



**Universidad del Azuay**

**Facultad Ciencias de la Administración  
Escuela de Economía**

**Estudio de Factibilidad para Implementar el  
Hostal San Sebastián.**

**Tesis previa a la obtención de título de  
Economista Empresarial.**

**Autor: María Caridad Terreros Polo  
Director: Economista Bladimir Proaño**

**Cuenca, Ecuador  
2012**

## **DEDICATORIA**

La siguiente tesis la dedico a mi familia por haber sido el pilar fundamental para mi desarrollo personal y profesional, ya que gracias a su confianza, me han ayudado a superarme cada día más. Ellos con su infinita lucha por crecer personal y profesionalmente me han motivado a ser igual y creer cada día más en mis capacidades. Y a Dios que ha sido un guía para mí ya que sin su amor incondicional no lo habría logrado.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer primeramente a Dios por haber sido quien me dio la fuerza y la perseverancia para concluir con mi carrera universitaria. A mis padres por haberme dado el apoyo incondicional en cada uno de los momentos importantes de mi vida. A mis hermanas y hermano por siempre brindarme su amor y amistad a lo largo de mi vida. Así también quiero agradecer a la Universidad del Azuay y a todos sus profesores que hicieron de mí una mejor profesional, especialmente al Economista Bladimir Proaño por su asesoría y confianza en la presente Tesis.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>III</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>IX</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>CAPITULO 1</b> .....	<b>12</b>
<b>1. GENERALIDADES</b> .....	<b>12</b>
1.1. <i>Antecedentes</i> .....	12
1.2. <i>Nombre del Proyecto</i> .....	13
1.3. <i>Idea</i> .....	14
1.4. <i>Tipo De Proyecto</i> .....	14
1.5. <i>Área de actividad</i> .....	15
1.6. <i>Código CIU</i> .....	15
1.7. <i>Constitución Jurídica</i> .....	15
1.8. <i>Localización</i> .....	16
1.9. <i>Elementos de planeación estratégica</i> .....	16
1.9.1. <i>Misión</i> .....	16
1.9.2. <i>Visión</i> .....	17
1.9.3. <i>Valores</i> .....	17
1.10. <i>Objetivos</i> .....	17
1.10.1. <i>Objetivos General</i> .....	17
1.10.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	18
1.10.3. <i>Razón de ser de la empresa</i> .....	18
1.11. <i>Estructura Organizacional</i> .....	18
1.12. <i>Organigrama Funcional</i> .....	19
1.12.1. <i>Gerente General</i> .....	19
1.12.2. <i>Jefe de Recepción</i> .....	19
1.12.3. <i>Contador</i> .....	20
1.12.4. <i>Recepcionistas</i> .....	20
1.12.5. <i>Cocinero</i> .....	20
1.12.6. <i>Mesero</i> .....	21
1.12.7. <i>Ama de Llaves</i> .....	21
1.12.8. <i>Camarera</i> .....	21
1.13. <i>Formulador del Proyecto</i> .....	22
1.14. <i>Inversión Inicial</i> .....	22
1.15. <i>Vida Útil</i> .....	22
1.16. <i>Turismo Internacional</i> .....	23
1.17. <i>Oferta de Servicios</i> .....	23
1.18. <i>Presentación Grafica</i> .....	26
1.19. <i>Conclusión</i> .....	28
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>29</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>29</b>
2.1. <i>Producto / Servicio</i> .....	29

2.2.	<i>Perfil General de Cliente Target u Objetivo</i> .....	30
2.3.	<i>Ciclo de vida del proyecto</i> .....	33
2.4.	<i>Análisis de la Demanda</i> .....	34
2.4.1.	Segmentación de Mercado.....	34
2.4.2.	Cuantificación del Mercado.....	35
2.4.3.	Principales países de donde provienen los turistas extranjeros.....	37
2.5.	<i>Análisis de la Competencia</i> .....	40
2.5.1.	Competencia Directa.....	41
2.5.2.	Competencia Indirecta.....	44
2.6.	<i>Análisis de Precio en función de la capacidad instalada y la competencia</i> .....	47
2.7.	<i>Análisis de Comercialización / Distribución</i> .....	48
2.7.1.	Canales de Distribución.....	48
2.7.2.	Publicidad y Promoción.....	49
2.7.3.	Relaciones públicas:.....	50
2.7.4.	Publicidad:.....	50
2.7.5.	Ferias:.....	51
2.7.6.	Innovación:.....	51
2.8.	Conclusiones.....	52
<b>CAPITULO III</b> .....		<b>53</b>
3.	<b>ESTUDIO TECNICO</b> .....	<b>53</b>
3.1.	<i>Análisis del proceso de producción / servucción</i> .....	<b>53</b>
3.1.1.	Listado de las actividades del proceso de servucción.....	53
3.1.2.	Diagrama del proceso de servucción.....	54
3.1.3.	<i>Descripción de cada una de las actividades</i> .....	<b>55</b>
3.2.	<i>Mapa de primer nivel</i> .....	<b>58</b>
3.3.	<i>Análisis de Recursos</i> .....	<b>59</b>
3.3.1.	<i>Matriz de Recursos</i> .....	<b>59</b>
3.3.2.	Descripción de recursos de inversión.....	60
3.3.3.	Descripción Recursos humanos.....	61
3.4.	<i>Análisis de Tamaño</i> .....	<b>61</b>
3.5.	<i>Análisis de la Ubicación</i> .....	<b>62</b>
3.6.	<i>Distribución Hostel San Sebastián</i> .....	<b>63</b>
3.6.1.	<i>Habitación Simple</i> .....	<b>63</b>
3.6.2.	Habitación Doble.....	64
3.6.3.	Habitación Matrimonial.....	64
3.6.4.	Habitación Suite.....	65
3.6.5.	Recepción.....	65
3.6.6.	<i>Bar – Cafetería</i> .....	<b>66</b>
3.6.7.	Hall Planta Alta.....	66
3.6.8.	Hall Planta Baja.....	67
3.6.9.	Comedor Planta Alta.....	67
3.6.10.	Comedor Planta Baja y Lavandería.....	68
3.7.	<i>Conclusiones</i> .....	<b>68</b>
<b>CAPITULO IV</b> .....		<b>69</b>
4.	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	<b>69</b>
4.1.	<i>Análisis de las Inversiones</i> .....	<b>69</b>
4.1.1.	Inversiones Fijas.....	70
4.1.2.	Inversiones Diferidas.....	72
4.1.3.	Inversión en Capital de Trabajo.....	72
4.1.4.	Inversión Total.....	73

4.2. <i>Análisis de Financiamiento</i> .....	73
4.2.1. Fuentes Propias.....	73
4.2.2. Fuentes de Terceros.....	73
4.3. <i>Análisis de Ingresos</i> .....	74
4.3.1. Ingresos Operacionales.....	74
4.3.2. Ingresos no Operacionales .....	75
4.4. <i>Análisis de Egresos</i> .....	76
4.4.1. Sueldos y Salarios.....	76
4.4.2. Marketing.....	77
4.4.3. Servicios Básicos.....	77
4.4.4. Gastos Administrativos.....	78
4.5. <i>Análisis de Rentabilidad</i> .....	78
4.6. <i>Flujo de Caja</i> .....	80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	84
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>86</b>
LIBROS .....	86
INTERNET .....	86
<b>ANEXOS</b> .....	<b>88</b>
ANEXO 1: PALNDETUR 2020.....	88
ANEXO 2: MAPA CIUDAD UBICACIÓN PROYECTO.....	95
ANEXO 3: INGRESOS OPERACIONALES .....	96
ANEXO 4: INGRESOS NO OPERACIONALES .....	96
ANEXO 5: TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	97
<b>DISEÑO DE TESIS</b> .....	<b>99</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

<b>Gráfico No. 1:</b> Organigrama de la Organización.....	19
<b>Gráfico No. 2:</b> Distribución de áreas. Planta Alta.....	26
<b>Gráfico No. 3:</b> Distribución de áreas. Planta Baja.....	27
<b>Gráfico No. 4:</b> Entrada de extranjeros según rango de edad en América del Norte.....	32
<b>Gráfico No. 5:</b> Ciclo de Vida de un Producto.....	33
<b>Gráfico No.6 :</b> Visitantes extranjeros en el Ecuador.....	36
<b>Gráfico No.7 :</b> Visitantes extranjeros en el Ecuador por mes.....	37
<b>Gráfico No. 8:</b> Entrada de extranjeros al Ecuador según su origen datos anuales. ....	38
<b>Tabla No. 9:</b> Catastro Azuay.....	40
<b>Gráfico No. 10:</b> Proceso de servucción. ....	54
<b>Gráfico No. 11:</b> Mapa de primer nivel.....	57

## **RESUMEN**

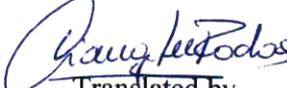
La implementación del Hostal San Sebastián es un proyecto destinado al sector del turismo de nuestra ciudad de Cuenca, en el cual brindaremos el servicio de hospedaje para turistas tanto nacionales como internacionales. El proyecto cuenta con una ubicación estratégica dentro del centro histórico de la ciudad brindando así facilidad a los huéspedes para el desarrollo de sus actividades diarias de turismo. Al momento el bien inmueble cuenta con 14 habitaciones todas con su baño privado, mas áreas comunes de recreación, así como el espacio de cafetería donde se brindara el desayuno. El proyecto se lo desarrollará de acuerdo a los resultados que este estudio nos brinde.

## ABSTRACT

The implementation of San Sebastian Hostel is a project destined to the touristic sector of the city of Cuenca. This place will provide lodging services for local and international tourists. The project contains a strategic location within the historical center of the city, helping the guests to develop their daily touristic activities easily. Currently the estate counts with 14 bedrooms, each one with a private bathroom, plus common recreational areas. The project will be developed according to the results obtained during this study.



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY  
DPTO. IDIOMAS



Translated by,  
Diana Lee Rodas

## Introducción

Para países emergentes como el Ecuador la crisis económica mundial ha tenido varias consecuencias. Una de las consecuencias más fuertes que ha experimentado el Ecuador es el tasa de desempleo, motivo por el cual encontrar empleo se ha vuelto casi imposible.

Con este panorama que vive Ecuador, la acción de emprender es una función vital para el desarrollo microeconómico. En tiempos difíciles como los de ahora emprender se vuelve una luz de esperanza ya que permite identificar una oportunidad y organizar los recursos necesarios para ponerlos en práctica.

Cuenca, Santa Ana de los Cuatro Ríos, conocida no solo en el país sino en el mundo entero por su belleza natural y arquitectónica, es cada vez más visitada por turistas nacionales así como turistas internacionales, siendo catalogada como un punto de referencia a nivel nacional.

El proyecto que se evaluara es un hostel ubicado en el centro histórico de la ciudad de Cuenca. La razón por la cual se desea evaluar este proyecto, es porque en el se ve una ventaja competitiva que lo hará diferente al resto de hostales que se encuentran actualmente en la ciudad.

En esta evaluación, se analizaran diferentes factores que podrían tener un efecto positivo y/o negativo en el proyecto. En base a los criterios establecidos podremos llegar a tomar la decisión de invertir o no en el proyecto. Es por esta razón que se necesita una correcta evaluación del proyecto.

El proyecto lo hemos dividido en cuatro etapas las cuales serán analizadas a profundidad a lo largo de este estudio de factibilidad.

En el primer capítulo denominado Generalidades se abordaran los datos principales del proyecto, como surgió la idea del mismo, sus objetivos, la estructura que tendrá la empresa, así como datos importantes sobre el funcionamiento de la misma.

