

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Gestión de
Empresas Turísticas y Hoteleras.

TEMA

Plan de Negocio para la Creación de un Bird Lodge en Mindo, Cantón San Miguel de
Los Bancos Provincia de Pichincha.

AUTOR

Tania Jimena Polo Manteca

ASESOR

Msc. Jessica Patricia Medina Villacrés

QUITO - 2018

DECLARACIÓN JURAMENTADA

DOCTORA PAOLA ANDRADE TORRES
NOTARIA CUADRAGÉSIMA DE QUITO



DECLARACIÓN JURAMENTADA

QUE OTORGA

TANIA JIMENA POLO MANTECA

CUANTÍA: INDETERMINADA

(DI: 2da; COPIAS)

m.n.

Escritura No. **2018-17-01-040-P00 477**

En el Distrito Metropolitano de Quito, capital de la República del Ecuador, hoy día **TREINTA Y UNO (31) DE ENERO** del dos mil dieciocho, ante mí, doctora Paola Andrade Torres, Notaria Cuadragésima de Quito, comparece con plena capacidad, libertad y conocimiento a la celebración de la presente escritura, la señorita **TANIA JIMENA POLO MANTECA**, por sus propios y personales derechos. La compareciente declara ser de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, soltera, estudiante, con domicilio ubicado en el sector el Condado, barrio Colinas del Norte de esta ciudad de Quito, con número telefónico 0982951760 y con correo electrónico jimena22-@hotmail.com, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, a quien de conocer doy fe en virtud de haber convalidado, con su expreso consentimiento, la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana, cuya impresión se agrega como habilitante. Advertida la compareciente por mí la Notaria de los efectos y resultados de la declaración juramentada que a celebrarla procede, así como examinada que fue en forma aislada y separada de que comparece sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, bien instruida por mí la Notaria en el objeto y resultados de esta escritura que



a celebrarla procede, libre y voluntariamente, pide se le reciba su declaración juramentada. Al efecto instruida de la obligación que tiene de decir la verdad, con claridad y exactitud, de conformidad con las leyes vigentes, y prevenida de las penas por perjurio y por su honor, bajo juramento declara que: **TANIA JIMENA POLO MANTECA**, estudiante de la Universidad Metropolitana de Quito "UMET", portadora de la cédula de ciudadanía número uno siete uno seis seis seis nueve ocho uno cinco, por sus propios y personales derechos en forma libre y voluntaria **DECLARA BAJO JURAMENTO** que la Investigación que versa sobre "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN BIRD LOGE EN MINDO CANTON SAN MIGUEL DE LOS BANCOS, PROVINCIA DE PICHINCHA", así como las expresiones vertidas en la misma, son de su autoría. Además bajo juramento declara que ha realizado en base a estudios, recopilación bibliográfica, consultas de internet y consulta de campo. En consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad.- **HASTA AQUÍ EL CONTENIDO DE LA DECLARACIÓN JURAMENTADA** que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal, leída que le fue a la compareciente por mí la Notaria en alta y clara voz, se afirma y ratifica en su contenido y para constancia de ello firma juntamente conmigo en unidad de acto quedando incorporada en el protocolo de esta notaría, de todo cuanto doy fe.-

f) TANIA JIMENA POLO MANTECA

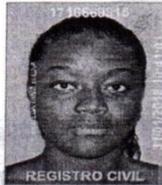
C.C. *XIMENA POLO*
1716669815



de Notaria

2

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



XIMENA POLO

Número único de identificación: 1716669815

Nombres del ciudadano: POLO MANTECA TANIA JIMENA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/PICHINCHA/QUITO/POMASQUI

Fecha de nacimiento: 28 DE FEBRERO DE 1988

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: POLO MILTON W

Nombres de la madre: MANTECA MARIA ESTELA G

Fecha de expedición: 13 DE MARZO DE 2015

Información certificada a la fecha: 31 DE ENERO DE 2018

Emisor: ROSA MÓNICA NENGER POZO - PICHINCHA-QUITO-NT 40 - PICHINCHA - QUITO



Notaria 40

N° de certificado: 189-089-81220



189-089-81220

Dra. Paola Andrade Torre



Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



INSTRUCCIÓN SUPERIOR
 PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE POLO MILTON W
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE MANTECA MARIA ESTELA G
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN QUITO 2015-03-13
 FECHA DE EXPIRACIÓN 2025-03-13

A3333A2222

000602719

XIMELON POLO

DIRECTOR GENERAL

FRANCO GONZALEZ

REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANIA
 APELLIDOS Y NOMBRES POLO MANTECA TANIA JIMENA
 LUGAR DE NACIMIENTO PICHINCHA QUITO
 POMASQUI
 FECHA DE NACIMIENTO 1988-02-28
 NACIONALIDAD ECUATORIANA
 SEXO F
 ESTADO CIVIL SOLTERO

Nº 171666981-5

CNE CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017 ORIENTAMOS TU DECISIÓN

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

[Firma]
 EL PRESIDENTE DE LA JRV

IMP. IGM.MJ

REPÚBLICA DEL ECUADOR

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
 ELECCIONES GENERALES 2017
 2 DE ABRIL 2017

CNE

012 JUNTA No
 012 - 272 NUMERO
 1716669815 CEDULA

POLO MANTECA TANIA JIMENA
 APELLIDOS Y NOMBRES

PICHINCHA PROVINCIA
 QUITO CANTÓN
 EL CONDADO PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN 1
 ZONA 2



Dra. Paola Andrade Torres

RAZON: De conformidad con el numeral cinco del Artículo dieciocho de la Ley Notarial doy fe que las COPIAS FOTOSTATICAS que anteceden, SELLADAS Y FIRMADAS por mí, es reproducción exacta del ORIGINAL que he tenido a la vista

Quito, 31 ENE 2010

Dra. PAOLA ANDRADE TORRES
 NOTARIA CUADRAGESIMA





Factura: 001-001-000034643



20181701040P00477

NOTARIO(A) PAOLA CATALINA ANDRADE TORRES

NOTARÍA CUADRAGÉSIMA DEL CANTON QUITO

EXTRACTO

Escritura N°:		20181701040P00477					
ACTO O CONTRATO:							
DECLARACIÓN JURAMENTADA PERSONA NATURAL							
FECHA DE OTORGAMIENTO:		31 DE ENERO DEL 2018, (11.09)					
OTORGANTES							
OTORGADO POR							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo intervinete	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que le representa
Natural	POLO MANTECA TANIA JIMENA	POR SUS PROPIOS DERECHOS	CÉDULA	1716669815	ECUATORIANA	COMPARECIENTE	
A FAVOR DE							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo Interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
UBICACIÓN							
Provincia		Cantón		Parroquia			
PICHINCHA		QUITO		LA FLORESTA			
DESCRIPCIÓN DOCUMENTO:							
OBJETO/OBSERVACIONES:							
CUANTÍA DEL ACTO O CONTRATO:		INDETERMINADA					

NOTARIO(A) PAOLA CATALINA ANDRADE TORRES

NOTARÍA CUADRAGÉSIMA DEL CANTÓN QUITO



Dra. Paola Andrade Torres

Se otorgó ante mí, en fe de ello confiero esta SEGUNDA COPIA CERTIFICADA, debidamente firmada y sellada en Quito, a los treinta y un días del mes de enero del año dos mil dieciocho.


DRA. PAOLA ANDRADE TORRES
NOTARIA CUADRAGÉSIMA DE QUITO



Dra. Paola Andrade Torres



CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Msc. Patricia Medina en calidad de asesor del Trabajo de investigación, certifico que la señorita Tania Jimena Polo Manteca ha culminado el trabajo de investigación, con el tema: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN BIRD LODGE EN MINDO, CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PROVINCIA DE PICHINCHA”**, Quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por los que se aprueba la misma.

Esto es cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente,

Msc. Jessica Patricia Medina Villacrés

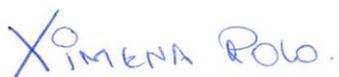
ASESOR

DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Yo, Tania Jimena Polo Manteca, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador "UMET", declaro de forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre: **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN BIRD LODGE EN MINDO CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PROVINCIA DE PICHINCHA"**, así como las expresiones vertidas en la misma autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas mediante internet y visitas de campo.

En consecuencia asumo la responsabilidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

Handwritten signature in blue ink that reads "XIMENA POLO".

Tania Jimena Polo Manteca

C.I. 1716669815

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS

El trabajo de investigación con el tema: “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN BIRD LODGE EN MINDO CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PROVINCIA DE PICHINCHA**”, de la autoría de Tañía Jimena Polo Manteca manifiesto en forma libre lo siguiente:

Cedo los derechos a la Universidad, y que el contenido sirva de fuente de información y conocimiento para el bienestar universitario.

Atentamente,

XIMENA POLO.

Tania Jimena Polo manteca

C.I. 1716669815

AUTOR

DEDICATORIA

En primer lugar dedico esta meta cumplida a Dios, porque sin el nada es posible en la vida.

En segundo lugar, a mi madre María Estela Manteca Chala de quien aprendí el significado de lucha constante y fortaleza a pesar de las circunstancias, a mi padre Miltón Polo que desde el cielo me protege y guía mis pasos a mis hermanas y sobrinos que día a día me han brindado su apoyo incondicional.

Y por último pero no menos importante mi familia, Jamil Espinoza y Janela Espinoza quienes me han demostrado su apoyo incondicional y amor infinito y quienes son mi motor e inspiración para seguir cumpliendo mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi apoyo espiritual y por ser quien me ha dado la fortaleza para continuar, por su justicia y por enseñarme a entender que las cosas son cuando él lo dispone.

Agradezco a la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET” por brindarme la oportunidad de formarme como profesional y cumplir una meta mas en mi vida.

Agradezco a todos los docentes que con sus conocimientos supieron aportar en mi crecimiento y desarrollo de mis facultades para lograr alcanzar mis objetivos y mis metas.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN JURAMENTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	vii
DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD	viii
CESIÓN DE DERECHOS	ix
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xix
ÍNDICE DE FIGURAS	xxii
RESUMEN	xxiii
ABSTRACT	xxiv
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
Situación Problemática	3
Problema	4
Justificación	5
Objeto de estudio	6
OBJETIVOS	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos	6
CAPÍTULO I	7
1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	7
1.1 Fundamentación legal	7
1.1.1 Principales disposiciones de la Ley de Turismo	7

1.1.2	Ordenanza No. 04 del cantón San Miguel de los Bancos	8
1.1.3	Reglamento de actividades y servicios turísticos	8
1.1.4	Licencia única anual de funcionamiento (LUAF)	10
1.1.5	Del registro único de turismo	10
1.1.6	De la licencia única anual de funcionamiento.....	10
1.2	Fundamentación Teórica	11
1.2.1	Importancia del turismo.....	12
1.3	Tipos de turismo.....	12
1.3.1	Aviturismo.....	12
1.3.2	Ecoturismo.....	13
1.3.3	Turismo de descanso	14
1.3.4	Turismo científico	14
1.3.5	Turismo agrícola o agroturismo	14
1.3.6	Turismo cultural.....	15
1.3.7	Turismo de aventura	15
1.4	Planta turística	16
1.4.1	Plan de negocio.....	16
1.4.2	Plan de empresa	18
1.4.3	Estudio técnico	18
1.4.4	Localización de la empresa u organización.....	19
1.4.5	Tamaño del proyecto.....	19
1.5	Maquinaria y equipos de trabajo.....	20
1.5.1	Estudio administrativo - organizacional	20
1.6	Visión.....	21
1.7	Misión	21
1.8	Estudio financiero.....	21

1.8.1	Cualidades del Valor Actual Neto (VAN)	22
1.8.2	Mix de marketing	23
1.8.3	Producto	24
1.8.4	Precio	24
1.8.5	Plaza.....	25
1.8.6	Promoción y publicidad	25
1.8.7	Segmentación de mercado	25
1.8.8	Investigación de mercados	26
CAPÍTULO II.....		27
2. MARCO METODOLÓGICO		27
2.1	Método analítico.....	27
2.2	Método inductivo	27
2.3	Método deductivo	28
2.4	Enfoque de investigación.....	28
2.5	Plan de negocio según enfoque de autores	29
CAPÍTULO III		31
3. PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN BIRD LODGE EN MINDO.....		31
3.1	Introducción.....	31
3.2	Título de la propuesta	31
3.3	Presentación de la propuesta	31
3.4	Descripción de la empresa	31
3.5	Objetivo	33
3.5.1	Objetivo general	33
3.5.2	Objetivos específicos	33
3.6	Generalidades.....	33

3.6.1	Información de la provincia	33
3.6.2	Administración	34
3.6.3	Población y extensión territorial de Pichincha	34
3.6.4	Clima	34
3.7	Cantones y sus cabeceras.....	35
3.8	Características generales de la parroquia de Mindo	36
3.8.1	Datos históricos	36
3.8.2	Ubicación geográfica.....	37
3.8.3	Población de Mindo.....	39
3.8.4	Actividades económicas.....	39
3.8.5	Recursos naturales	41
3.8.6	Infraestructura	42
3.8.7	Infraestructura en Salud.....	44
3.8.8	Vialidad.....	44
3.8.9	Sistema de Transporte	45
3.8.10	Planta turística	45
3.8.11	Agencias de viajes y operadoras turísticas en Mindo	49
3.9	Estudio Situacional	49
3.9.1	Macroambiente.....	49
3.9.2	Entorno Económico	50
3.9.3	Evolución de los márgenes de pobreza en el Ecuador	51
3.9.4	Entorno Político – Legal	52
3.9.5	Entorno Demográfico	53
3.9.6	Entorno Social	54
3.9.7	Entorno ambiental	55
3.9.8	Entorno Tecnológico	56

3.10	Microambiente	57
3.10.1	Proveedores	58
3.10.2	Clientes	60
3.10.3	Competencia	61
3.10.4	Competencia directa	61
3.10.5	Análisis de la competencia	62
3.10.6	Mercado	64
3.11	Estudio de mercado.....	64
3.11.1	Aspecto introductorio	64
3.11.2	Metodología de la investigación	64
3.11.3	Investigación descriptiva y exploratorio	65
3.11.4	Técnicas de recolección de datos	65
3.11.5	Planteamiento del problema	65
3.11.6	Objetivo general	65
3.11.7	Objetivos específicos	66
3.11.8	Universo y muestra	66
3.11.9	Datos para calcular la muestra	67
3.11.10	Descripción del trabajo de campo	68
3.11.11	Tabulación de los datos	68
3.11.12	Conclusiones de la encuesta	68
3.11.13	Determinación de la oferta, demanda y demanda potencial	69
3.12	Administrativo – marketing y ventas.....	73
3.12.1	Nombre de la empresa	73
3.12.2	Filosofía de la empresa.....	73
3.12.3	Etapas Analíticas	75
3.12.4	Constitución de la empresa	77

3.12.5	Localización del Lodge	81
3.12.6	Descripción de la actividad	82
3.12.7	Organigrama funcional.....	82
3.12.8	Manual de Funciones.....	84
3.12.9	Sueldos del equipo de trabajo	85
3.12.10	Infraestructura	87
3.12.11	Distribución del Lodge	87
3.13	Marketing y ventas.....	87
3.13.1	Objetivo General	87
3.13.2	Objetivos Específicos.....	87
3.13.3	Estrategias de marketing	88
3.13.4	Estrategias de marketing mix.....	92
3.14	Estudio Financiero	102
3.14.1	Inversión del proyecto.....	102
3.14.2	Financiamiento de la inversión	106
3.14.3	Ingresos, costos y gastos	107
3.14.4	Estados Financieros	115
3.14.5	Indicadores de evaluación financiera	117
CAPÍTULO IV. IMPACTO.....		122
4.1	Impacto económico.....	122
4.2	Impacto social	122
4.3	Impacto ambiental.....	123
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		124
CONCLUSIONES		124
RECOMENDACIONES.....		125
ANEXOS.....		133

Anexo 1. Formato de la encuesta.....	133
Anexo 2. Tabulación de la encuesta	136
Anexo 3. Distribución física de la planta	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Delimitación del problema.....	5
Tabla 2. Plan de empresa	18
Tabla 3.Cantones y sus cabeceras.....	35
Tabla 4.Población de Mindo.....	39
Tabla 5. Rama de actividades.....	40
Tabla 6.Recursos naturales	41
Tabla 7.Gastronomía de Mindo.....	42
Tabla 8.Infraestructura	43
Tabla 9.Infraestructura en Salud.....	44
Tabla 10. Equipamiento urbano	44
Tabla 11. Inventario vial	45
Tabla 12. Hostales y hosterías en Mindo.....	46
Tabla 13.Restaurantes	47
Tabla 14.Lugares de recreación	48
Tabla 15.Agencias de viajes y operadoras turísticas en Mindo	49
Tabla 16.Calificación de proveedores.....	59
Tabla 17. Insumos y materiales	59
Tabla 18.Análisis de la competencia.....	62
Tabla 19.Universo y muestra	66
Tabla 20.Oferta	69
Tabla 21.Demanda.....	70
Tabla 22.Demanda potencial	72
Tabla 23. Matriz FODA.....	75
Tabla 24.Matriz DAFO.....	76
Tabla 25.Requisitos para la constitución de una empresa	77
Tabla 26. Gastos de constitución.....	77
Tabla 27.Costos de registro de marca	78
Tabla 28. Permiso de bomberos	80
Tabla 29.Manual De Funciones	84

Tabla 30.Sueldos del equipo de trabajo	85
Tabla 31.Infraestructura	87
Tabla 32.Estrategias de marketing	88
Tabla 33.Micro – segmentación de la población objetivo	89
Tabla 34. Estrategia Competitiva	91
Tabla 35.Ventajas Competitivas	91
Tabla 36.Producto	92
Tabla 37. Instalaciones	92
Tabla 38. Línea de alojamiento.....	93
Tabla 39. Línea de restaurante	93
Tabla 40.Línea de productos turísticos.....	94
Tabla 41.Precio	96
Tabla 42. Producto /Servicio	96
Tabla 43Cronograma de Promociones y Descuentos	99
Tabla 44.Publicidad.....	99
Tabla 45 Gastos de Publicidad	100
Tabla 46 Colores que identifican la Empresa	101
Tabla 47. Estrategias de Ventas	101
Tabla 48.Inversión	102
Tabla 49.Inversión fija	102
Tabla 50. Muebles y Enseres.....	103
Tabla 51. Equipos de Oficina	103
Tabla 52. Equipos de Computación	104
Tabla 53. Equipos de Cocina	104
Tabla 54.Inversión en capital de trabajo	105
Tabla 55.Inversión en Activos Diferidos.....	105
Tabla 56.Financiamiento de la inversión	106
Tabla 57.Monto Total Pagos	106
Tabla 58. Total de la inversión	107
Tabla 59.Capacidad de los servicios	108
Tabla 60. Capacidad de los servicios	109

Tabla 61. Ingresos proyectados.....	110
Tabla 62. Costos proyectados	111
Tabla 63. Gastos de Ventas.....	112
Tabla 64. Gastos Administrativos	112
Tabla 65. Útiles de Oficina	113
Tabla 66. Productos de limpieza.....	113
Tabla 67. Gastos Servicios Básicos.....	113
Tabla 68. Gasto Seguro	114
Tabla 69. Gasto Mantenimiento	114
Tabla 70. Gasto Depreciación.....	114
Tabla 71. Gasto Amortización.....	115
Tabla 72. Estado de Resultados Proyectado.....	115
Tabla 73. Estado de Flujos Netos de Caja	116
Tabla 74. Tasa de descuento.....	117
Tabla 75. Valor Actual Neto (VAN)	118
Tabla 76. VAN	118
Tabla 77. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	120
Tabla 78. Impacto ambiental	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas	4
Figura 2. Ubicación geográfica	37
Figura 3. Análisis externo.....	50
Figura 4. Producto Interno Bruto (PIB)	51
Figura 5. Evolución de la pobreza - ciudades principales	52
Figura 6. Tasa de crecimiento poblacional San Miguel de los Bancos	54
Figura 7. Estructura de la población económicamente activa de la provincia de Pichincha	55
Figura 8. Entorno Tecnológico	57
Figura 9. Microambiente.....	58
Figura 10. Macro localización	81
Figura 11. Micro localización.....	82
Figura 12. Organigrama funcional.....	83
Figura 13. TIR	119
Figura 14. Punto de equilibrio	121

RESUMEN

En la parroquia de Mindo es conocido por su amplia variedad en flora y fauna, lo que ha llamado la atención de miles de visitantes año a año haciendo del turismo una actividad comercial dentro de la zona, no obstante, si bien es cierto se ofrecen diversos lugares de hospedaje donde los recién llegados disfrutan del confort, la naturaleza y el entretenimiento, no existen centro de alojamiento en el que se ofrezca exactamente los servicios de aviturismo y es por ello, la importancia del presente plan de negocios, por lo que para estructurarlo es fundamental obtener los suficientes conocimientos para su implementación mediante el cual se facilite el desarrollo de la investigación actual. En lo posterior, se han utilizado técnicas o instrumentos metodológicos con los que se facilita la recopilación de datos, cuyos instrumentos están dados por las encuestas y las fuentes bibliográficas como son libros, periódicos, revistas y páginas web, de tal manera que el análisis e interpretación de los resultados obtenidos se obtiene una panorámica actual para la futura implementación del plan de negocio, no obstante, previo a su implementación se diseña la propuesta en el que detallan en primera instancia el estudio de mercado para que en base a ello se planteen las estrategias de marketing y ventas de la futura empresa. El estudio administrativo también se aplica en el presente proyecto pues así se identifica su nivel organizacional, para que finalmente se comprueba la factibilidad del negocio a través del estudio financiero en el que se detallan los valores de inversión, ingresos, costos y gastos de la implementación del proyecto.

Palabras claves: aviturismo, plan de negocios, encuesta, marketing, factibilidad

ABSTRACT

In the parish of Mindo is known for its wide variety of flora and fauna, which has attracted the attention of thousands of visitors year after year making tourism a commercial activity within the area, however, although it is true they offer various places of lodging where newcomers enjoy comfort, nature and entertainment, there is no accommodation center where exactly the services of bird watching are offered and this is why the importance of this business plan, so to structure it It is essential to obtain sufficient knowledge for its implementation through which the development of current research is facilitated. In the later part, methodological instruments or techniques have been used to facilitate the collection of data, whose instruments are given by surveys and bibliographic sources such as books, newspapers, magazines and web pages, so that the analysis interpretation of the results obtained, a current overview is obtained for the future implementation of the business plan, however, prior to its implementation, the proposal is designed in which the market study is first detailed so that, based on this, the marketing strategies and sales of the future company. The administrative study is also applied in this project because it identifies their organizational level, so that finally the feasibility of the business is verified through a financial study that details the investment values, income, costs and expenses of the implementation. of the project.

Keywords: avitourism, business plan, survey, marketing, feasibility

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que desde sus inicios históricos el hombre se ha visto en la necesidad de viajar fuera de su residencia habitual por diferentes motivos, ya sea por comercio, intercambio de productos o por ocio y entre otras actividades, con el pasar de los años se ha ido convirtiendo en una acción frecuente lo que ha incentivado a que se creen nuevas opciones de alojamiento en donde los turistas o visitantes puedan pernoctar. Mindo es uno de los destinos importantes del país en cuanto a la observación de aves se refiere reconocido a nivel mundial y catalogado como uno de los puntos calientes para la práctica del aviturismo.

Para el desarrollo del presente proyecto, se fundamenta desde una estructura teórica identificando las respectivas fuentes bibliográficas que realizan aportes valiosos para un amplio conocimiento sobre el aviturismo, principalmente en la parroquia de Mindo. El saber cómo se conforma un plan de negocios resulta fundamental así como también identificar sus procesos y formas legales de constitución. Los instrumentos que se utilizan previamente a la elaboración de un plan de negocios, se encuentran las encuestas las mismas que han sido aplicadas a los visitantes que arriban a la parroquia de Mindo, esto se considera como las técnicas metodológicas de recopilación de datos cuyos resultados obtenidos son evaluados y proporcionan un mayor conocimiento sobre la situación actual del entorno donde se desarrollará la empresa.

Ya en la propuesta del negocio, luego de cuantificar la demanda y oferta de los servicios similares al que ofertara el Bird Lodge en Mindo, se busca mediante el presente proyecto otorgar alternativa de alojamiento novedosa dirigida hacia el turista a fin de que pueda desarrollar de manera satisfactoria las actividades de descanso brindando comodidad y confort en cada una de sus habitaciones, por lo que para ello se deberán identificar los muebles y equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa, y posteriormente detallar ingresos, costos y gastos que demuestran la factibilidad de la inversión del negocio que pretende implementarse.

ANTECEDENTES

La parroquia de Mindo pertenece al cantón San Miguel de los Bancos que se encuentran dentro de la provincia de Pichincha, Mindo se ubica a 1250 metros sobre el nivel del mar y se ha considerado como uno de los destinos turísticos más importantes que posee el Ecuador ya que en esta zona se puede disfrutar de la naturaleza en estado puro, además de realizar diferentes actividades de recreación. Se ofrece a sus visitantes mantener un amplio contacto con la naturaleza debido a la gran variedad de flora y fauna que posee este sector, es decir, Mindo dispone de una gran biodiversidad siendo un lugar ejemplar para el Ecuador ya que se han encontrado “más de dos mil especies de plantas nativas en la zona siendo el hogar principal de mariposas, aves, anfibios, reptiles y mamíferos(Chavez, 2016).

Mindo es un destino con un posicionamiento en etapa de crecimiento a nivel nacional e internacional. Se constituye como uno de los principales destinos a ser visitados por su cercanía a Quito. Un tema fundamental en Mindo es la presencia del Área Importante para la Conservación de las Aves (IBA del inglés Important Bird Areas) el cual es liderado por BirdLife Internacional, en Ecuador este programa se conforma por la estribación occidental del volcán Pichincha y las cuencas altas de los ríos Mindo, Namibillo, Alambí y Nono. (Diario El Universo, 2012)

Se conoce que en Mindo existen:“Aproximadamente 465 especies de aves lo que da origen al aviturismo dentro de este sector, pues se ha identificado sitios estratégicos para facilitar la observación de aves para los turistas nacionales y extranjeros”. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2014)

Durante los meses de septiembre, octubre, diciembre y enero se refleja un mayor número de turistas por motivos de observación de aves en Mindo, añadiendo además que en “el noveno mes del año se reciben una mayor cantidad de visitas que se encuentra representando aproximadamente en un 19% del total”. (Ecuador, Municipio de Mindo, 2016)

Esta zona es privilegiada por poseer un clima único en el mundo que permite la existencia de una gran variedad de especies endémicas. Además brinda todas las facilidades para que se pueda desarrollar proyectos amigables con el medio ambiente, causando el menor impacto ambiental y aportando al desarrollo de la comunidad de Mindo, buscando mejorar la economía de sus familias y la calidad de vida de sus habitantes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es un país privilegiado y muy conocido por poseer una gran diversidad de flora, fauna y paisajes únicos con sus diferentes climas que se pueden disfrutar todos en un mismo día sus cuatro mundos Costa, Sierra, Oriente y Región insular esperan a sus visitantes ya sean nacionales o extranjeros gustosos para ofrecer las maravillas que ofrece cada uno de ellos, gracias a su cercanía uno del otro y facilidades para llegar.

La provincia de Pichincha y en especial su capital Quito cuenta con un sin número de atractivos turísticos naturales en los cuales se puede obtener un mayor contacto con la naturaleza y alejarse del ruido de la ciudad.

Actualmente se conoce que la parroquia de Mindo no cuenta con una oferta de alojamiento que se enfoque específicamente en dar las facilidades para desarrollar las actividades de los avituristas lo que se identifica como una oportunidad para crear nuevos lugares de alojamiento sin embargo, no se dispone de información estadística cuantitativa en los que se evalúe el nivel de aceptación por parte de los turistas que visitan el sector, esto sobre la aceptación de servicios similares, ya que se esto dificultaría en el cálculo de la demanda y oferta de mercado, datos que resultan indispensables para el desarrollo del proyecto actual.

Situación Problemática

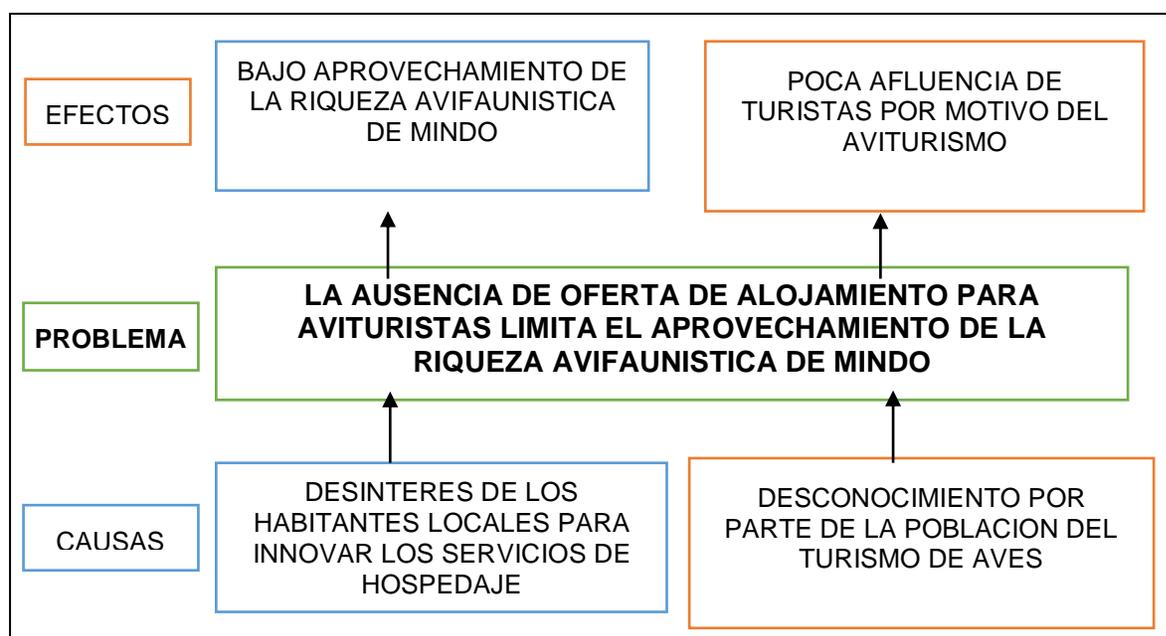
Mediante investigación de campo se ha detectado que los establecimientos hoteleros en Mindo están direccionados a satisfacer las necesidades en general para todo tipo de visitantes que llegan para realizar cualquier actividad turística, por lo tanto al no contar con una oferta de alojamiento específicamente para avituristas se está restando

importancia y dejando de lado a este tipo de turismo causando desconocimiento y baja afluencia de turistas desaprovechando la riqueza natural que posee esta zona.

Problema

¿Cómo incentivar la visita de los turistas aprovechando de manera positiva la riqueza avifaunística de la parroquia de Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos provincia de Pichincha?

Figura 1. Árbol de problemas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Mediante investigación se evidenció que los dueños de los lugares de hospedaje en Mindo no disponen de recursos económicos suficientes para efectuar algún tipo de mejora dentro y fuera de las instalaciones también se ha identificado que los lodges actuales presentan problemas en su infraestructura y los precios son sumamente elevados.

Tabla 1. Delimitación del problema

Campo	Área	Aspecto	Delimitación espacial	Delimitación temporal
Turismo	Turismo Ecológico y de descanso	Conocer la aceptación que tendrá la creación del Bird Lodge e identificar mecanismos de lanzamiento de la empresa.	El presente trabajo de investigación se lo realizo en la ciudad de Quito y también en la parroquia de Mindo Cantón San Miguel De los Bancos Provincia de Pichincha.	La presente investigación se realizó en el periodo 2017- 2018

Fuente: Investigación propia
Elaborado por:Tania Jimena Polo Manteca

Justificación

Al ser Mindouna zona con alto potencial turístico tanto en flora como en fauna destacando la amplia variedad de aves de aproximadamente 500 especies que dispone, el presente proyecto tiene la finalidad de estudiar la factibilidad para la implementación de un Bird Lodge dirigido para turistas que amen y se interesen por la naturaleza y principalmente por el aviturismo.

