal	16	50.00	\$800.00
Otros			\$1.500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$7.263.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

## Materias primas e insumos

<b>Menaje habitaciones y bar-restaurante</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Almohadas	50	10.00	\$500.00
Fundas de almohadas	50	4.00	\$ 200.00
Protectores de colchón	40	18.75	\$750.00
Juegos de sábanas	40	23.75	\$ 950.00
Cobijas	40	30.00	\$ 1.200.00
Cubrecamas	40	40.00	\$ 1.600.00
Toldos	40	17.50	\$ 700.00
Toallas	40	15.00	\$600.00
Cortinas	50	44.00	\$ 2.200.00
Focos	40	6.25	\$ 250.00
Limpiones	20	5.00	\$100.00
Mantelería	40	20.00	\$ 800.00
Cubre manteles	50	22.50	\$1.125.00
Servilletas de tela	80	11.00	\$ 880.00
Licores	Varios	1100.00	\$1100.00
Gaseosas	Varias	200.00	\$200.00
Cervezas	Varias	200.00	\$ 200.00
Vinos	Varios	600.00	\$ 600.00
Agua	Varios	118.00	\$118.00
Snacks	Varios	120.00	\$120.00
Amenities (jabón, shampoo, crema, chocolates, gorra de baño institucionales)	Varios	900.00	\$900.00
Otros			\$1.000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$16.093.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Cotización en almacenes

## Cocina

<b>Cocina</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Arroz	48	48.00	\$ 2.304.00
Azúcar	48	46.00	\$ 2.208.00
Manteca	60	5.00	\$ 300.00
Aceite	100	6.0	\$ 600.00
Sal	100	1.08	\$ 108.00
Especerías	Varias	540.00	\$540.00
Verduras	Varias	600.00	\$600.00
Legumbres	Varias	900.00	\$900.00
Tubérculos	Varios	720.00	\$720.00
Lácteos	Varios	1.75	\$1.320.00
Carnes	Varios	2.2	\$2.640.00
Mariscos	Varios	4.200.00	\$4.200.00
Frutas	Varias	1.800.00	\$1.800.00
Enlatados	Varias	900.00	\$900.00
Café	56	6.00	\$336.00
Té	100	3.24	\$324.00
Helado	Varios	1.680.00	\$1.680.00
Chocolate	Varios	384.00	\$384.00
Otros			\$6000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$27,864.00</b>

Elaborado por: Narcisa Gómez

Fuente: Cotización en almacenes

## Bodega

<b>Materiales indirectos – bodega</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Detergente	25	6.00	\$150.00
Jabón	20	2.50	\$50.00
Blanqueador	35	5.00	\$175.00
Productos químicos	Varios	145.00	\$145.00
Desinfectante	20	5.00	\$100.00
Lava platos	12	11.00	\$132.00
Aromatizantes	10	3.60	\$110.00
Etiquetas para alimentos	Varias	72.00	\$72.00
Botiquín de primeros auxilios	Varios	175.00	\$175.00
Extintores	5	72.00	\$360.00
Papel higiénico	20	8.00	\$160.00
Abrillantador de muebles	10	15.00	\$150.00
Aspiradora	2	180.00	\$360.00

Tachos para basura	12	15.00	\$180.00
Bolsas para basura	Varias	80.00	\$80.00
Trapeadores	6	13.00	\$78.00
Guantes	12	5.00	\$60.00
Recogedores de basura	9	5.00	\$45.00
Sorbetes	Varios	40.00	\$40.00
Palillos	Varios	27.00	\$27.00
Decoradores	Varios	280.00	\$280.00
Portavasos	Varios	148.00	\$148.00
Baldes para limpieza	4	12.50	\$50.00
Limpiones	24	5.00	\$120.00
Servilletas de cocina	25	5.60	\$140.00
Otros			\$500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.963.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes

#### Piscina y baños

<b>Áreas de piscina y baños</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Detergente	30	6.00	\$180.00
Jabón	36	2.50	\$90.00
Blanqueador	36	5.00	\$180.00
Productos químicos	Varios	250.00	\$250.00
Desinfectante	48	5.00	\$240.00
Otros			\$200.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.140.00</b>

**Elaborado por:** Narcisa Gómez

**Fuente:** Cotización en almacenes