Para el segundo capítulo abordaremos el Estudio de Mercado, aquí podremos encontrar información sobre la oferta de servicios que Hostal San Sebastián brindara, así como un detalle de la oferta que se encuentra actualmente en el mercado. Determinaremos el cliente objetivo para nuestro hostel y sus necesidades primordiales.

El Estudio Técnico será nuestro tercer capítulo. En este se podrá observar con mayor detenimiento la distribución de las habitaciones y espacios comunes que brindara el hostel. Así como una descripción del funcionamiento y el desempeño operativo que se realizara en la empresa.

Para concluir se podrá encontrar el cuarto capítulo que será el Estudio Financiero, el cual se enfocara en las inversiones y gastos que se deben realizar antes y después de inicializar el proyecto para así poder determinar la viabilidad del mismo y ponerlo en funcionamiento.

Luego de analizar todos estos aspectos importantes lo que quiero es afianzar la decisión de inversión en un proyecto nuevo que espero sobrepase mis expectativas así como las de las personas que han apostado a que este proyecto se lleve a cabo.

# CAPITULO 1

## 1. GENERALIDADES

Dentro de este capítulo lo que presentamos es una idea general del negocio. En el se abordarán los datos principales del proyecto, la fuente de la idea del proyecto, objetivos, la estructura que tendrá la empresa, así como datos importantes sobre el funcionamiento de la misma. Es importante recalcar que aquí también veremos un detalle de la estructura organizacional de la empresa para así poder determinar el personal necesario para su óptimo funcionamiento.

### 1.1. Antecedentes

Cuenca, una ciudad declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1998<sup>1</sup>, es reconocida principalmente por su centro histórico ya que es donde predomina la arquitectura de características coloniales populares.

Cuenca es una ciudad llena de parques, casas antiguas, iglesias coloniales y callejones que muestran las artesanías que han sido elaboradas por el hábil artesano cuencano. Pero también se puede convivir con la naturaleza, explorar sus bosques, ríos y conocer su flora y fauna. Con estos atributos y atracciones que tiene la ciudad, falta una infraestructura cómoda y económica que acoja a las personas que buscan vivir por unos días la hospitalidad cuencana.

Desde algunos años atrás el turismo en Cuenca ha crecido sustancialmente y esto es gracias al clima que presenta la ciudad y todos sus atractivos ya mencionados. Al haber un crecimiento significativo del sector turístico en el país, dado que hubo un crecimiento entre el 2010 al 2011 del 8,96% en el cual se determinó un ingreso de 1.140.978<sup>2</sup> turistas al Ecuador de los cuales se calcula el 10% de estos visitó nuestra ciudad nos deja que 114.097 extranjeros visitaron nuestra ciudad, creo que

---

<sup>1</sup> <http://whc.unesco.org/en/list>

<sup>2</sup> Mas información en el capítulo II. Tabla No.1 Entrada de Extranjeros al Ecuador.

<sup>3</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Actividad\\_econ%C3%B3mica](http://es.wikipedia.org/wiki/Actividad_econ%C3%B3mica)

<sup>4</sup> <http://quimbaya.banrep.gov.co/servicios/saf2/BRCodigosCIU.html>

<sup>2</sup> Mas información en el capítulo II. Tabla No.1 Entrada de Extranjeros al Ecuador.

es esencial brindar un lugar de hospedaje con altos niveles de calidad y servicio dentro de un ambiente confortable.

Por lo general en la ciudad vemos que las soluciones de hospedaje se encuentran en segmentos definidos por hostales de bajo presupuesto, hoteles de niveles medio y hospedajes de lujo; dejando así un segmento significativo como es el de clase media sin atender.

El tema de esta monografía, es la creación de un hostel, que pueda brindar un lugar de hospedaje de alta calidad, limpieza, comodidad y servicio, así sus huéspedes podrán disfrutar de su estadía en Cuenca por un precio razonable pero sin sacrificar las cualidades antes mencionadas.

El proyecto brindara algunas ventajas competitivas fundamentales. Primero, su estrategia bien definida de enfoque en diferenciación, es decir, ofrecer hospedaje a un grupo específico de personas, con un servicio con características únicas.

Una segunda ventaja competitiva importante es la oferta de habitaciones todas con baños privados. Ya que en este segmento se encuentra una gran cantidad de hostales que ofrecen sus servicios con baño compartido al mismo precio.

Otra ventaja competitiva será la disponibilidad de idiomas que brindara el/la persona encargada de los turistas extranjeros. Hoy en día sabemos que el inglés es la lengua universal y casi todos la hablan, pero al ofrecer personal que hable no solo español e inglés sino también alemán, francés y portugués, será una ventaja que pocos lo podrán imitar en un corto tiempo.

Los estudios básicos que se realizaran son: estudio de generalidades y objetivos, estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero. Y así poder comprobar mediante este trabajo como no se necesitan inmensas cantidades de recursos monetarios para fundar un negocio propio, el mismo que con una mezcla de creatividad y buena administración puede ser altamente rentable y sostenible en el tiempo.

## **1.2. Nombre del Proyecto**

## **“Estudio de Factibilidad para Implementar el Hostal San Sebastián”**

### **1.3. Idea**

La idea de este proyecto surgió muchos años atrás, cuando recién había llegado de experimentar un año fuera del país en el cual tuve la oportunidad de viajar por varias ciudades y países de Europa en los cuales los lugares de hospedaje que utilicé eran excepcionales, ahí me di cuenta que ese era mi objetivo, implementar en mi ciudad un lugar de hospedaje con precios accesibles pero sin sacrificar calidad, confort y servicio.

Cuenca cada vez se vuelve una ciudad más atractiva para los turistas no solo por su arquitectura en el centro histórico sino también se puede convivir con la naturaleza, explorar sus bosques, ríos, conocer su flora y fauna y convivir con su gente amigable. Con estos atributos y atracciones que tiene Cuenca, es indispensable que ofrezca lugares de hospedaje de calidad y servicio pero a un precio accesible y así acoger a los turistas que quieren visitar nuestra ciudad.

El objetivo es que el proyecto sea un emprendimiento novedoso, rentable y sostenible en el tiempo y así también poder explotar al máximo mis conocimientos adquiridos durante mi carrera como Economista Empresarial.

### **1.4. Tipo De Proyecto**

Es un proyecto de inversión nuevo ya que el negocio empezara a funcionar por primera vez. La clasificación ampliada será la siguiente:

Según el objetivo, el proyecto es de tipo privado ya que se tratara de maximizar la rentabilidad del mismo.

Según la actividad, será turística ya que se ofrecerá hospedaje a turistas tanto nacionales como internacionales.

Según su operación, el proyecto será de tipo continuo ya que se ofrecerá hospedaje los 365 días del año.

## **1.5. Área de actividad**

“Dentro de cualquier comunidad humana se halla una división del trabajo, que beneficia a todos sus integrantes. Existen tres tipos de actividad económica: la primaria, secundaria y la terciaria.

Según la Hipótesis de los tres sectores, cuanto más avanzada o desarrollada es una economía, más peso tiene el sector terciario y menos el sector primario. La actividad económica se diferencia del acto económico.”<sup>3</sup>

Este proyecto formara parte de la actividad económica terciaria, que consiste básicamente en todas las actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer necesidades de la población.

## **1.6. Código CIU**

Este proyecto está dentro de la clasificación 5511 dentro del Código Internacional Industrial Uniforme que dice: “Alojamiento en “Hoteles”, “Hostales” y “Aparta hoteles””<sup>4</sup> Este código se encuentra en la sección **H** de Hoteles y Restaurantes.

## **1.7. Constitución Jurídica**

La empresa será constituida como Persona Natural; en este caso la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa. Esto quiere decir que la persona asume toda la responsabilidad y así también garantiza con todo el patrimonio que posea, las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

Las ventajas serian:

- “La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.

---

<sup>3</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Actividad\\_econ%C3%B3mica](http://es.wikipedia.org/wiki/Actividad_econ%C3%B3mica)

<sup>4</sup> <http://quimbaya.banrep.gov.co/servicios/saf2/BRCodigosCIU.html>

- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- No se le exige llevar ni presentar tantos documentos contables.
- Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
- La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.”<sup>5</sup>

## **1.8. Localización**

<b>País:</b>	Ecuador
<b>Provincia:</b>	Azuay
<b>Ciudad:</b>	Cuenca
<b>Parroquia:</b>	San Sebastián
<b>Dirección:</b>	Estévez de Toral 11-24 y Mariscal Lamar
<b>Celular:</b>	593 94131162
<b>E – Mail:</b>	cterreros@imtese.com
<b>Pagina Web:</b>	En construcción

## **1.9. Elementos de planeación estratégica**

### **1.9.1. Misión**

Satisfacer la necesidad de hospedaje en la ciudad, brindando un ambiente de comodidad, calidad y buen servicio, creando así clientes leales y satisfechos.

---

<sup>5</sup> <http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>

### 1.9.2. Visión

Ubicarse como líder en el mercado de hostales a nivel nacional, por ofrecer servicios de calidad con calidez y servicio personalizado a nuestros huéspedes ofreciendo un ambiente de tranquilidad a un precio competitivo.

### 1.9.3. Valores

**Credibilidad y Confianza:** constituyen valores primordiales por que deseamos reflejar que somos una empresa seria que cumple a cabalidad con los requerimientos del cliente.

**Equidad:** Nos sujetamos a las políticas de la empresa aplicándolas en forma justa a todos los miembros por igual.

**Trabajo en Equipo:** Fijar juntas de personal con el fin de establecer falencias y estimular logros alcanzados.

**Disciplina:** Demostrar una conducta apropiada que refleje en forma clara el valor del cliente para la empresa.

**Trabajo a favor de la Sociedad:** Trabajar con responsabilidad social sujetos a normas medioambientales y al bienestar de la sociedad.

**Hospitalidad:** Cada cliente interno y externo será tratado con todo el respeto y amabilidad para así crear fidelidad.

**Servicio:** Este ultimo pero no el menos importante será primordial para diferenciarnos del resto de ofertas que se encuentran en el mercado. Sera un valor primordial para diferenciarnos del resto.

## 1.10. Objetivos

### 1.10.1. Objetivos General

Brindar soluciones de hospedaje en el centro histórico de la ciudad orientado a un mercado de turistas con poder adquisitivo medio, brindando un servicio de calidad, y así superar constantemente las expectativas de nuestros clientes.

### **1.10.2. Objetivos Específicos**

- Ser la principal opción de hospedaje para turistas tanto nacionales como internacionales, enfocándonos principalmente en el turista extranjero.
- Lograr satisfacer todas las expectativas del turista, que los hostales del segmento en el medio no brindan actualmente.
- Brindar servicios extras y diferenciados para así ser reconocidos por nuestra innovación.
- Incrementar nuestro nivel de ocupación año a año.
- Generar plazas de trabajo dignas y estables.

### **1.10.3. Razón de ser de la empresa**

La empresa existirá para brindar servicios de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros en un ambiente de comodidad, calidad, seguridad y servicio, ofreciendo también servicios adicionales como tours y traslados y alimentación.