Para la realización de este proyecto resulta indispensable elaborar un estudio de mercado, técnico y financiero se busca comprobar su factibilidad para su implementación.

Con la implementación del presente proyecto se estará beneficiando principalmente a la comunidad de Mindo mediante la creación de nuevas fuentes de empleo para sus habitantes y difundiendo tanto a nivel nacional e internacional de los atractivos naturales y turísticos.

Objeto de estudio

- Proceso de gestión del plan de negocio para crear un Bird Lodge en Mindo, Cantón San Miguel de Los Bancos, provincia de Pichincha.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Elaborar un plan de negocios para crear un Bird Lodge con la finalidad de satisfacer las necesidades de los turistas y que facilite la observación de aves en Mindo.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el proyecto, a través de fuentes bibliográficas que permitan la estructuración adecuada del plan de negocios.
- Establecer las técnicas e instrumentos metodológicos para la recopilación de datos y establecimiento de resultados.
- Realizar el plan de negocio para la implementación del Bird Lodge con la finalidad de alcanzar un crecimiento en el mercado de un 15%, y mediante la elaboración del estudio financiero conocer la inversión y factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Fundamentación legal

Para el buen funcionamiento del turismo en la parroquia de Mindo, resulta indispensable explicar que la Ley de Turismo y la Ordenanza No. 04 establecida por el Consejo Municipal de San Miguel de los Bancos, se incluyen dentro del marco legal como control y apoyo a las actividades turísticas de esta zona, por ende cada una de ellas se interpretan en los párrafos siguientes:

1.1.1 Principales disposiciones de la Ley de Turismo

De acuerdo a Ley de Turismo (2002) se establece que:

Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso (Art. 20).

Esto significa que las actividades turísticas se encuentran bajo vigilancia y control del Ministerio de Turismo y del Ambiente, incluyendo a aquellas zonas naturales protegidas como Mindo en la provincia de Pichincha, pues mediante dichas entidades del Estado se permite generar leyes, reglamentos, normativas y ordenanzas que incentiven al turismo tanto a nivel nacional, provincial y local.

Con ello, se estaría favoreciendo de forma económica a las personas que generen proyectos de emprendimiento turístico en Mindo, a las empresas que lo conforman así como también a cada uno de sus habitantes, pues de esta manera se estaría buscando el crecimiento y desarrollo social tanto en el sector como en las familias que lo conforman.

1.1.2 Ordenanza No. 04 del cantón San Miguel de los Bancos

El Consejo Municipal de San Miguel de los Bancos busca garantizar: “El acceso al público, a la formación en el arte y cultura en sus distintas manifestaciones, estableciendo relaciones culturales con la educación, la ciencia, la tecnología, el turismo y la recreación” (Ecuador, Consejo Municipal de San Miguel de los Bancos, 2016).

Por ende, se entiende que existe un amplio apoyo para la cultura y el turismo por iniciativa del Consejo Municipal San Miguel de los Bancos, lo cual favorece a todas las parroquias de este cantón incluyendo a la parroquia de Mindo que es uno de los principales pilares turísticos del sector, de la provincia y de todo el Ecuador, favoreciendo así a aquellos emprendimientos que incentivan el turismo natural y cultural dentro de la zona.

1.1.3 Reglamento de actividades y servicios turísticos

Según el Reglamento de actividades Turísticas menciona que: “Art 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios”. (Ecuador, Presidencia Constitucional de la República, 2002)

Es de conocimiento público que el ministerio de turismo es el ente encargado de aprobar y otorgar los respectivos permisos para la apertura de los establecimientos hoteleros o de alojamiento así como también es el encargado de clausurarlos cuando exista algún incumplimiento por parte de los propietarios, esto con la finalidad de que exista orden y seguridad dentro del sector y para quienes utilizan estos servicios y también para garantizar la calidad del servicio y de los productos.

Además de que se menciona en el:

Art. 57.- Servicio de comedor.- La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda.

Se cuidará especialmente que, en la preparación de los platos, se utilicen alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación, así como el que su presentación sea adecuada, según la categoría del establecimiento.(Ecuador, Presidencia Constitucional de la República, 2002)

De igual manera en este aspecto es necesario e indispensable que existan controles periódicos por parte de las autoridades para que los establecimientos que oferten servicios de alojamiento y de alimentación cumplan con todas las normas de seguridad y que los consumidores se sientan totalmente seguros de lo que están adquiriendo o consumiendo.

Según el Reglamento general de actividades turísticas menciona que en el:“Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes”.(Ecuador, Presidencia Constitucional de la República, 2002)

Es decir que en este sentido se busca establecer un estándar de calidad de los establecimientos además de poder otorgar las categorías correspondientes tomando en cuenta las normas establecidas en el reglamento general de actividades turísticas.

Según el Reglamento general de actividades turísticas menciona que en el:

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año. (Ecuador, Presidencia Constitucional de la República, 2002)

A fin de que se cobre un costo justo por los servicios adquiridos por los visitantes y que no se sientan perjudicados en ningún momento por cobro de valores injustificados y también que la organización pueda percibir ganancias al culminar cada año, para su efecto el ministerio de turismo regula este aspecto.

1.1.4 Licencia única anual de funcionamiento (LUAF)

Luaf es un documento de carácter legal que conjuntamente con el registro de turismo que se lo adquiere en el Ministerio de Turismo representan documentos indispensables para el ejercicio y funcionamiento de los establecimientos turísticos sin ellos no sería posible desarrollar la actividad turística en el Ecuador.

1.1.5 Del registro único de turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. (Ecuador, Presidencia de la República, 2004, pág. 13)

Se entiende que el Ministerio de Turismo es el encargado del registro de los nuevos emprendimientos turísticos y que la finalidad de otorgar estos permisos es para llevar un control y conocer cómo va creciendo el sector empresarial turístico del país a fin de que estas empresas también puedan obtener beneficios al operar enmarcados dentro de la ley.

1.1.6 De la licencia única anual de funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos

dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente(Ecuador, Presidencia de la República, 2004, pág. 14)

Se entiende que este registro tiene una validez de un año a partir de la fecha en que se haga el trámite y que es un mínimo valor el que se debe pagar anualmente esto con la finalidad de tener conocimiento de las actividades que está ejerciendo cada organización.

1.2 Fundamentación Teórica

Se define al turismo como todas las actividades que las personas realizan cuando viajan y permanecen en un lugar específico por un corto periodo de tiempo, fuera de su entorno habitual con el fin de realizar actividades turísticas propias de la zona.(Valdes & Ruiz, 1996).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico(Ballasteros & Soliz, 2007)

El turismo es el conjunto de los fenómenos originados por los viajes. Estos se originan en un mercado forman y engrosan las corrientes turísticas y se dirigen a los núcleos receptores. Turismo se lo define como el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de las personas fuera de su lugar de residencia, estableciendo que esta definición se da a los viajes que son por motivos de negocios.

1.2.1 Importancia del turismo

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, etc. (Bigné, Font, & Andreu, 2000)

El turismo es sumamente importante en cualquier parte del mundo porque es una actividad que nunca acaba, las personas desean siempre conocer lugares nuevos y llamativos o poder experimentar nuevas actividades en las que se pueda adquirir nuevos conocimientos, enseñanzas, culturas, tradiciones, gastronomía, entre otros. En el mundo esta actividad en la mayoría de países es una de las fuentes de economía más grande y no solamente por sus ingresos, sino que las personas tienen nuevas expectativas de vida ya que cada cultura y país es un nuevo mundo escondido.

Un ingreso económico muy fuerte e importante para un territorio, es sin duda alguna el que se concibe por medio del turismo, es una fuente de dinero favorable para el desarrollo de un país, ya que es una cantidad que se queda como una ganancia para el empresario, sin embargo, también está la parte del dinero que sale del país, por lo que las cifras se encuentran en una balanza.

1.3 Tipos de turismo

1.3.1 Aviturismo

El aviturismo, en palabras cortas es: salir de paseo -hacer turismo- pero para observar aves. No en zoológicos, ni en criaderos, sino en áreas con vegetación, lagos, parques, bosques, etc. La mayoría de aventuristas son extranjeros, es decir son europeos o norteamericanos. (Silva, 2008)

El aviturismo consiste principalmente en la búsqueda, observación e identificación de las aves, mientras se disfruta de la naturaleza en el hábitat donde se las encuentra. Es totalmente amigable con el ambiente, ya que para mantener las especies de aves más interesantes, se debe conservar ecosistemas enteros, protegiendo así toda la biodiversidad que estos albergan, además de sus servicios ambientales como la producción de agua y oxígeno, control de la erosión, entre otros.

1.3.1.1 Características del aviturismo

Las características principales del aviturismo se constituyen y establecen en la observación de las aves en los lugares donde se puede encontrar variedad de especies, entre las principales características se encuentran:

- La atracción principal son las aves.
- Visitas a lugares alternativos (fuera de las rutas del turismo masivo)
- Los destinos principales son las áreas con hábitat natural en buen estado de conservación donde se encuentren las aves.
- El observador de aves se traslada de un lugar a otro más frecuentemente que un turista normal y pasa más días en promedio en la región o el país.
- Tiene un alto nivel de conocimiento y respeto por el medio ambiente.
- Al aviturista le agrada que los beneficios de su visita se dirijan a la conservación y a la población local.

1.3.2 Ecoturismo

El ecoturismo se constituye como una actividad turística la cual se desarrolla sin tener ninguna alteración en el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología. (Pérez, 2003)

El ecoturismo tiene como propósito la realización de actividades de re creatividad, contemplativas en contacto con la naturaleza y expresiones con la cultura de las comunidades locales. Con el objetivo de mantener el respeto, disfrute y participación de la conservación de los patrimonios naturales y culturales. Estos viajes se realizan en áreas poco perturbadas por el hombre e incluyen prácticas de entendimiento y sensibilización cultural y ambiental.

1.3.3 Turismo de descanso

El turismo de descanso permite al visitante tener momentos de relajación, además de liberar del estrés a los que se encuentran sometidos en la vida cotidiana, el turista disfruta de los paisajes que le ofrece un lugar establecido a través de su belleza natural (Escalona, 2003)

Es aquel turismo que practica la persona que desea ir de vacaciones con el único objeto de cambiar de ambiente y dejar detrás la cotidianidad.

1.3.4 Turismo científico

El turismo científico se encuentra compuesto por individuos que se desplazan hacia otros lugares diferentes de su lugar de vivienda con el único objeto de auto educarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas a alto valor Cultural en forma individual o grupal.

1.3.5 Turismo agrícola o agroturismo

Se establece como una modalidad del turismo que se realizan en espacios rurales, considerándola como la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), por medio del cual las comunidades mejoran sus ingresos a través del turismo facilitando alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales. El turismo rural consiste en la oferta de actividades y destinos propios de las zonas rurales, por la cual se hace posible pernoctar en casas o estancias rurales, realizar actividades al aire libre, propias de la industria agropecuaria.(Secall, Torres Bernier, Fuentes García, & Martín Rojo, 2006)

Basa su significado en la oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos.

1.3.6 Turismo cultural

"Turismo cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico". (Quesada, 2006)

Si entendemos por cultura todo aquello que ha sido transformado por el hombre, se podría considerar turismo cultural no sólo aquél que es atraído por la obra de arte, el museo o los monumentos, sino también al turismo de naturaleza, al paisaje transformado durante siglos por el hombre. Habría así un patrimonio religioso, un patrimonio civil, un patrimonio arqueológico, un patrimonio industrial y un humilde pero no menos interesante y en vías de desaparición, totalmente despreciado patrimonio agrícola.

1.3.7 Turismo de aventura

Se entiende al turismo de aventura como los viajes que se desarrollan con el fin de realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.(Cebrián, 2008)

Actividades auto emprendidas la cual conlleva a la interacción con el medio ambiente en la naturaleza, que contengan elementos de peligro aparentes o reales, en las que el resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el participante y la circunstancia.

1.4 Planta turística

Se denomina como planta turística al: “Conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin” (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y Tecnologías Turísticas, 2014, pág. 33).

Bajo esta conceptualización se denomina como planta turística al grupo de personas y establecimientos que al coordinarse entre sí facilita la disponibilidad de ofrecer un servicio turístico. Bajo esta perspectiva, la planta turística no solamente hace énfasis a su infraestructura sino que además se incluyen los suministros, materiales, trabajadores que intervienen para atender a los turistas tanto nacionales como extranjeros.

1.4.1 Plan de negocio

Según Balanko afirma que el plan de negocio es un: “Instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas” (Balanko, 2010, pág. 8).

El autor Balanko, define la metodología como etapas en las que intervienen en la estructura de un plan de negocio se encuentran el estudio técnico, el estudio administrativo – organizacional y el estudio financiero, que son puntos clave para conocer el éxito o fracaso en su implementación.

En este sentido, un plan de negocio se denomina como un documento escrito mediante el cual se pretende determinar la viabilidad económica de una empresa, negocio, organización, estableciendo sus perspectivas de crecimiento en el corto, mediano y largo plazo.

Entre las etapas que intervienen en la estructura de un plan de negocio se encuentran el estudio técnico, el estudio administrativo – organizacional y el estudio financiero:

1.4.1.1 Constitución de un negocio

Un factor clave para la constitución de una empresa es partir desde la iniciativa de implementar un nuevo servicio o producto a un mercado objetivo, en el primer paso, cuando se ha decidido emprender un proyecto, deben atender a su planificación global y a largo plazo, la actividad que se desarrollará, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio, el estudio de mercado, entre otros. Todos estos aspectos deberán estar recogidos en un documento de trabajo denominado plan de empresa, Este esquema se va completando a medida que la idea se concreta. En general, recoge los siguientes aspectos, aunque no sigue un modelo determinado sino las necesidades de acuerdo al mercado competitivo.

1.4.2 Plan de empresa

Tabla 2. Plan de empresa

Descripción del proyecto	Hacer referencia a la experiencia y objetivos de los promotores.
Determinación del bien o servicio que se suministrará	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción. • Necesidades que cubre. • Diferencias con productos de la competencia. • Existencia de algún derecho sobre el bien o servicio que se comercializará.
Planificar de los aspectos comerciales que permitan dar a conocer el servicio o producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de mercado. • Estudio de mercado. • Plan de marketing. • Redes de distribución. • Plan de compras.
Estudio económico-financiero determinar la factibilidad para su ejecución.	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos necesarios. • Fuentes de financiación.(aportación de los socios o crédito bancario). • Presupuesto. • Estructura financiera del proyecto. • Análisis de rentabilidad. • Análisis indicadores financieros (VAN Y LA TIR)

Fuente: (Sapag Chain, 2011, pág. 8).

1.4.3 Estudio técnico

Se denomina como estudio técnico a: “La determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta y la ingeniería del proyecto” (Sapag Chain, 2011, pág. 8).

Estas etapas con las que se estructura el estudio técnico se involucra cuantificar la capacidad de producción de las instalaciones de la planta en la empresa, el lugar donde se encontrará el negocio y los procesos, materiales y recursos humanos necesarios que intervienen en la elaboración del producto, dentro del estudio técnico es importante tomar en cuenta la importancia de la localización y el tamaño de la nueva empresa.

1.4.4 Localización de la empresa u organización

El objetivo de toda empresa es ubicarse en un lugar donde pueda utilizar al máximo las ventajas económicas, geográficas y técnicas de una zona determinada. Miranda plantea que dicho estudio analiza las características o variables que determinan un lugar en busca de lograr una mayor utilidad, minimizando los costos. Este estudio conlleva un proceso que se divide en macrolocalización y microlocalización. La primera responde a la etapa inicial en la cual se escoge en el medio nacional o regional una región determinada acorde al servicio o producto a implementarse. (Miranda, 2005, pág. 122)

Posteriormente, se elige la zona, urbana o rural, y dentro de esta localidad se determina el sitio preciso en el cual se realizará el proyecto (microlocalización). Cada decisión viene apoyada por estudios de factibilidad, pues todo proyecto repercutirá en el sitio escogido a nivel ambiental y socioeconómico a largo plazo, para lo cual se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones.

- Vías de comunicación
- Servicios de transporte
- Servicios públicos
- Adquisición de materia prima
- Demanda de consumo del producto o servicio
- Disponibilidad de recurso humano

1.4.5 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción que tendrá de acuerdo al número de trabajadores y a la disposición de maquinaria y equipos para su proceso de producción, de esta manera se debe analizar la capacidad instalada y utilizada, mismos que se detallan en los siguientes ítems.

- **Capacidad Instalada.-** Dentro de la capacidad instalada su cálculo se debe realizar de acuerdo a la producción diario que va de la mano con el personal que

cuenta la nueva empresa y la maquinaria que utiliza para procesar su producto o sistemas para brindar un servicio eficiente.

- **Capacidad Utilizada.**- La capacidad utilizada permitirá que una empresa pueda producir de acorde a la necesidad de los clientes, es decir al ser un producto nuevo en el mercado es poco probable que desde el primer año de funcionamiento produzca el 100% de su capacidad instalada, de esta manera se deberá cubrir de acuerdo a la demanda del mercado objetivo.

1.5 Maquinaria y equipos de trabajo

Mediante el estudio técnico se deberá definir la maquinaria y equipos con los que deberá contar la empresa para producir o brindar un servicio, y de esta manera cuantificar el valor de inversión para poner en marcha el proyecto, la importancia en este punto radica definir varias empresas proveedoras para validar el mejor presupuesto para su adquisición.

1.5.1 Estudio administrativo - organizacional

El estudio administrativo – organizacional se fundamenta:“En las etapas que se intervienen para la constitución o legalización de la empresa y del producto o servicio que se pretende comercializar, así como también a su forma de organización” (Morales & Castro, 2010, pág. 108).

Para la creación de un plan de negocios, es primordial realizar un estudio organizacional y administrativo que se encargue de la planificación e implementación de una estructura organizacional, bajo este punto de vista, mediante el estudio administrativo y organizacional se identifican los trámites legales que intervienen para la legalización de la entidad y la denominación de los respectivos puestos de trabajo que se enmarcan en base a su nivel de jerarquía.

Generalmente se realiza un organigrama del negocio para determinar las jerarquías organizacionales y su correspondiente responsabilidad, a la vez que se analizan los términos legales respecto al tipo de sociedad que se implementará y las normativas que debe cumplir el negocio. Como objetivos esenciales, el estudio atiende a: la definición de la estructura legal de la empresa con los permisos y registros legales necesarios para ponerla en marcha, la determinación y elaboración del organigrama, la definición del perfil de los puestos de trabajo, la definición de la misión y visión de la empresa, el establecimiento de políticas internas, así como la definición de sueldos, salarios y carga social de la propuesta.

Dentro del estudio administrativo y organizacional es primordial definir la misión y visión de la nueva empresa para dar a conocer a los clientes internos y externos, por ende es importante conocer su actividad para su creación.

1.6 Visión

“La visión de una organización es una imagen de lo que los miembros de la empresa quieren que esta sea, o llegue a ser en un largo plazo” (Matilla, 2010).

Una visión bien definida permitirá que la empresa llegue a cumplir con sus objetivos y metas propuestas para su desarrollo a un largo plazo.

1.7 Misión

La misión de una organización es razón de ser, la descripción del servicio o producto que ofrece en el mercado, el factor humano con el que cuenta. La misión debe ser redactada de forma clara para que se pueda entender su actividad.

1.8 Estudio financiero

Se conoce como estudio financiero a aquel que: “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Sapag Chain, 2011, pág. 9).

Al analizar la definición anterior, el estudio financiero se enmarca desde los valores que se requieren para la inversión del proyecto tanto en la adquisición de activos fijos, pagos de los rubros diferidos y valores que se devengan por Capital de Trabajo. También se incluyen indicadores de evaluación económica para determinar la factibilidad del proyecto.

Para determinar la viabilidad económica de un plan de negocios, resulta fundamental efectuar los cálculos del VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno) como principales indicadores de evaluación financiera:

VAN (Valor Actual Neto).

Es: “El valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto de inversión menos su flujo de salida inicial” (Van Horne & Wachowicz, 2010, pág. 327).

El VAN al ser un indicador de evaluación financiera efectúa un comparativo entre los flujos de caja actualizado del proyecto restando de su inversión inicial, de tal manera que al obtener un resultado positivo se estaría favoreciendo la factibilidad de la inversión, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula.

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1 + i)^n}$$

1.8.1 Cualidades del Valor Actual Neto (VAN)

- Su resultado se interpreta en términos monetarios.
- Supone una inversión total de todas las ganancias anuales, lo cual no sucede en la mayoría de las empresas.
- Los criterios de evaluación fundamentales son: $VAN \geq 0$ se recomienda aceptar el proyecto, pero si de lo contrario $VAN < 0$ entonces hay que rechazarlo.

Al efectuar el análisis de estos indicadores permitirán validar si el proyecto es factible para su inversión ya que se estimada una recuperación de la misma, de esta manera se concluye que la implementación del proyecto es factible para su puesta en marcha, y poder brindar un producto y servicio a la demanda potencial que existe en el mercado objetivo.

TIR (Tasa Interna de Retorno).

Es la: “Tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos futuros de un proyecto de inversión con el flujo de salida inicial del proyecto” (Van Horne & Wachowicz, 2010, pág. 326).

Para comprobar la factibilidad del proyecto mediante este indicador, es necesario que la tasa de descuento sea inferior a la TIR, de esta manera sería posible obtener un VAN positivo y por lo tanto sustentar su factibilidad, para obtener esta tasa se utiliza la siguiente fórmula.

$$\text{TIR} = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0$$

PRI: El período de recuperación de la inversión (PRI) es una medida que relaciona los ingresos netos anuales de un proyecto con la inversión que exige el mismo. Como resultado, se obtiene el tiempo en que tardará en recuperarse la inversión inicial (TRI) del proyecto, en años , los resultados mostrarán como mejores inversiones aquellas que tenga.

1.8.2 Mix de marketing

En la mezcla de marketing se identifican: “Tácticas y programas que apoyan las estrategias de producto, precio, distribución y comunicaciones de marketing” (Kotler & Keller, 2013, pág. 664),

Por lo tanto, el mix del marketing permite identificar las diversas estrategias planteadas para el producto, precio, plaza y promoción.

De tal manera que a través de la mezcla de mercado se pretende alcanzar una mayor participación y posicionamiento del producto tanto en el corto, mediano y largo plazo, con ello se estaría llegando a un mayor número de consumidores aprovechando los beneficios que ofrece el producto o servicio que se ofrece por iniciativa de la empresa u organización.

1.8.3 Producto

Según Rodríguez afirma que:“El producto es el medio del que dispone la empresa, o cualquier organización humana, para satisfacer las necesidades de los consumidores”(Rodríguez, 2010, pág. 210).

De acuerdo a la necesidad del mercado objetivo se pretende realizar un plan de negocios para la creación de un Bird Lodge un servicio innovador por el lugar que es atractivo para la visita de turistas nacionales y extranjeros, de esta manera generar estrategias para promocionar el producto.

1.8.4 Precio

El precio es considerado uno de los cuatro factores controlables que integran la estrategia de mercadeo de una empresa su importancia debe ser analizada en función del mercado objetivo acorde a las circunstancias económicas actuales del mercado y los objetivos que pretenda alcanzar la organización. (Vega, 2000, pág. 117).

Definir el precio es importante para la empresa a crearse, para su desarrollo los aspectos para especificar el precio se lo puede realizar acorde a los de la competencia para poder posicionarse en menor tiempo, sin embargo para que la empresa genera una rentabilidad alta es necesario definir de acuerdo a los costos de producción más un margen de utilidad, favoreciendo al alcance de los futuros clientes potenciales.

1.8.5 Plaza

La plaza es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean (Thompson, 2010).

Las estrategias de plaza permitirán evitar costos altos para la organización, de esta manera es primordial definir qué servicios adicionales se pueden implementar para facilitar al turista para la llegada al lugar que desea visitar y de esta manera generar mayores ingresos.

1.8.6 Promoción y publicidad

“La promoción es un conjunto de actividades de corta duración dirigidas a los consumidores, intermediarios, prescriptores o vendedores que mediante incentivos económicos o la realización de actividades específicas, tratan de aumentar las ventas”(Bort, 2004, pág. 93).

Para realizar la publicidad del servicio es necesario definir medios de comunicación que permitirán llegar al mercado objetivo para dar a conocer el producto y servicio que se brindará, la promoción es parte primordial para atraer a los potenciales clientes ofreciendo descuentos especiales para el uso del servicio.

1.8.7 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado consiste: “En dividir el mercado en partes bien homogéneas según sus gustos y necesidades”.(Kotler & Keller, 2013, pág. 214).

Segmentación de mercado

“Dividir un mercado en grupos definidos con necesidades, características o comportamientos distintos, los cuales podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos”.(Stanton, Etzel, & Walker, 2010, pág. 148).

Bajo esta perspectiva, resulta fundamental el realizar una segmentación de mercado para agrupar a diversos tipos de clientes que cumplan con gustos, necesidades y características similares, esto facilita ofrecer diferentes productos o servicios específicos para un conjunto determinado de consumidores, esto en realidad facilita satisfacer sus necesidades.

1.8.8 Investigación de mercados

(Trespacios, Vazquez, & Bello, 2005)

La investigación de mercados implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovechar oportunidades en el campo del marketing.(pág. 31)

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Método analítico

Este tipo de método se enfoca hacia el: “Proceso cognoscitivo consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas de forma individual”. (Bernal, 2010, pág. 60).

El método analítico se enfoca desde el objetivo general en la elaboración de un plan de negocios para crear un Bird Lodge, por lo que posteriormente se sustenta teóricamente los conocimientos más sobresalientes que involucran el diseño del proyecto y con ello, la utilización de las diferentes fuentes de recolección de datos que sustenten la investigación.

2.2 Método inductivo

Este tipo de método consiste en:

Utilizar el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales. (Bernal, 2010, pág. 61).

Bajo este enfoque, en el método inductivo se estaría partiendo de hechos particulares para que posteriormente sea posible obtener conclusiones generales, a través de este método se estaría aplicando el segundo objetivo de la investigación actual mediante cada una de las interrogantes que se formulan en la encuesta que actúan como instrumentos metodológicos para la recopilación de datos por lo que tomando como base hechos individuales sus resultados obtenidos se podría determinar conclusiones válidas de forma general.

2.3 Método deductivo

El método deductivo lo empleamos corrientemente en la vida ordinaria como en la investigación científica, es el camino lógico para buscar la solución a los problemas planteamos, consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas.(Cegarra, 2012, pág. 82).

El método deductivo se identifica con el tercer objetivo específico, al desarrollar la propuesta del plan de negocio partiendo de las conclusiones generales que han otorgado las fuentes de información para que con ello se estructure adecuadamente la propuesta del proyecto, es decir, que desde esta perspectiva la investigación se estaría enfocando de lo general a lo particular que es la principal característica del método deductivo.

2.4 Enfoque de investigación

Para el desarrollo del presente proyecto de plan de negocio se enfoca hacia una investigación cuantitativa como una “Forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidas de distintas fuentes estadísticas o matemáticas para obtener resultados que aporten al estudio” (Morán & Alvarado, 2011, pág. 9).

Por ende, la presente investigación mantiene una perspectiva cuantitativa pues se evalúan el comportamiento de los turistas tanto nacionales como extranjeros a través de datos estadísticos como porcentajes en tablas y gráficos previamente elaborados. Con esta información se otorga una mayor importancia al cuantificar los datos proporcionados por la encuesta cuyos resultados obtenidos se aplicarán para la totalidad del universo poblacional.

Y como alcance se ha determinada una investigación exploratoria ya que permite examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, y como diseño de investigación se ha establecido no experimental y bibliográfico.

2.5 Plan de negocio según enfoque de autores

Se denomina como un plan de negocio a la “Búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (Baca Urbina, 2011, pág. 2).

Por ende, el autor Baca Urbina enfoca al plan de negocio como la alternativa para solucionar un problema ante la existencia de un tipo de necesidad. Es por ello, que para la elaboración del Plan de Negocio se consideran tanto el Diagnóstico Situacional, el Estudio de Mercado, el Estudio técnico – administrativo y finalmente el estudio financiero, agregando también que el autor no le resta importancia al impacto ambiental al final de la investigación.

Un plan de negocios es “Un documento en el que se escribe y explica un negocio en el que se va a realizar, sus objetivos, estrategias, la inversión y la rentabilidad esperada” (Còrdova, 2012).

De acuerdo al enfoque del autor, dentro de un plan de negocios se detallan la problemática existente para que en base a ello se planteen los objetivos y las estrategias que deberán solucionarse considerando una investigación de mercado, para que posteriormente se estimen los valores de inversión y de acuerdo a los ingresos, costos y gastos se estimen la rentabilidad del negocio a implementarse.

Al plan de negocios se denomina como un:

Documento escrito en el cual se detallan los objetivos de la empresa, las estrategias para conseguirlos, su estructura organizacional, el monto de inversión para financiarlo y soluciones que se puedan prever en el futuro en base a un análisis interno y externo.(Pinzòn, 2013, pág. 10)

Por lo tanto, al referirse a un plan de negocios, la autora hace mención a los objetivos que pretende alcanzar la empresa partiendo de acuerdo a los diferentes niveles de jerarquía en relación a las actividades que deberán ejecutarse para los puestos de trabajo previamente definidos. El análisis interno y externo también forma parte del plan de negocios, pues en base a ello se estaría definiendo las estrategias que se planeen implementarse dentro de un corto, mediano y largo plazo.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN BIRD LODGE EN MINDO

3.1 Introducción

Luego de realizar el análisis estructural de un plan de negocios en base a tres autores, se ha considerado utilizar la metodología en base a la perspectiva del autor Baca Urbina: (2011).

Evalúa el estudio de mercado como una parte importante al realizar un proyecto de negocios, sin olvidar su estructura técnica y administrativa donde se establece su nivel organizacional y de producción para el futuro negocio que se requiere implementar. Finalmente, el autor propone la aplicación de los indicadores de evaluación financiera y luego a ello su impacto al constituirse la futura organización (pág. 22)

3.2 Título de la propuesta

Plan de Negocios para la Creación de un Bird Lodge en Mindo, Cantón San Miguel de Los Bancos Provincia de Pichincha.

3.3 Presentación de la propuesta

La propuesta para la creación de un Bird Lodge se enfoca principalmente en brindar servicios de alojamiento, aviturismo y alimentación en un lugar novedoso, cómodo y confortable para el descanso en el cual se facilite las actividades de los observadores de aves manteniendo un amplio contacto con la flora y la fauna de Mindo.

3.4 Descripción de la empresa

Con la creación de la nueva empresa se espera ser reconocida tanto a nivel local, nacional e internacional por ofrecer servicios de alta calidad direccionada para

avituristas que visitan Mindo o para personas que admiren la naturaleza, para lo cual la futura empresa ofrecerá servicios de alojamiento, paquetes turísticos alimentación y servicio de guianza dirigido para turistas que gustan de la naturaleza y de la observación de aves, el valor agregado de la organización se detalla en los párrafos siguientes.

Instalaciones adecuadas y acorde a las necesidades de los avituristas, contara con un Mirador adaptado y equipado que posibilite visualizar desde la comodidad del lugar las diferentes especies de flora, fauna y en especial de las más de 500 especies de aves endémicas que existen en esta zona del país, siendo la principal ventaja competitiva el Mirador y por encontrarse estratégicamente bien ubicado en uno de los puntos calientes en donde se puede observar mayor número de especies diferenciándose de los demás establecimientos de alojamiento que ya se encuentran funcionando en Mindo.