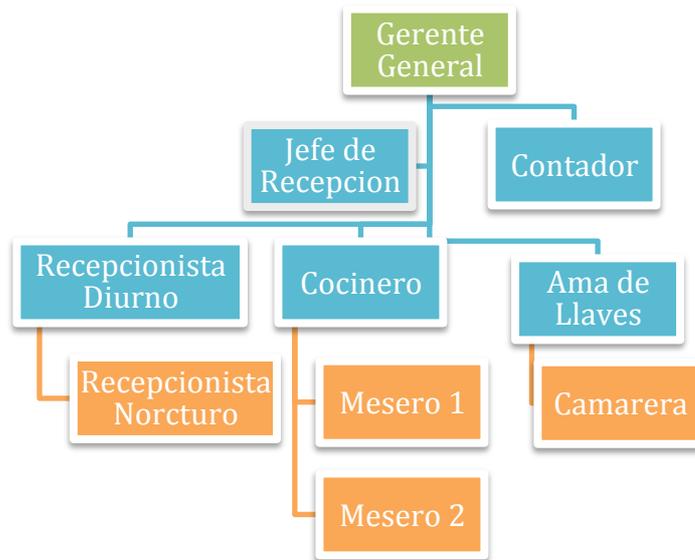
## **1.11. Estructura Organizacional**

“El organigrama se concibe como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución, de forma tal que se pueda observar la relación de jerarquía que tiene”<sup>6</sup>

Las organizaciones son complejas y estas requieren ser establecidas gráficamente para poder así especificar cada función que se debe desarrollar dentro de la empresa, y optimizar el manejo de cada puesto de trabajo.

---

<sup>6</sup> <http://aopadministracionhotelera.blogspot.com>



**Gráfico No. 1:** Organigrama de la Organización. Realizado por la autora

## 1.12. Organigrama Funcional

### 1.12.1. Gerente General

En el caso del gerente general, este debe manejar la parte administrativa y financiera de la empresa; además deberá estar en constante capacitación para que así se ofrezcan mejores servicios a sus huéspedes, estando así pendiente de sus requerimientos.

**Perfil:** Personal formado en área financiera y de marketing, con conocimiento bilingüe, experiencia en el sector de al menos 3 años.

### 1.12.2. Jefe de Recepción

El jefe de recepción será la persona encargada de mantener todos los informes de llegadas y salidas de huéspedes así como sus requerimientos especiales. También deberá organizar toda la información para poder entregar a los recepcionistas de los siguientes turnos.

**Perfil:** persona formada en área de hotelería y turismo, con conocimiento bilingüe o trilingüe, con experiencia no menor a 3 años.

### **1.12.3. Contador**

Se desempeñara en el área financiera y además deberá tener amplios conocimientos sobre tributación e impuestos para así llevar una contabilidad responsable y clara de la empresa.

**Perfil:** persona formada en contabilidad general con experiencia no menor a 3 años en contabilidad hotelera.

### **1.12.4. Recepcionistas**

Es la persona encargada del contacto directo con nuestros huéspedes, brindándoles así un servicio cortés, eficiente y profesional en todas las funciones relacionadas con recepción. Deberá ser la persona encargada para que se brinde un servicio de hospitalidad con calidad.

**Perfil:** Para este puesto se debe tener aptitud para relacionarse con personas extranjeras las cuales no tiene el conocimiento de nuestro idioma. Crear un ambiente hospitalario; aptitud para manejar múltiples actividades simultáneamente; prestar atención a los detalles.

Tener un amplio conocimiento sobre el manejo de equipos de computación e internet para manejar reservas, cambios y requerimientos especiales, de manera organizada.

### **1.12.5. Cocinero**

Es el responsable de la preparación de alimentos para el desayuno,

**Perfil:** Persona formada en gastronomía que deberá tener un amplio conocimiento sobre manejo de alimentos e higiene de producción alimenticia. Deberá tener gran imaginación para presentar los alimentos de manera original y apetecible para los huéspedes.

Sera también el encargado la organización de los meseros para mantener el área de comedores en perfecto estado e higiene, así como el área de la cocina.

Experiencia no menor a 3 años dentro del sector.

### **1.12.6. Mesero**

Bajo supervisión general y de acuerdo con las políticas y procedimientos establecidos por la empresa, estas personas se encargaran de la atención a los huéspedes, con buena presentación y atendiendo les de manera cortés y amable.

Llevará a cabo labores de limpieza e higiene en el área de preparación de alimentos así como en las áreas de alimentación. Deberá cuidar su aspecto personal y deberá ser hábil en seguir estándares internacionales de servicio, que involucran movimientos certeros para servir y retirar platos de las mesas.

**Perfil:** persona joven con experiencia dentro del sector hotelero, con buena presencia y manejo básico de una segunda lengua

### **1.12.7. Ama de Llaves**

Será la persona responsable del aseo del “Hostal San Sebastián” de manera que se mantengan altos estándares de servicio y hospitalidad que concuerden con las políticas y procedimientos que la empresa establezca. Se organizara con el cocinero para la coordinación de la limpieza de las áreas comunales del hostal para así ofrecer a los huéspedes un alojamiento de calidad.

**Perfil:** Se requerirá conocimiento absoluto sobre los métodos de limpieza de las habitaciones y lavandería; conocimientos sobre el uso y almacenamiento apropiado de los productos de limpieza conocimiento general de equipos como lavadoras, secadoras, aspiradora industrial.

### **1.12.8. Camarera**

Conjuntamente con la Ama de Llaves serán las encargadas de todo lo que corresponde a la limpieza de habitaciones del hostal. Manteniendo siempre altos estándares de calidad.

**Perfil:** Deberá tener conocimiento absoluto sobre los métodos de limpieza de las habitaciones y lavandería; conocimientos sobre el uso y almacenamiento apropiado de los productos de limpieza, conocimiento general de equipos como lavadoras, secadoras, aspiradora industrial.

### 1.13. Formulator del Proyecto

**Nombre:** María Caridad Terreros Polo  
**Edad:** 26 años  
**Lugar de nacimiento:** Cuenca - Ecuador  
**Estudios:** Universidad del Azuay, Tercer nivel  
**Profesión:** Economía Empresarial  
**Teléfono:** 593 94131162  
**E-mail:** cterreros@imtese.com

### 1.14. Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto se estima que será alrededor de \$80.160,02 dólares americanos, distribuidos de la siguiente forma:

\$34.375,00 dólares americanos son para la implementación de las habitaciones,  
\$25.530,00 dólares americanos son para la implementación de áreas comunales,  
\$2.370,00 dólares americanos para equipos de oficina y  
\$1.330,00 dólares americanos serán para gastos legales de formación de la empresa y permisos municipales.  
\$16.555,02 dólares americanos en Inversión capital de trabajo primeros meses

Debemos tomar en cuenta que la dueña del proyecto va a adquirir un préstamo por el 60% de la deuda y el 40% será capital propio.

### 1.15. Vida Útil

La vida útil de un proyecto se basa principalmente en la duración del bien inmueble en este caso si tomamos en cuenta que el periodo de depreciación es de 20 años y la vida útil del proyecto deberá ser igual, pero por motivos de precisión en las proyecciones a realizarse tomaremos solamente 5 años para el flujo de caja. También creo conveniente analizar diferentes variables como:

- **PLAN DE TURISMO 2020:** Que es un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al año 2020.

- Se debe tomar en cuenta que la estabilidad económica de Estados Unidos (12.91%)<sup>7</sup> y Europa (48.45%)<sup>8</sup> son de suma importancia para el crecimiento sostenible del proyecto ya que los principales turistas del Ecuador provienen de estos lugares.

Inestabilidad política – económica del Ecuador. Al encontrarse el país en constante cambio con respecto a sus políticas, esto afecta directamente a los proyectos de inversión, como es el nuestro.

### **1.16. Turismo Internacional**

Según un informe de la Organización Mundial del Turismo, en el primer semestre del año 2011 se alcanzó un nuevo récord con 440 millones de llegadas internacionales.

El turismo a nivel mundial ha crecido significativamente. En la primera mitad del 2011 creció un 5%. El crecimiento de 4,3% de las economías avanzadas ha mantenido su impulso y se acerca cada vez más a las economías emergentes.

“El crecimiento continuo que ha registrado la demanda turística en tiempos de tantas dificultades confirma claramente los argumentos a favor del sector y refuerza nuestro llamamiento a que sean considerados como prioritario en las políticas nacionales. El turismo puede desempeñar un papel clave en términos de crecimiento económico y desarrollo, especialmente en un momento en el que la mayoría de los países de Europa y América del Norte luchan por lograr la recuperación económica y crear empleo”<sup>9</sup>

### **1.17. Oferta de Servicios**

La demanda de un producto o servicio se da por la necesidad del ser humano de consumir bienes o servicios para así satisfacer esta necesidad de consumo.

---

<sup>7</sup> <http://www.turismoaustro.gov.ec/estadisticas/Estadisticas.htm> / Anexo

<sup>8</sup> <http://www.turismoaustro.gov.ec/estadisticas/Estadisticas.htm> / Anexo

<sup>9</sup> Afirmación el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai.

Hostal San Sebastián se creará en un espacio de 609.71 metros cuadrados de construcción en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, el cual prestará servicio de hospedaje.

Las instalaciones serán distribuidas de la siguiente manera:

- Capacidad de hospedaje en número de personas: 33 personas
- Capacidad de alimentación simultánea en número de personas: 30 personas.

### **Planta Baja**

- Recepción
- Sala de estar
- Sala de espera
- Siete habitaciones con baño privado
- Lavandería
- Baño social
- Baño para personal

### **Planta Alta**

- Cuarto internet
- Cocina
- Comedor
- Cuarto de utilería
- Dos zonas de recreación
- Siete habitaciones con baño privado.

Dentro de nuestro hostal podremos encontrar habitaciones matrimoniales, dobles y familiares.

Las **habitaciones matrimonial** tendrán una cama de dos plazas, velador, closet, aparador y baño privado. En esta habitación podrán hospedarse de una a dos personas.

Las **habitaciones dobles** tendrán dos camas de dos plazas, un velador en el centro, closet doble, aparador y baño privado. En esta habitación podrán hospedarse hasta cuatro personas.

La **habitación Familiar**, tendrán tres camas de dos plazas, closet doble, aparador y baño privado. En estas habitaciones podrán hospedarse hasta seis personas.

1.18. Presentación Grafica

Distribución Planta Alta Hostal San Sebastián



**Gráfico No. 2:** Distribución de áreas. Planta Alta

**Fuente:** Archivos infraestructura adecuación casa sucre familia Terreros Serrano

**Elaboración:** Sr. Mario Terreros Serrano

### Distribución Planta Baja Hostal San Sebastián



**Gráfico No. 3:** Distribución de áreas. Planta Baja

**Fuente:** Archivos infraestructura adecuación casa sucre familia Terreros Serrano

**Elaboración:** Sr. Mario Terreros Serrano

### **1.19. Conclusión**

Una vez desarrollado este capítulo hemos determinado la estructura general del negocio como su área de actividad, constitución jurídica, localización. Podemos decir que los objetivos generales y específicos se han establecido para el análisis de este proyecto, así como los parámetros en los cuales se dará su funcionamiento.

En este capítulo también establecimos la estructura organizacional que llevara acabo la empresa y las funciones de cada colaborador.

También se determino una inversión inicial que será alrededor de \$44.500,00 dólares americanos. De los cuales el 40% provendrán de fondos propios y el 60% de un préstamo bancario.

## CAPITULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

El análisis de mercado se realizará en base a la información obtenida en los boletines informativos del Banco Central del Ecuador (BCE), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ministerio de Turismo, etc. ya que estos documentos nos proporcionaran información valiosa del mercado donde vamos a incursionar. Se podrá observar detenidamente cuadros y graficas relacionadas con el ingreso de extranjeros a nuestro país.

Aquí también podremos encontrar información sobre la oferta de servicios que Hostal San Sebastián brindara, determinaremos el cliente objetivo para nuestro hostel y sus necesidades primordiales.