La futura organización se manejará mediante grupos de turistas menores a doce personas a fin de catalogarlo como servicio exclusivo y personalizado caracterizándose por su flexibilidad al momento de la toma de decisiones, los visitantes tendrán la posibilidad de planificar las actividades.

Se tendrá a disposición de los turistas opciones de paquetes turísticos y rutas para la observación de aves dentro del sector.

Al ser un servicio personalizado se cuidará hasta el más mínimo detalle a fin de que se pueda satisfacer las expectativas y las necesidades de cada uno de los turistas.

En cuanto a las instalaciones el Lodge estará conformado por 9 habitaciones en total 6 habitaciones simples o sencillas y 3 habitaciones dobles con una capacidad máxima instalada de 12 personas, se contará con una biblioteca y un área de lectura que pretende brindar una mayor comodidad y conocimiento de sus visitantes.

Los materiales a utilizar para la construcción del Bird Lodge será principalmente de madera ya que es un recurso renovable y ecológico y contara con una decoración acorde al entorno natural con una temática de las aves más representativas de Mindo, todo esto en un ambiente rústico pero a la vez elegante, acogedor y con grandes ventanales que permitirán apreciar con amplitud la belleza del bosque pero no alejado del confort y la comodidad y sobre todo respetando el medio ambiente con la actividad responsable y sostenible.

3.5 Objetivo

3.5.1 Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para crear un Bird Lodge en Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos, Provincia de Pichincha

3.5.2 Objetivos específicos

- Identificar la situación actual de la parroquia de Mindo mediante los factores del entorno que influyen en la gestión hotelera
- Elaborar el estudio de mercado identificando la demanda potencial de turistas que requieren del servicio.
- Implementar las estrategias de marketing para promocionar el Hotel Bird Lodge en la parroquia de Mindo
- Determinar la factibilidad del proyecto al aplicar indicadores de evaluación financiera

3.6 Generalidades

3.6.1 Información de la provincia

Oficialmente llamada Provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la

región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Quito es capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, además es la ciudad más poblada de su región.(Ecuador, Gobierno de Pichincha, 2015)

Su nombre se debe al volcán activo Pichincha ubicado al centro norte de Quito.

Provincia: Pichincha

Altitud: 2.816 m.s.n.m

Fecha de creación: 25 de junio de 1824

Capital: Quito, fundada el 6 de diciembre de 1534

Límites:

NORTE: Imbabura y Esmeraldas;

SUR: Cotopaxi

ESTE: Sucumbíos y Napo;

OESTE: Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.6.2 Administración

“La provincia es administrada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha desde su capital. Es la segunda más poblada del Ecuador, tras la provincia del Guayas”. (Ecuador, Gobierno de Pichincha, 2015)

3.6.3 Población y extensión territorial de Pichincha

Según el Censo de Población y Vivienda afirma que la población de Pichincha es de: “2’576.28, con una extensión territorial de 9.612 Km²”.(Ecuador, Gobierno de Pichincha, 2015)

3.6.4 Clima

Es variable de acuerdo con la altura, así por ejemplo, existen zonas como el tropical húmedo y tropical monzón al occidente de la provincia; mientras que los climas

mesotérmico húmedo, semihúmedo, mesotérmico seco, de páramo y gélido se encuentran en el centro y en el sector oriental, con una temperatura que oscila entre 8°C y 24°C.

Lugares Turísticos: La ciudad, fue declarada por la UNESCO como "Patrimonio Cultural de la Humanidad", cuenta con una serie de tesoros coloniales, puestos de manifiesto principalmente en sus iglesias, conventos y museos entre los que se destacan: San Francisco, La Compañía de Jesús, La Merced, San Agustín y Santo Domingo.

Una gran variedad de atracciones como: la Ciudad Mitad del Mundo, el Santuario de El Quinche, Las Tolas de Cochasquí y la Caldera del Pululahua, se localizan en lugares cercanos a la capital ecuatoriana. Mientras que en los nevados y volcanes que circundan Quito, se practica el andinismo.

Existen fuentes termales y minerales en: Machachi, San Antonio, Alangasí, Cunuyacu, entre otras.

Importantes manifestaciones culturales se dan principalmente en Cayambe, Tabacundo, Sangolquí y el Quinche.(Ecuador, Gobierno de Pichincha, 2015)

3.7 Cantones y sus cabeceras

La provincia de pichincha está conformada por ocho cantones los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 3.Cantones y sus cabeceras

Cantón	Cabecera
Cayambe	Cayambe
Mejía	Machachi
Pedro Moncayo	Tabacundo
Pedro Vicente Maldonado	Pedro Vicente Maldonado
Puerto Quito	Puerto Quito
Distrito Metropolitano de Quito	Quito
Rumiñahui	Sangolquí
San Miguel de Los Bancos	San Miguel De Los Bancos

Fuente: (Ecuador, Gobierno de Pichincha, 2015)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

De estos ocho cantones Mindo es una parroquia rural del cantón San Miguel de los Bancos muy conocida por ser una zona turística de gran potencial por su riqueza natural.

3.8 Características generales de la parroquia de Mindo

3.8.1 Datos históricos

Según indica el Gobierno autónomo descentralizado de Mindo (2015) esta parroquia se conformó como tal el 20 de mayo de 1861, en el período en el que gobernaba Gabriel García Moreno, se considera como una de las parroquias más antiguas de aquellas que se ubican al Noroccidente de Pichincha. Este es uno de los hitos fundamentales en que la parroquia queda reconocida legalmente.

Posteriormente se le reconoció como la Primera Zona de importancia para la conservación de las Aves (IBA) a nivel de todo el continente, por toda la riqueza natural que posee, entre la que se encuentra una variedad considerable de flora, fauna y botánica. Es así que se constituye como una reserva importante a nivel mundial, tal es así que anualmente se realiza un Censo Mundial de Aves, en el que la parroquia no ha podido ser superada desde el 2000 hasta el año 2008 e incluso se ha ganado el título de “La Capital Mundial de las Aves”.

Mindo no solamente posee una vasta extensión de recursos naturales, sino además una historia trascendente en cuanto a su interculturalidad y legado ancestral, dado que se afirma que este lugar fue el hogar de un grupo de personas conocidos como los Yumbo-Nigua. Grupos como Los Yumbos según indica (Salomon, 1997) fueron negociantes y vivían de las actividades agrícolas, fueron importantes porque a través de ellos se conectaban los pueblos de la Costa y la Sierra, cuando ocurrieron fenómenos naturales como erupciones e inundaciones que pusieron en riesgo su vida, debieron emigrar a otros lugares.

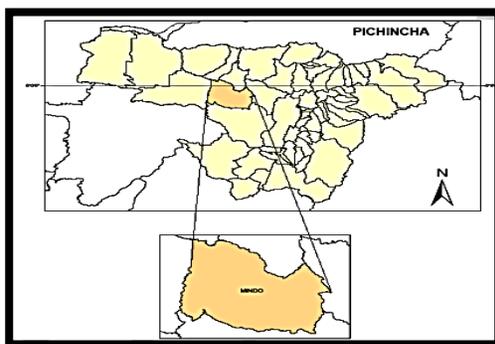
Por el año 1.800 se constituyó un centro poblado con personas provenientes de Esmeraldas, Carchi y Colombia, ellas laboraban en las casas de hacienda del lugar; posteriormente se instalaría en el sitio, una Colonia de Austríacos aunque no por mucho tiempo “y en la década de los 90 fue notoria la migración de personas de varias Provincias del país, principalmente de Loja”. (Ecuador,Gobierno autónomo descentralizado de Mindo, 2012)

Históricamente los habitantes de Mindo han realizado actividades como la cosecha aunque posteriormente se dedicaron a la explotación de las maderas dada la diversidad en este sector, y empezó una tala indiscriminada de los bosques a lo que sigue la crianza de ganado y la comercialización de sus derivados.

El ecosistema se vio afectado, es así que en la década de los 80 un grupo de personas propone luchar en contra de la deforestación y promueve el cuidado de los recursos naturales del lugar, propuesta ante la que los habitantes reaccionan positivamente y se empieza a emprender la conservación de los recursos y el turismo sostenible. Fue un proceso largo pero fructífero en donde los habitantes de Mindo optaron por proteger la biodiversidad existente, desde ese entonces la parroquia ha adquirido un renombre en cuanto a la preservación de los recursos y a su defensa.

3.8.2 Ubicación geográfica

Figura 2. Ubicación geográfica



Fuente: (Ecuador,Gobierno autónomo descentralizado de Mindo, 2012, pág. 31)

Mindo es una parroquia que se encuentra en un lugar privilegiado puesto que forma parte de un valle subtropical ubicado al noroccidente de la Provincia de Pichincha en el cantón San Miguel de los Bancos a unos 70 kilómetros de la ciudad capital del Ecuador, Quito. Sobre esta parroquia además puede decirse que se encuentra en la zona protegida de Mindo Nambillo, una de las más importantes reservas del Ecuador.

La principal vía de acceso es la carretera de primer orden Quito – Calacali – La Independencia. Se puede llegar en un tiempo aproximado de 2 horas y media en transporte público o en dos horas en vehículo privado si se sigue la línea recta de la capital, tomando la ruta desde el centro de Quito, atravesando la Mitad del Mundo, Calacali, Nanegalito, hasta llegar al centro del pueblo de Mindo.

Sus límites son:

Norte: Parroquias Guala y Nanegalito

Sur: Parroquia Lloa; de las nacientes del río Mindo, la línea latitudinal hacia el oeste, hasta alcanzar los orígenes de la quebrada Nambillo chico.

Este: Parroquia Nono; desde los orígenes del río Tandayapa, la línea imaginaria a las nacientes de la quebrada Herrerías.

Oeste: Parroquia SMB; siguiendo el curso del río Saloya, aguas abajo que luego toma el nombre de río Blanco desde la desembocadura del río Cinto hasta la confluencia del río Mindo.

Esta parroquia que tiene una superficie de 50 Km² cuenta además con un entorno diverso y privilegiado que deviene de un clima cálido- húmedo, agradable para los visitantes y óptimo para el desarrollo de una gran variedad de especies de flora y de fauna. Las temperaturas bordean “entre 18 y 22°C en las partes bajas, mientras que en las altas, la temperatura va desde los 6 a 10°C”. (Ecuador, Gobierno autónomo descentralizado de Mindo, 2012, pág. 31).

3.8.3 Población de Mindo

Según los datos del Censo Poblacional 2010 en Mindo cuenta con una población de 3482 habitantes, su densidad poblacional es de 14.2 habitantes por kilómetro cuadrado; la mayoría de los habitantes de Mindo son de género masculino con un total de 1.991 habitantes; mientras que el género femenino tiene un total de 1.851 habitantes. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2014, pág. 27)

Tabla 4. Población de Mindo

PARROQUIA	PEA
Mindo	1.520,00

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2013)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.8.4 Actividades económicas

La principal actividad económica de la parroquia de Mindo se enfoca principalmente en el turismo de naturaleza, es decir, que el producto que oferta Mindo son los deportes de aventura y el ecoturismo.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Mindo, la Población Económicamente Activa por rama de actividad se distribuye de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 5. Rama de actividades

RAMA DE ACTIVIDADES	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	419	27,48
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	264	17,31
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	201	13,18
Comercio al por mayor y menor	113	7,41
Construcción	103	6,75
No declarado	90	5,9
Industrias manufactureras	75	4,92
Enseñanza	55	3,61
Transporte y almacenamiento	44	2,89
Actividades de los hogares como empleadores	12	0,79
Actividades de la atención de la salud humana	10	0,66
Artes, entretenimiento y recreación	8	0,52
Información y comunicación	6	0,39
Actividades inmobiliarias	4	0,26
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	2	0,13
Explotación de minas y canteras	1	0,07
Actividades financieras y de seguros	1	0,07
Total	1408	92,34

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2013)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

La población económicamente activa de la parroquia Mindo según el PDOT cantonal se encuentra ocupado predominantemente en actividades de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 27,48%, Actividades de alojamiento y servicio de comidas con 17,31% y actividades de servicios administrativos y de apoyo con un 7,09%.(Ecuador, Ministerio de Turismo, 2014)

3.8.5 Recursos naturales

La parroquia de Mindo cuenta con un sin número atractivos naturales que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 6. Recursos naturales

NOVRE	DIRECCION	OBSERVACIONES
Santuario de Cascadas y Tarabita de Montaña	A 6 km. del pueblo via a las cascadas esta la Tarabita de Montaña de 530 mts. De largo, circuito de senderos, 7 cascadas diferentes para visitar y en algunas se puede nadar, este recorrido dura aproximadamente 3 horas y es un buen lugar para hiking.	No se realiza mantenimiento de infraestructura, deficiente servicios en baños, letrinas, vestidores.
Cascada del Nambillo	Esta a 7 km. del pueblo via a las cascadas, inician este tour mediante un sendero para caminar aproximadamente 20 minutos y arribar a la cascada, cuenta con un tobogán con caída al río, buen lugar para nadar y disfrutar con la familia.	Riesgo en el Canopy, no se proporciona seguridad a los turistas, accidentes y muertes en saltos a la Cascada
Centro Ecologico La Isla	Canyoning o descenso en cascadas con guías especializados, senderos para caminar, área de camping	Tienen control de calidad de quipos, permanente capacitación a guías.
Finca el Corazon	Esta a 3 km. En la Via Cunuco, Sendero para caminar en dirección a la cascada el Corazón, Canyoning en la cascada de 40 mts. De altura, se puede nadar y es un buen lugar para estar en contacto con la naturaleza.	Control de seguridad no se ha registrado accidentes.
Canyoning Cascada en el sector de Cunuco	Sendero para caminar aproximadamente 30 minutos en dirección a la Cascada de 25 metros de altura.	Control de seguridad no se ha registrado accidentes
Cascada Salto de la Lisa	Sector el Cinto a 40 minutos en carro desde el pueblo, Sendero para caminar a la cascada en la confluencia del río Saloya, Mindo y Cinto	No es muy visitada por la distancia, no se organizan tour permanentes solo con reservaciones
Reserva Rio Bravo	Esta situado a 9 Km. Del pueblo via a las cascadas, alberga 3 cascadas la Roca con 80mts. De altura, La esperanza 40 mts. Y la Niña 7 mts. Rodeada de bosque primario y paisajes de singular belleza, buen lugar para avistamiento de aves.	
Centro de Educacion Ambiental	Via Mindo Garden a 4 km. Del pueblo, Senderos para caminar, observación de aves, seminarios y cursos, Educación e Interpretación Ambiental, Programas de intercambio, área de camping, sitio especial para Bird watching.	Baja afluencia de turistas nacionales, solo visitan el lugar turistas extranjeros interesados en apreciar la naturaleza o grupos de estudiantes de escuelas, colegios, universidades.
Mindo Lindo	En la Via a Los Bancos 1/2 kilometro mas del ingreso de la Y de Mindo, Senderos para caminar, observación de colibríes en bebederos, sitio especial para birdwatching.	Este sitio es visitado mayoritariamente por grupos de extranjeros interesados en observación de colibríes y aves, esta fundación realiza charlas educativas a grupos de estudiantes. Sobre manejo de residuos, recursos naturales
Tour del Gallo de Peña	Sendero para caminar en dirección al Gallo de la Peña, observación de aves.	Sitio exclusivo para observación del Gallo de la Peña.
Sector Primero de Mayo		
Leck del Gallo de Peña	Sendero para caminar en dirección al Leck	Sitio exclusivo para observación del gallo de la Peña
Sector el Cinto		
Leck del Gallo de Peña sector Nambillo	Sendero para caminar en dirección al Leck	Sitio exclusivo para observación del gallo de peña.
Observacion de aves finca sector Rio Cinto	Senderos para caminar, observación de varias especies de aves, área para camping	Observación de aves, organización de tours solo con reservación, área especial para Bird Watching
Mariposas Mindo	A 3 km, del pueblo vía a Mindo Garden se encuentra el Jardín de mariposas y observación de colibríes en bebederos.	Invernadero con una amplia exhibición de mariposas, servicio de alojamiento en cabañas, alimentación.

Fuente: (Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 7. Gastronomía de Mindo

Comida Típica	Lácteos/ Queso	Frutas
Fritada		Pitajaya
Caldo de gallina criolla	Fresco	Naranjilla
Lomo a la piedra	Andino	Entre otros.
Trucha	Ahumado	
Pescado cocido en maito (hojas de bijao)	Mozarela	
Tilapia Frita, ahumada o en salsa de frutas	Con especias, etc.	
Ceviche de palmito		

Fuente (Paisturístico, 2018)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.8.6 Infraestructura

Conjunto de bienes y servicios que están a disposición de las personas o en este caso de los turistas de un determinado lugar que permiten que se pueda llevar a cabo el desarrollo de la actividad turística con el objetivo de poder satisfacer una necesidad o un deseo en un momento determinado.

Tabla 8. Infraestructura

Agua potable	El agua para el consumo humano proviene principalmente de la red pública con 58,07%, de ríos, vertientes, acequias, canal 37,8%; de pozo 3,13%; otros (agua lluvia albarrada) el 1%.
Energía Eléctrica	Mindo según los datos del Censo Poblacional 2010 cuenta con una red eléctrica pública que cubre al 94.24% de su población, mientras que el 4.26% no cuenta con dicho servicio. El 1.13% de la población dispone de generador eléctrico
Recolección de basura	La recolección de la basura, según los datos del Censo Poblacional 2010 en Mindo, se encuentra basada en los siguientes aspectos: es 80,23% que se benefician del carro recolector; 7,13% la queman; 5,38% la entierran; 2,13% la arrojan a los terrenos baldíos o quebradas; 5,14% caso lo arroja al río, acequia o canal. La ciudad cuenta con un sistema de basureros ecológicos repartidos en diferentes puntos de la población y se lo hace de manera diferenciada.
Telefonía fija	La cobertura de telefonía fija, según los datos del Censo Poblacional 2010 en Mindo, también es escasa al igual que el internet que solo cubre a la población de la cabecera parroquial con el 22%, no teniendo igual suerte la población rural; los que no cuentan con los servicios de telefonía es 78%.
Alcantarillado:	la cabecera parroquial cuenta con una red de alcantarillado de tipo combinado, es decir que recoge aguas tanto servidas como de lluvias

Fuente:(Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, págs. 29 - 33)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.8.7 Infraestructura en Salud

“En la cabecera parroquial existe un Subcentro de salud ubicado en la calle Sixto Durán Ballén, atiende servicios de odontología, medicina general, obstetricia, enfermería y farmacia”.(Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, pág. 35)

Tabla 9. Infraestructura en Salud

Circuito	Centro de Salud	Números de Centros de Salud	Numero de tipos de centros de salud
San Miguel de los Bancos	Mindo	1	1

Fuente:(Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, pág. 35)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 10. Equipamiento urbano

EQUIPAMIENTO		
Canchas deportivas	Estadio	Mercado artesanal y comidas
Parques	Coliseo	Infocentro
Casas comunales en diferentes recintos	Batería sanitaria pública	Sub centro de salud
Cancha de uso múltiple	Iglesia católica	Centro de compostaje
Centro de desarrollo infantil	Templos religiosos	UPC policía

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, pág. 35 y 36)

Elaborado Por Jimena Polo.

3.8.8 Vialidad

“El ingreso a Mindo se lo realiza mediante un camino de desvío de 9 km de longitud desde la carretera Calacalí–La Independencia hasta el ingreso de la cabecera parroquial, denominada como la Ruta La Ye de Mindo” (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, pág. 36).

Tabla 11. Inventario vial

VIA	TIPO	CAPA DE RODADURA	LONGITUD Km	ANCHO DE VIA mts.
“y” DE Mindo	Secundaria	Doble tratamiento	7	6
Mindo Nambillo – Río Bravo	Vecinal	Lastrado tierra	8	4
Mindo El Cinto	Vecinal	lastrado	4	4
Mindo Cunuco	Vecinal	lastrado	6	4
El Cinto Saloya	Vecinal	lastrado	7	4
El Cinto Miraflores	Vecinal	lastrado	5	4
1ro de Mayo Coop Pichincha	Vecinal	lastrado	8	4
San Tadeo - Santa Rosa	Vecinal	lastrado	5	4

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, pág. 36).

Elaborado Por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.8.9 Sistema de Transporte

Los medios de transporte utilizados para la entrada y salida de Mindo son: Servicios de transporte Compañía Flor del Valle desde Mindo a Quito y viceversa, desde Mindo a Santo Domingo de los Colorados y viceversa Compañía de Transporte Kennedy, que hacen sus recorridos todos los días. Otro medio de transporte que los habitantes del sector facilitan, es la renta de camionetas para realizar tours hacia las cascadas y demás centros turísticos que el poblado presenta. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016, pág. 37).

3.8.10 Planta turística

La planta turística son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.

3.8.10.1 Alojamiento

Instalaciones que permanentemente o en forma ocasionalmente, ofrecen plazas para que el turista pueda pasar la noche.

El Alojamiento Turístico se lo define como la oferta, a cambio del pago de una cantidad, de alojamiento en habitaciones debidamente equipadas, dotadas al menos de una cama, ofrecida como el principal servicio a turistas, viajeros y huéspedes. La oferta de alojamiento podrá incluir servicios de restauración, deportivos, recreativos y/o zonas verdes.

Tabla 12. Hostales y hosterías en Mindo

No.	Nombre del Alojamiento	No.	Nombre del Alojamiento
1	Hostal jardín de los pájaros	15	Jardín de Mindo
2	Hostería arasari	16	Zisauna lodge
3	Hostería el Carmelo de Mindo	17	El bosque de Mindo
4	Hostería garceta sol	18	La Casa de Cecilia
5	Hostería kumbha mela	19	La casa del camino
6	Hostería la roulotte	20	Hostería Mindo garden (pelícanos y piqueros)
7	Hostería mariposas de Mindo	21	Mindo loma
8	Hostería Mindo bonito	22	Hostería los tucanes de Mindo real
9	Hostería Mindo lago	23	Rubby birdwatchers place
10	Hostería Mindo rio	24	Sachatamia rainforest lodge
11	Hostería Nicanchigua	25	Cabañas sama y juko
12	Hotel dragon fly inn	26	Séptimo paraíso
13	Hotel gallo de la peña	27	Terrabambu restaurant & lodge
14	Hotel las tangaras de Mindo	28	Unidad familiar

Fuente: (Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo, 2016)

Elaborado por: Jimena Polo.

3.8.10.2 Restaurantes

Grupos de establecimientos que se dedica a la actividad de elaboración, venta y servicio de comidas y bebidas. Comprenden cuantos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, sirvan al público, mediante precio, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local.

Tabla 13. Restaurantes

No.	Nombre de Restaurantes	No.	Nombre de Restaurantes
1	Caskaffesu	16	Omarcito
2	Estudio Arte “La Chispita”	17	El Acuario de Mindo
3	Bio Mindo Juice Bar	18	El Madroño
4	Mishqui Quinde	19	La Sazón de Marcelo
5	Inti Killa	20	Mindo Obansi
6	El Bistro	21	El Nómada
7	Hamming Gagel	22	El Chef
8	The Beehive	23	Mindo Verde
9	La Repostería	24	Café Mindo
10	Padrino’s Pizza	25	Taco Loco
11	La Mecha	26	Pablito
12	Oasis Mindo	27	El Rafa
13	Restaurante y Pizzería El Tigrillo	28	Dragonfly inn
14	El Quetzal	29	Las Cascadas de Mindo
15	Fuera de Babilonia	30	Garceta Sol

Fuente: (Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.8.10.3 Lugares de recreación

Mindo cuenta con un extenso territorio natural el mismo que está conformado por un sinfín de ríos que se encuentran a muy poca distancia del centro de la parroquia en los cuales se puede desarrollar las actividades de recreación y aventura.

Tabla 14. Lugares de recreación

DEPORTES	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
Mindo Canopy Adventure	A 3 km. del pueblo de Mindo via a las cascadas se localiza esta compañía, con un circuito de 10 diferentes cables y longitudes con senderos para realizar Canopy en un tiempo estimado de 1:00 hora, contando con guías profesionales y equipo de alta calidad.	Tour de aventura con seguridades y equipos, no se ha registrado accidentes mayores a golpes, adicional se organizan tours a caballo.
Tarzan swing	Columpio extremo, se lo realiza en la misma compañía de Mindo Canopy Adventure y es una experiencia única, en la cual sientes que puedes volar por unos minutos.	
Mindo Canopy	A 3 km. del pueblo de Mindo via a las cascadas se localiza esta compañía, con un circuito de 10 diferentes cables y longitudes con senderos para realizar Canopy en un tiempo estimado de 1:00 hora, contando con guías profesionales y equipo de alta calidad.	Tour de aventura con seguridades y equipos
Tubing o Regatas en el Rio Mindo, Cinto y Blanco	Tour de aventura que se lo realiza en el rio Mindo sobre una barca formada por tubos de llantas que están atados junto, el recorrido es de 2 km. Y el tiempo de duración en el agua es de 20 a 30 minutos con el apoyo de guías. Tiempo total del tour 1 hora.	Tour en el agua con equipos y guías, se ha mejorado el servicio se mantiene un plan de contingencia en caso de accidentes, en años anteriores se registraron varias muertes por la no coordinación de esta actividad.
Canyoning	Descenso por las cascadas, tiempo estimado de duracion 2:00 horas, existen algunos lugares para realizar este deporte, utilizan equipos de calidad y guías profesionales.	Deporte que se lo puede realizar en cascadas de 40 mts de altura o de menor altura como 35 o 25 metros y se puede elegir entre una cascada o tres por el mismo costo.
Cabalgatas	Tour guiado para cabalgatas a caballo en la finca de Mindo Bird Adventure o via a las cascadas	Tours realizado con guías por algunos lugares o alrededor del pueblo.
Tours en Bicicletas	Alquiler de equipos en las agencias.	Alquiler de bicicletas para tours a los atractivos en Mindo.
Quadrones	Tour de Quadrones en la via al Cinto, se puede rentar los Quadrones en la parte de atrás del parque a lado de la Cooperativa San Miguel.	Atencion solo fines de semana o feriados, actividad con accidentes frecuentes por falta de control a conductores menores de edad, muertes en accidentes, se requiere ubicación en un área específica para esta actividad fuera del centro poblado.

Fuente: (Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.8.11 Agencias de viajes y operadoras turísticas en Mindo

La parroquia además cuenta con una amplia variedad de agencias y operadoras turísticas las mismas que son las encargadas de promocionar y comercializar todos los productos que ofrecen a los turistas a continuación se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 15. Agencias de viajes y operadoras turísticas en Mindo

N.	NOMBRES
1	Multi Servicios Ecuatorianos de Mindo MULTICU
2	Bird Of Paradise Tour Operator Cia Ltda.
3	Oromi Operadora Roca Mirador
4	Kamac
5	La Isla 1.2.3
6	El Búho
7	Xtreme bird tour Operator
8	Mindo
9	Mindo Bird Adventure Cia. Ltda
10	Endemic Tour
11	Cabañas de Pino
12	Mindo Green
13	Casa de Cecilia

Fuente: (Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena PoloManteca

3.9 Estudio Situacional

3.9.1 Macroambiente

En este punto se ha desarrollado un análisis investigativo de los ambientes o factores que tienen que ver con el turismo y el medio ambiente en que desarrolla las actividades la parroquia de Mindo, así como también se efectuó un análisis del entorno nacional, provincial y cantonal tomando en cuenta los diferentes contextos, tales como, el factor Económico, Político, Demográfico, Social, Natural y Tecnológico.

Figura 3. Análisis externo



Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

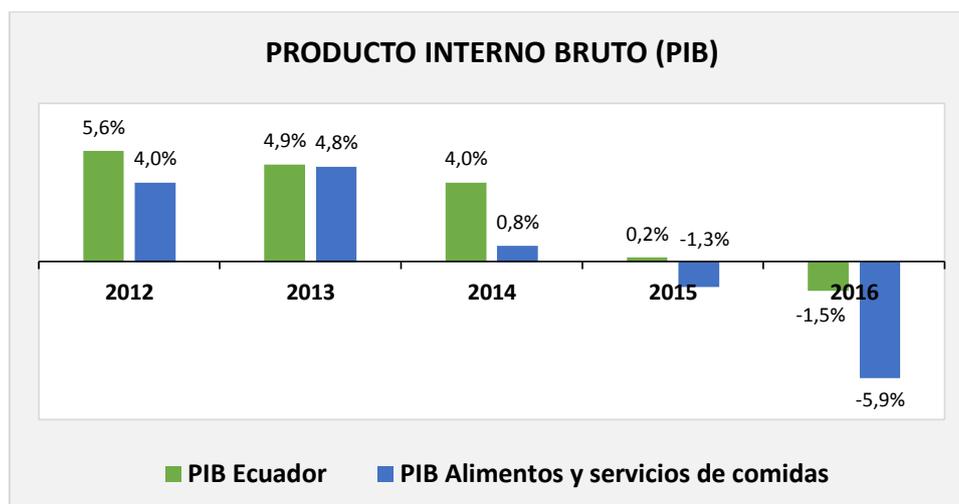
Mediante la aplicación del análisis situacional se podrá identificar los hechos o sucesos que se puedan presentar en el entorno tanto externo como interno en el cual se desenvuelve la parroquia de Mindo, a fin de establecer los posibles problemas que imposibiliten el cumplimiento eficiente de las tareas orientadas a la observación de aves, mediante las cuales se hace posible el logro de los planes metas y objetivos propuestos. De tal manera que se pueda evidenciar las fortalezas y debilidades que intervienen de forma directa e indirecta en la competitividad del mercado a fin de direccionar las actividades hacia el crecimiento y desarrollo de la organización.

3.9.2 Entorno Económico

3.9.2.1 Disminución del PIB (Producto Interno Bruto)

Tomando en cuenta desde el año 2012 con relación al Producto Interno Bruto (PIB) que representa a la tasa de crecimiento de la economía en el Ecuador en la actualidad se ha visto disminuido, este tipo de información se especifica y se ha graficado de acuerdo a la figura que se observa a continuación:

Figura 4. Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: (Ecuador, Banco Central, 2017)

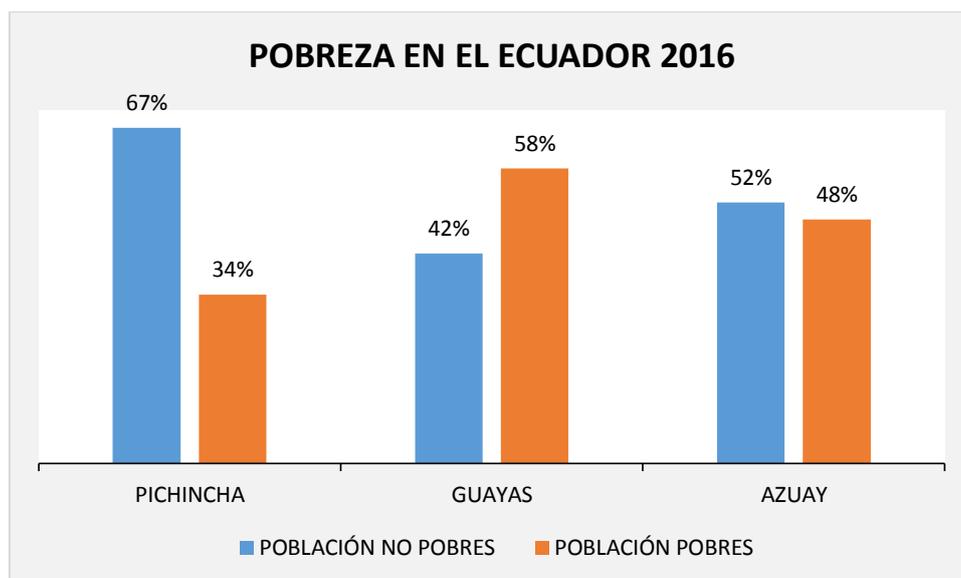
Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Al registrar una disminución en el PIB se identifica como una amenaza, esto se ve afectando los parámetros de consumo de los pobladores y por ende en el de los turistas ya sean nacionales o extranjeros en la adquisición de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, en los que se incluye al turismo como uno de las principales fuentes de ingresos para cada uno de los destinos turísticos del Ecuador, y principalmente en Mindo.