“Al estudiar el mercado de un proyecto es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación, tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomaran al definir su estrategia comercial.”<sup>10</sup>

#### 2.1. Producto / Servicio

Producto es el conjunto de bienes tangibles o intangibles que una empresa ofrece al mercado. Un producto tiene su propia mezcla de variables que pueden ser:

- ❖ Calidad
- ❖ Diseño
- ❖ Marcas
- ❖ Características
- ❖ Servicios

Si relacionamos estas ideas al proyecto vemos que nuestro producto es brindar servicio de acomodación u alojamiento a los turistas que visiten nuestra ciudad.

---

<sup>10</sup> Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 47

“Hostelería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados ha alojamiento y alimentación esporádicos, son muy usualmente ligados al turismo.

Los establecimientos dedicados a estas actividades (a ambas conjuntamente o a una de ellas por separado) reciben distintos nombres, según su categoría o finalidad, aunque las denominaciones oficiales suelen depender de la reglamentación local, que los clasifica con criterios urbanísticos, sanitarios, impositivos o de seguridad.

Entre otras denominaciones están las de: hoteles, hostales, pensiones, albergues juveniles, etc.”<sup>11</sup>

El servicio que se ofrecerá es de hospedaje para turistas nacionales y extranjeros, enfocándonos en las necesidades de los turistas extranjeros que serán nuestros clientes potenciales.

La ventaja competitiva de “Hostal San Sebastián” radica en que ya se posee la infraestructura adecuada, con 14 habitaciones cada una con baño privado, en el centro histórico de la ciudad. También el crecimiento sostenible del sector turístico en la ciudad por todas sus características arquitectónicas, naturales y su gente, son puntos fundamentales para la atracción de turistas.

## 2.2. Perfil General de Cliente Target u Objetivo

<b>Edad Promedio:</b>	40-55 años <sup>12</sup>
<b>Situación Económica:</b>	Empresarios <i>Sénior</i> <sup>13</sup> y/o Retirados
<b>Capacidad Adquisitiva:</b>	Media, Media-baja.
<b>Tiempo Promedio de Hospedaje:</b>	Cinco Días
<b>Tipo de Turismo que Busca:</b>	Turismo Cultural <sup>14</sup>
<b>Origen del Principal Consumidor:</b>	Estados Unidos

---

<sup>11</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Hosteleria>

<sup>12</sup> <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/entradasSalidas2.html#tpi=510>

<sup>13</sup> **Sénior** es una palabra de origen latino que significa “mayor”.

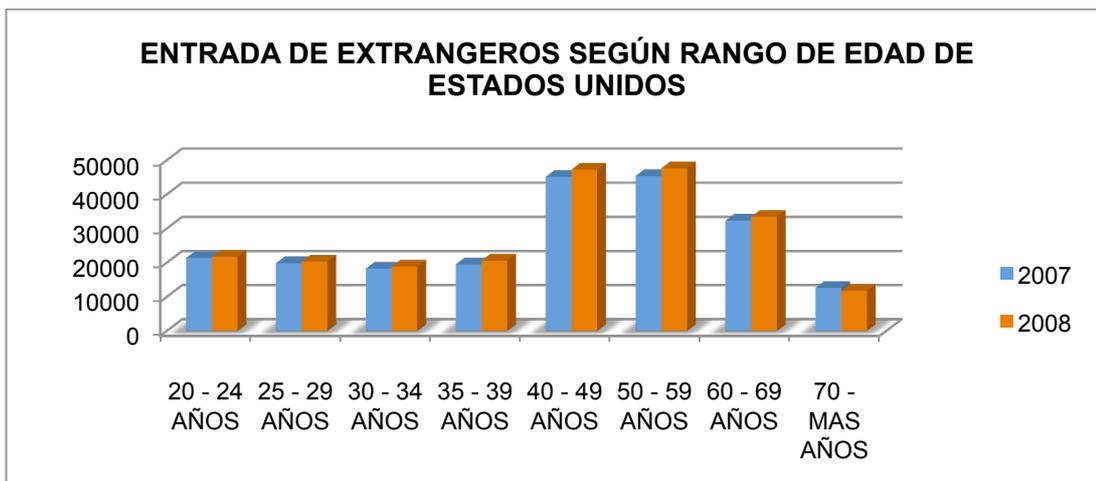
<sup>14</sup> El **turismo cultural** es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país.

Para definir nuestro target objetivo hemos realizado un análisis de los extranjeros que visitan nuestro país, para si poder tener un mejor enfoque de a quienes ofrecer nuestros servicios y satisfacer las necesidades de lo huéspedes. Como veremos mas adelante Estados Unidos se encuentra en segundo lugar en las entradas de extranjeros a nuestro país. Esto nos deja una clara ventaja de a quienes debemos enfocar nuestros servicios.

Según últimos datos obtenidos en el portal de internet *Ecuador en Cifras* nos indican que en el año 2007 y 2008 las edades promedio de los visitantes de América del Norte que mas visito nuestro país fueron de dos grupos, el primero desde los 40 a los 49 años y el segundo desde los 50 a los 59 años.

Como se podrá observar en el grafico número tres los mayores ingresos de turistas provienen de esta edades antes mencionadas.

<b>ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN RANGO DE EDAD DE ESTADOS UNIDOS</b>		
	<b>AÑO</b>	
<b>RANGO EDADES</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
20 - 24 AÑOS	21365	21689
25 - 29 AÑOS	19828	20289
30 - 34 AÑOS	18245	18878
35 - 39 AÑOS	19483	20594
<b>40 - 49 AÑOS</b>	<b>45100</b>	<b>47213</b>
<b>50 - 59 AÑOS</b>	<b>45369</b>	<b>47628</b>
60 - 69 AÑOS	32309	33411
70 - MAS AÑOS	12610	11746



**Gráfico No. 4:** Entrada de extranjeros según rango de edad en América del Norte.

**Fuente:** Ecuador en Cifras. Salidas y Entradas.

Nuestros servicios están dirigidos a turistas que les guste viajar y disfrutar de un lugar acogedor dónde hospedarse pero sin incurrir en gastos demasiados altos. Personas de clase media o media-baja en sus países de origen, que no quieran sacrificar calidad y servicio por precio. Turistas que disfrutan del Turismo Cultural, por lo general personas adultos mayores con una estabilidad económica la cual les permita disfrutar de su viaje sin restricciones.

Si nos enfocamos psicológicamente las personas son impulsadas a viajar por turismo<sup>15</sup> por dos motivos, el motivo racional referente al sentido económico en donde los consumidores se rigen de manera racional para analizar las alternativas y seleccionar metas basadas en criterios u objetivos. Pueden verse impulsados a realizar estos viajes por negocios en busca de lugares para invertir o en busca de un lugar mejor para radicarse como es el caso de muchos americanos hoy en día en nuestra ciudad.

De acuerdo a la pagina web "New Seven Wonders"<sup>16</sup> la ciudad de Cuenca se encuentra entre las candidatas para las mejores ciudades del mundo y esta en el puesto número onceavo en el rango de ciudades de Suramérica. Esto es un importante motivo que influenciara a los turistas a visitar nuestra hermosa ciudad.

<sup>15</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

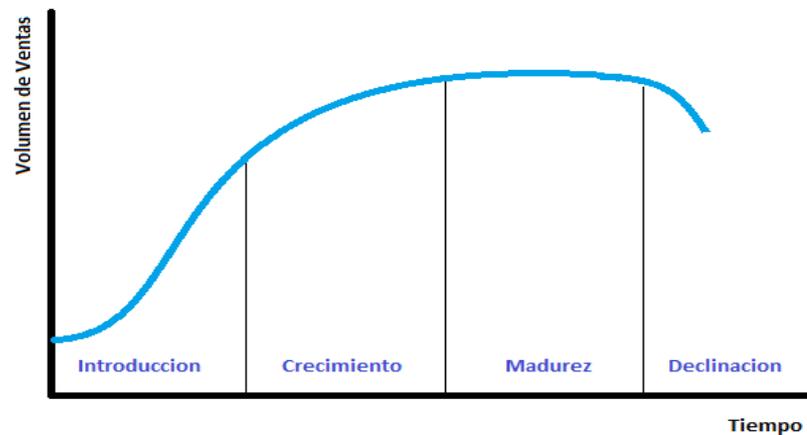
<sup>16</sup> [www.new7wonders.com/cities](http://www.new7wonders.com/cities) - pagina oficial para botar por las 7 mejores ciudades del mundo.

El otro motivo es el emocional, que implica la selección de metas de acuerdo con criterios personales o subjetivos.

Los turistas provienen en su mayoría de Estados Unidos y de Europa, principalmente de las ciudades pequeñas. Que tiene el deseo de explorar un nuevo mundo en cada viaje que realizan.

### 2.3. Ciclo de vida del proyecto

“En la etapa de introducción, las ventas se incrementan levemente, mientras el producto se hace conocido, la marca prestigiada o la moda impuesta. Si el producto es aceptado, se produce un crecimiento rápido de las ventas, las cuales, en su etapa de madurez, se estabilizan para llegar a una etapa de declinación en las cuales las ventas disminuyen rápidamente. El tiempo que demore el proceso y la forma que adopte la curva dependerá de cada producto y de la estrategia global que siga en cada proyecto particular.”<sup>17</sup>



**Gráfico No. 5:** Ciclo de Vida de un Producto. Realizado por la autora

Hostal San Sebastián será un servicio nuevo en la ciudad, por lo tanto el análisis que realizaremos se centrará en la etapa de introducción, la cual se caracteriza por ventas bajas. Esto no será un obstáculo para nosotros, ya que la publicidad será una estrategia clave en este momento, estar presente en los principales

---

<sup>17</sup> NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 58

buscadores **online**<sup>18</sup> de destinos turísticos y operadores de viajes será vital para el óptimo desarrollo de este servicio.

En la etapa de crecimiento del proyecto esperamos encontrarnos entre los principales destinos que nuestro segmento de clientes prefiera. Para esto tendremos estrategias de fidelización de clientes con lo cual nuestro hostel se posicionara solo dentro de los sitios web de búsqueda de hoteles.

Asi tambien, se estima que Hostel San Sebastián, una vez que ha cumplido la madurez en su ciclo, generara sus propios ciclos de ocupacion y desocupacion, de acuerdo a la estacionalidad del turismo en la ciudad, asi como factores adicionales que aumentaran el turismo, tales como eventos locales en la ciudad, exposiciones, presentaciones, ferias, etc.

En esta etapa es la que mas debemos aprovechar las experiencias que nuestros clientes tengan ya que su opinion en la pagina web del hostel como en el de los buscadores sera de suma importancia para los turistas que viajen por cuenta propia. Y para los paquetes de turismo la alianza estrategica con las operadoras de turismo sera de mucha ayuda y asi brindar el servicio excelente por el cual nos caracterizaremos siempre.

## **2.4. Análisis de la Demanda**

### **2.4.1. Segmentación de Mercado**

- Variables geográficas
  - Región del mundo
    - Estados Unidos
    - Europa
    - Canadá
  - Variables demográficas
    - 40- 55 años
    - Parejas o adultos que viajan solos

---

<sup>18</sup> Online: en español seria estar en línea, describe información que es accesible a través de internet.

- Ingresos:
  - Capacidad adquisitiva media en sus países de origen<sup>19</sup>, con un promedio percapita no menor a \$3.000 dolares americanos.
- Variables psicográficas
  - Estilo de vida: Turismo Cultural, turismo de aventura, ecoturismo.
  - Valores: valoran el confort, ambientes acogedores y hogareños.
  - Personalidad: Independientes, Impulsivos, extrovertidos.
- Variables de comportamiento
  - Búsqueda del beneficio: mejor relación de precio sobre servicio recibido.
  - Unidad de toma de decisión: toman la decisión por recomendaciones de sus amigos o por ratings del lugar online.