3.9.3 Evolución de los márgenes de pobreza en el Ecuador

Los ingresos de los ecuatorianos sehan acrecentado proporcionándoles una mayor capacidad adquisitiva lo cual genera una importante posibilidad de innovar y poder convertirse en emprendedores y por ende para el sector empresarial mayor crecimiento por medio del incremento del volumen de las ventas de los productos o servicios.

Figura 5. Evolución de la pobreza - ciudades principales



Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

La disminución de los índices de pobreza es el resultado de que las personas en Ecuador mantienen ingresos aceptables y que podrían encontrarse los turistas nacionales que visitan la parroquia de Mindo, obteniendo mayores ingresos para los emprendedores y a la vez disminuye la pobreza entre los pobladores de Mindo.

3.9.4 Entorno Político – Legal

3.9.4.1 Políticas establecidas de mejoramiento en el Plan Nacional para el Buen Vivir

Desde el ingreso del gobierno actual, el nuevo mandatario Lcdo. Lenin Moreno pretende ayudar a la creación de nuevas plazas de empleo y el evidente apoyo para los sectores de emprendimiento comercial. Estas estrategias favorecen al sector empresarial del país, ya que promueve a sustituir las importaciones y exportaciones de los productos, incrementado con ello la economía del país, Asimismo la disminución de la pobreza da como resultado un mayor poder adquisitivo de las personas para adquirir el producto final y servicios finales.(Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, pág. 51).

Según el SRI (Servicio de Rentas Internas): “Otorga la devolución del IVA a Operadores de Turismo Receptivo y Turistas Extranjeros siendo una ventaja positiva para los prestadores de servicios turísticos del país”(Servicio de Rentas Internas, 2017)

En relación a los demás países de Latinoamérica, la estabilidad política del país, es la principal presentación que motiva a que inversores extranjeros deseen invertir su capital en el Ecuador, convirtiendo a la inversión extranjera en un foco principal de la economía, la misma que promueve el desarrollo potencial del turismo en el Ecuador.(Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad, 2014).

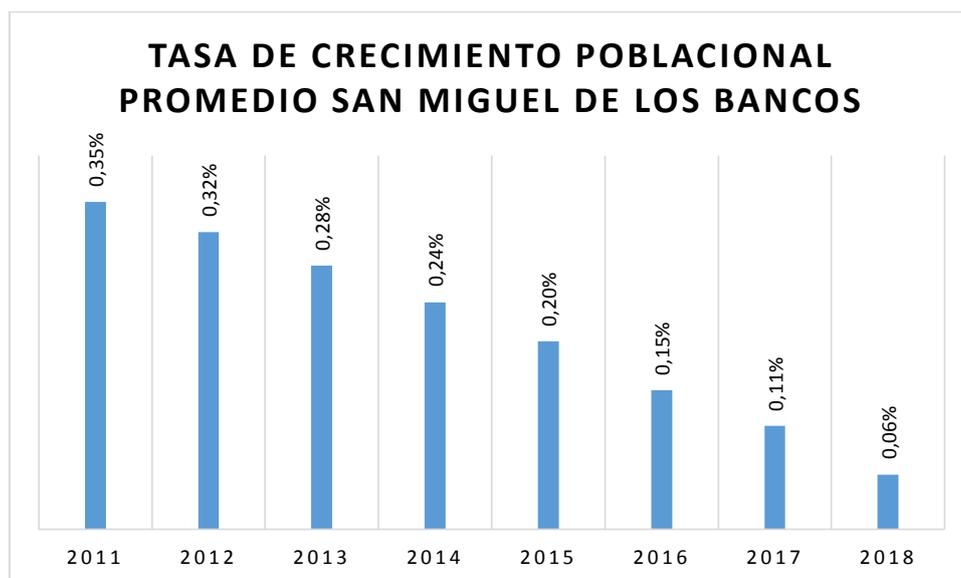
Además, dentro del Plan del Buen Vivir se establece que la:“inversión pública que responde a una planificación con enfoque territorial, permite responder a las necesidades de los habitantes con el desarrollo de importantes industrias como el turismo”.(Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2016)

Por lo tanto dentro de la planificación del Estado ecuatoriano otorga una alta importancia al desarrollo del turismo lo cual podría resultar también beneficiado los proyectos de emprendimiento como el que se pretende implementar en la parroquia de Mindo, convirtiéndose así en una ventaja significativa el apoyo por parte del Estado.

3.9.5 Entorno Demográfico

En cuanto al aspecto demográfico se puede evidenciar que es una variable de gran importancia para el crecimiento poblacional de San Miguel de los Bancos, cuya información se observa en la tabla siguiente que se desglosa a continuación: Tasa de crecimiento poblacional

Figura 6. Tasa de crecimiento poblacional San Miguel de los Bancos



Fuente:(Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

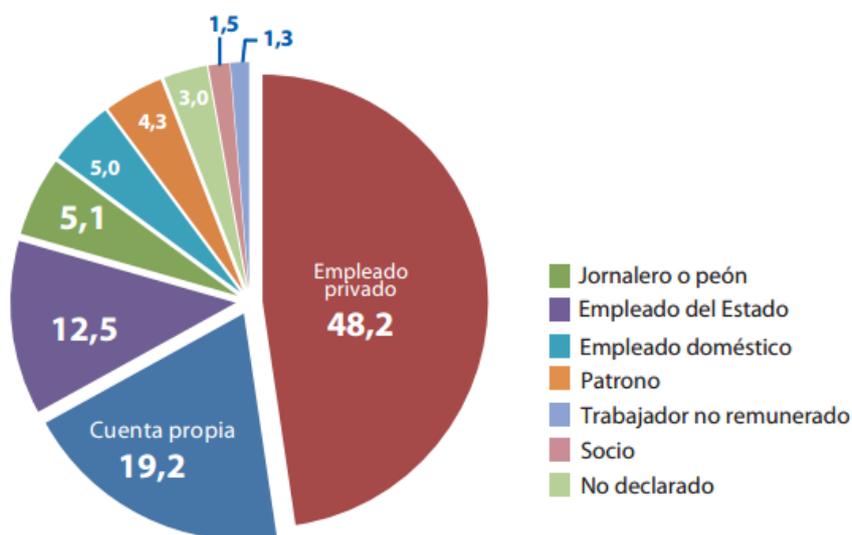
De acuerdo a la figura anterior, la población del cantón San Miguel de los Bancos, según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), determina que la tasa de crecimiento poblacional se encuentra en descenso se encuentra en descenso ubicándose en 0,35% en el 2011 y en 0,06% proyectado al finalizar el año 2018, este fenómeno se determina a la migración que se realiza por parte de sus habitantes hacia otras ciudades del país, principalmente hacia Esmeraldas y hacia la capital ecuatoriana.

3.9.6 Entorno Social

3.9.6.1 La mitad de la PEA de Pichincha se conforma por empleados privados

La población económicamente activa está conformada por personas ocupadas desde los 10 años en adelante, según los informes que presenta el INEC 2015, se constata que de la población ocupada de la provincia de pichincha el 48.20% pertenecen al grupo de empleados del sector privado, mientras que el 19.20% trabajan en actividades económicas por cuenta propia, así mismo se constata que el 12.5% son empleados públicos.

Figura 7. Estructura de la población económicamente activa de la provincia de Pichincha



Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Elaborado por: Ecuador en cifras

En este sentido, se considera que al menos 2 de cada 5 personas trabajan en la empresa privada, por lo que las organizaciones del sector turístico incluyendo los pequeños emprendimientos que se ubican en Mindo, establecen alianzas estratégicas con algunas empresas de los diferentes rincones del país y principalmente de la ciudad de Quito de tal manera que sea posible captar un mayor número de visitantes durante una temporada claramente identificada.

3.9.7 Entorno ambiental

Dentro de las 500 especies de aves existentes en este lugar se destacan:

El gallo de la peña, de color rojo brillante, que construye sus nidos en las paredes verticales de los cañones selváticos. En la región también habitan aves como el tucán, papagayos, búhos, patos salvajes, quetzales, mirlos, colibrís, caciques entre otros. También tiene 2000 especies de plantas natales en el área, incluyendo una multitud de orquídeas salvajes.

La importancia ecológica de la zona es conformada por diversidad en especies de flora y fauna:

Mamíferos.

Armadillo, cuchucho, guanta de cola, murciélago ardilla, murciélago frugívoro, murciélago vampiro, oso de anteojos, ratón de campo, venado.

Aves

Águila pescadora, carpintero, colibrí piquicurvo, colibrí verde, cucupache, cuervo, esparragón, garrapatero, garza blanca, martín pescador, mirlo acuático, entre otras especies.

Flora

Aguacatillo, ají de monte, aliso, arrayán lacre, arrayán rojo, balsa, canelo amarillo, canelo blanco, canelo negro, carachacoco, cedrillo, ceibo, chachacomo crema, chumbil, colca, colorado, colorado manzano(Quito Adventure, 2017)

Mindo es privilegiada por poseer un clima variado y por encontrarse ubicada en una zona que hace de este lugar único en el mundo, dando lugar a la existencia de una gran biodiversidad que posibilita el desarrollo del turismo ecológico ya que cuenta con ríos de aguas cristalinas en las cuales se realizan deportes acuáticos y también posee un bosque muy bien conservado en el cual se puede encontrar una gran variedad de orquídeas siendo hogar de varias especies de mariposas, anfibios, reptiles, mamíferos destacando la gran variedad de aves que dan lugar al desarrollo del aviturismo en el sector.

3.9.8 Entorno Tecnológico

Existe una gran variedad de equipos tecnológicos que facilitan la observación de aves.

Entre los principales equipos tecnológicos que son necesarios para la observación de aves se encuentran los prismáticos, binoculares o telescopios además de cámaras fotográficas o de video por lo que los avances en tecnología para estos equipos han sido constantes y son utilizados actualmente por los turistas que visitan principalmente los entornos naturales para ver más de cerca la flora y la fauna de un determinado sector.(Egas, 2017)

Figura 8. Entorno Tecnológico

TELESCOPIO	BINOCULARES	CÁMARAS
 <p data-bbox="193 678 528 707">(MilDot Store SL, 2017)</p>	 <p data-bbox="671 678 903 707">(Valkanik, 2017)</p>	 <p data-bbox="1026 667 1273 696">(Elsoler17, 2014)</p>

Fuente: (Google, 2017)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Además de estos equipos tecnológicos el empleo de internet por parte de los visitantes es bastante frecuente, por lo cual hospedajes y todo tipo de lugares que prestan atención a los turistas se encuentran enfocados en satisfacer las necesidades de los mismos. Además de permitir el acceso a Email, Internet y fax a precios accesibles en la mayoría de zonas comerciales y turísticas. (Federación Hotelera del Ecuador, 2014).

Ante esto se puede evidenciar que los avances tecnológicos para la observación de aves son constantes además del uso de internet, siendo una ventaja para la futura empresa ya que estos avances permiten brindar servicios con mayor eficiencia y competitividad.

3.10 Microambiente

Análisis en base a las cinco Fuerzas de Michael Porter, las mismas que se identifican en la figura siguiente:

Figura 9. Microambiente



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.10.1 Proveedores

Personas o empresas que abastecen de insumos y materiales a cualquier tipo de negocio.

3.10.1.1 Estratégicos

Se consideran en este caso a los proveedores que sobrepasan los 35 puntos estos son los que abastecerán al Bird Lodge y serán considerados como proveedores principales.

3.10.1.2 Apreciados

Empresas que sobrepasan los 30 puntos estas empresas serán tomadas en cuenta cuando los proveedores principales que tendrá el Bird Lodge no puedan abastecer de los productos e insumos para el mismo.

Tabla 16. Calificación de proveedores

Empresa	Precio	Calidad	Descuento de contado	Financiamiento	Total
Jazg Ecuador	10	10	7	9	36
Finatex	10	10	8	8	36
Direct TV	8	9	7	7	31
Construcabaña Patiño	10	9	8	9	36
Mercado popular	10	9	10	7	36
Vitrinas Buenaño	9	10	9	8	36

Fuente investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 17. Insumos y materiales

Insumos y materiales	Nombre del proveedor	Características de negociación
Jabones y Shampoo	Jazg Ecuador	Descuentos del 10% en productos al mayoreo, no brinda transporte para el traslado de materiales
Sábanas, Edredones, Cortinas, Etc.	Finatex	Comercializa al por mayor y menor, se ofrece descuentos del 2,5%
Televisión satelital	Direct TV	Excelente servicio por televisión prepagada aunque sus tarifas son más altas que la competencia
Camas, veladores, cómodas, etc.	Construcabaña Patiño	Otorga facilidades de pago en plazos hasta de 1 año y facilita transporte a domicilio para sus muebles
Alimentos y bebidas	Mercado popular	Se ofrece productos al más bajo costo, se dificulta en el transporte de alimentos y bebidas
Equipos y utensilios para restaurant	Vitrinas Buenaño	Los equipos tienen garantía de hasta un año a un costo módico, tiene facilidades de pago en compras al por mayor

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Como se observa en la tabla anterior, existes diversas empresas comercializadores los mismos que ofrecen equipos, insumos y materiales para el uso en un alojamiento o preparación de alimentos, añadiendo además lo siguiente:

- Alto número de proveedores
- No existe ningún asociación que agrupe a los proveedores de insumos y materiales
- Inexistencia de insumos o materiales que podrían sustituir a los suministros de hospedaje

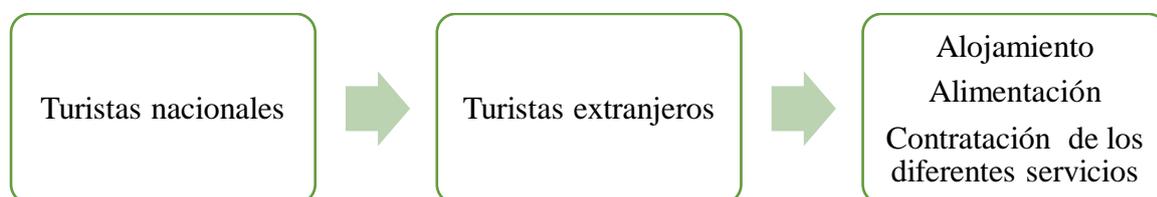
Los insumos y materiales podría adquirirse a un valor aceptable debido a que en el mercado se dispone de diversas entidades que comercializan productos similares, por lo cual impide el incremento desmedido de su precio final.

3.10.2 Clientes

Al ser los usuarios o los turistas que acceden a esta parroquia, son ellos quienes utilizan los servicios por lo que se identifica la siguiente característica:

- Los turistas que arriban a Mindo, no se encuentran organizados mediante entidades u otro tipo o forma de organización.

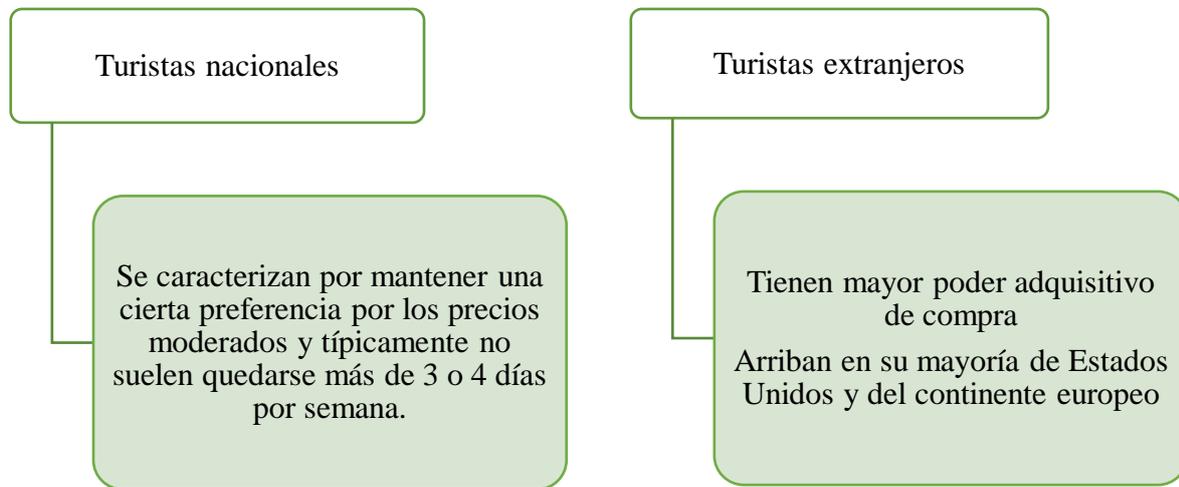
3.10.2.1 Tipos de clientes



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.10.2.2 Comportamiento del cliente



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Esto influye en adquirir o compra de un servicio de alojamiento en Mindo, lo cual es favorable pues no existiría un alto control en el precio de hospedaje por iniciativa propia de los clientes potenciales.

3.10.3 Competencia

Mindo dispone de 28 sitios de alojamiento entre los cuales se registran 3 lodges, 10 hostales y 15 hosterías, todos los servicios que se ofrecen se encuentran dirigidos a los turistas que visitan el sector.

3.10.4 Competencia directa

Son aquellas empresas que ofertan servicios similares a los que ofertara el Bird Lodge y se consideran a 6 de ellas los cuales mantienen un contacto más directo con la naturaleza

3.10.5 Análisis de la competencia

Tabla 18. Análisis de la competencia

HOSTAL JARDÍN DE LOS PÁJAROS						
Servicio	Alojamiento	Precio	Alimentación	Precio	Productos turísticos	Medios de publicidad
Hospedaje, Restaurante Piscina al aire libre ZonaTV/salón compartidos Bañera de hidromasaje	Cuádruple	74,00	Desayuno		Ciclismo Paseos Pesca	Trivago Página web
	Individual con balcón	25,00	Desayuno			
	Doble	54,00	Desayuno			
	triple	25,00	Desayuno			
	Individual estándar	35,00	Desayuno			
	Doble económica	20,00	Desayuno			
JARDÍN DE MINDO						
Servicio	Alojamiento	Precio	Alimentación	Precio	Productos turísticos	Medios de publicidad
Hospedaje y aventuras en Mindo tales como: Jardín de orquídeas, Observación de colibrís y mariposas Deportes extremos	Cabañas	25,00	Desayuno		Canopy Tubing Observación de aves recorrido	Tripadvisor Página web
	Cabañas planta alta	20,00	Desayuno			
	Cabañas planta baja	15,00	Desayuno			
	Paquete turístico	45,00	Desayuno			
SISAKUNA LODGE						
Servicio	Alojamiento	Precio	Alimentación	Precio	Productos turísticos	Medios de publicidad
Hospedaje, Alimentación Wi-Fii Bird-watching/Contracción servicio del	Doble	79,00	Desayuno		Tours en Mindo Observación de aves	Tripadvisor Página web YouTube Facebook
	Triple	110	Desayuno			
	Cuádruple	134	Desayuno			
EL BOSQUE DE MINDO						
Servicio	Alojamiento	Precio	Alimentación	Precio	Productos turísticos	Medios de publicidad
Hospedaje, Alimentación Zonas comunes Alquiler de bicicletas Internet, parqueadero y piscina	Habitaciones con servicios VIP	140	Platos a la carta	15,00	Pesca Paseos	Página web Tripadvisor Facebook Twitter

	Habitaciones familiares	120				
	Habitaciones no fumadores	65				
HOSTERÍA MINDO GARDEN (PELÍCANOS Y PIQUEROS)						
Servicio	Alojamiento	Precio	Alimentación	Precio	Productos turísticos	Medios de publicidad
Hospedaje, Alimentación Recorrido por senderos Avistamiento de aves	Doble	87.30	Comida Típica	8,00	Avistamiento de aves Yoga Mindo Recorrido por senderos	Página web Tripadvisor Whatsapp Facebook
	Triple	88	Cocina internacional	12,00		
	Cuádruple	126				
HOSTERÍA MARIPOSAS DE MINDO						
Servicio	Alojamiento	Precio	Alimentación	Precio	Productos turísticos	Medios de publicidad
Hospedaje, Alimentación Cabalgatas, Canopy y Rapeling, Wifi, Transporte y Bar	Doble	95	Comida elaborada con productos orgánicos	6	jardín interactivo Alimentar a las 25 coloridas especies de mariposas Observar alrededor de 1200 mariposas al mismo tiempo.	Página web Facebook Hojas volantes
	Triple	142	Variedad de comida en el menú.	5		
	Cuádruple	189	Carta de aperitivos	3		
			originales cócteles,	4		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Estos sitios de hospedaje buscan mantener un mayor contacto con la flora y fauna del sector, no obstante, ninguno de ellos ofrece un lugar de alojamiento desde el cual sea posible observar aves, el presente proyecto resulta una propuesta novedosa que pretende conseguir una participación en el mercado en cuanto al hospedaje y descanso para quienes gustan del aventurismo o simplemente amen y admiren la naturaleza.

3.10.6 Mercado

Dentro del mercado es de gran importancia conocer la tasa de crecimiento para poder efectuar la proyección de la oferta y demanda, para lo cual se ha considerado la tasa de crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) que corresponde en 3,60% para los servicios de alojamiento y alimentación, (Revista Lideres, 2015)

“A más de ellos, en la demanda se ha considerado que existe una tasa de crecimiento turístico que es del 3,70%”(Agencia Andes, 2014)

3.11 Estudio de mercado

3.11.1 Aspecto introductorio

Las principales características que se identifican en el estudio de mercado actual marcan una importancia relevante al identificar la demanda y oferta para el presente proyecto, por lo que se acude al diseño de una encuesta con la que se permite la recopilación de los datos en la parroquia de Mindoconstituyéndose, así como la principal fuente de información.

Con los datos obtenidos del estudio de mercado se posibilita la cuantificación de la demanda potencial para la creación de un Bird Lodge que se denomina también como servicio de alojamiento para amantes a la naturaleza y que a la vez brinde facilidades para el desarrollo del aviturismo en la parroquia de Mindo.

3.11.2 Metodología de la investigación

Para el desarrollo del presente estudio se utilizó la siguiente metodología.

3.11.3 Investigación descriptiva y exploratorio

Permite identificar aquellas características principales de los turistas que acuden a la parroquia de Mindo, ya sea en sus hábitos de consumo de los distintos servicios que se ofrecen este sector, percepción con la naturaleza no solamente a nivel individual, sino también a nivel grupal y familiar.

3.11.4 Técnicas de recolección de datos

Por lo que para obtener esta información se aplicarán encuestas como fuentes primarias de recopilación de datos y será aleatoria simple.

3.11.4.1 Fuentes primarias

A través de la fuente primaria se define una investigación de campo, utilizando la herramienta de encuesta la misma que esta direccionada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Mindo.

3.11.5 Planteamiento del problema

Al ser una empresa nueva en el mercado se desconoce la aceptación que un Bird Lodge tendría, las características del servicio de alojamiento y avistamiento de aves que más impacta al público objetivo y medios de comunicación con mayor actuación en el mercado.

3.11.6 Objetivo general

- Identificar la aceptación que tendrá la creación un Bird Lodge en Mindo y sus servicios que mayor impacto genera al público objetivo, además de los medios de comercialización con mayor reconocimiento.

3.11.7 Objetivos específicos

- Determinar la demanda potencial que tiene más preferencia por el avistamiento de aves en Mindo.
- Identificar el funcionamiento de la competencia
- Identificar los medios a utilizar para dar a conocer el Bird Lodge

3.11.8 Universo y muestra

El universo poblacional se conforma por el número de visitas que llegan a la parroquia de Mindo cuya cifra corresponde a 82.980 de forma anual tanto turistas nacionales como extranjeros, datos que se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 19.Universo y muestra

PAÍSES	N° DE TURISTAS QUE VISITAN DE FORMA MENSUAL
Alemania	324
Argentina	300
Australia	37
Bélgica	62
Canadá	140
Chile	66
Colombia	92
E.E.U.U.	322
Ecuador	4809
España	180
Francia	233
Holanda	65
Inglaterra	65
Italia	46
México	39
Perú	81
Suiza	54
Total de turistas de forma mensual	6.915
Total de turistas de forma anual	82.980

Fuente: (Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena Polo manteca.

La población objetivo se conforma por el número de turistas que visitan la parroquia de Mindo que corresponde a 82.980 visitantes de forma anual, por lo que debido a que no se dispone de los suficientes recursos resulta indispensable calcular una muestra de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times n}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

3.11.9 Datos para calcular la muestra

Tabla N. 4

Z	=	Nivel de confianza (95%)	=	1,96
N	=	Tamaño de la población de turistas	=	82.980
P	=	Probabilidad de éxito	=	0,5
Q	=	Probabilidad de fracaso	=	0,5
E	=	Margen de error	=	0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 82.980 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (82.980 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{79.693,992}{207,4104}$$

$$n = 384$$

Por lo tanto, se realiza 384 encuestas a los turistas que visitan la parroquia de Mindo cuyos resultados se proyectan para la totalidad del universo poblacional.

3.11.10 Descripción del trabajo de campo

Luego de disponer del diseño del cuestionario para la encuesta, se prosigue con la recopilación de los datos, cuyas interrogantes serán aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que arriben a la parroquia de Mindo, cada formulario no deberá contener borrones ni tachones previamente al proceso de tabulación.

Los resultados obtenidos serán procesados mediante el software Microsoft Excel para la elaboración de tablas y gráficos estadísticos con sus respectivos porcentajes para que posteriormente sean analizados e interpretados.

3.11.11 Tabulación de los datos

Para la tabulación de los datos que hayan sido recopilados de la encuesta se elaboraron los respectivos gráficos y tablas (Anexo 1), (Anexo 2), en la que cada una de sus interrogantes se han formulado de acuerdo a la preferencia de los turistas en la parroquia de Mindo, En base a estas respuestas se analizan las preferencias de los visitantes que deseen un mayor contacto con la naturaleza.

3.11.12 Conclusiones de la encuesta

De acuerdo a los datos obtenidos se identifica el mayor número de porcentaje de visitantes que llegan a Mindo son extranjeros, pues aproximadamente 3 de cada 5 turistas provienen desde el exterior y quienes estarían dispuestos a quedarse al menos dos días por visita lo que genera consumo de alimentación, alojamiento y recreación y demás actividades turísticas similares, añadiendo además que la frecuencia de visita es más de un año de acuerdo a los datos obtenidos por la encuesta.

Se identifica también que al menos la mitad de los turistas encuestados califican que el servicio que proporciona los centros de hospedaje en Mindo son buenos y muy buenos, aunque existen quienes también reconocen que se debe mejorar la calidad del servicio

de alojamiento que se ofrece en el sector, pues se ha reflejado inconvenientes en los costos y en los muebles o equipos que se encuentran en mal estado. La evidencia encontrada al realizar la investigación se deberá considerar por parte del nuevo negocio con la finalidad de captar un mayor número de turistas que deseen adquirir el servicio que se ofrece.

La demanda de turistas es alta pues al menos 9 de cada 10 de ellos estarían dispuestos a adquirir los servicios de aviturismo, lo cual favorece para su implementación pues se podría captar a un mayor número de clientes y con ello iniciar de forma favorable para alcanzar una mayor participación y posicionamiento de mercado.

3.11.13 Determinación de la oferta, demanda y demanda potencial

3.11.13.1 Oferta

Para cuantificar la oferta del proyecto se ha considerado los principales negocios que prestan servicios en un entorno más natural:

Tabla 20.Oferta

NOMBRE DE LA EMPRESA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Hostal jardín de los pájaros	135	540	6.480
Jardín de Mindo	127	508	6.096
Zisauna Lodge	118	472	5.664
El bosque de Mindo	114	456	5.472
Hostería Mindo Garden (pelícanos y piqueros)	110	440	5.280
Hostería mariposas de Mindo	102	408	4.896
TOTAL	706	2.824	33.888

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Mindo (2016)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Obteniendo así la siguiente tabla:

AÑO	CANTIDAD PROYECTADA
AÑO 1	33.888
AÑO 2	35.108
AÑO 3	36.372
AÑO 4	37.681
AÑO 5	39.038

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

La parroquia de Mindo es reconocida por ofrecer a sus visitantes actividades desarrolladas en medio de la naturaleza actividades de recreación diversión y espaciamento; tales como visitas a las diferentes cascadas, observación de aves deportes extremos como el Canyoning, Tubing, Canopy visitas al Mariposario, exposición de orquídeas, colibrís, acuario caminatas, tours en bicicleta, paseos en Cuadrones, tours de chocolate, concierto de ranas, Museo de sitio, Massage Therapy center, mercado artesanal entre otras actividades.

3.11.13.2 Demanda

Para el caso del presente proyecto la demanda se ha determinado mediante la formulación de la pregunta 6 en la encuesta realizada, en la que se hace especial énfasis al aviturismo o turismo de aves:

Tabla 21.Demanda

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Turismo de aventura	50	13,02%
2. Turismo ecológico	99	25,78%
3. Turismo cultural	62	16,15%
4. Turismo de aves	111	28,91%
5. Turismo científico	62	16,15%
6. Otros (especifique)...	0	0,00%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

En base a la tabla anterior, se ha considerado el número de visitantes que se inclinan por el turismo de aves y con relación a la Pregunta 7 realizada en la encuesta que se refiere a la aceptación que tendrá el Lodge y con los resultados obtenidos se ha cuantificado la demanda en número de turistas que requieren el servicio

DETALLE	ENCUESTA	POBLACIÓN
Cantidad total de turistas para aves	111	82980
Demanda de turistas requieren servicio	98	73022
DEMANDA (%)	88%	88%

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Posteriormente, para determinar la demanda en número de visitas se cuantifica de acuerdo a la pregunta 1, elaborando así la tabla siguiente:

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)	DEMANDA DE TURISTAS	FRECUENCIA	DEMANDA No. VISITAS
1. Cada mes	10	3%	1902	12,00	22824
2. Cada tres meses	49	13%	9318	4,00	37272
3. Cada seis meses	105	27%	19968	2,00	39936
4. Cada año	220	57%	41836	1,00	41836
TOTAL	384	100%	73022		141868

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Para estimar la proyección de la demanda se determina la tasa de crecimiento turístico que es del 3,70% para Mindo elaborando así la siguiente tabla que se observa a continuación.

AÑO	CANTIDAD PROYECTADA
AÑO 1	141.868
AÑO 2	147.117
AÑO 3	152.560
AÑO 4	158.205
AÑO 5	164.059

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Los turistas que visitan Mindo ya sean nacionales o extranjeros buscan lugares de esparcimiento alejados de los lugares con mucha afluencia de personas y masivos buscan alejarse del ruido de la ciudad y es ahí que esta zona del país Mindo privilegiada por poseer un paisaje único en el Mundo y que a la vez se puede realizar actividades en las que se interactúa con la naturaleza se encuentra lista para recibir a los turistas, es por esta razón que los visitantes que arriban a este hermoso lugar se quedan impactados al observar y sentir la naturaleza en estado puro y disfrutar del turismo de una manera responsable y es por ello precisamente que los turistas buscan lugares tranquilos y diferentes en los cuales se sientan parte e identificados con el compromiso de conservación del mismo y puedan satisfacer sus expectativas.