Al estudiar estas variables pudimos obtener el perfil de nuestro consumidor. Al segmentar el mercado podemos construir la estrategia de marketing que se adapte de mejor manera a este perfil.

#### **2.4.2. Cuantificación del Mercado**

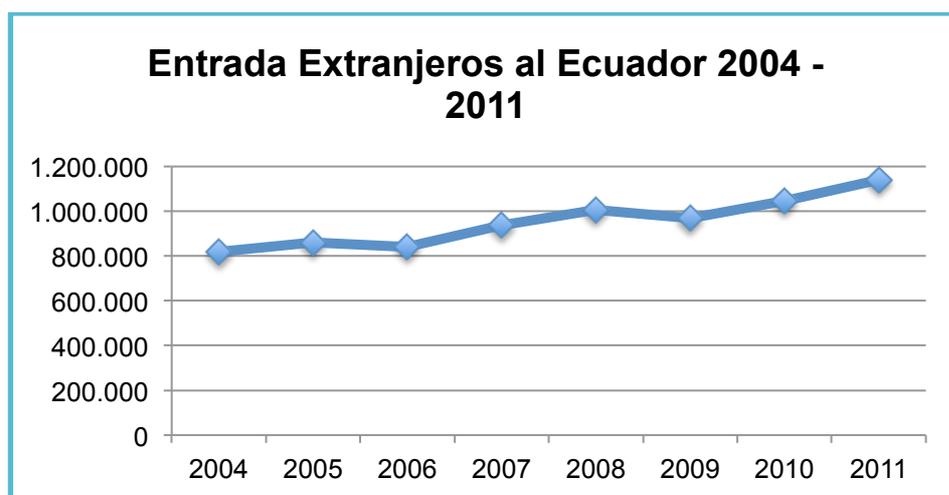
Según las estadísticas del INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el número de visitantes al Ecuador cada año aumenta sustancialmente, en el año 2005 hubo un crecimiento del 5% pasando de 818.927 a 859.888 extranjeros que visitaron nuestro país, para el año 2006 Ecuador experimento una disminución de un 2% de los visitantes, pero para el 2007 nos recuperamos rápidamente recibiendo un 12% más de visitantes extranjeros, el 2008 también fue un buen año, el número de visitantes extranjeros creció en un 7%. En el año 2009 por la crisis económica mundial, el sector del turismo también se vio afectado disminuyendo la visita de extranjeros al Ecuador en un 4%. El sector del turismo se recuperó rápidamente de la crisis mundial reflejándose un aumento del 8% de llegada de turistas extranjeros al país para el año 2010. Y para el año 2011 el crecimiento fue

---

<sup>19</sup> Información obtenida en Cámara de Comercio de Cuenca. Reunión EXPATS 2011.

un punto superior al del 2010 dejándonos así un crecimiento del 9%. Como lo podemos observar en el siguiente cuadro.

Entradas de extranjeros al Ecuador 2004 - 2011		
Año	Entrada Extranjeros	Crecimiento
2004	818.927	
2005	859.888	5%
2006	840.555	-2%
2007	937.487	12%
2008	1.005.297	7%
2009	968.499	-4%
2010	1.047.098	8%
2011	1.140.978	9%

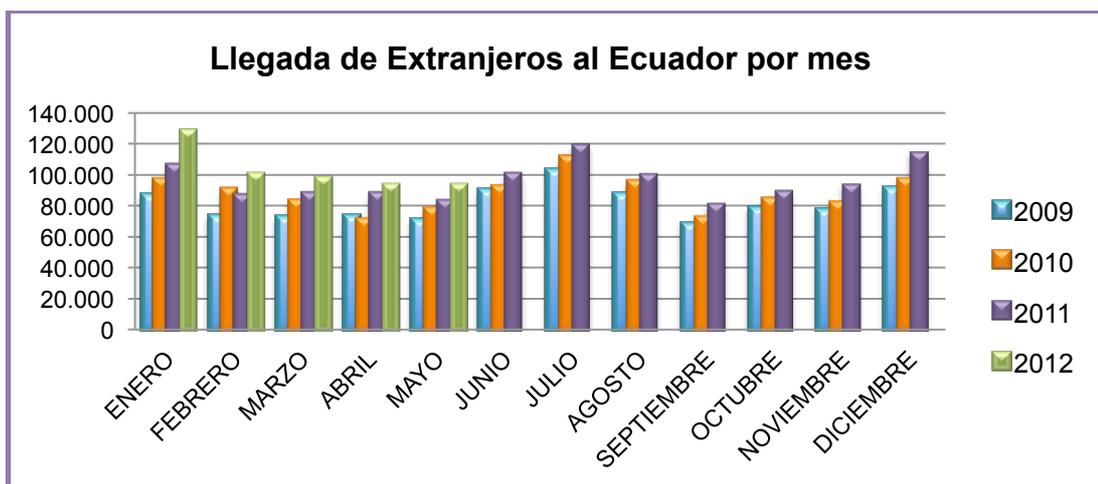


**Gráfico No.6 :** Visitantes extranjeros en el Ecuador. Realizado por la autora.

**Fuente:** Ecuador en Cifras. Salidas y Entradas.

De acuerdo a los datos solicitados en el Ministerio de Turismo del Austro, los meses con mayores visitantes extranjeros son Enero, Julio, Agosto y Diciembre. Siendo así un negocio cíclico en sus ventas.

LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR MES					
Meses	2009	2010	2011	2012	VAR % (2010-2011)
ENERO	86.544	96.109	105.541	127.119	20,45
FEBRERO	72.742	89.924	86.424	99.551	15,19
MARZO	72.226	82.452	87.486	96.975	10,85
ABRIL	72.910	70.540	87.509	92.627	5,85
MAYO	70.277	77.618	82.811	92.646	11,88
JUNIO	89.889	91.602	99.944		
JULIO	102.571	110.545	117.997		
AGOSTO	87.221	95.219	98.987		
SEPTIEMBRE	68.124	71.776	80.083		
OCTUBRE	77.960	83.701	88.338		
NOVIEMBRE	76.965	81.253	92.566		
DICIEMBRE	91.070	96.359	113.292		
<b>TOTAL</b>	<b>968.499</b>	<b>1.047.098</b>	<b>1.140.978</b>	508.918	



**Gráfico No.7 :** Visitantes extranjeros en el Ecuador por mes. Realizado por la autora.

**Fuente:** Ministerio de Turismo ([www.turismo.gob.ec/estadisticaturisticas](http://www.turismo.gob.ec/estadisticaturisticas)).

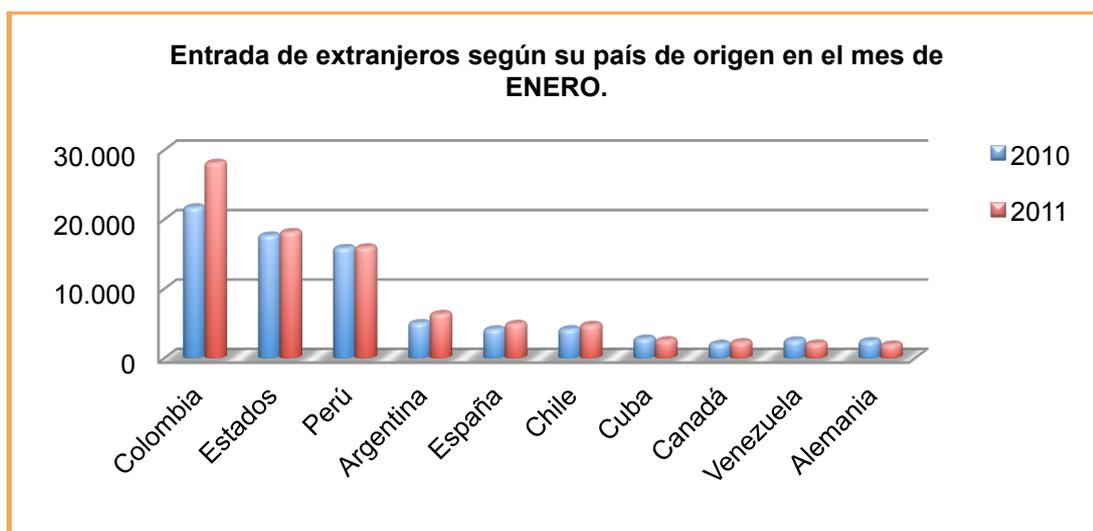
### 2.4.3. Principales países de donde provienen los turistas extranjeros

A continuación se han tomado en consideración los principales países de donde provienen los extranjeros que visitan el país.

Como podemos observar, en el cuadro a continuación, dejando fuera Colombia por motivos político - económicos, vemos que Estados Unidos es el principal origen de los turistas que visitan nuestro país, representando un 18% del total de turistas.

Teniendo así una base clara de las preferencias que estos turistas buscan al momento de seleccionar su lugar de hospedaje. Ya que el turista norte-americano se caracteriza por buscar comodidad y confort pero a precios accesibles y al ser este nuestro grupo objetivo, personas ya adultas y/o adultos mayores sabemos que son las características fundamentales que un lugar de hospedaje debe ofrecer para este grupo de turistas.

<b>Entrada de Extranjeros según país de origen en el mes de Enero</b>		
<b>País</b>	<b>Año</b>	
	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Colombia	21730	28162
<b>Estados Unidos</b>	<b>17687</b>	<b>18183</b>
Perú	15885	15968
Argentina	5060	6368
España	4147	4924
Chile	4155	4799
Cuba	2815	2576
Canadá	2059	2302
Venezuela	2554	2109
Alemania	2467	1974



**Gráfico No. 8:** Entrada de extranjeros al Ecuador según su origen datos anuales.

**Fuente:** Ecuador en Cifras. Entradas y Salidas.

Según información obtenida en el Ministerio de Turismo del Azuay del porcentaje total de turistas que visita nuestro país, en promedio el 15% visita Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca. Si calculamos vemos el número de Estadounidenses que ingresaron en el mes de enero del 2011 al Ecuador son 18.183, si de estos el 15% visito Cuenca nos deja 2.727 americanos que visitaron nuestra ciudad en el mes de enero.

También es importante analizar el fenómeno de los "EXPATS"<sup>20</sup> principalmente provenientes de Estados Unidos, que actualmente residen en nuestra ciudad, se calcula que existen alrededor de 3500<sup>21</sup> jubilados de diferentes partes del mundo. Sus principales motivaciones para su cambio de residencia a nuestra ciudad fueron las económicas. En promedio los jubilados que actualmente cohabitan en nuestra ciudad reciben un sueldo mensual alrededor de \$4.000,00 si ambos cónyuges trabajaron en su país natal. Este ingreso les permite tener altos estándares en su nivel de vida en su nuevo país de residencia.

"...el propio crecimiento de la comunidad "gringa" en Cuenca provoca un "efecto llamado" multiplicador, principalmente entre sus amigos también jubilados. Una de las mayores dificultades con la que tropieza el jubilado norteamericano es entender y hablar español. Por eso, saber que hay otros estadounidenses en la zona con los que hacer vida social es un aliciente, no menor, para elegir Cuenca como destino residencial."<sup>22</sup>

Teniendo en cuenta la cantidad de jubilados no solo norteamericanos sino en gran parte también europeos, el nivel de turismo de largo plazo que generara esto en nuestra ciudad es importante ya que sus familiares y amigos también los visitan por largas temporadas. Siendo este un indicador fuerte de cómo el turismo de nuestra ciudad se incrementa día a día, y así mismo el efecto multiplicador que esto representa ya que cada vez el crecimiento de la comunidad "Expats" se acelera con más fuerza.