3.11.13.3 Demanda potencial

Para cuantificar la demanda potencial es necesario considerar el número de turistas nacionales o extranjeros que arriban a la parroquia de Mindo, y el número de turistas que son atendidos por iniciativa propia de los negocios existentes dentro de este mismo sector, por lo tanto, los resultados obtenidos para determinar la demanda potencial se observan a continuación:

Tabla 22. Demanda potencial

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
AÑO 1	141.868	33.888	107.980
AÑO 2	147.117	35.108	112.009
AÑO 3	152.560	36.372	116.188
AÑO 4	158.205	37.681	120.524
AÑO 5	164.059	39.038	125.021

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.12 Administrativo – marketing y ventas

3.12.1 Nombre de la empresa

Casa Mirador de Mindo Nambillo Bird Lodge

3.12.2 Filosofía de la empresa

3.12.2.1 Misión

Prestar servicios turísticos de excelente calidad, novedoso e innovador para quienes gustan de la observación de aves o simplemente para quienes admiren y amen la naturaleza con el fin de satisfacer las necesidades de los visitantes.

3.12.2.2 Visión

Ser para el 2022, una empresa con posicionamiento en el mercado y reconocida tanto a nivel nacional e internacional por ofrecer servicios de alojamiento de excelente calidad para quienes gustan de la naturaleza y de la observación de aves.

3.12.2.3 Valores

Responsabilidad.- Cumplir a cabalidad todas las actividades establecidas mediante cronogramas.

Respeto.- Tomar en cuenta opiniones y sugerencias de cada persona acogiendo los comentarios positivos y negativos y de esas observaciones tomar decisiones en beneficio de la organización para mejorar.

Honradez.- Siendo ejemplo para los integrantes de la organización y fomentando valores mediante charlas.

Ética.- Ejerciendo la actividad con responsabilidad y honestidad en todo momento

Puntualidad.- De gran importancia para la organización ya que para desarrollar a plenitud las actividades relacionadas con el aviturismo se requieren del mismo con el fin de no perjudicar ni robar el tiempo de nuestros visitantes.

Tolerancia.- Hacia las diversidades mediante el conocimiento de costumbres y tradiciones de cada cultura

3.12.2.4 Políticas

Seguridad.- Desarrollo de las actividades enmarcadas dentro de las normas leyes y reglamentos establecidos para este tipo de actividades, con la finalidad de que el visitante se sienta seguro en todo momento con la adquisición de los productos y servicios ofertados por la organización.

Políticas ambientalistas.- Actividad responsable con el medio ambiente como por ejemplo clasificación de residuos, eliminación correcta de residuos y no se utilizarafertilizantes químicos que perjudiquen el medio ambiente con el fin de causar el menor impacto posible.

Políticas de venta.- Se tomara en cuenta la temporada baja y alta para la toma de decisiones en cuanto a ventas se refiere.

3.12.3 Etapa Analítica

Tabla 23. Matriz FODA

INTERNAS	EXTERNAS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en hotelería y turismo • Ubicación estratégica del lodge que posibilita observar un mayor número de aves • Ubicación del Lodge cercano a los atractivos naturales que permiten desarrollar actividades recreacionales • Equipo de trabajo capacitado permitirá brindar Servicios de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de un alto número de especies de aves en Mindo, lo que da lugar al aviturismo • Habitantes de Mindo comprometidos con la conservación • Crecimiento turístico de la parroquia de Mindo lo que evidencia la demanda de alojamiento, alimentos y bebidas en la zona • Avances tecnológicos que permiten mejorar los equipos para el avistamiento de aves
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Altos costos de inversión • Dificultad para conseguir financiamiento • Demora en la obtención de permisos de funcionamiento • Demora en lograr reconocimiento en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de aves poco conocido y practicado en el país • Bajo crecimiento poblacional en el cantón San Miguel de los Bancos • Competencia reconocida y posicionada en Mindo • Inexistencia de manifestaciones culturales en Mindo

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 24. Matriz DAFO

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en hotelería y turismo • Ubicación estratégica del lodge que posibilita observar un mayor número de aves • Ubicación del Lodge cercano a los atractivos naturales que permiten desarrollar actividades recreacionales • Equipo de trabajo capacitado permitirá brindar Servicios de calidad 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos costos de inversión • Dificultad para conseguir financiamiento • Demora en la obtención de permisos de funcionamiento • Demora en lograr reconocimiento en el mercado
<p>FACTORES EXTERNOS</p> <p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existencia de un alto número de especies de aves en Mindo, lo que da lugar al aviturismo • Habitantes de Mindo comprometidos con la conservación • Crecimiento turístico de la parroquia de Mindo lo que evidencia la demanda de alojamiento, alimentos y bebidas en la zona • Avances tecnológicos que permiten mejorar los equipos para el avistamiento de aves 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar un servicio novedoso de excelente calidad para aviturista. • Disponibilidad variada de productos para los turistas a fin de satisfacer sus necesidades. • Oferta de los diferentes servicios a costos accesibles 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener una imagen de excelencia frente a los visitantes. • Tomar en cuenta las sugerencias de los visitantes para la toma de decisiones • Capacitar constantemente al equipo de trabajo en torno al desarrollo de actividades turísticas.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de aves poco conocido y practicado en el país • Bajo crecimiento poblacional en el cantón San Miguel de los Bancos • Competencia reconocida y posicionada en Mindo • Inexistencia de manifestaciones culturales en Mindo 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Invertir en la creación de infraestructura turística diferente, la cual se ajuste a las necesidades de los avituristas. • Capacitación constante en temas relacionados al emprendimiento, turismo sostenible y en especial al aviturismo a fin de que sean aplicadas en la creación del lodge. • Contar con el mejor equipo de trabajo para lograr el mejor funcionamiento del lodge una vez que sea puesto en marcha. 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar acciones enfocadas al desarrollo de la calidad de los servicios para fidelización del cliente. • Prestación de servicios diferenciados con los de la competencia • Servicio exclusivo para avituristas, acogida de la propuesta mayormente por turistas extranjeros que por turistas nacionales.

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.124 Constitución de la empresa

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). (Pérez Porto, 2008)

Es decir que cualquier persona natural o jurídica está en total libertad de poder constituir una empresa, siempre y cuando se encuentre enmarcada dentro de los parámetros legales establecidos en la constitución del país.

Tabla 25. Requisitos para la constitución de una empresa

REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION DE UNA EMPRESA	
Reservar un nombre	• Superintendencia de bancos
Elaborar el estatuto social	• Abogado
Abrir una cuenta de integración	• Banco
Elevar a escritura pública el estatuto social	• Notario
Aprobar el estatuto	• Superintendencia de compañías
Publicar la resolución aprobatoria	• Diario nacional
Obtener los permisos	• Municipio de la ciudad donde se cree la empresa
Inscribir la compañía	• Registro mercantil
Realizar la junta general de accionistas	
Obtener los documentos habilitantes	• Superintendencia de compañías
Inscribir el nombre del representante	• Registro mercantil
Obtener el RUC	• En el SRI
Obtener la carta para el banco	• Superintendencia de compañías

Fuente: (Cuida tu futuro, 2017)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 26. Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCION		
Capital	800	10.000
Valor notario incluido IVA	286,94	286,94
Tasa fija registro mercantil	25	25
Cuotas	4	50
Nombramientos de gerente y presidente	50	50
Total	365,94	414,94

Fuente: (El Telegrafo, 2016)

Elaborado por: Tania Jimena polo Manteca

Hay que tomar en cuenta la forma de constitución de la empresa como persona natural o jurídica, para constituir una empresa se requiere de esfuerzo y perseverancia y para ello es necesario reunir o recolectar una serie de documentos que acredite el funcionamiento de la nueva organización esto con el fin de poder operar con total tranquilidad y a la vez poder acceder a los beneficios que conlleva iniciar operaciones comerciales enmarcados dentro de lo que manda la ley.

3.12.4.1 Registro de marca

1. Depositar 208 dólares en efectivo, a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en su cuenta corriente del Banco del Pacífico.
2. Ingresar al sitio web del IEPI www.iepi.gob.ec, hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
3. Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
4. Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
5. Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
6. Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
7. Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
8. Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.

(El emprendedor, 2014)

Tabla 27. Costos de registro de marca

COSTOS DE REGISTRO DE MARCA	
Solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas	208,00
Informe de búsqueda general de Signo Distintivo	16,00
Informe de búsqueda por cada signo distintivo encontrado	2,00
Total	226,00

Fuente: (Ecuador, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

Elaborado por: Tania Jimena polo Manteca.

Se entiende que estos requisitos son importantes para empezar a operar como organización ya que se estará protegiendo la propiedad intelectual de los creadores o inventores de determinado emprendimiento.

3.12.4.2 Requisitos para permisos de funcionamiento

1. Solicitud para permiso de funcionamiento.
2. Planilla de Inspección
3. Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
4. Copia RUC del establecimiento.
5. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
6. Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
7. Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

(Ecuador, Ministerio de salud publica, 2017, pág. 9)

Se entiende que estos requisitos se los realiza para poder operar con total tranquilidad las actividades comerciales y poder cumplir con las responsabilidades tributarias que se ha adquirido al momento de la constitución de la organización.

3.12.4.3 Uso de suelo

Consiste en autorizar el uso del suelo y señalar las disposiciones normativas para el aprovechamiento de los inmuebles ubicados en el territorio estatal:

1. Solicitud firmada por el propietario (Formato único de solicitud).
 - El croquis de localización o inmueble objeto de trámite.
 - Uso actual del suelo o en su caso la superficie construida o por construir.
 - Clave catastral.
2. Documento que acredite la propiedad o posesión del predio o inmueble, inscrito en el registro público de la propiedad (copia simple y original para cotejo).

3. Tratándose de usos que generan impacto regional, será necesario presentar dictamen favorable de impacto regional que emite la secretaría de desarrollo urbano y vivienda.
4. Acta constitutiva de la sociedad en caso de ser persona moral.
5. Poder notarial del representante legal.(Tramites, 2017)

Se entiende que es necesario realizar estos trámites de carácter legal en el municipio de la ciudad en donde se vaya a ubicar la nueva organización con la finalidad de que las autoridades competentes tengan conocimiento de cual va hacer el uso final de esos predios y a la vez verificar la ubicación y poder aplicar las normativas determinadas para cada sector.

Tabla 28. Permiso de bomberos

Permiso de bomberos	Requisitos
El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo.	<ul style="list-style-type: none"> • Informe favorable de la inspección • Solicitud de inspección del local • Copia del RUC; y Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

Fuente: (Foros Ecuador, 2013)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Es decir que todo tramite de carácter legal como son los permisos que son otorgados por el cuerpo de bomberos se debe realizar en la ciudad de quito, al ser Mindo una parroquia rural de la provincia de pichincha estos permisosprevio a la apertura de cualquier tipo de organización se lo deberá realizar en la provincia de pichincha ya que es el ente encargado de la legalización de los permisos previos a la apertura de cualquier emprendimiento en esta provincia.

3.12.4.4 Permiso del Ministerio de turismo

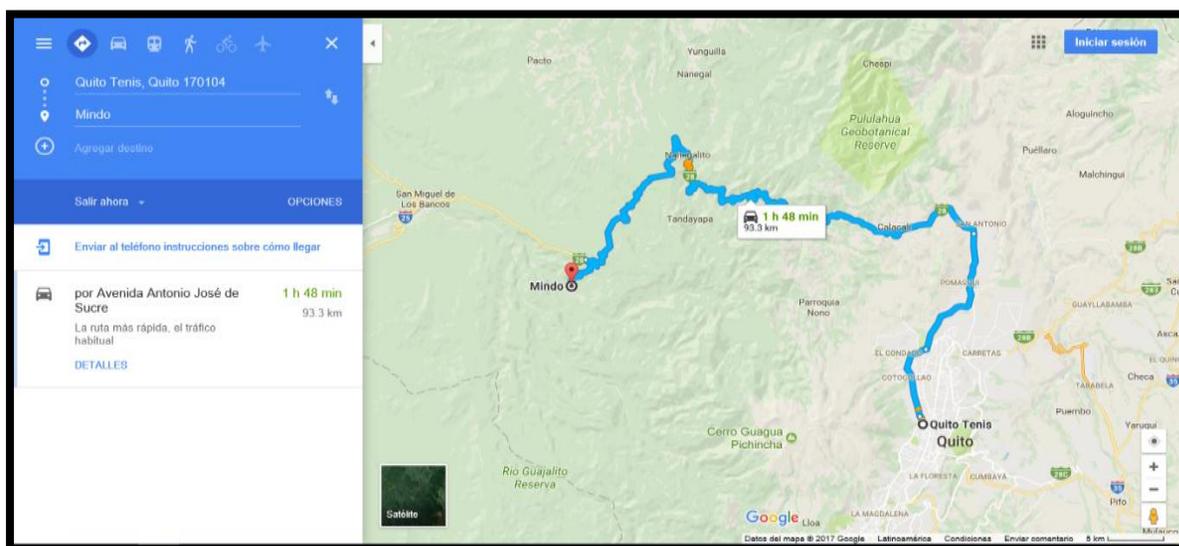
Según la Cesde:

La patente Es un registro laboral obligatorio para todos los profesionales que trabajan como independientes -sin relación de dependencia con un empleador- y que según la Ordenanza 135 (2004) deben cancelar un rubro al Municipio de Quito, como requisito previo para obtener en Registro Único de Contribuyentes (RUC).(Corporación Ecuatoriana de Servicios de Desarrollo Empresarial, 2012)

Este registro es uno de los múltiples permisos municipales que se debe obtener para poner en funcionamiento un negocio en el Ecuador esto a fin de tener un registro tributario y poder cumplir con las obligaciones adquiridas ya sea de manera eventual o de manera permanente.

3.12.5 Localización del Lodge

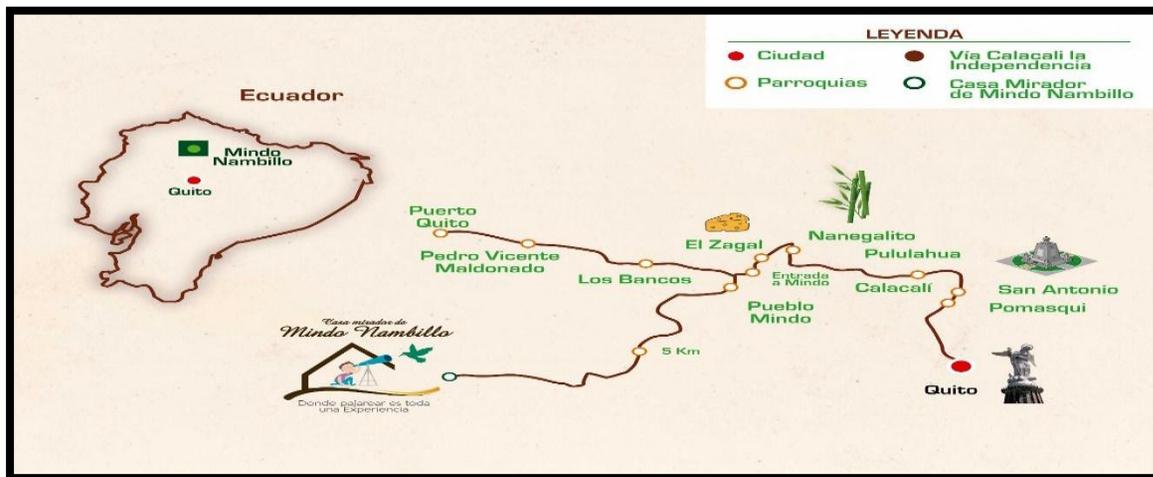
Figura 10.Macro localización



Fuente: (Google Maps, 2018)

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Figura 11. Micro localización



Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.12.6 Descripción de la actividad

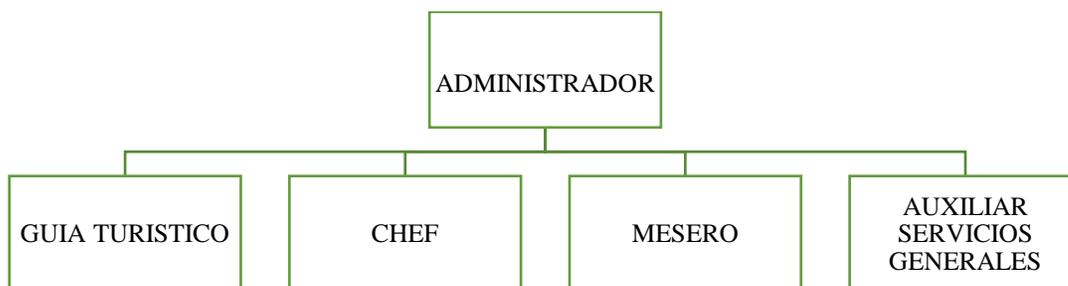
Empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos

- Oferta de paquetes turísticos
- Servicio de hospedaje
- Servicio de alimentación
- Servicio de guianza profesional

3.12.7 Organigrama funcional

Se determina el personal necesario con el cual deberá contar la organización para brindar un servicio de calidad, direccionado a los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo.

Figura 12. Organigrama funcional



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.128 Manual de Funciones

Tabla 29 Manual De Funciones

Identificación del cargo	
Nombre del cargo	1. Administrador
Dependencia del cargo	Area de administracion
Numero de cargos	Uno (1)
Reporta a (Nombre del cargo)	Gerente
Requisitos mínimos	
Requisitos de formacion	Titulo gestion empresarial o Ingeniero en hoteleria y turismo
Requisitos de experiencia	Dos años (2) de experiencia profesional en areas afines
Objetivo principal	
Persona encargada de la empresa u organizacion, responsable de la administracion, organizacion y del cumplimiento de las metas establecidas ya sean estas de venta, promoción y de captar mayor número de potenciales clientes, esto mediante la gestión adecuada de los recursos.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar los recursos de la empresa • Encargado de la toma de decisiones en beneficio de la organización y de sus colaboradores • Seleccionar el personal requerido para el funcionamiento de la empresa • Promocionar y posicionar los servicios ofertados 	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo	2. Guia turistico
Dependencia del cargo	Area de guianza
Numero de cargos	Uno (1)
Reporta a (Nombre del cargo)	Gerente
Requisitos mínimos	
Requisitos de formacion	Tener licencia de guia naturalista y estar inscrito en el Registro Forestal y en el Ministerio de Turismo.
Requisitos de experiencia	Domnio de idiomas
Objetivo principal	
Ser un lider al momento de estar a cargo de grupos de personas, transmitir informacion clara y estar presto a responder las inquietudes de los turistas en todo momento	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Transmitir conocimientos a los visitantes • Hacer de ese momento único e inolvidable para los visitantes • Concientizar de la importancia del lugar y del uso racional de los recursos 	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo	3. Chef
Dependencia del cargo	Area de gastronomia
Numero de cargos	Uno (1)
Reporta a (Nombre del cargo)	Gerente
Requisitos mínimos	
Requisitos de formacion	Estudios de gastronomia o titulo de chef profesional
Requisitos de experiencia	Dos años (2) de experiencia profesional en areas afines
Objetivo principal	
Tener vocacion y ser apasionado por la gastronomia tanto nacional como internacional, ser puntual, creativo y que le guste trabajar en equipo	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Estar muy bien capacitado en el ambito matematico y de las nuevas tecnologias • Gestionar los servicios 	

- Responsable de la higiene
- Preparación de alimentos

Identificación del cargo

Nombre del cargo	4. Mesero
Dependencia del cargo	Area de cocina
Numero de cargos	Uno (1)
Reporta a (nombre del cargo)	Gerente

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Profesional del servicio, ser bachiller, o tener estudios de tercer nivel
Requisitos de experiencia	Dos años (2) de experiencia profesional en áreas afines

Objetivo principal

Responsable de que se brinde un excelente servicio a la mesa, con rapidez, amabilidad y sobre todo con respeto a hacia los clientes

Funciones esenciales

- Encargado de la limpieza del área donde se sirven los alimentos
- Encargado de dar un trato amigable
- Contar con conocimientos de gastronomía y de vinos

Identificación del cargo

Nombre del cargo	5. Auxiliar servicios generales
Dependencia del cargo	Area de limpieza
Numero de cargos	(1) Uno
Reporta a (Nombre del cargo)	Gerente

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Contar con estudios intermedios
Requisitos de experiencia	Dos años (2) de experiencia profesional en áreas afines

Objetivo principal

Llevar a cabo las tareas de limpieza y organización de la empresa con eficiencia y eficacia

Funciones esenciales

- Limpieza y organización de la empresa en general
- Brindar un buen servicio e información al cliente cuando sea requerido
- Trabajar con concentración

Fuente: (Zuñiga, Guzmán, & Ortega, 2013)

Elaborado por: Tania Jimena Pobl Manteca

3.129 Sueldos del equipo de trabajo

Tabla 30. Sueldos del equipo de trabajo

CARGO	No.	Sueldo base mensual	Sueldo Unificado	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte IESS	Mensual	AÑO 1
Administrador	1	2.500,00	2.500,00	208,33	31,25	104,17	278,75	3.122,50	37.470,00
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	1	2.500,00	2.500,00	208,33	31,25	104,17	278,75	3.122,50	37.470,00
Guia turistico	1	1.200,00	1.200,00	100,00	31,25	50,00	133,80	1.515,05	18.180,60
Chef	1	970,00	970,00	80,83	31,25	40,42	108,16	1.230,66	14.767,86
Mesero	1	750,00	750,00	62,50	31,25	31,25	83,63	958,63	11.503,50
Auxiliar de servicio general	1	600,00	600,00	50,00	31,25	25,00	66,90	773,15	9.277,80
TOTAL ÁREA OPERATIVA	4	3.520,00	3.520,00	293,33	125,00	146,67	392,48	4.477,48	53.729,76
TOTAL	5	6.020,00	6.020,00	501,67	156,25	250,83	671,23	7.599,98	91.199,76

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Pobl Manteca.

CARGO	No.	Sueldo base mensual	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	1	2.568,08	214,01	3.421,54	41.058,52	42.176,68	43.325,29	44.505,18
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	1	2.568,08	214,01	3.421,54	41.058,52	42.176,68	43.325,29	44.505,18
Guia turistico	1	1.232,68	102,72	1.659,03	19.908,40	20.450,57	21.007,51	21.579,61
Chef	1	996,42	83,03	1.347,20	16.166,45	16.606,72	17.058,98	17.523,55
Mesero	1	770,43	64,20	1.048,93	12.587,20	12.930,00	13.282,12	13.643,84
Auxiliar de servicio general	1	616,34	51,36	845,57	10.146,81	10.423,14	10.706,99	10.998,58
TOTAL ÁREA OPERATIVA	4	3.615,86	301,32	4.900,74	58.808,86	60.410,42	62.055,60	63.745,58
TOTAL	5	6.183,94	515,33	8.322,28	99.867,38	102.587,10	105.380,89	108.250,76

Elaborado por: Tania Jimena Pob Manteca

Fuente: Investigación propia

3.12.10 Infraestructura

Tabla 31. Infraestructura

LUGAR	TIPO DE INFRAESTRUCTURA	TIPO DE SERVICIO
Parroquia Mindo Cantón San Miguel de los Bancos – Provincia de Pichincha	Materiales renovables y ecológicos Principalmente Madera (Construcción Mixta)	Alojamiento Alimentación Paquetes turísticos Servicio de guianza

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Fuente: Investigación propia

3.12.11 Distribución del Lodge

La Distribución física del Lodge se determina en tres plantas (Anexo 3) en la que en cada una de ellas se han identificado las habitaciones para el hospedaje y los espacios destinados para el entretenimiento de los turistas.

3.13 Marketing y ventas

3.13.1 Objetivo General

Se realizara en páginas virtuales como; Tripadvisor, Tribago.com, OLX, YouTube además de la página web del Lodge y medios impresos.

3.13.2 Objetivos Específicos

- Identificar el mercado meta y el posicionamiento con el que la empresa ingresará.
- Elaborar estrategias de marketing mix
- Determinar las estrategias de venta que se utilizará para cumplir con las metas señaladas.

3.13.3 Estrategias de marketing

Tabla 32. Estrategias de marketing

POLITICA	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Tiempo determinado para observación de aves desde instalaciones para turistas que no se hospeden en el Lodge duración de 20 minutos por persona	Disponer del Mirador en las instalaciones adaptado y equipado para la observación	Identificar el espacio para el Mirador e instalación de telescopios	ADMINISTRADOR
Los productos deberán ser adquiridos en locales que cuenten con registro sanitario	Disponer del servicio de alimentación para los turistas que se hospeden en el Lodge	Identificar los platos mas solicitados para su preparación	ADMINISTRADOR/CHEF
El precio final deberá ser aprobado por el gerente del Lodge	Establecer un precio competitivo en el mercado acorde a los beneficios del servicio o producto	Determinar como se va a establecer los precios en base a la competencia o en base a los costos de producción más un porcentaje	ADMINISTRADOR
Identificar los medios para dar a conocer al Lodge y los servicios que ofrecerá el Lodge	Asistir de manera permanente a ferias de turismo	Analizar el costo beneficio de asistir a ferias de turismo	ADMINISTRADOR
Se determinara hasta tres sitios específicos a evaluarse para la localización del Lodge en donde haya un mayor número de especies de aves	Identificar el mejor lugar específico en donde se vaya a ubicar el Bird Lodge	Elegir el mejor lugar para la implementación del Bird Lodge	ADMINISTRADOR
Establecer el presupuesto destinado para la publicidad del Lodge	Diseñar la pagina web en la cual se dará a conocer a la empresa además de trípticos volantes, tarjetas de presentación etc.	Promocionar al Lodge mediante la página web y mediante las redes sociales	ADMINISTRADOR

Fuente: investigación propia
 Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.13.3.1 Determinación del mercado meta

Definición de variables que permitirán la identificación de cada uno de los clientes que tendrán relación con el desarrollo del proyecto y la creación del Bird Lodge, a fin de contribuir al desarrollo turístico de Mindo.

En este caso se segmentará el mercado en 3 micro-segmentos demográficos de clientes para la determinación del mercado meta, el cual a su vez se proyectará en la creación del lodge y brindar un servicio personalizado y de calidad para los visitantes que lleguen al mismo, siendo estas las siguientes:

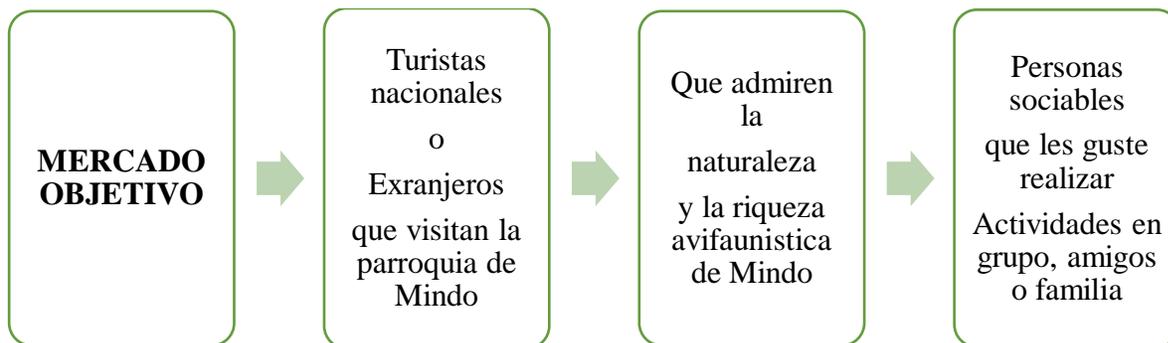
Tabla 33. Micro – segmentación de la población objetivo

Factores	Clientes		
	Subconjunto 1	Subconjunto 2	Subconjunto 3
Denominación	Habitantes	Habitantes	Turistas extranjeros
Localización	Pichincha	San Miguel de los Bancos	Mindo
Género	Ambos sexos	Ambos sexos	Ambos sexos
Edad	Todas las edades	Todas las edades	Todas las edades
Actividad	Cualquiera	Cualquiera	Cualquiera
Opiniones	Desarrollo turístico	Interés turístico	Recreación y ocio

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

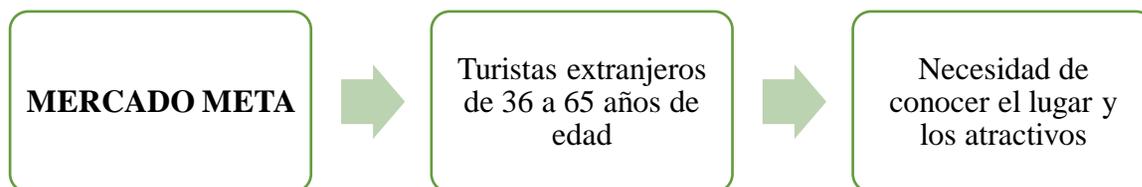
El mercado objetivo se conforma por aquellos turistas nacionales o extranjeros que visitan la parroquia de Mindo en el cantón San Miguel de los Bancos.



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Mediante el estudio de mercado se determinó que específicamente el mercado meta son los turistas extranjeros que les gusta la observación de aves por afición o por estudio:



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Estrategia de posicionamiento del Bird Lodge con el que ingresara al mercado

Tabla 34. Estrategia Competitiva

ESTRATEGIA COMPETITIVA	
DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	Con la creación del Bird lodge se estará proponiendo una nueva idea de alojamiento brindando un valor agregado al servicio de hospedaje.

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

De tal forma que la diferenciación permita generar una barrera contra las empresas competidoras, reduciendo el potencial de sustituir al servicio e incrementando la fidelidad de los visitantes, lo cual derivará en el incremento de la rentabilidad del lodge.

3.13.3.2 Factor diferenciador

Tabla 35. Ventajas Competitivas

VENTAJAS COMPETITIVAS	
MIRADOR	Tercera planta destinada para la observación de aves desde la comodidad de las instalaciones del Lodge.
UBICACIÓN	Estratégicamente ubicado en uno de los denominados puntos calientes en donde es posible observar mayor número de especies de aves.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

A través de las ventajas se busca lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores, con la finalidad de que se consiga la fidelización de los clientes y estos a su vez recomienden el lugar para incrementar el número de visitantes.

Mediante su aplicación se busca dar un valor agregado a las funciones del servicio, de tal modo que el mercado lo perciba como único y que además lo diferencia de los servicios y productos ofertado por la competencia.

3.13.3.3 Más por lo mismo

Esta estrategia se fundamenta en obtener mayores beneficios para los turistas por un mismo precio, con ello se permitiría disponer de un producto turístico con valor agregado y de mejor calidad a costos similares que se ofrecen por las empresas competidoras. De esta forma se posibilita alcanzar una mayor participación en el mercado y de posicionamiento dentro de un mediano plazo.

3.13.4 Estrategias de marketing mix

Tabla 36.Producto

PRODUCTOS Y SERVICIOS	
1. Alojamiento	Observación de aves
2. Observación de aves	Instalaciones del Lodge
3. Observación de aves	Salidas guiadas
4. Alimentación	Observación de aves
5. Paquete turístico	Alojamiento, alimentación y observación de aves

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

El Lodge constara de tres plantas las mismas que se detallan a continuación:

Tabla 37. Instalaciones

INSTALACIONES	
1. Primera planta	Recepción, sala de espera, cocina, comedor, baños, mini bar, cuarto de limpieza y parqueadero.
2. Segunda planta	Habitaciones, sala con tv cable, conexión wifi

3. Tercera planta	Mirador, librería, cafetería, sala de estar.
--------------------------	--

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 38. Línea de alojamiento

Habitaciones	Descripción
Simples	<ul style="list-style-type: none"> • Baño privado • Agua caliente • Secador de cabello • Conexión wifi • Productos de aseo gratis • Servicios de lavandería
Dobles	<ul style="list-style-type: none"> • Baño privado • Agua caliente • Secador de cabello • Conexión wifi • Productos de aseo gratis • Servicios de lavandería

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

Tabla 39. Línea de restaurante

Alimentación	Descripción
Menús diarios	<ul style="list-style-type: none"> • Sopa • Plato fuerte • Jugo • Postre
Platos típicos	<ul style="list-style-type: none"> • Trucha frita • Caldo de gallina, • Cebiche de palmito • Fritada
Bebidas Repostería	<ul style="list-style-type: none"> • Frías • Calientes • Variedad en postres

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

3.13.4.1 Línea de productos turísticos

En todo el recorrido se podrá observar una gran variedad de aves de colores muy brillantes en su habitat natural.