---

<sup>20</sup> Expatriados.

<sup>21</sup> <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/83102-a-expatsa-un-fena-meno-que-suma-y-sigue/>

<sup>22</sup> <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/83102-a-expatsa-un-fena-meno-que-suma-y-sigue/>

## 2.5. Análisis de la Competencia

Según el registro catastral del Azuay en el cantón Cuenca contamos con 127 lugares de alojamiento. Divididos de la siguiente manera:

Categoría	Cantidad	Plazas
Lujo	2	218
Primera	48	2399
Segunda	40	1445
Tercera	37	1209
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>5271</b>

**Tabla No. 9:** Catastro Azuay

**Fuente:** Ministerio de Turismo año 2011.

Hostal San Sebastián entraría en la categoría Segunda, la cual presenta las mayores falencias en servicio con respecto al precio por noche. En este segmento encontramos a empresas que ya están muchos años en el mercado siendo esta una desventaja muy importante ya que a través de blogs y espacios en la red han establecido sus servicios a nivel mundial.

Si tomamos en cuenta que según la información obtenida 1.140.978<sup>23</sup> extranjeros visitaron nuestro país y de estos el 15% visitó nuestra ciudad dejándonos 171.146 turistas quienes visitaron nuestra ciudad en el año 2011. Si suponemos que el turismo es estable todo el año hablamos que 14.262 turistas en promedio visitan Cuenca mensualmente. Y la ciudad tiene 5.271<sup>24</sup> plazas de hospedaje, estamos viendo que claramente existe en nuestra ciudad una falta de plazas para atención a los turistas extranjeros, solo tomando en cuenta que será nuestro principal objetivo de mercado. Existe una demanda insatisfecha de 8991 plazas de hospedaje.

Otra desventaja muy importante que presenta este segmento es su ubicación. Los principales oferentes de este servicio se encuentran en el centro histórico.

---

<sup>23</sup> Grafico número 6.

<sup>24</sup> Tabla número 9.

El principal competidor de Hostal San Sebastián sería *Posada del Ángel*, el cual se encuentra a 3 cuadras de la ubicación escogida para implementar nuestro proyecto, y está en el mismo segmento de mercado, posee varias ventajas competitivas como son varios años de experiencia en el sector hotelero, capacidad instalada para 22 habitaciones, restaurante con un excelente menú. Una de sus desventajas es la falta de parqueo propio y la congestión en la calle donde está ubicado, volviéndolo así un poco inaccesible principalmente en las horas de alto tráfico de la ciudad.

Otra de sus desventajas es que no todas las habitaciones poseen baños completamente independientes entre habitaciones. Siendo este un factor clave de éxito para nuestra oferta en este segmento.

Para efectos de análisis hemos indagado sobre los precios de la competencia y así mismo un análisis con las funciones enfocadas en los atributos y el segmento de mercado. Los hostales que se encuentran en nuestro segmento de mercado se los detalla a continuación.

### **2.5.1. Competencia Directa**

Para determinar la competencia directa de nuestro proyecto hemos averiguado en las páginas de internet de los hostales ubicados en la segunda categoría de distribución hotelera de la ciudad y visitado los mismos, para poder determinar si sus características son similares a las que nosotros ofreceremos. Luego de esto determinamos que la *Posada del Ángel* es el que más se acerca a nuestro proyecto.

❖ **POSADA DEL ANGEL**<sup>25</sup>

**Dirección:** Bolívar 14 – 11 y Estévez de Toral esquina.

**Número de Habitaciones:** 22

**Servicios:** Baño Privado y compartido, Agua Caliente, Teléfono, TV con cable, Servicio de Desayuno, Parqueadero, Lavandería.

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Tarifa Promedio</b>	<b>Tarifa Final</b>
Habitación Simple	USD 39,00 + 22% impuestos y Servicio	USD 47,58
Habitación Doble	USD 59,91 + 22% impuestos y Servicio	USD 67,10
Habitación Triple	USD 74,07 + 22% impuestos y Servicio	USD 80,52
Habitación Matrimonial	USD 59,91 + 22% impuestos y Servicio	USD 67,10
Habitación Cuádruple	USD 88,23 + 22% impuestos y Servicio	USD 96,38

A continuación podremos observar algunos ambientes así como habitaciones de Posada del Ángel.



**Fachada Frontal**

---

<sup>25</sup> <http://www.hostalposadadelangel.com/>

**Sala central**



**Habitación Doble**



**Habitación Simple**



**Comedor**



### 2.5.2. Competencia Indirecta

En este apartado podremos encontrar algunos hostales que si bien no ofrecen un servicio como el que nuestro proyecto plantea, en características de ubicación y capacidad de plazas de hospedaje son muy parecidos.

#### ❖ **HOSTAL MACONDO**<sup>26</sup>

**Dirección:** Tarqui 11-64 y Mariscal Lamar.

**Número de Habitaciones:** 18

**Servicios:** Baño Privado y Compartido, Agua Caliente, Servicio de Desayuno, Internet.

**Fachada Frontal Hostal Macondo**



<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Tarifa</b>	<b>Tarifa Final</b>
Habitación Simple	USD 16,00 + 22% impuestos y Servicio	USD 19,52
Habitación Doble	USD 31,86 + 22% impuestos y Servicio	USD 48,42
Habitación Triple	USD 44,58 + 22% impuestos y Servicio	USD 67,76

---

<sup>26</sup> <http://www.hostalmacondo.com/>

❖ **CASA NARANJA**<sup>27</sup>

**Dirección:** Mariscal Lamar 10-38 y Padre Aguirre

**Número de Habitaciones:** 15

**Servicios:** Baño Privado, Agua Caliente, Servicio de Desayuno, Parqueadero

**Patio Interior Hostel Casa Naranja**



<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Tarifa</b>	<b>Tarifa Final</b>
Habitación Simple	USD 18,00 + 22% impuestos y Servicio	USD 20,16
Habitación Doble	USD 29,00 + 22% impuestos y Servicio	USD 35,38
Habitación Triple	USD 42,00 + 22% impuestos y Servicio	USD 51,24

---

<sup>27</sup> <http://www.casanaranja.galeon.com/>

❖ **POSADA DEL RIO<sup>28</sup>**

**Dirección:** Hermano Miguel 4-18 y Luis Cordero

**Número de Habitaciones:** 15

**Servicios:** Baño Privado y compartido, Agua Caliente, Internet, Lavandería.

<u>Tipo de Habitación</u>	<u>Tarifa</u>	<u>Tarifa Final</u>
Habitación Simple	USD 9,55 + 22% impuestos y Servicio	USD 11,65
Habitación Doble	USD 19,10 + 22% impuestos y Servicio	USD 23,30
Habitación Triple	USD 28,65 + 22% impuestos y Servicio	USD 34,95

❖ **CASA DEL BARRANCO<sup>29</sup>**

**Dirección:** Calle Larga 8-41 y Luis Cordero

**Número de Habitaciones:** 17

**Servicios:** Baño Privado y Compartido, Agua Caliente, Servicio de Desayuno.

<u>Tipo de Habitación</u>	<u>Tarifa</u>	<u>Tarifa Final</u>
Habitación Simple	USD 21,90 + 22% impuestos y Servicio	USD 26,72
Habitación Doble	USD 30,90 + 22% impuestos y Servicio	USD 37,70
Habitación Triple	USD 46,90 + 22% impuestos y Servicio	USD 57,22
Habitación Cuádruple	USD 56,90 + 22% impuestos y servicios	USD 69,42

---

<sup>28</sup> <http://www.hosteltrail.com/posadadelriocuenca/>

<sup>29</sup> <http://www.casadelbarranco.com/>

## 2.6. Análisis de Precio en función de la capacidad instalada y la competencia.

Enfocándonos en los atributos y el segmento de mercado que deseamos apuntar y considerando los diferentes precios de la competencia directa e indirecta; se ha evaluado un pronóstico de precios, el cual se armó tomando muy en cuenta que seremos un negocio nuevo y que en un inicio debemos tener precios especiales y atractivos para llegar a nuestros clientes.

Otro punto clave para analizar el precio fue el impacto que este tendrá en el flujo de caja, y así establecer un rango de precios que nos permita ser rentables y sostenibles en el tiempo.

Hemos aprovechado una ventaja que muy pocos Hostales de la ciudad, que estarían en nuestra categoría, poseen y es que todas nuestras habitaciones cuentan con baño privado siendo este un “plus” que Hostal San Sebastián ofrecerá, permitiéndonos así mantener un rango de precios en el que podremos movernos de acuerdo a las necesidades.

### ❖ **HOSTAL SAN SEBASTIAN**

**Dirección:** Estévez de Toral 11-24 y Mariscal Lamar.

**Número de Habitaciones:** 15

**Servicios:** Baño Privado, Agua Caliente, Teléfono, TV con cable, Internet WIFI, Servicio de Desayuno, Parqueadero, Lavandería.

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Tarifa</b>	<b>Tarifa Final</b>
Habitación Simple	USD 35.00 + 22% impuestos y Servicio	USD 42,70
Habitación Matrimonial	USD 45.00 + 22% impuestos y Servicio	USD 54,90
Habitación Doble	USD 65.00 + 22% impuestos y Servicio	USD 79,30
Habitación Suit	USD 75.00 + 22% impuestos y Servicio	USD 91,50

## 2.7. Análisis de Comercialización / Distribución

### 2.7.1. Canales de Distribución

Los canales de distribución son los que “definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final. Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa... El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor.”<sup>30</sup>

En el caso de Hostales se pueden optar por las dos opciones; canales de distribución directos o mediante intermediarios. Hostal San Sebastián utilizara ambos métodos.

El concepto de **Distribución Directa**, abarca el uso de medios que nos permita transmitir un mensaje impreso o de otro tipo que faciliten la elección del consumidor final.

Estableceremos dos tipos de marketing directo.

- ❖ **Publicidad Online:** Con este procedimiento de marketing nuestro objetivo primordial será estar en todos los sitios de búsqueda de hoteles así como en páginas principales como **GOOGLE, BING**, etc. Ser parte de las redes de Hostales a nivel internacional también nos garantizara un mayor número de personas interesadas en visitarnos. Para llegar a todos estos lugares es primordial tener nuestra pagina de internet, la cual deberá ser una pagina muy interactiva a que los futuros huéspedes se sientan atraídos por visitar, así también estar presentes en blogs será muy importante a través de acuerdos con ciudadanos norteamericanos retirados quienes residan en nuestra ciudad

---

<sup>30</sup> <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

- ❖ **Publicidad Impresa:** Distribución de folletería en los aeropuertos, operadores turísticos, aerolíneas. Estar presentes en las guías turísticas, llevar una buena relación con la competencia nacional ya que podríamos ofrecer paquetes en conjunto para las principales ciudades del país.

### 2.7.2. Publicidad y Promoción

El libro “Dirección de Marketing” de los autores Kotler, Camara, Grande y Cruz, nos dice “la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren”.<sup>31</sup>

Siendo esto fundamental en el ámbito de los turistas internacionales, ya que estos se guían mucho por las referencias de las personas que ya visitaron la ciudad y en donde se hospedaron. Esta técnica se vuelve prácticamente una publicidad de “boca a boca”. Por esto la página web del hostel tendrá un espacio dedicado exclusivamente para compartir información y dejar sus comentarios sobre su experiencia en Hostal San Sebastián.

TRIPADVISOR<sup>32</sup> será un aliado clave de promoción para todo turista principalmente extranjero, ya que aquí se catalogan las diferentes ofertas de hospedaje a nivel mundial. En la actualidad esta página web es la más visitada al momento de tomar una decisión de hospedaje.

Aplicaremos tres técnicas de comunicación fundamentales, las mismas que combinarán aspectos de comunicación y comercialización del servicio, intentando crear en los consumidores el deseo de visitar nuestra ciudad y así nuestro hostel.

---

<sup>31</sup> KOTLER, CAMARA, GRANDE, CRUZ; Dirección de Marketing. Ed Prentice Hall, New York, 2000. Pag. 98.

<sup>32</sup> [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), proporciona recomendaciones para hoteles, complejos turísticos, hostales, vacaciones, paquetes de viajes, paquetes de vacaciones, guías de viajes y mucho más.

### **2.7.3. Relaciones públicas:**

Se organizará un lanzamiento del hostel en las instalaciones una vez que se encuentren adecuadas. En este acto se contara con la presencia de las principales autoridades del medio, prensa y personas de importancia en los diferentes ámbitos de relacionamiento, como Cámara de Turismo, Bancos, Operadores Turísticos, Asociación Hotelera del Azuay, etc.

### **2.7.4. Publicidad:**

Los mensajes publicitarios que se aplicarán serán principalmente imágenes que sintetizen las cualidades del Hostel así como el destino turístico que visitaran. Se aplicara el famoso proverbio chino “Una imagen vale más que mil palabras”.

Las técnicas publicitarias que se utilizarán principalmente serán:

- a. Anuncios en prensa, principalmente en periódicos o revistas que fomenten el turismo tanto nacional como internacional.
- b. Propaganda que tendrá como función la distribución de folletos o panfletos, en los puntos clave de turismo dentro de la ciudad como en el resto del país.
- c. Creación de una página Web, en la que resalten los aspectos más importantes del hostel, su arquitectura, ubicación, comodidades, visión, misión, aspectos informativos del Ecuador, enfocándonos en la ciudad de Cuenca. También se ofrecerán tours dentro y fuera de la ciudad, con convenios especiales con las agencias de turismo locales. Brindar una página web de fácil acceso y navegación serán imprescindible, cada vez vemos que el uso de internet es mayor por lo tanto se brindara el servicio de reserva y cancelación directo por la página web, manteniendo todas las normas de seguridad para consumidores *online*.

### **2.7.5. Ferias:**

La participación en ferias tanto nacionales como internacionales de turismo y hoteleras serán un punto clave para la difusión de una nueva alternativa al momento de buscar hospedaje en la ciudad de Cuenca.

Como referencia tenemos cuatro de las ferias más grandes de Europa

- ITB Berlín: Bolsa Internacional de Turismo
- FITUR Madrid: Feria Internacional de Turismo
- WTV Londres: Mercado Mundial de Turismo
- SMV Paris: Salón Mundial de Viajes

En América tenemos:

- FIT Argentina: Feria Internacional de Turismo
- EUROAL: Feria de Turismo de Europa y América Latina
- FITE Ecuador: Feria Internacional de Turismo del Ecuador.

### **2.7.6. Innovación:**

Una vez que se ha introducido en el medio una nueva opción de servicio de hospedaje a través de Hostal San Sebastián, se realizara un trabajo de post venta, para poder conocer la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, y así, poder realizar mejoras pertinentes que busquen posicionar a los servicios del hostal dentro del segmento que buscamos.

Como alternativas para un seguimiento post venta de nuestros servicios tenemos:

- Formulario de satisfacción y/o requerimientos a entregarse con su factura
- Envió vía mail de encuestas de satisfacción al cliente a una base de datos cada 3 meses.
- Se creara un buzón de sugerencias para que así lo huéspedes puedan poner sus comentarios.

- También dentro de la página de internet del hostel se creará la opción de huéspedes registrados y así podrán dejar sus comentarios y sugerencias vía online.

## **2.8. Conclusiones**

En el desarrollo de este capítulo pudimos determinar que nuestro objetivo es brindar servicio de acomodación para turistas tanto nacionales como internacionales. Basándonos principalmente en los turistas internacionales, al ser este nuestro principal grupo de clientes hemos determinado la oferta de servicios que brindaremos. El perfil de nuestros posibles clientes serán turistas principalmente de Estados Unidos de América, Europa y Canadá, entre 40 y 55 años, de capacidad adquisitiva media a media-baja, que buscan un turismo cultural y su estancia será en promedio de 5 días.

El hostel está desarrollado en un espacio de 609.71 metros cuadrados. Con una capacidad de 33 personas, 14 habitaciones todas con baño privado.

Se realizó una cuantificación de mercado para saber la oferta y la demanda que existe y se determinó que en el año 2011 se registró un ingreso de 1.140.978 a nuestro país, si de esto sacamos el 15% que en promedio visita nuestra ciudad nos da un ingreso para el 2011 de 171.146 turistas extranjeros. En promedio mensual nos da que 14.262 turistas visitan la ciudad. Y la capacidad hotelera de nuestra ciudad es de 5.271 plazas. Vemos claramente que hay una demanda insatisfecha. Y esto sin contar que en feriados y festividades la demanda aumenta mucho más. Se realizó un breve análisis comparativo con la principal competencia según la oferta hotelera existente ubicada en la segunda categoría (según categorización del Ministerio de Turismo) para conseguir determinar el posicionamiento que tendrá el Hostel una vez en funcionamiento.

## CAPITULO III

### 3. ESTUDIO TECNICO

“El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”.<sup>33</sup>

Dentro del estudio técnico abordaremos aspectos muy importantes como la ubicación del proyecto, también se analizarán los espacios físicos que se requieren para el óptimo funcionamiento del mismo, y el proceso del servicio que se brindará en el hostel para que se desarrolle de manera efectiva.

#### 3.1. Análisis del proceso de producción / servucción<sup>34</sup>

Hostal San Sebastián ofrece servicio de hospedaje a través de un servicio personalizado, calidad y personal capacitado para el sector, que representarán el valor agregado que brinda la empresa. Por lo tanto el proceso de atención al huésped deberá poner en práctica todos los elementos antes mencionados que nos diferenciarán de la competencia.

##### 3.1.1. Listado de las actividades del proceso de servucción

- I. Distribución de los espacios físicos.
- II. Equipamiento.
- III. Establecimiento de los precios para las distintas habitaciones.
- IV. Inauguración del Hostel para darlo a conocer.
- V. Publicidad para promocionar el nuevo lugar de hospedaje en la ciudad.
- VI. Apertura del Hostel con normalidad.

---

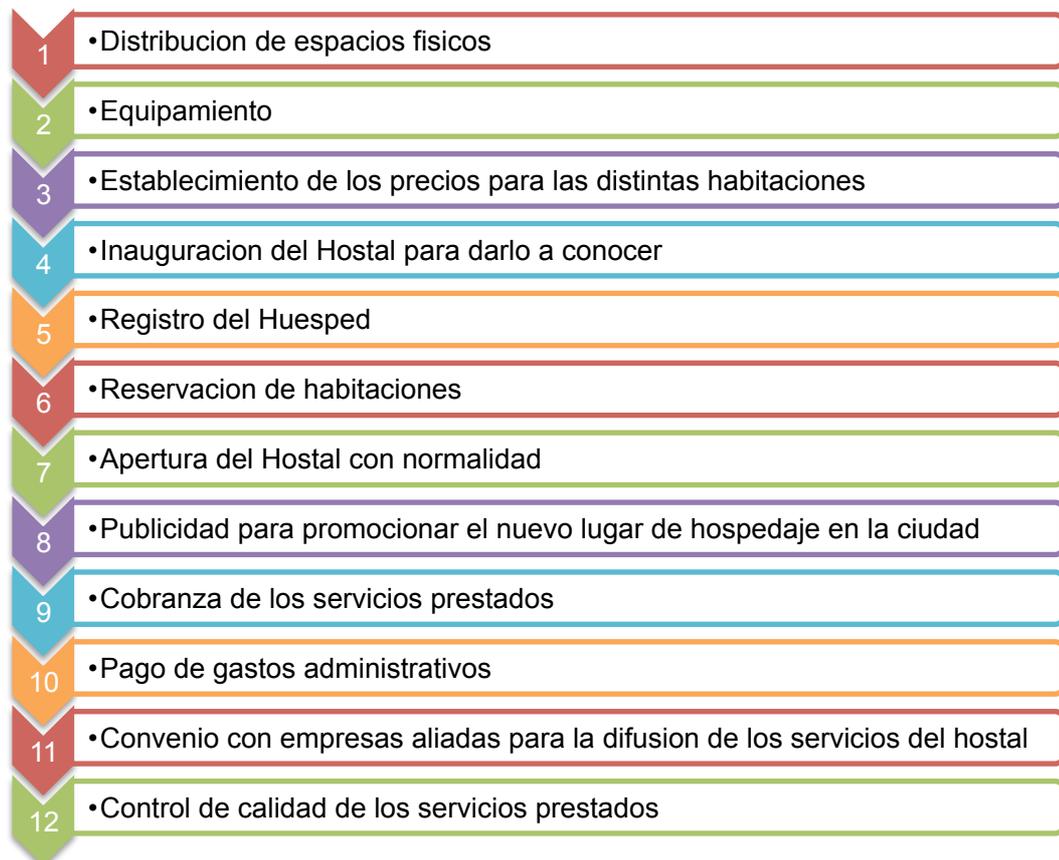
<sup>33</sup> NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 127

<sup>34</sup> **Servucción:** proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio.

- VII. Reservación de habitación.
- VIII. Registro del huésped.
- IX. Cobranza de los servicios prestados.
- X. Pago de Gastos Administrativos.
- XI. Convenio con empresas aliadas para la difusión de los servicios del hostel.
- XII. Control de calidad de los servicios prestados.

### 3.1.2. Diagrama del proceso de servucción

En el siguiente cuadro podremos ver el proceso que deberemos seguir para la apertura del hostel. Desde un inicio del proceso.



**Gráfico No. 10:** Proceso de servucción.

**Fuente:** Elaborado por la autora

### 3.1.3. Descripción de cada una de las actividades

- **Distribución de los espacios físicos:** Mediante una optimización en la distribución de los espacios físicos se obtuvieron 7 habitaciones en la planta alta y 7 habitaciones en la planta baja. Así como varios espacios de recreación. El tamaño promedio de una habitación es de 16 m<sup>2</sup>.
- **Equipamiento:** Luego de haber determinado el espacio físico para cada habitación y espacios de recreación se procederá a amoblar y equipar todo el hostel.



Modelo habitación simple

- **Establecimiento de los precios para las distintas habitaciones:** El precio de las habitaciones tendrá una variación de entre \$35.00 y \$75.00 dependiendo de la capacidad de cada habitación.
- **Inauguración el hostel para darlo a conocer:** Para presentar un nuevo espacio innovador en la ciudad, se necesita una muy buena publicidad para dar a conocer el servicio que se ofrecerá en Hostal San Sebastián. A través de un evento formal en el cual se invitara a entidades representativas del sector turístico, se llevará a cabo la inauguración del local, momento en el cual se presentará la infraestructura y la calidad de los servicios.
- **Convenio con empresas aliadas para la difusión de los servicios del hostel:** Para poder promocionar constantemente los servicios del Hostel, nada mejor que hacer alianzas con empresas dedicadas exclusivamente a

esto como agencias de viajes, buscadores de turismo tales como: visiteecuador.com, tripa visor, entre otros. Dichos convenios se renovaran anualmente y se revisaran si los mismos han tenido efectos positivos sobre los resultados de hospedaje del Hostal.