Mientras que desde las instalaciones del Lodge los visitantes que se encuentren hospedados tendrán la oportunidad de observar las aves cuando lo deseen para lo cual se contara con un Mirador en la tercera planta equipado con instrumentos para avistar las diferentes especies de aves del sector.

Tabla 40.Línea de productos turísticos

aviturismo	Descripción	Política
Observación de aves salidas guiadas “Maravillas escondidas”	<ul style="list-style-type: none"> • Primera salida 5 am retorno 10 am • Segunda Salida 3 pm retorno 7 pm 	Dos circuitos diarios Grupos de 5 turistas
Observación de aves desde instalaciones “Un paraíso a tu alcance”	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas hospedados • Turistas visitantes 	Derecho a observar cuando lo deseen No más de 20 minutos
Paquete turístico “ Todo es Posible si lo deseas”	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Observación de aves desde instalaciones 	Servicios adicionales a los no especificados en el paquete tendrán un costo adicional.

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca.

El servicio a comercializarse es principalmente el de alojamiento, con el fin de brindar comodidad, descanso y confort en cada una de sus habitaciones manteniendo un amplio contacto con la flora y fauna de Mindo. Además de ofrecer servicio de alimentación y aviturismo.

Para el posicionamiento en el mercado este contará con una imagen representativa, la cual actuará como la marca del servicio y un slogan que los identifique. Estos se estructuran en base a las necesidades y lo que el lodge oferte y además enfocados en captar la atención de los visitantes hacia el mismo.

3.13.42 Precio

Tomando en cuenta que la creación del Bird Lodge es un producto nuevo en el mercado, se establecerá el mismo en torno a:

Tabla 41. Precio

INVESTIGACIÓN DE CAMPO	Conocer precios reales
PENETRACIÓN DEL MERCADO	Servicio a costos bajos de forma inicial pero de excelente calidad
NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DEL LODGE	Se analizará la factibilidad y viabilidad del mismo de modo que se establezcan los beneficios que generará su creación.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 42. Producto /Servicio

PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO
1. Paquetes turístico desde	55,00
2. Observación de aves (Salidas Guiadas)	35,00
3. Observación de aves desde instalaciones	5,00
4. Alojamiento y Observación de aves	25,00
• Habitación simple	35,00
• Habitación doble	
5. Alimentación	8,00
Plato típico y observación de aves	5,00
Menús diarios (almuerzo)	
Bebidas	2,50
• Calientes	2,00
• Frías	3,00
• Postres	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.13.43 Esta estrategia de precio

Fijación de precio para productos nuevos

La estrategia de fijación de precio se emplea con la finalidad de que los turistas conozcan los precios sobre el servicio ofertado y que a su vez realicen comparaciones en torno a los costos de la competencia y tomen decisiones.

Precio de ocasión

Se empleará para promociones y descuentos según la temporada, considerando que tomará en cuenta las fechas en las cuales exista mayor afluencia de visitantes y las fechas con menor afluencia, de forma que en esta última sea aplicada dicha estrategia, a fin de que no pierda equilibrio la rentabilidad del lodge y se logre mantener la estabilidad en tiempo de menor concurrencia de turistas.

3.13.4.4 Plaza

Puntos de venta seleccionados para comercializar los productos o servicios del Bird Lodge.

- Operadoras turísticas de Mindo
- Centro de Información Turística de Mindo

Además de:

3.13.4.5 Distribución directa

Se establecerá conexión directa con el cliente de forma que de esta manera no incurra en costos adicionales para el Lodge.

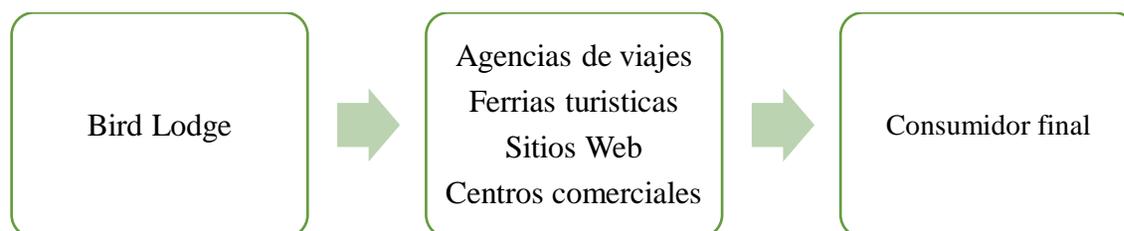


Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.13.4.6 Distribución indirecta

Se distribuye a través de intermediarios que son los encargados de hacer llegar el producto o servicio al consumidor final



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Agencias de viajes tales como:

- Despegar.com
- Expedia
- Travelocity

Ya que son agencias de viajes virtuales líderes en cuanto a ofrecer servicios a través de internet y muy reconocidas a nivel nacional e internacional por lo que facilitara a que más personas conozcan del Bird Lodge y en especial personas del exterior.

3.13.4.7 Ferias de turismo

- Nacionales e internacionales

3.13.4.8 Centros comerciales tales como:

- El jardín
- Quicentro Norte

Ya que son lugares de gran concurrencia y se podría captar la atención de las personas que podrían ser futuros clientes mediante la utilización de material promocional y couters

3.13.4.9 Promoción

Incentivar a los clientes a la adquisición o compra de los producto o servicio mediante obsequios, descuentos, ofertas etc.

- Descuentos empresariales
- Descuentos para grupos.
- Atraer nuevos clientes a través de las promociones del lodge.

- Dar a conocer la implementación de servicios o productos nuevos
- Emplear medios publicitarios de forma estratégica para minimizar la ventaja de posicionamiento de la competencia (Esferográficos, Termos, Agendas, Vasos, tarjetas de presentación).

Tabla 43 Cronograma de Promociones y Descuentos

PROMO	ENE	FEBRE	MAR	ABR	MA	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC
2X1												
DES.EMP DES.GRUPOS												
DESC.10% SEV.COMPL												

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.13.4.10 Publicidad

Mecanismos a utilizar para publicitar los productos y servicios de los clientes el lodge.

Tabla 44. Publicidad

Medios impresos	Paginas virtuales
<ul style="list-style-type: none"> • Trípticos • Volantes • Medios promocionales • Dirección web, Facebook, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Tripadvisor • Trivago.com • OLX • You Tube (Información dinámica mediante videos y fotografías del Lodge)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

MEDIOS PROMOCIONALES					
Tarjetas de presentación	Agendas	Esferos	Jarros	Termos	Rolaps
					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jimena Polo

Tabla 45 Gastos de Publicidad

Recurso	Características	Cantidad	Tiempo	Costo	Costo anual
Trípticos, Volantes y	Papel offset, impresos a una cara, 10cm x 15cm	1000 unidades	12 meses	12000 volantes, Trípticos por \$ 380,00 mensual	4,560
Rolaps	2 metros por 80ctm	2 unidades	12 meses	160,00 x unidad	240,00
Página web Tripadvisor Trivago OLX	Espacio utilizado por página web	1 páginas web	12 meses	\$ 150 dólares por mes	1800
				TOTAL	6600

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 46 Colores que identifican la Empresa

COLORES QUE IDENTIFICAN LA EMPRESA	SIGNIFICADO DEL LOGOTIPO	SLOGAN	IMAGEN CORPORATIVA
   	<p>Infraestructura.- El diseño de la edificación representa a una casa de campo en la que prevalece el color café que significa la utilización de recursos ecológicos y renovables provenientes de la naturaleza para su construcción.</p> <p>El color amarillo.- Refleja el amanecer de un día despejado que hace de este lugar único al que siempre se quiere visitar.</p> <p>El color verde.- Refleja la diversidad de aves del sector, su color es único, considerado como un guardián del sector por su vuelo tan rápido.</p> <p>La persona mirando por el telescopio.- representa a quienes gustan de la observación de aves ya sea por afición o por estudio.</p>	<p><i>“Donde observar aves es toda una experiencia”</i></p> <p>El slogan se establece en torno al servicio que se prestará dentro del lodge, además de basarse en la experiencia que genera la actividad turística para los visitantes.</p>	<p><i>Casa mirador de Minda Nambillo</i></p>  <p><i>Donde observar aves es toda una experiencia</i></p> <p>El logotipo se ha diseñado conforme a la prestación del servicio, de modo que este capte la atención de los visitantes.</p>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Pob Manteca

3.13.4.11 Estrategias de Ventas

Panificación en ventas en el cual se define el proceso de comercialización de los servicios que dispondrá el Bird Lodge.

Tabla 47. Estrategias de Ventas

Cantidad de turistas diarias			
Circuitos diarios	Numero de turistas por ruta	Total turistas diarios	Total de turistas mensual
2 circuitos	5 personas	10 personas	300 personas
Observación de aves desde instalaciones del Lodge			
Por cada telescopio	Tiempo de observación por turista	Tiempo en minutos diarios	Tiempo en minutos mensual
3 personas	20 minutos	480 minutos	14400 minutos
Alojamiento y Observación de aves			
Numero de habitaciones	Numero de turistas diarios	Cantidad de servicios diarios	Cantidad de servicios mensuales
9 habitaciones	12 personas	6 habitaciones simples y 3 habitaciones dobles	360 servicios
Alimentación y Observación de aves			
Tiempo de consumo por turista	Tiempo disponibilidad de alimentos	Numero de frecuencias consumo	
1 hora y media	12 a 3 de la tarde	2 rotaciones	
Paquete turístico completo			
Cantidad mensual	Cantidad anual		
25 paquetes	298 paquetes turísticos		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Pob Manteca

Con estas estrategias de ventas se podrá conocer cuáles serán los ingresos que tendrá el Lodge, además estos datos se podrán conocer a detalle en el desarrollo del estudio financiero en lo que conforma la capacidad instalada y utilizada.

3.14 Estudio Financiero

3.14.1 Inversión del proyecto

Para la elaboración del presente proyecto, resulta fundamental establecer la inversión en Activos Fijos, en Capital de Trabajo y en Activos Intangibles, con ello se estaría conociendo los valores que se requieren para la implementación del futuro negocio en la parroquia de Mindo:

Tabla 48. Inversión

INVERSIÓN	VALOR	INVERSIÓN (%)
Activos Fijos	127.055,00	79,23%
Capital de Trabajo	31.801,43	19,83%
Activos Intangibles	1.500,00	0,94%
Inversión Total	160.356,43	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.1.1 Inversión fija

La inversión fija se conforma por la adquisición de Muebles, Equipos, Edificios y o Terreno los mismos que se catalogarían como activos propios que posee la futura empresa. Todos estos rubros se conforman como bienes muebles e inmuebles que se deprecian a excepción del Terreno.

Tabla 49. Inversión fija

DETALLE	ÁREA		VALOR TOTAL
	ADMINISTRATIVA	OPERATIVA	
Muebles y Enseres	420,00	1.230,00	1.650,00
Equipos de Oficina	105,00	450,00	555,00
Equipos de Computación	1.300,00	-	1.300,00
Equipos de Cocina	-	1.550,00	1.550,00
Edificio	24.500,00	-	24.500,00
Terreno	97.500,00	-	97.500,00
TOTAL	123.825,00	3.230,00	127.055,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

El detalle de cada uno de estos rubros y valores se detalla a continuación:

Tabla 50. Muebles y Enseres

DETALLE	VALOR UNITARIO	AREA ADMINISTRATIVA		AREA OPERATIVA		VALOR TOTAL
		CANTIDAD AD	TOTAL ADMINISTRATIVO	CANTIDAD AD	TOTAL OPERATIVO	
Oficina						
Escritorio de oficina	190,00	1	190,00		-	190,00
Silla giratoria	60,00	1	60,00		-	60,00
Librero archivador	70,00	1	70,00		-	70,00
Silla estándar	50,00	2	100,00		-	100,00
Servicio de Alimentación						
Mesa de comedor de cuatro sillas	150,00		-	1	150,00	150,00
Servicio de Alojamiento						
Veladores	40,00		-	9	360,00	360,00
Camas una plaza	60,00		-	12	720,00	720,00
TOTAL			420,00		1.230,00	1.650,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 51. Equipos de Oficina

DETALLE	VALOR UNITARIO	AREA ADMINISTRATIVA	VALOR TOTAL	AREA OPERATIVA	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL
		CANTIDAD		CANTIDAD		
Calculadora estándar	15,00	1	15,00		-	15,00
Telescopio	450,00	1		1	450,00	450,00
Teléfono inalámbrico	90,00	1	90,00		-	90,00
TOTAL			105,00		450,00	555,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 52. Equipos de Computación

DETALLE	VALOR UNITARIO	AREA ADMINISTRATIVA		AREA OPERATIVA		TOTAL
		CANTIDAD	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL	
Computadora de escritorio	850,00	1	850,00	-	-	850,00
Impresora multifunción	450,00	1	450,00	-	-	450,00
TOTAL			1.300,00			1.300,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 53. Equipos de Cocina

DETALLE	VALOR UNITARIO	AREA ADMINISTRATIVA		AREA OPERATIVA		VALOR TOTAL
		CANTIDAD	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL	
Cocina	450,00	-	-	1	450,00	450,00
Refrigerador	850,00	-	-	1	850,00	850,00
Microondas	250,00	-	-	1	250,00	250,00
TOTAL					1.550	1.550

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.1.2 Inversión en capital de trabajo

La inversión en Capital de Trabajo se conforma por los gastos que se planifican dentro de un tiempo determinado, así como además la suficiente disponibilidad del dinero efectivo en la cuenta de Bancos. En el caso del presente proyecto, el número de días de desfase le corresponde en 90 días, por lo que se entiende que a partir del cuarto mes el negocio se encontraría en la obligación de generar mayores ingresos para obtener una favorable disponibilidad de efectivo.

Tabla 54. Inversión en capital de trabajo

Por lo tanto, para efectuar el cálculo del Capital de Trabajo en términos de inversión, se recurre a la siguiente fórmula:

DETALLE	VALOR
Costos	67.450,26
Gastos Administrativos	57.101,03
Gastos de Ventas	6.600,00
TOTAL	131.151,29
Depreciación	1.878,83
Amortización	300,00
TOTAL DEPRE. Y AMORT.	2.178,83
CAPITAL DE TRABAJO	31.801,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

$$CT = \frac{\text{COSTOS Y GASTOS ANUALES} - (\text{DEPRECIACIONES} + \text{AMORTIZACIONES})}{365} \times \text{NUMERO DE DIAS DE DESFASE}$$

$$CT = \frac{132.411,29 - (1878,83 + 1560,00)}{365} \times 90$$

$$CT = 31.801,43$$

3.14.1.3 Inversión en Activos Diferidos

Los Activos Diferidos se conforman por aquellos valores que se requieren para la legalización y organización del negocio, los cuales son amortizables al 20% anual a 5 años plazo, de tal manera que en cada año se registra como gastos dentro del Estado de Resultados Proyectado para la futura empresa:

Tabla 55. Inversión en Activos Diferidos

DETALLE	VALOR
Gastos de Legalización	150,00
Gastos de Organización	300,00
Gastos de Adecuación Local	450,00
Estudio de Factibilidad	600,00
TOTAL	1.500,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.2 Financiamiento de la inversión

Luego que se ha establecido la inversión requerida para la implementación del proyecto actual, es indispensable determinar las formas o fuentes de financiamiento ya sea a través de recursos propios o mediante la participación de una entidad financiera, para ello resulta necesario especificar estos valores de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 56. Financiamiento de la inversión

INVERSIÓN	VALOR	INVERSIÓN (%)	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALOR	%	VALOR
Activos Fijos	127.055,00	79,23%	15,3%	24.500,00	64,0%	102.555,00
Capital de Trabajo	31.801,43	19,83%	13,9%	22.212,09	6,0%	9.589,34
Activos Intangibles	1.500,00	0,94%	0,5%	800,00	0,4%	700,00
Inversión Total	160.356,43	100,00%	29,6%	47.512,09	70,4%	112.844,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Es decir, que el 71,5% de la inversión total será financiado por la CFN (Corporación Financiera Nacional) a una tasa de interés anual del 11,50% cuyas formas de pago se efectuarían de forma semestral durante cinco años plazo. La forma de amortización del crédito solicitado sería de cuota fija, es decir, que todos los pagos efectuados cada seis meses serían iguales, toda esta información se desglosa en las tablas siguientes:

Tabla 57. Monto Total Pagos

Valor del Crédito	\$ 112.844,34
Tasa de Interés (anual)	11,50%
No. De Pagos (periodos)	10
Formas de pago	Semestral
Cuota por periodo	\$ 19.564,64
Monto Total Pagos	\$ 195.646,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 58. Total de la inversión

Pago No.	Cuota (Pago)	Pago Interés	Pago Capital	Saldo Capital
1	\$ 19.564,64	\$ 12.977,10	\$ 6.587,54	\$ 106.256,81
2	\$ 19.564,64	\$ 12.219,53	\$ 7.345,10	\$ 98.911,70
3	\$ 19.564,64	\$ 11.374,85	\$ 8.189,79	\$ 90.721,91
4	\$ 19.564,64	\$ 10.433,02	\$ 9.131,62	\$ 81.590,29
5	\$ 19.564,64	\$ 9.382,88	\$ 10.181,75	\$ 71.408,54
6	\$ 19.564,64	\$ 8.211,98	\$ 11.352,66	\$ 60.055,88
7	\$ 19.564,64	\$ 6.906,43	\$ 12.658,21	\$ 47.397,67
8	\$ 19.564,64	\$ 5.450,73	\$ 14.113,91	\$ 33.283,76
9	\$ 19.564,64	\$ 3.827,63	\$ 15.737,00	\$ 17.546,76
10	\$ 19.564,64	\$ 2.017,88	\$ 17.546,76	\$ (0,00)
TOTAL		\$ 82.802,03	\$ 112.844,34	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.3 Ingresos, costos y gastos

3.14.3.1 Capacidad de los servicios

Previamente a la cuantificación de los ingresos es fundamental estimar la capacidad instalada y utilizada en número de servicios turísticos que deberán ofrecerse por parte del nuevo negocio para lo cual se ha obtenido los siguientes resultados:

Tabla 59. Capacidad de los servicios

Avistamiento (salidas guiadas)		
DESCRIPCION	Cantidad	
Cantidad de turistas anual aviturismo	3.600	turistas
Cantidad de turistas por circuitos	5	turistas
Cantidad de circuitos anuales	720	turistas
Observacion de aves (desde instalaciones)		
DESCRIPCION	Cantidad	
Cantidad de telescopios	1	telescopios
Tiempo observacion por turista	20	minutos
Tiempo anual	172800	minutos
Cantidad de turistas	8640	turista
Alojamiento y Observacion de aves		
DESCRIPCION	Simple	Dobles
Numero de habitaciones	6	3
Numero de turistas	1	2
Cantidad de servicios diarios	6	6
Cantidad de servicios mensuales	180	180
Cantidad de servicios anual	2160	2160
Alimentacion y Observacion de aves		
DETALLE	TIEMPO	
Tiempo de consumo por turista	1,50	horas
Tiempo disponibilidad alimentos	3	horas
Numero de frecuencias consumo	2	frecuencias
DETALLE	CANTIDAD	
Cantidad de mesas	1	mesas
Cantidad de sillas por mesa	4	sillas
Numero de turistas	4	turistas
Cantidad de turistas atendidos diarios	8	turistas
Cantidad de turistas atendidos mensual	240	turistas
Cantidad de turistas atendidos anual	2880	turistas
DESCRIPCION	Total	
Platos tipicos	741	platos
Menus (almuerzo)	820	platos
Bebidas calientes	609	bebidas
Bebidas frias	468	bebidas
Postres	242	postres
Cantidad de platos anual	2880	
Paquete turistico completo	82%	
DESCRIPCION	Cantidad	
Cantidad de paquetes mensual	25	paquetes
Cantidad de paquetes anual	298	paquetes

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Por lo tanto, al estimar la capacidad instalada y utilizada del futuro negocio se ha elaborado la tabla siguiente:

Tabla 60. Capacidad de los servicios

TIPO DE PRODUCTOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		82%	85%	88%	92%	95%
Avistamiento (salidas guiadas)	720	591	613	636	660	684
Cantidad de circuitos anuales	720	591	613	636	660	684
Observación de aves	8.640	7.098	7.361	7.633	7.915	8.208
Cantidad de turistas	8.640	7.098	7.361	7.633	7.915	8.208
Alojamiento y Observación de aves	4.320	3.548	3.680	3.816	3.958	4.104
Habitaciones simples	2.160	1.774	1.840	1.908	1.979	2.052
Habitaciones dobles	2.160	1.774	1.840	1.908	1.979	2.052
Alimentación y Observación de aves	2.880	2.366	2.454	2.545	2.639	2.736
Platos típicos	741	609	632	655	679	704
Menús (almuerzo)	820	673	698	724	751	779
Bebidas calientes	609	500	519	538	558	578
Bebidas frías	468	385	399	414	429	445
Postres	242	199	206	214	222	230
Paquete turístico completo	298	245	254	263	273	283
Cantidad de paquetes anual	298	245	254	263	273	283
TOTAL	8.218	13.848	14.362	14.893	15.445	16.015

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.3.2 Ingresos proyectados

Los ingresos proyectados se calculan de acuerdo al porcentaje de inflación promedio que se ubica en 3,50% anual para los cinco primeros años de funcionamiento del negocio, el número de servicios que se ofrecerían se estiman de acuerdo a la disponibilidad o espacio físico de las instalaciones de la empresa para que posteriormente sea posible proyectarlo para cada uno de los años posteriores:

Tabla 61. Ingresos proyectados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Avistamiento (salidas guiadas)	20.685,00	22.039,29	23.488,94	25.039,13	26.656,34
Cantidad de circuitos anuales	591	613	636	660	684
Precio	35,00	35,95	36,93	37,94	38,97
Valor total	20.685,00	22.039,29	23.488,94	25.039,13	26.656,34
Observación de aves	35.490,00	37.807,32	40.272,03	42.897,13	45.696,59
Cantidad de turistas	7098	7361	7633	7915	8208
Precio	5,00	5,14	5,28	5,42	5,57
Valor total	35.490,00	37.807,32	40.272,03	42.897,13	45.696,59
Alojamiento y Observación de aves	106.440,00	113.406,56	120.800,25	128.707,65	137.089,76
Habitaciones simples	1774	1840	1908	1979	2052
Precio	25,00	25,68	26,38	27,10	27,84
Valor total	44.350,00	47.252,73	50.333,44	53.628,19	57.120,73
Habitaciones dobles	1774	1840	1908	1979	2052
Precio	35,00	35,95	36,93	37,94	38,97
Valor total	62.090,00	66.153,83	70.466,81	75.079,46	79.969,03
Alimentación y Observación de aves	10.854,00	11.566,13	12.319,56	13.122,24	13.977,29
Platos típicos	609	632	655	679	704,3902439
Precio	8,00	8,22	8,44	8,67	8,91
Valor total	4.872,00	5.193,69	5.529,29	5.887,99	6.274,51
Menús (almuerzo)	673	698	724	751	778,5365854
Precio	5,00	5,14	5,28	5,42	5,57
Valor total	3.365,00	3.585,04	3.819,85	4.070,21	4.334,36
Bebidas calientes	500	519	538	558	578,3414634
Precio	2,50	2,57	2,64	2,71	2,78
Valor total	1.250,00	1.332,84	1.419,26	1.512,10	1.609,91
Bebidas frías	385	399	414	429	444,8780488
Precio	2,00	2,05	2,11	2,17	2,23
Valor total	770,00	819,73	873,71	930,02	990,71
Postres	199	206	214	222	229,8536585
Precio	3,00	3,08	3,17	3,25	3,34
Valor total	597,00	634,83	677,44	721,91	767,80
Paquete turístico completo	13.475,00	14.350,45	15.263,59	16.275,44	17.311,66
Cantidad de paquetes mensual	245	254	263	273	283
Precio	55,00	56,50	58,04	59,62	61,24
Valor total	13.475,00	14.350,45	15.263,59	16.275,44	17.311,66
INGRESOS TOTALES	186.944,00	199.169,76	212.144,36	226.041,59	240.731,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.3.3 Costos proyectados

Los costos proyectados se estiman de acuerdo a aquellos rubros que se involucran directamente con el área operativa de la empresa como son los costos de alojamiento, costos de cocina, costos para la preparación de los alimentos y bebidas, añadiendo además aquellos sueldos operativos que intervienen directamente en la implementación de cada uno de los servicios:

Tabla 62. Costos proyectados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de Aseo Huésped	1.896,50	2.020,57	2.152,10	2.293,09	2.442,38
Alimentos y bebidas	5.124,00	5.460,77	5.812,09	6.191,49	6.600,62
Sueldos Operativos	53.729,76	58.808,86	60.410,42	62.055,60	63.745,58
Suministros de Alojamiento	5.115,00	5.254,30	5.397,39	5.544,38	5.695,37
Suministros de Cocina	1.585,00	1.628,16	1.672,51	1.718,05	1.764,84
TOTAL	67.450,26	73.172,67	75.444,50	77.802,61	80.248,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.3.4 Gastos proyectados

Los gastos para el caso del presente proyecto se conforman por los pagos efectuados por concepto de publicidad que se denominan como Gastos de Ventas, así como también aquellas cantidades que conforman el área administrativa de la empresa los cuales se los denomina como Gastos Administrativos:

Tabla 63. Gastos de Ventas

Este valor se obtiene de los costos mensuales en publicidad en el Plan de Marketing

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad (Afiches, página web, etc)	6.600,00	6.101,77	5.641,14	5.215,29	4.821,59
TOTAL GASTOS DE VENTAS	6.600,00	6.101,77	5.641,14	5.215,29	4.821,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 64. Gastos Administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Útiles de Oficina	262,80	269,96	277,31	284,86	292,62
Útiles de Aseo	337,00	346,18	355,61	365,29	375,24
Sueldos administrativos	37.470,00	41.058,52	42.176,68	43.325,29	44.505,18
Gastos Servicios Básicos	6.000,00	6.163,40	6.331,25	6.503,67	6.680,79
Gastos Seguros	6.721,20	6.904,24	7.092,27	7.285,41	7.483,82
Gastos Reparación y Mantenimiento	3.781,20	3.884,17	3.989,95	4.098,61	4.210,23
Depreciación Activos Fijos	1.878,83	1.878,83	1.878,83	1.928,00	1.928,00
Amort. Gastos de Adecuación	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	56.751,03	60.805,30	62.401,89	64.091,14	65.775,88

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Entre los Gastos Administrativos que se detallan en tabla anterior, se registra un mayor desglose para cada tipo de cuenta, otorgando así la siguiente tabla:

Tabla 65. Útiles de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Esferos BIC varios colores (docena)	4	6,00	24,00	24,65	25,32	26,01	26,72
Lápices HB	4	5,50	22,00	22,60	23,21	23,85	24,50
Papel bond A4 (resmas)	20	6,00	120,00	123,27	126,62	130,07	133,62
Borrador blanco para lápiz (docenas)	4	4,50	18,00	18,49	18,99	19,51	20,04
Cuaderno pequeño NORMA (100 h)	8	2,25	18,00	18,49	18,99	19,51	20,04
Carpetas doble arco (norma)	4	4,20	16,80	17,26	17,73	18,21	18,71
Grapas (caja de 100 unidades)	6	3,50	21,00	21,57	22,16	22,76	23,38
Grapadora mediana	2	5,50	11,00	11,30	11,61	11,92	12,25
Perforadora mediana	2	6,00	12,00	12,33	12,66	13,01	13,36
TOTAL			262,80	269,96	277,31	284,86	292,62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 66. Productos de limpieza

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escobas plásticas pequeñas	4	6,00	24,00	24,65	25,32	26,01	26,72
Palas para basura	4	7,50	30,00	30,82	31,66	32,52	33,40
Detergente grande (1000 gramos)	5	8,20	41,00	42,12	43,26	44,44	45,65
Ambientales varias aromas	12	11,00	132,00	135,59	139,29	143,08	146,98
Cloro (galón de 4 litros)	4	9,50	38,00	39,03	40,10	41,19	42,31
Fundas de basura (ciento)	2	15,00	30,00	30,82	31,66	32,52	33,40
Franelas colores varios	12	3,50	42,00	43,14	44,32	45,53	46,77
TOTAL			337,00	346,18	355,61	365,29	375,24

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 67. Gastos Servicios Básicos

DETALLE	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	<AÑO 4	AÑO 5
Agua potable (m3)	150,00	1.800,00	1.849,02	1.899,37	1.951,10	2.004,24
Luz Eléctrica (kW)	160,00	1.920,00	1.972,29	2.026,00	2.081,17	2.137,85
Teléfono	70,00	840,00	862,88	886,37	910,51	935,31
Internet	120,00	1.440,00	1.479,22	1.519,50	1.560,88	1.603,39
TOTAL	500,00	6.000,00	6.163,40	6.331,25	6.503,67	6.680,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 68. Gasto Seguro

CONCEPTO	ADMINISTRATIVO	OPERATIVO	INVERSIÓN N ACTIVOS FIJOS	PORCENTAJE MENSUAL	ADMINISTRATIVOS	OPERATIVOS	VALOR ANUAL
Muebles y Enseres	420,00	1.230,00	1.650,00	2,0%	100,80	295,20	396,00
Equipos de Oficina	105,00	450,00	555,00	2,0%	25,20	108,00	133,20
Equipos de Computación	1.300,00	-	1.300,00	2,0%	312,00	0,00	312,00
Edificio	24.500,00	-	24.500,00	2,0%	5880,00	0,00	5.880,00
TOTAL	26.325,00	1.680,00	28.005,00		6318,00	403,20	6721,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 69. Gasto Mantenimiento

CONCEPTO	ADMINISTRATIVO	OPERATIVO	INVERSIÓN N ACTIVOS FIJOS	PORCENTAJE MENSUAL	REPARACION ADMINISTRATIVOS	REPARACION OPERATIVOS	VALOR ANUAL
Muebles y Enseres	420,00	1.230,00	1.650,00	2,0%	100,80	295,20	396,00
Equipos de Oficina	105,00	450,00	555,00	2,0%	25,20	108,00	133,20
Equipos de Computación	1.300,00	-	1.300,00	2,0%	312,00	0,00	312,00
Edificio	24.500,00	-	24.500,00	1,0%	2940,00	0,00	2.940,00
TOTAL	26.325,00	1.680,00	28.005,00		3378,00	403,20	3781,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 70. Gasto Depreciación

CONCEPTO	VALOR CONTABLE	%	VIDA ÚTIL (AÑOS)	2016	2017	2018	2019	2020
Muebles y Enseres	1.650,00	10,00%	10	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00
Equipos de Oficina	555,00	10,00%	10	55,50	55,50	55,50	55,50	55,50
Equipos de Computación	1.300,00	33,33%	3	433,33	433,33	433,33	482,50	482,50
Edificio	24.500,00	5,00%	20	1.225,00	1.225,00	1.225,00	1.225,00	1.225,00
TOTAL	28.005,00			1.878,83	1.878,83	1.878,83	1.928,00	1.928,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Tabla 71. Gasto Amortización

CONCEPTO	VALOR CONTABLE	%	VIDA ÚTIL (AÑOS)	2016	2017	2018	2019	2020
Amorti. Gastos de Adecuación	1.500,00	20,00%	5	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL	1.500,00			300,00	300,00	300,00	300,00	300,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Jimena Pob Manteca

3.14.4 Estados Financieros

3.14.4.1 Estado de Resultados proyectado

Para elaborar el Estado de Resultados proyectado, se consideran los ingresos, costos de ventas y gastos del negocio con la finalidad de obtener la utilidad o pérdida de cada ejercicio contable anual restando el 15% correspondiente a la Participación a los Trabajadores y del 22% del Impuesto a la Renta, todos estos valores se registran en la tabla que se observa a continuación:

Tabla 72. Estado de Resultados proyectado

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS	186.944,00	199.169,76	212.144,36	226.041,59	240.731,64
Avistamiento (salidas guiadas)	20.635,00	22.039,29	23.488,94	25.039,13	26.656,34
Observación de aves	35.490,00	37.807,32	40.272,03	42.897,13	45.696,59
Alojamiento y Observación de aves	106.440,00	113.406,56	120.800,25	128.707,65	137.089,76
Alimentación y Observación de aves	10.854,00	11.566,13	12.319,56	13.122,24	13.977,29
Paquete turístico completo	13.475,00	14.350,45	15.263,59	16.275,44	17.311,66
(-) COSTOS DE VENTAS	67.450,26	73.172,67	75.444,50	77.802,61	80.248,80
Suministros de Aseo Huésped	1.896,50	2.020,57	2.152,10	2.293,09	2.442,38
Alimentos y bebidas	5.124,00	5.460,77	5.812,09	6.191,49	6.600,62
Sueldos Operativos	53.729,76	58.808,86	60.410,42	62.055,60	63.745,58
Suministros de Alojamiento	5.115,00	5.254,30	5.397,39	5.544,38	5.695,37
Suministros de Cocina	1.585,00	1.628,16	1.672,51	1.718,05	1.764,84
(=) UTILIDAD BRUTA	119.493,74	125.997,09	136.699,85	148.238,97	160.482,85
(-) GASTOS	63.701,03	66.907,07	68.043,04	69.306,43	70.597,47
(=) GASTOS DE VENTAS	6.600,00	6.101,77	5.641,14	5.215,29	4.821,59
Gastos Publicidad	6.600,00	6.101,77	5.641,14	5.215,29	4.821,59
(=) GASTOS ADMINISTRATIVOS	57.101,03	60.805,30	62.401,89	64.091,14	65.775,88
Útiles de Oficina	262,80	269,96	277,31	284,86	292,62
Útiles de Aseo	337,00	346,18	355,61	365,29	375,24
Sueldos administrativos	37.470,00	41.058,52	42.176,68	43.325,29	44.505,18
Gastos Servicios Básicos	6.000,00	6.163,40	6.331,25	6.503,67	6.680,79
Gastos Seguros	6.721,20	6.904,24	7.092,27	7.285,41	7.483,82
Gastos Reparación y Mantenimiento	3.781,20	3.884,17	3.989,95	4.098,61	4.210,23
Gastos de Constitución	350,00				
Depreciación Activos Fijos	1.878,83	1.878,83	1.878,83	1.928,00	1.928,00
Amort. Gastos de Adecuación	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
(=) UTILIDAD OPERATIVA	55.792,71	59.090,03	68.656,82	78.932,54	89.885,38
(-) Gastos Financieros	25.196,63	21.807,87	17.594,87	12.357,16	5.845,51
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTICIPACION	30.596,07	37.282,16	51.061,95	66.575,39	84.039,87
- 15% de Participación Trabajadores	4.589,41	5.592,32	7.659,29	9.986,31	12.605,98
(=) UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	26.006,66	31.689,84	43.402,66	56.589,08	71.433,89
- 22% Impuesto a la Renta	5.721,47	6.971,76	9.548,58	12.449,60	15.715,46
(=) UTILIDAD NETA	20.285,20	24.718,07	33.854,07	44.139,48	55.718,43

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Tania Jimena Pob Manteca

3.14.4.2 Estado de Flujos Netos de Caja

El Estado de Flujos Netos de Caja se registra los ingresos y egresos de efectivo incluyendo también a la inversión en Activos Fijos, Diferidos y Capital de Trabajo, estableciendo el valor que se ha destinado como aportaciones de los socios y la entidad financiera correspondiente. Con el resultado final obtenido es posible determinar la factibilidad del proyecto a través de los indicadores de evaluación financiera.

Tabla 73. Estado de Flujos Netos de Caja

	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	A. FLUJO DE BENEFICIO:						
	Ingresos por ventas		186.944,00	199.169,76	212.144,36	226.041,59	240.731,64
	Valor Residual Activos Fijos						
	Recuperación del Capital de Trabajo						
(=)	TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS	-	186.944,00	199.169,76	212.144,36	226.041,59	240.731,64
	B. FLUJO DE COSTOS						
	Inversión Fija	127.055,00					
	Capital de Trabajo	31.801,43					
	Inversión Diferida	1.500,00					
	Costos Operativos		67.450,26	73.172,67	75.444,50	77.802,61	80.248,80
	Gastos Administrativos		57.101,03	60.805,30	62.401,89	64.091,14	65.775,88
	Gastos de Ventas		6.600,00	6.101,77	5.641,14	5.215,29	4.821,59
	Gastos Financieros		25.196,63	21.807,87	17.594,87	12.357,16	5.845,51
(=)	TOTAL FLUJO DE COSTOS	160.356,43	156.347,93	159.708,76	158.903,57	157.238,20	154.463,77
(+)	Depreciaciones y Amortizaciones		2.178,83	2.178,83	2.178,83	2.228,00	2.228,00
(=)	C. (A-B) FLUJO ECONOMICO	(160.356,43)	32.774,91	41.639,83	55.419,62	71.031,39	88.495,87
(+)	Préstamo	112.844,34					
(-)	Cuota de Amortización Préstamo		13.932,64	17.321,41	21.534,41	26.772,12	33.283,76
(-)	Participación de Trabajadores			4.589,41	5.592,32	7.659,29	9.986,31
(-)	Impuesto a la Renta			5.721,47	6.971,76	9.548,58	12.449,60
(=)	FLUJO FINANCIERO	(47.512,09)	18.842,27	14.007,54	21.321,12	27.051,39	32.776,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

3.14.5 Indicadores de evaluación financiera

3.14.5.1 Tasa de descuento

La Tasa de Descuento se denomina como la tasa mínima a la cual los inversionistas deberán aceptar la inversión, para ello se deberán considerar los siguientes parámetros que se detallan a continuación:

Tabla 74. Tasa de descuento

Recursos Propios	RP	29,63%
Recursos de Terceros	RT	70,37%
Tasa Activa	TA	11,50%
Tasa Pasiva	TP	5,08%
Tasa Impositiva	T	33,7%
Riesgo País	R	6,19%
Inflación	Π	2,72%
TASA DE DESCUENTO	TD	?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Y al utilizar la fórmula se tiene:

$$TD = (RT * TA) * (1 - T) + (RP * TP) + R + \Pi$$

$$TD = (71,49\% * 11,50\%) * (1 - 33,7\%) + (28,51\% * 5,08\%) + 6,19\% + 2,72\%$$

$$TASA DE DESCUENTO = 15,78\%$$

Por lo tanto, la Tasa de Descuento para el presente proyecto es de 15,78%, porcentaje que interviene en el cálculo del VAN (Valor Actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno) que actúan como indicadores de evaluación financiera.

3.14.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN (Valor Actual Neto) es un indicador a través del cual permite identificar la factibilidad de un proyecto de inversión, es decir, que se comparan los flujos de efectivo actualizados con la inversión requerida de tal manera que cuyo resultado al

ser positivo se estaría determinando que la empresa es favorable para implementarse.

Para el cálculo del VAN, es indispensable aplicar la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Cada uno de los literales enunciados en la fórmula significa:

Tabla 75. Valor Actual Neto (VAN)

VAN	=	Valor Actual Neto
I	=	Inversión
FNC	=	Flujo Neto de Caja
i	=	Tasa de Interés
n	=	Número de períodos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Por ende, si se utiliza la fórmula anterior es posible obtener un resultado idéntico del VAN de acuerdo como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 76. VAN

AÑO	FNC	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
AÑO 0	(47.512,09)	-	(47.512,09)
AÑO 1	18.842,27	1,16	16.273,65
AÑO 2	14.007,54	1,34	10.448,78
AÑO 3	21.321,12	1,55	13.736,16
AÑO 4	27.051,39	1,80	15.052,08
AÑO 5	32.776,20	2,08	15.751,33
		VAN	23.749,91

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

Al obtener un VAN de \$ 23.749,91 dólares, se determina que el presente proyecto para la creación de un negocio en la parroquia de Mindo se comprueba su factibilidad pues el valor obtenido es positivo pues la sumatoria de los flujos actualizados son mayores a los que se registran en la inversión.

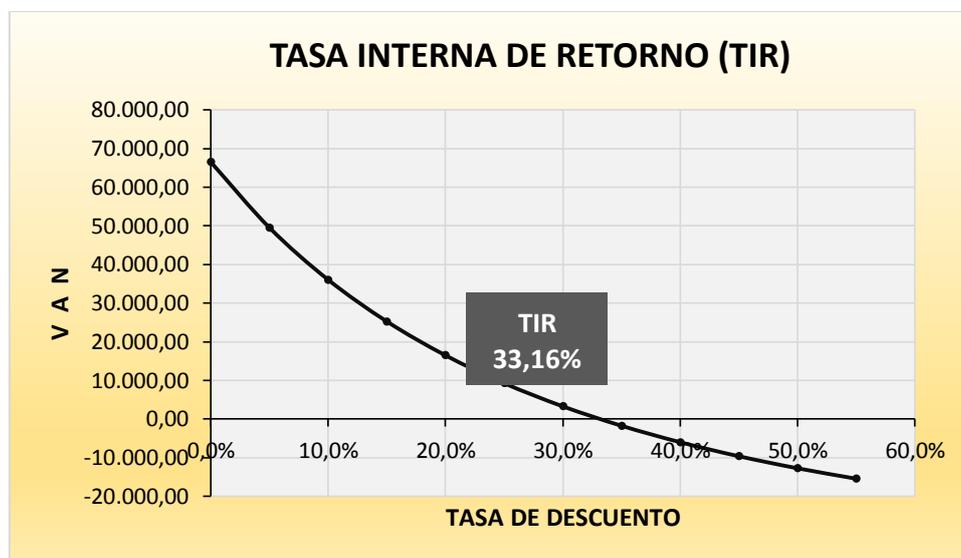
3.14.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es un indicador de evaluación financiera mediante el cual al compararla con la tasa de descuento ayuda a determinar la factibilidad de implementación de un determinado proyecto de inversión, es decir que lo dicho anteriormente resulta interesante especificar los siguientes parámetros:

- TASA DE DESCUENTO $>$ TIR *PROYECTO NO FACTIBLE*
- TASA DE DESCUENTO $<$ TIR *PROYECTO FACTIBLE*
- TASA DE DESCUENTO = TIR POR ENDE, VAN = 0

Bajo esta perspectiva se establece la siguiente figura para observar el porcentaje de la TIR y su comparación con la Tasa de Descuento y el VAN:

Figura 13. TIR



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

En definitiva, al obtener una TIR de 33,16% se demuestra que el presente proyecto es factible de implementarse pues al compararse con la tasa de descuento del

15,78% este porcentaje es inferior a la Tasa Interna de Retorno y por ende es posible obtener un resultado positivo en el cálculo del VAN.

3.14.5.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Mediante el periodo de recuperación se puede determinar en el año de recuperación que tendrá la inversión del proyecto, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 77. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑO	FNC	FNC ACTUALIZADO	FNC ACUMULADO
AÑO 0	(47.512,09)	(47.512,09)	(47.512,09)
AÑO 1	18.842,27	16.273,65	(31.238,44)
AÑO 2	14.007,54	10.448,78	(20.789,66)
AÑO 3	21.321,12	13.736,16	(7.053,51)
AÑO 4	27.051,39	15.052,08	7.998,58
AÑO 5	32.776,20	15.751,33	23.749,91

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

De esta manera se determina que la inversión se estaría recuperando en el cuarto año del funcionamiento del proyecto.

3.14.5.5 Cálculo punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares se utiliza la siguiente fórmula.

$$PE\$ = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

$$PE\$ = \frac{63.701,03}{1 - \frac{67450,26}{186944,00}}$$

$$PE\$ = 99.658,16$$

De esta manera se tendrá un punto de equilibrio en valor en dólares cuando los ingresos por ventas alcancen un valor de \$ 99.658,16. Para el punto de equilibrio en unidades se emplea la siguiente fórmula para su cálculo.

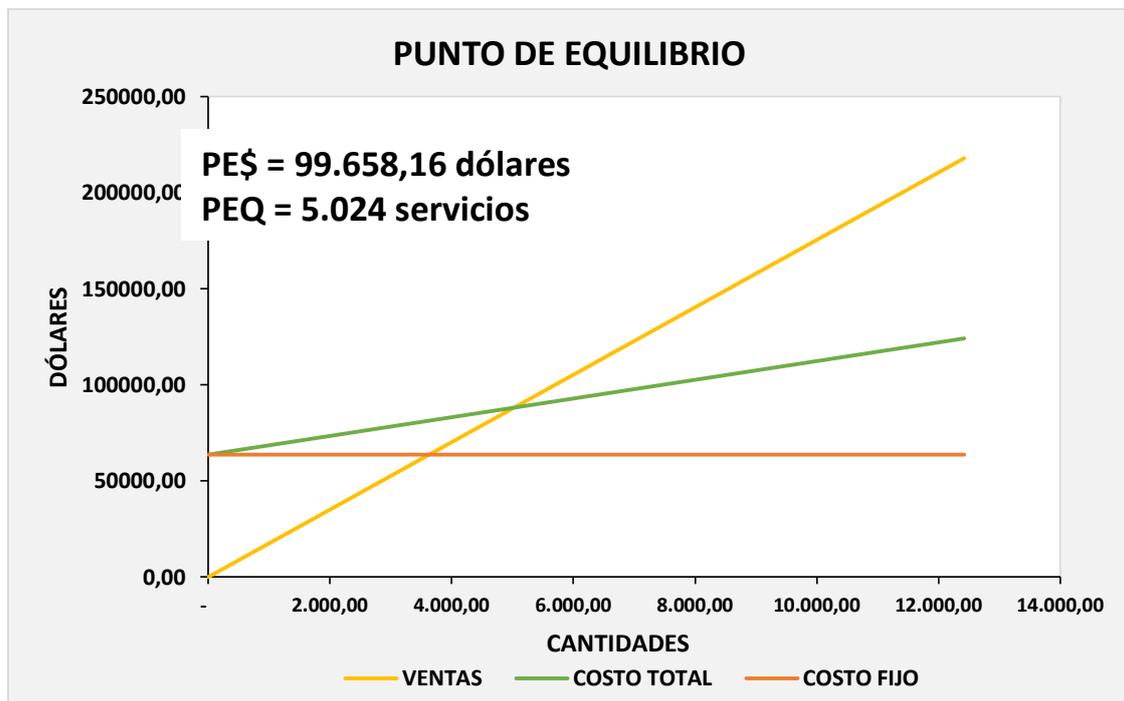
$$PEQ = \frac{COSTO FIJO}{PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

$$PEQ = \frac{63.701,03}{17,55 - 4,87}$$

$$PEQ = 5.024$$

De esta manera se tendrá un punto de equilibrio en unidades cuando se alcance 5.024 servicios.

Figura 14. Punto de equilibrio



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

CAPÍTULO IV. IMPACTO

4.1 Impacto económico

Al implementarse el presente proyecto se genera fuentes de empleo, se establece que durante el primer año el negocio tendría costos en la adquisición de alimentos y bebidas en \$ 8801,50 dólares que representan el 7,2% de los costos totales durante el primer año de funcionamiento del negocio, con ello se tendría una ganancia de \$ 10.638,31 dólares para el mismo año obteniendo así un margen de utilidad del 6,6% que podría destinarse para la repartición de las utilidades de sus inversionistas o para la recapitalización de sus utilidades.

Bajo esta perspectiva, al finalizar el quinto año la futura empresa obtendría ingresos por ventas valoradas en \$ 248095,09 dólares que representan el 11,2% en comparación con el año anterior, de la misma manera su utilidad neta durante el mismo año sería de \$ 68203,37 dólares que equivale al 37% en relación con el cuarto año.

4.2 Impacto social

En la parroquia de Mindo a pesar de disponer de un elevado número de turistas aún subsisten problemas sociales, es por ello, que los beneficios obtenidos de la implementación del presente proyecto se destinarían hacia la construcción de un Nuevo Centro de Salud y Campañas que Incentiven la Prevención de Enfermedades mediante la coordinación con las autoridades de la Junta Parroquial de Mindo y demás entidades del Estado.

De esta forma se estaría favoreciendo, no solamente a personas que padecen diversas enfermedades entre los pobladores, sino que, a toda la comunidad de la parroquia de Mindo, con ello se estaría buscando una mejora en el área de la salud de cada uno de sus habitantes y de sus familias.

4.3 Impacto ambiental

Impacto ambiental por implementación del Bir Lodge en Mindo ya sea en el aire, agua, suelo y posibles ruidos que podría ocasionarse por el desarrollo de la actividad turística.

Tabla 78. Impacto ambiental

No.	Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Área Asociada	Medidas de Mitigación
1	Eliminación de residuos domésticos	Contaminación del agua	Área del negocio: Restaurante	Colocar basureros especializados que clasifique los tipos de residuos
2	Eliminación de los desechos tóxicos	Contaminación del agua, aire y suelo	Área del negocio: Restaurante y Alojamiento	Adquirir fundas plásticas adecuadas para la eliminación de desechos
4	Ruido	Contaminación acústica	Alrededores de la organización (Mindo)	Solicitar apoyo de las autoridades de Mindo para la eliminación de equipos que ocasionen ruido

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Jimena Polo Manteca

El impacto generado no será significativo, se tomará en cuenta la:

- Actividad responsable
- Recolección adecuada de residuos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Mediante visitas realizadas a la parroquia de Mindo y a través de revisión bibliográfica de varios autores efectuada dentro de la investigación se pudo recopilar información de gran importancia para poder estructurar de manera adecuada el plan de negocio en cada una de sus etapas.
- Al efectuar la investigación de campo dentro del lugar de estudio, se estableció que existe una alta demanda de turistas que requieren el servicio de alojamiento de un Bird Lodge para observadores de aves en Mindo, por lo tanto, resultara favorable la creación o implementación de este tipo de negocio.
- Mediante el desarrollo del plan de negocio se pudo evidenciar la viabilidad del presente proyecto, con una inversión total de \$160.356,43 e indicadores de evaluación financiera como son la Tasa de Descuento que equivale al 15,78% el VAN (Valor Actual Neto) 23.749,91 dólares TIR (Tasa Interna de Retorno) que es de 33,16% y el PRI (Periodo de recuperación de la Inversión) que se recuperara en el cuarto año de funcionamiento de la empresa, porcentajes que se encuentran dentro de los valores aceptables para el retorno del capital invertido.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda investigar otros temas de diferentes autores con el fin de mejorar la gestión administrativa y comercial de la empresa al momento de ser implementada, por ejemplo: plan de marketing, plan estratégico empresarial y mejoramiento de procesos.
- Realizar diferentes estudios de campo por medio de encuestas dentro de la parroquia de Mindo durante un periodo de 2 veces al año para conocer las nuevas tendencias de adquisición, preferencias y gustos de los posibles clientes dentro del servicio de Bird Lodge.
- Efectuar e implementar un plan de marketing que vaya conjuntamente con el desarrollo de la empresa, para atraer más clientes y exista más utilidades para el Bird Lodge, por medio de estrategias de comercialización que satisfagan las necesidades de los clientes potenciales.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Andes. (10 de Enero de 2014). *Las visitas de turistas extranjeros a Ecuador aumentó en 7,42% durante 2013*. Recuperado el 7 de 2017 de 2017, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-extranjeros-ecuador-aumento-742-durante-2013.html>
- Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de Proyectos 6ta ed.* México: Mc Graw Hill Educación.
- Balanko, G. (2010). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Ballasteros, E., & Soliz, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya-Yala.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación 3ra ed.* Bogotá: Pearson Prentice Hall.
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos Analisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.
- Bort, M. (2004). *Merchandising*. Madrid: ESIC.
- Cebrián, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: Universidad de Castilla - la Mancha.
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. España: Díaz de Santos.
- Chavez, L. (7 de abril de 2016). *Lugares turísticos de Mindo en Ecuador*. Recuperado el 24 de Octubre de 2017, de <http://www.ecuador-turistico.com/2012/07/luagres-turisticos-de-mindo-ecuador.html>
- Còrdova, M. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: Ecoe Ediciones.
- Corporación Ecuatoriana de Servicios de Desarrollo Empresarial. (31 de Enero de 2012). *Obtener la patente municipal en Quito*. Recuperado el 7 de abril de 2017, de <http://cesdecorp.org/lideres-2/obtener-la-patente-municipal-en-quito/>
- Cuida tu futuro. (30 de Mayo de 2017). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. Recuperado el 9 de Diciembre de 2017, de <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Diario El Universo. (06 de mayo de 2012). *1.582 especies de aves hallan refugio en Ecuador*. Recuperado el 4 de Enero de 2017, de

<http://www.eluniverso.com/2012/05/06/1/1430/1582-especies-aves-hallan-refugio-ecuador.html>

Ecuador, Banco Central. (17 de marzo de 2017). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 11 de Agosto de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp>

Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo. (2016). *Recursos Naturales de Mindo*. Quito: Junta Parroquial de Mindo.

Ecuador, Centro Municipal de Información Turística- Mindo. (10 de Agosto de 2016). *Visitas de Turista Nacionales y Extranjeros a Mindo*. Quito: Junta parroquial de Mindo.

Ecuador, Congreso Nacional. (06 de mayo de 2002). *Ley de Turismo*. Quito, Ecuador: Reglamento Oficial Suplemento 733 del 27 de diciembre de 2002. Última modificación 29 de diciembre de 2014.

Ecuador, Consejo Municipal de San Miguel de los Bancos. (29 de marzo de 2016). *Ordenanza No. 04-CMSMB-2016. De Gestión, Promoción y Patrocinio Cultural en el cantón San Miguel de los Bancos*. Recuperado el 17 de febrero de 2017, de http://www.gadmsmb.gob.ec/images/GacetaMunicipal/ordenanzas/2016/ORDENANZA_N_04_CMSMB_2016.PDF

Ecuador, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Mindo. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Mindo*. Quito: Junta Parroquial de Mindo.

Ecuador, Gobierno de Pichincha. (10 de Septiembre de 2015). *Datos Provinciales censo*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2017, de <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/item/13-informacion-general.html>

Ecuador, Gobierno de Pichincha. (10 de Septiembre de 2015). *Información General*. Recuperado el 9 de Mayo de 2017, de <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/item/13-informacion-general.html>

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Indicadores de pobreza*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y censos.

- Ecuador, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (29 de Septiembre de 2014). *¿Cómo registro una marca?* Recuperado el 8 de agosto de 2017, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad. (30 de noviembre de 2014). *Estabilidad política ecuatoriana atrae a inversionistas extranjeros.* Recuperado el 16 de Septiembre de 2017, de <http://www.industrias.gob.ec/bp-061-estabilidad-politica-ecuatoriana-atrae-a-inversionistas-extranjeros/>
- Ecuador, Ministerio de salud publica. (29 de Mayo de 2017). *Requisitos para establecimientos nuevos.* Recuperado el 6 de Octubre de 2017, de <http://aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (20 de diciembre de 2013). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Mindo.* Recuperado el 4 de Enero de 2017, de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/sanmiguelban/ppdot_mindo.pdf
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (2014). *Análisis Económico Turístico.* Quito: Consultora MultinationalCorp S.A.
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (23 de diciembre de 2014). *En Mindo se registran 465 especies de aves durante el vigésimo Censo Navideño de Aves.* Recuperado el 11 de Abril de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/en-mindo-se-registran-465-especies-durante-el-vigesimo-censo-navideno-de-aves/>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (2016). *Análisis Económico Turístico.* Quito: Consultora MultinationalCorp S.A.
- Ecuador, Municipio de Mindo. (2016). *Llegada de turista nacionales y extranjeros a Mindo.* Mindo: Centro Municipal de Información de Mindo.
- Ecuador, Presidencia Constitucional de la República. (17 de Diciembre de 2002). *Reglamento general de actividades turísticas (Decreto No. 3400).* Recuperado el 17 de mayo de 2017, de Registro Oficial N° 726 .Modificada el 9 de enero de 2008: <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20General%20de%20Actividades%20Turisticas.pdf>
- Ecuador, Presidencia de la República. (5 de enero de 2004). *Reglamento General a la Ley de Turismo.* Recuperado el 15 de septiembre de 2017, de Registro

Oficial N° 244. Última modificación 22 de enero de 2015:
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (18 de febrero de 2016).

Buen Vivir también se refleja en desarrollo del turismo. Recuperado el 26 de Julio de 2017, de <http://www.planificacion.gob.ec/buen-vivir-tambien-se-refleja-en-desarrollo-del-turismo/>

Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013*. Quito - Ecuador: SENPLADES.

Ecuador, Gobierno autónomo descentralizado de Mindo. (27 de Agosto de 2012).

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Mindo. Recuperado el 05 de julio de 2016, de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/sanmiguelban/ppdot_mindo.pdf

Egas, M. (22 de diciembre de 2017). *Aficionados a las aves recorren nuevas rutas.*

Recuperado el 8 de Diciembre de 2017, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/1/1-000-pajareros-recorren-nueve-rutas>

El emprendedor. (29 de Mayo de 2014). *Registrar una marca en Ecuador.*

Recuperado el 31 de Enero de 2017, de <http://www.emprendedor.ec/registrar-una-marca-en-ecuador/>

El Telegrafo. (22 de Marzo de 2016). *Creacion de compañías.* Recuperado el 12 de

Marzo de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-creacion-de-companias-con-capital-de-usd-800-cuesta-usd-365>

Elsoler17. (22 de Febrero de 2014). *Tipos de cámaras fotográficas.* Recuperado el

21 de Diciembre de 2017, de <https://elsoler17.wordpress.com/2014/02/22/tipos-de-cameras-fotograficas/>

Escalona, F. (2003). *El Turismo explicado con claridad*. México: Libros en red.

Federación Hotelera del Ecuador. (27 de Enero de 2014). *Datos Útiles para el*

Viajero. Recuperado el 19 de Octubre de 2017, de Guía de Hoteles: <https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt2.php?menu=Tips%20viajero&tip=tips&idiom=1>

Foros Ecuador. (29 de Octubre de 2013). *Permiso de bomberos.* Recuperado el 7

de Mayo de 2017, de

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/trámites/3224-permiso-de-bomberos>

Google. (20 de Diciembre de 2017). *Binoculares, Prismáticos, Telescopios, Camaras fotograficas y de videos*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2017, de <https://www.google.com/search?q=binoculares%20prismaticos%20telescopios%20y%20camaras%20de%20video&sc=0-54&sk=&cvid=4196A884338C42A0B91F828B0964BA53> ope=images&sp=1

Google Maps. (22 de Enero de 2018). *Quito Tennis y Golf Club, Quito EC170134*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/dir/Quito+Tennis+y+Golf+Club,+Quito+EC170134/Mindo/@-0.0123549,-78.7539447,11z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x91d5859401f024c5:0x5965a7f20ee20f69!2m2!1d-78.4936632!2d-0.0972178!1m5!1m1!1s0x91d57c4699565207:0x7341c14f9b73>

Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Dirección de Marketing 14ma ed.*

Matilla, K. (2010). *Conceptos fundamentales de marketing*.

MilDot Store SL. (26 de Diciembre de 2017). *Telescopio de tierra*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2017, de <https://www.mildot.es/optica/telescopios/telescopios-terrestres/uso-telescopio-naturaleza.html>

Miranda. (2005). *Técnicas de investigación para historiadores: las fuentes de la historia*. España: Síntesis.

Morales, A., & Castro, J. (2010). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. México: Mc Graw Hill Educación.

Morán, G., & Alvarado, D. (2011). *Métodos de Investigación*. México: Pearson.

Paisturístico. (27 de Enero de 2018). *Mindo belleza natural de flora y fauna*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de <http://www.paisturistico.com/ecuador/mindo>

Pérez Porto, J. (29 de Mayo de 2008). *Definición de empresa*. Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://definicion.de/empresa/>

Pérez, M. (2003). *La Guía del Ecoturismo, o como conservar la naturaleza a través del turismo*. Madrid: Mundi - prensa.

Pinzòn, L. (2013). *Anatomía de un Plan de Negocio*. New York: Printed Edition.

- Quesada, R. (2006). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San José.
- Quito Adventure. (21 de Septiembre de 2017). *Reserva Ecológica Mindo Nambillo*. Recuperado el 6 de Febrero de 2017, de <http://quitoadventure.com/espanol/aventura-ecuador/areas-protegidas-ecuador/andes-ecuador/reserva-ecologica-mindo.html>
- Revista Lideres. (20 de Mayo de 2015). *Ecuador redujo a 1,9% tasa de crecimiento para 2015 por caída precio petróleo*. Recuperado el 13 de Agosto de 2017, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-reduccion-crecimiento2015-bce-proyeccion.html>
- Rodriguez, I. (2010). *Principios y estrategias de marketing*.
- Salomon, F. (1997). *Los Yumbos, Niguas y Tsáchilas durante la conquista española*. Quito: Abya Yala.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación 2da ed.*
- Secall, R. E., Torres Bernier, E., Fuentes García, R., & Martín Rojo, M. d. (2006). *Estructura de mercados turísticos*.
- Servicio de Rentas Internas. (19 de Septiembre de 2017). *Devolución de IVA*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/devolucion-de-iva>
- Silva, J. (14 de septiembre de 2008). *El Aviturismo o Birdwatching - Turismo de observación de aves*. Recuperado el 30 de Marzo de 2017, de <http://aviturismoamericano.blogspot.com/2008/09/el-aviturismo-o-birdwatching-turismo-de.html>
- Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y Tecnologías Turísticas. (2014). *Turismo e innovación*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2010). *Fundamentos de Marketing 14ta ed.* México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Thompson, I. (19 de Abril de 2010). *Definición de distribución*. Recuperado el 11 de Junio de 2017, de <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>
- Tramites. (30 de Mayo de 2017). *Licencia de uso de suelo*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2017, de http://seduv.edomexico.gob.mx/dgop/dgou_tramites_usosuelo.htm

- Trespalacios, J. A., Vazquez, R., & Bello, L. (2005). *Investigación de mercados*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Valdes, L., & Ruiz, A. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Valkanik. (26 de Diciembre de 2017). *Telescopio Terrestre o Prismático*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2017, de <https://www.valkanik.com/informacion/telescopio-o-prismtico>
- Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera 14ta ed.* México: Pearson Prentice Hall.
- Vega, V. (2000). *Mercadeo Básico*. Costa Rica: UNED.
- Zuñiga, A. Y., Guzmán, P. A., & Ortega, O. F. (08 de Diciembre de 2013). *Manual de funciones y manual de procedimientos empresa: Comercial Nutresa S.A.S.* Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de <https://es.slideshare.net/paguzman16/trabajo-gth1>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS DE LA PARROQUIA DE MINDO

Objetivo de la encuesta

- Conocer la aceptación que tendrá la creación del Bird Lodge en la parroquia de Mindo y las preferencias de los turistas en cuanto a servicios de alojamiento, alimentación y observación de aves para quienes admiren la naturaleza en la parroquia de Mindo.

Presentación.

Buenos días/tardes, mi nombre es..... y estamos realizando una encuesta a los turistas que visitan la parroquia de Mindo sobre los servicios de alojamiento que ofrece este sector.

Le recordamos que los datos recolectados son confidenciales y serán utilizados con fines estadísticos.

Datos personales

Sexo:

1. Hombre

2. Mujer

Edad:

1. De 18 a 25 años

4. De 46 a 55 años

2. De 26 a 35 años

5. De 56 a 65 años

3. De 36 a 45 años

6. Más de 65 años

Nacionalidad:

1. Ecuatoriano

2. Extranjero

Preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita Mindo?

1. Cada mes

4. Cada seis meses

2. Cada tres meses

5. Cada año

2. Cuántos días se queda en Mindo?

1. Un día

5. Cinco días

2. Dos días

6. Más de cinco días

3. Tres días 7. No se hospeda
 4. Cuatro días

3. Cuáles son los servicios que usted más utiliza en Mindo?

1. Restaurante 4. Todos los anteriores
 2. Hospedaje 5. Otros (especifique).....
 3. Guía turístico

4. ¿Cómo califica los servicios de hospedaje en Mindo?

1. Muy bueno 3. Malo
 2. Bueno 4. Muy malo

5. ¿Cuál es el principal problema en los servicios de hospedaje que usted ha utilizado?

1. Altos costos
 2. Infraestructura inadecuada
 3. Mala atención al cliente
 4. Muebles e implementos en mal estado
 5. No dispone de información turística
 6. Ninguno
 7. Otros (especifique).....

6. ¿Qué actividades le gusta realizar en Mindo?

1. Turismo de aventura 4. Turismo de aves
 2. Turismo ecológico 5. Turismo científico
 3. Turismo cultural 6. Otros (especifique).....

7. Estaría usted dispuesto a visitar un Bird Lodge que cuente con servicios de hospedaje, alimentación, paquetes turísticos y avistamiento de aves en la parroquia de Mindo? (si la respuesta es NO termine la encuesta)

1. Si 2. No

8. A través de qué medio de comunicación se informa usted para conocer promociones y publicidad de lugares de alojamiento?

1. Página Web 5. Facebook
 2. Tripadvisor 6. Whatsapp
 3. Trivago 7. Hojas volantes
 4. YouTube

9. Por lo general viaja usted solo o acompañado/a en un viaje de turismo?

- | | | | |
|----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| 1. Viaja solo | <input type="checkbox"/> | 3. De 3 a 5 personas | <input type="checkbox"/> |
| 2. De 1 a 3 personas | <input type="checkbox"/> | 4. Más de 5 personas | <input type="checkbox"/> |

10. Al viajar a un lugar turístico como es Mindo, ¿cuál es el servicio que usted más prefiere?

- | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| 1. Avistamiento (salidas guiada) | <input type="checkbox"/> | 4. Alimentación | <input type="checkbox"/> |
| 2. Alojamiento | <input type="checkbox"/> | 5. Todos los servicios | <input type="checkbox"/> |
| 3. Observación de aves | <input type="checkbox"/> | | |

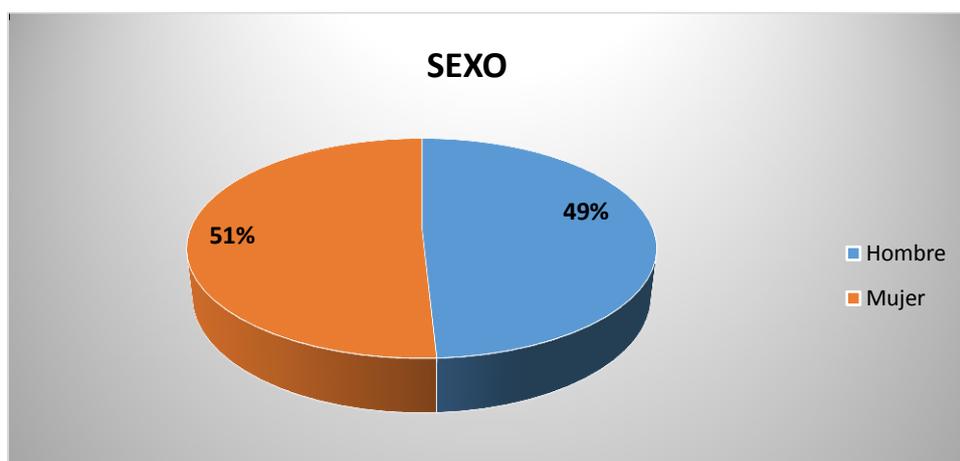
11. Qué alimento o bebida es el que usted más consume al visitar un Lodge?

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| 1. Platos típicos | <input type="checkbox"/> | 4. Bebidas frías | <input type="checkbox"/> |
| 2. Menús diarios (almuerzo) | <input type="checkbox"/> | 5. Postres | <input type="checkbox"/> |
| 3. Bebidas calientes | <input type="checkbox"/> | | |

Anexo 2. Tabulación de la encuesta

Sexo

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
Hombre	188	49%
Mujer	196	51%
TOTAL	384	100%

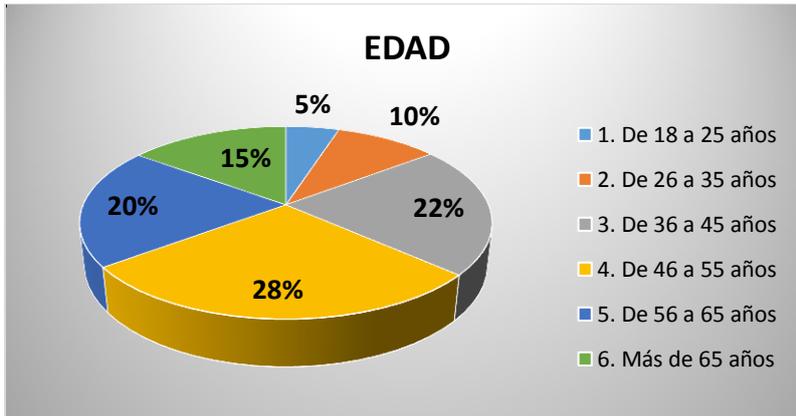


Análisis:

No existe una gran diferencia significativa entre hombres y mujeres por lo que el servicio debería ofrecerse por igualdad independientemente del género.

Edad

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. De 18 a 25 años	19	5%
2. De 26 a 35 años	37	10%
3. De 36 a 45 años	84	22%
4. De 46 a 55 años	108	28%
5. De 56 a 65 años	78	20%
6. Más de 65 años	57	15%
TOTAL	384	100%



Análisis:

Se puede interpretar que al menos 7 de cada 10 turistas mantienen una edad dentro de un rango que se encuentra dentro de los 36 a 65 años, por lo que al ofrecerse los servicios turísticos deberán enfocarse hacia este tipo de segmento.

Nacionalidad

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Ecuatoriano	153	40%
2. Extranjero	231	60%
TOTAL	384	100%

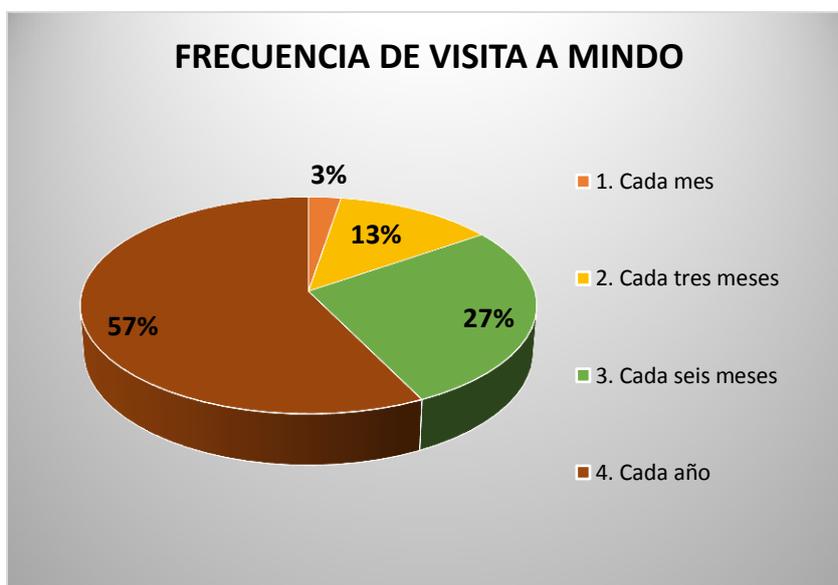


Análisis:

En cuanto a la nacionalidad de los encuestados, se establece que al menos 3 de cada 5 turistas provienen desde el exterior, por lo que los nuevos servicios que se ofrecerían deberán enfocarse hacia este segmento.

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia visita Mindo?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Cada mes	10	2,60%
2. Cada tres meses	49	12,76%
3. Cada seis meses	105	27,34%
4. Cada año	220	57,29%
TOTAL	384	100,00%

**Análisis:**

En la tabla y figura anterior se determina la frecuencia de visita hacia Mindo, es decir que al menos 5 de cada 10 personas visitan a la parroquia por motivos turísticos.

Pregunta 2. ¿Cuántos días se queda en Mindo?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Un día	63	16%
2. Dos días	83	22%
3. Tres días	70	18%
4. Cuatro días	42	11%
5. Cinco días	28	7%
6. Más de cinco días	15	4%
7. No se hospeda	83	22%
TOTAL	384	100%

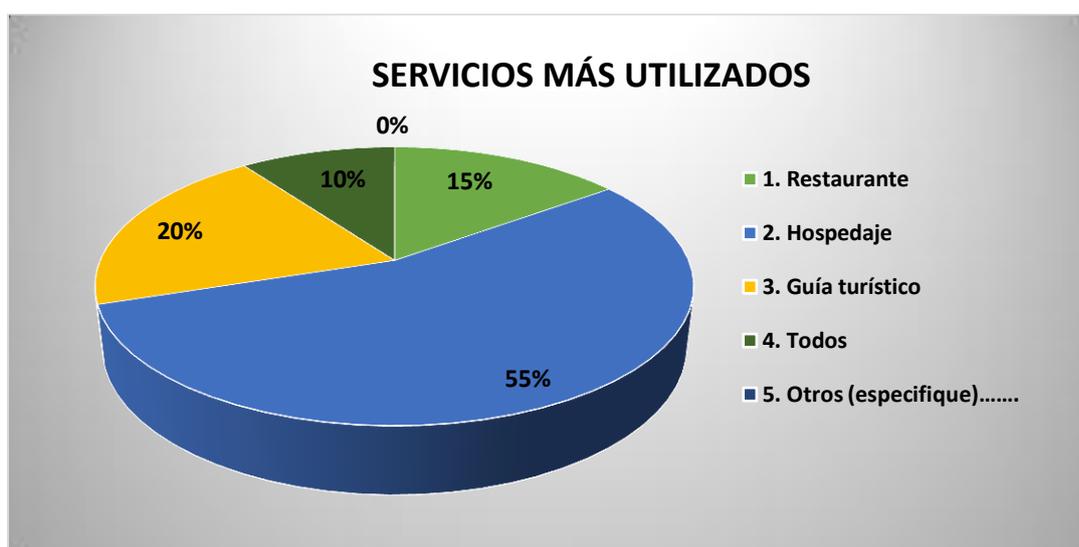


Análisis:

El número de días de visita varía de acuerdo a cada turista, de tal manera que el 16% menciona que se hospeda un día, el 22% cada dos días, el 18% cada tres días y el 11% cada 4 días, es decir, que al menos 3 de cada 5 turistas utilizan servicios de alojamiento entre uno a cuatro días.

Pregunta 3. ¿Cuáles son los servicios que usted más utiliza en Mindo?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Restaurante	58	15%
2. Hospedaje	211	55%
3. Guía turístico	77	20%
4. Todos	38	10%
5. Otros (especifique).....	0	0%
TOTAL	384	100%

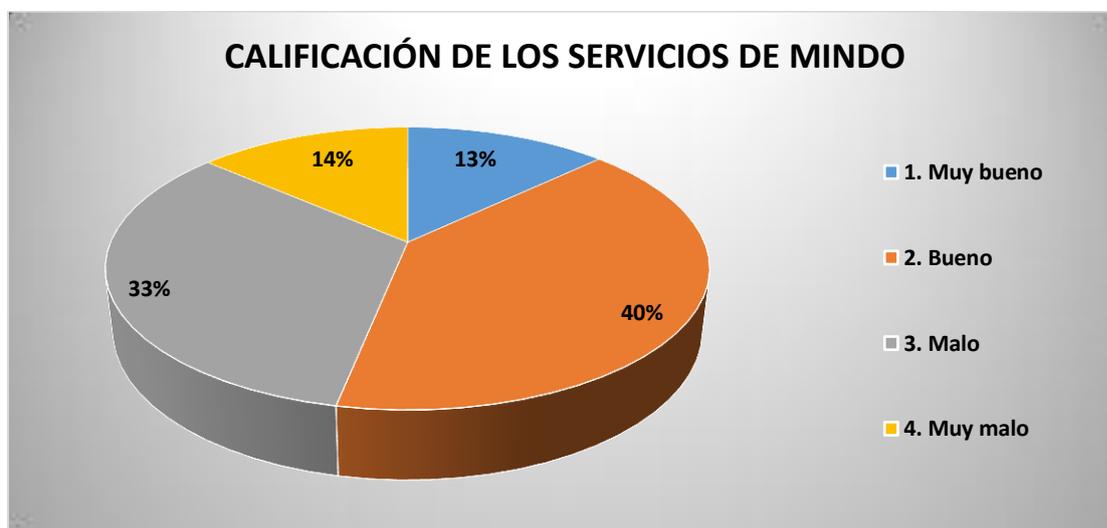


Análisis:

En los porcentajes de la tabla y figura anteriores, se determina que el 55% de los encuestados prefieren el servicio de hospedaje, el 20% por el de guía turístico, el 15% para restaurante, por lo que la diferencia que se ubica en 10% menciona que utilizan todos los servicios anteriormente mencionados pero en su conjunto.

Pregunta 4. ¿Cómo califica los servicios de hospedaje en Mindo?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Muy bueno	50	12,96%
2. Bueno	154	40,20%
3. Malo	128	33,22%
4. Muy malo	52	13,62%
TOTAL	384	100,00%

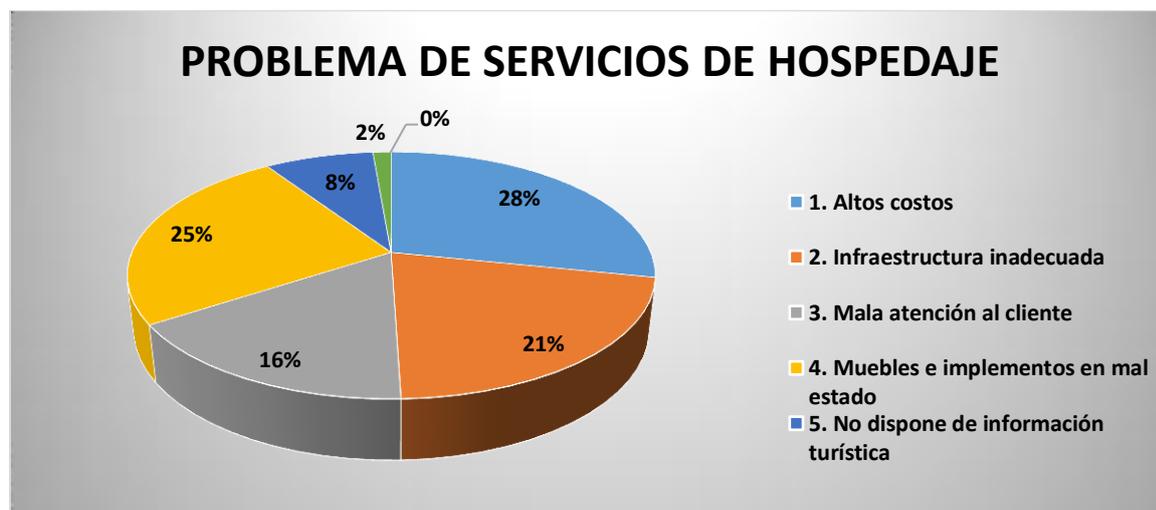


Análisis:

Los porcentajes de la tabla y gráfico anterior demuestran que el 53% de los lugares de alojamiento existentes en Mindo son calificados por los turistas como buenos y muy buenos, no obstante, el 47% de los turistas no se encuentran satisfechos con los servicios existentes.

Pregunta 5. ¿Cuál es el principal problema en los servicios de hospedaje que usted ha utilizado?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Altos costos	108	28%
2. Infraestructura inadecuada	82	21%
3. Mala atención al cliente	63	16%
4. Muebles e implementos en mal estado	96	25%
5. No dispone de información turística	31	8%
6. Ninguno	5	1%
7. Otros (especifique).....	-	0%
TOTAL	384	100%

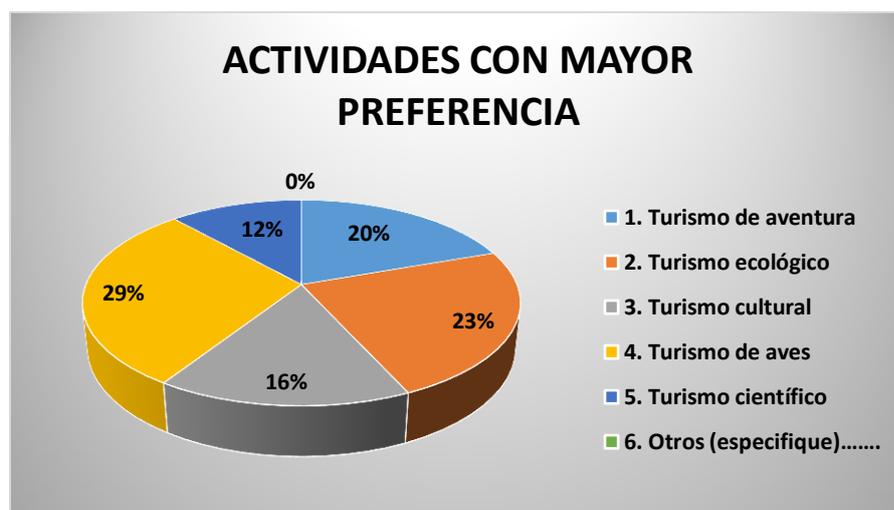


Análisis:

Al consultar sobre los problemas en los servicios de alojamiento se establece a los altos costos, mueble en mal estado, infraestructura inadecuada y mala atención al cliente. lo que significaría que al menos 9 de cada 10 turistas han detectado inconvenientes en los servicios de hospedaje y que se requieren ser solucionados.

Pregunta 6. ¿Qué actividades le gusta realizar en Mindo?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Turismo de aventura	50	12,90%
2. Turismo ecológico	99	25,81%
3. Turismo cultural	62	16,13%
4. Turismo de aves	111	29,03%
5. Turismo científico	62	16,13%
6. Otros (especifique).....	-	0,00%
TOTAL	384	100,00%

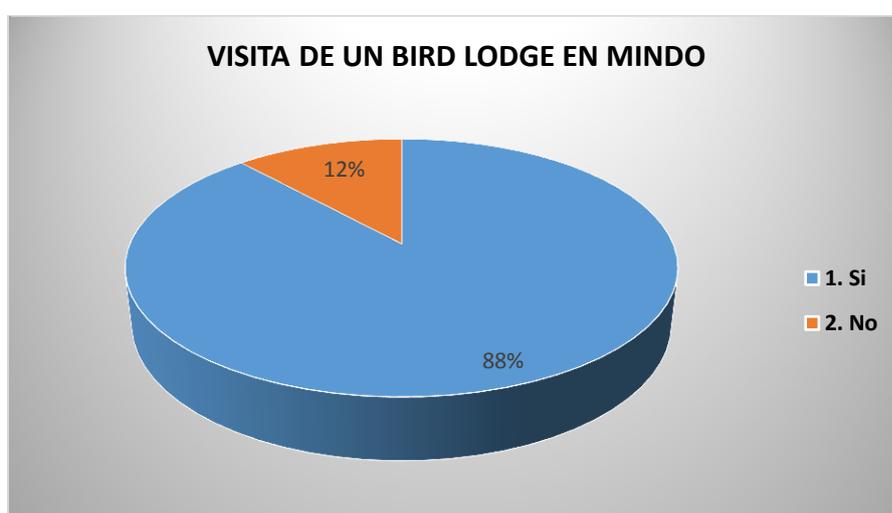


Análisis:

Mindo es un sitio turístico destacado por su belleza natural tanto en flora y fauna, es por ello que al menos 3 de cada 5 turistas prefieren al turismo que se base en actividades relacionadas con la naturaleza, aventura, ecología y la fauna del sector son los principales atractivos para ellos.

Pregunta 7. ¿Estaría usted dispuesto a visitar un Bird Lodge que cuente con servicios de alimentación, hospedaje y avistamiento de aves en la parroquia de Mindo? (si la respuesta es NO termine la encuesta)

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Si	98	88%
2. No	13	12%
TOTAL	111	100%



Análisis:

Al consultar a los turistas sobre la posibilidad de visitar un Lodge para quienes gustan del aviturismo u observación de aves en Mindo, se establece que el 88% si estaría dispuesto a adquirirlo, mientras que el 12% restante no se identifica con este tipo de servicio y por lo tanto no prefería efectuar algún tipo de compra. Bajo esta perspectiva se destaca que 4 de cada 5 turistas podrían utilizar los nuevos servicios que a través del presente proyecto se pretenden implementar.

Pregunta 8. A través de qué medio de comunicación se informa usted para conocer promociones y publicidad de lugares de alojamiento

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Página Web	100	26 %
2. Tripadvisor	80	21 %
3. Trivago	33	9 %
4. YouTube	75	20 %
5. Facebook	50	13 %
6. Whatsapp	21	5 %
7. Hojas volantes	25	6 %
TOTAL	384	100,00%

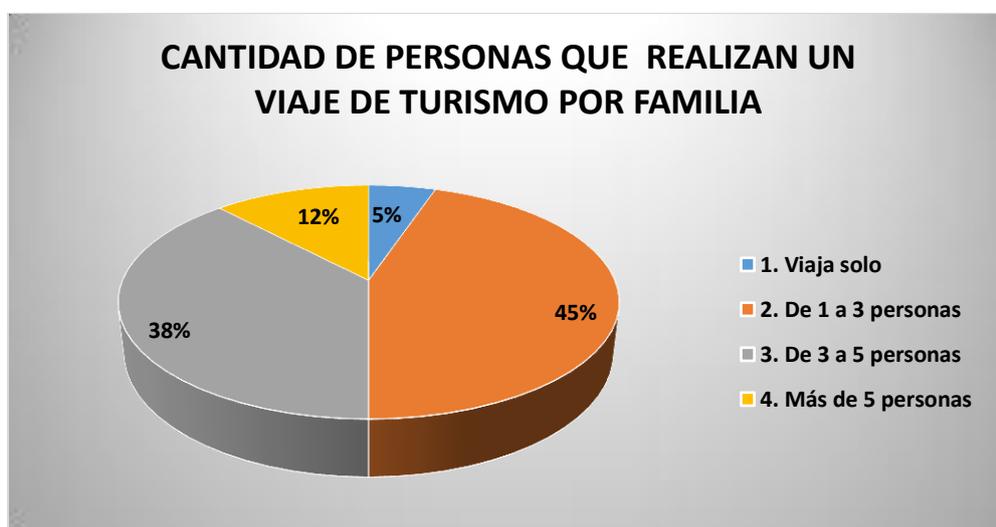


Análisis:

En cuanto a los mecanismos que deberían utilizarse para publicidad del Lodge, se encuentran la página web, Tripadvisor, YouTube que en total suman un 66%, Facebook con el 13% y la diferencia restante se distribuyen entre Trivago, hojas volantes y whatsapp con un 9%, 7% y 5% respectivamente. Estos porcentajes deberán considerarse para dar a conocer el servicio de hospedaje para avituristas en la parroquia de Mindo.

Pregunta 9. Por lo general viaja usted solo o acompañado/a en un viaje de turismo?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Viaja solo	19	5%
2. De 1 a 3 personas	165	45%
3. De 3 a 5 personas	140	38%
4. Más de 5 personas	45	12%
TOTAL	369	100%

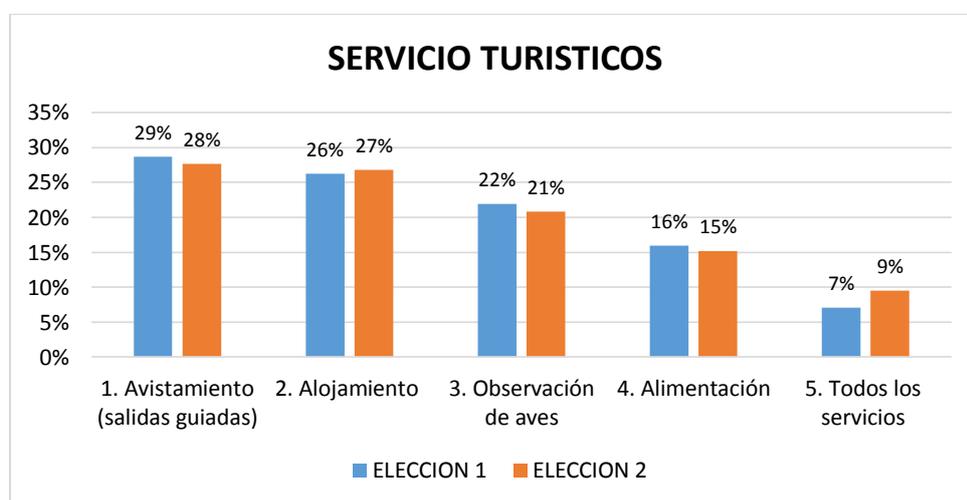


Análisis:

En la tabla y figura anterior, se observa que al menos un 45% de los encuestados viajan acompañados entre una a tres personas, seguido del 38% de quienes mencionan que les acompañan entre 3 a 5 miembros, no obstante, se aclara además que el 12% viaja con más de 5 personas y solamente el 5% informa que se traslada solo en viajes de turismo.

Pregunta 10. Al viajar a un lugar turístico como Mindo, ¿cuál es el servicio que usted más prefiere?

ALTERNATIVAS	ELECCIÓN	ELECCIÓN
	1	2
1. Avistamiento (salidas guiadas)	29%	28%
2. Alojamiento	26%	27%
3. Observación de aves	22%	21%
4. Alimentación	16%	15%
5. Todos los servicios	7%	9%
TOTAL	100%	100%

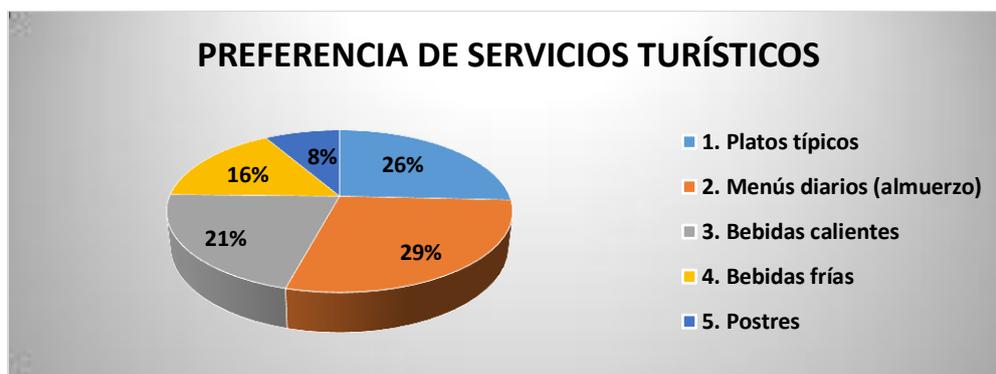


Análisis

Como se observa en la tabla anterior, se destaca que en el servicio de avistamiento de aves es la que más sobresale en cuanto a la elección 1 y 2 con el 29% y 28% respectivamente, en los servicios de alojamiento los porcentajes son de 26% y 27% para la Elección 1 y 2, la Observación de Aves se mantienen porcentajes del 22% y 21% respectivamente. Es decir, que en total se describen cinco servicios turísticos, resultados de los cuales facilitan el cálculo de la demanda en relación al tipo de mercado y el correspondiente estudio financiero.

Pregunta 11. ¿Qué tipo de alimento o bebida es el que usted más consume al visitar Lodge?

ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE (%)
1. Platos típicos	95	26%
2. Menús diarios (almuerzo)	105	28%
3. Bebidas calientes	78	21%
4. Bebidas frías	60	16%
5. Postres	31	8%
TOTAL	369	100%

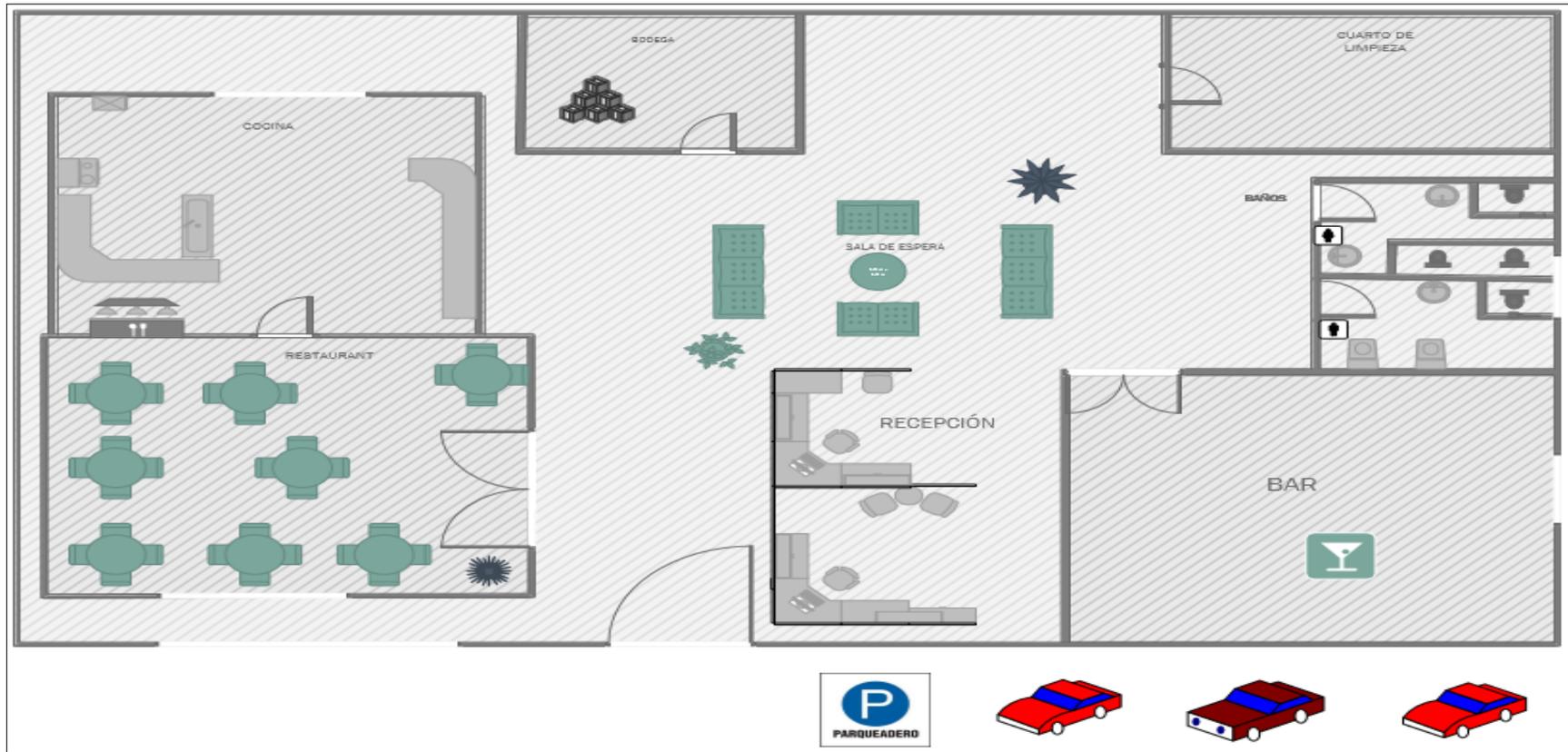


Análisis:

Al menos 7 de cada 10 turistas prefieren el consumo de alimentos que podrían prepararse en el futuro negocio, añadiendo además que estos porcentajes resultarían válidos para cuantificar la capacidad del servicio de alimentación en la parroquia de Mindo.

Anexo 3. Distribución física de la planta

Primera planta



Segunda planta



Tercera planta