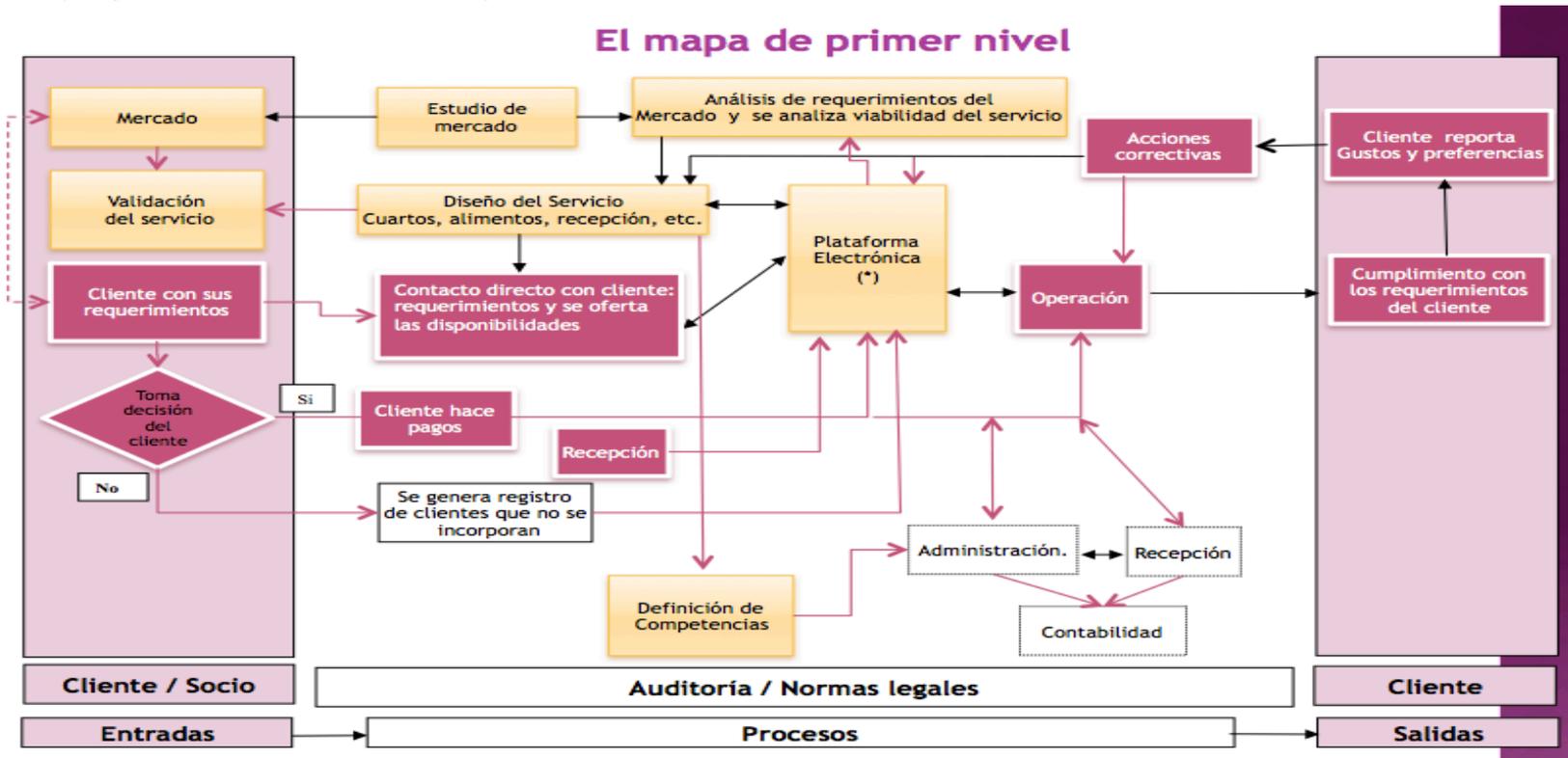
- **Publicidad para promocionar el nuevo lugar de hospedaje en la ciudad:** Esto se va a realizar mediante una buena publicidad en los diferentes buscadores de turismo y agencias de viajes, y de esta manera crear la necesidad en los posibles huéspedes de visitarnos. Una de las herramientas que más usaremos será el internet. Se creara una página web del hostal, la cual se ubicara, mediante un contrato en los primeros lugares de los principales buscadores como google, Firefox, etc.
- **Apertura del Hostal con normalidad:** Luego de su inauguración el hostal estará abierto normalmente todo el año. Y su página web se mantendrá actualizada para una mejor distribución de información.
- **Reservación de Habitaciones:** Cada huésped potencial podrá realizar su reservación mediante un link directo en la página web del hostal. Podrá además dar un tour por el hostal para conocerla y poder escoger con mejor criterio el tipo de habitación que tendrá. En la misma página web se mostraran lugares turísticos, sitios de interés cercanos como: farmacias, supermercados, bancos, cajeros, etc. Y finalmente se colocaran los principales eventos de la ciudad por temporadas, para que, el huésped pueda planear de mejor forma su estadía y así optimizarla, generando de esta manera un valor agregado en los servicios del hostal.
- **Registro del Huésped:** Al momento de la llegada del huésped se confirmaran los datos del huésped si ya realizo la reservación caso contrario se ingresara toda la información necesaria. Cada huésped junto con su llave recibirá un mapa de la ciudad y un instructivo con los principales eventos del mes.
- **Cobranza de los servicios prestados:** Luego de que el huésped termine su estadía en nuestro hostal se realizara la cobranza de los servicios utilizados así como requerimientos extras que se hayan realizado.

- **Pago de Gastos Administrativos:** Se realizara los pagos mensuales de los servicios básicos y sueldos del personal tanto administrativo como de planta.
- **Control de calidad de servicios prestados.** Luego de que el huésped termine su estadía en nuestro hostel se realizara la cobranza de los servicios utilizados así como requerimientos extras que se hayan realizado.

Debemos mencionar que este proceso se lo realizara una sola vez al inicio, las siguientes ocasiones se repetirán solamente los últimos pasos.

### 3.2. Mapa de primer nivel

El mapa del proceso o llamado también mapa de primer nivel ofrece una visión general del sistema de gestión. En el se representan los procesos que componen el sistema así como sus relaciones principales. Dichas relaciones se indican mediante flechas y registros que representan los flujos de información.



**Grafico No. 11:** Mapa de primer nivel.

**Realizado por:** La autora – Programa Internacional Tecnológico de Monterrey – Administración, Dirección y Modernización Hotelera.

### 3.3. Análisis de Recursos

#### 3.3.1. Matriz de Recursos

RECURSOS OPERACIÓN				RECURSOS DE INVERSIÓN			
Local	Recurso Humano	Insumos	Equipos	Proceso del Servicio	Insumos	Recurso Humano	Otros
	Propietario			Distribución de los espacios físicos.	Planos	Diseñador y Arquitecto	Permisos municipales
	Propietario y Administrador			Equipamiento	Muebles y Equipos	Dueño y Asesor	
	Propietario			Establecimiento de los precios para las distintas habitaciones.		Dueño	
Espacio	Administrador	Bocaditos y Bebida		Inauguración del Hostal para darlo a conocer.	Computador	Dueño	Invitaciones
Espacios	Administrador	Flyers / Internet	Computador	Publicidad para promocionar el nuevo lugar de hospedaje en la ciudad.	Página Web	Dueño	
	Administrador y Empleados		Computador	Apertura del Hostal con normalidad.	Página Web		
Espacios	Administrador y Empleados			Reservación de habitación.	Página Web		
	Administrador			Registro del huésped.	Página Web		
	Administrador			Cobranza de los servicios prestados.			
	Administrador	Papel y Otros	Computadora	Pago de Gastos Administrativos.			

La matriz de recursos generalmente es utilizada en la gestión de proyectos para relacionar las actividades a realizarse con los recursos. Y así lograr que cada uno de los componentes esté asignado a un individuo o a un equipo de trabajo.

### 3.3.2. Descripción de recursos de inversión

En esta sección solamente se mencionara los recursos físicos necesarios para el funcionamiento del Hostal. La valorización de los mismos se detallara en el estudio financiero del capítulo IV.

<b>Muebles y Enseres</b>	
Habitaciones	Cantidad
Camas	23
Colchones	23
juegos de Sabanas	70
Almohadas	55
Cobijas	55
Cubre Camas	50
Obras de Arte	18
Cortinas	15
Veladores	25
Espejos	14
Televisión	2
Muebles varios	68
Teléfonos	18
<b>Áreas Sociales</b>	
Muebles Varios	73
Equipo de Sonido	1
Computadoras	2
Obras de Arte	10
<b>Equipos de Oficina</b>	
Computadoras	2
Teléfonos	3
<b>Muebles de Oficina</b>	
Escritorio	2
Sillas	4
<b>Equipos de Cocina</b>	
Refrigerador	1
Tostadora	1
Cocina Industrial	1
Licuadaora	1
Utensilios	
Vajilla	100
Cubertería	100
Lencería	40

Para determinar la cantidad de muebles y enseres que se requieren para la implementación del hostel nos hemos basado en los tamaños de las habitaciones y espacios físicos disponibles para áreas sociales y así determinar la cantidad de camas y muebles para amoblar todo el hostel. También se conto con el asesoramiento del equipo de ventas de **Colineal**, empresa dedicada a la venta de muebles en la ciudad de Cuenca. Y así confirmar lo antes establecido.

### 3.3.3. Descripción Recursos humanos

A continuación detallamos el capital humano que la empresa necesita para su funcionamiento. En el capítulo IV se detallara sueldos y salarios de cada uno. Para determinar la cantidad de personal que la empresa requiere nos basamos en la experiencia de los hoteles pequeños de la ciudad, para así saber que cantidad de personal se requiere para su funcionamiento.

Capital Humano	Cantidad
Gerente General	1
Contador	1
Jefe de Recepción	1
Recepcionistas	2
Cocinero	1
Ama de Llaves	1
Mesero	2

### 3.4. Análisis de Tamaño

El inmobiliario que será destinado a ofrecer sus servicios de hospedaje en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, cuenta con 609.71 m<sup>2</sup> de construcción con lo cual podemos ofrecer 14 habitaciones completas así como áreas de recreación.

Así el Hostel San Sebastián cuenta con la capacidad de hospedar alrededor de 33 personas ofreciéndoles no solo calidad sino el espacio necesario para disfrutar cómodamente su estadía.

Las áreas serán destinadas de la siguiente manera:

#### **Planta Baja**

- Recepción
- Sala de estar
- Sala de espera
- Siete habitaciones con baño privado
- Baño social
- Baño para personal

#### **Planta Alta**

- Cuarto internet
- Cocina
- Comedor
- Cuarto de utilería
- Dos zonas de recreación
- Siete habitaciones con baño privado.

### **3.5. Análisis de la Ubicación**

<b>País:</b>	Ecuador
<b>Provincia:</b>	Azuay
<b>Ciudad:</b>	Cuenca
<b>Zona:</b>	Urbana
<b>Parroquia:</b>	San Sebastián
<b>Dirección:</b>	Esteves de Toral 11-24 y Mariscal Lamar <sup>35</sup>
<b>Sector:</b>	Centro Histórico de la Ciudad

Uno de los principales factores que influyo en la decisión de la ubicación es que la infraestructura pertenece a la familia Terreros Serrano. Otro punto clave que debemos analizar es que desde hace un año atrás se desarrollo una remodelación completa de la casa, y se considero utilizarla para la implementación de un hostel.

---

<sup>35</sup> Mapa Ciudad de Cuenca Anexo.

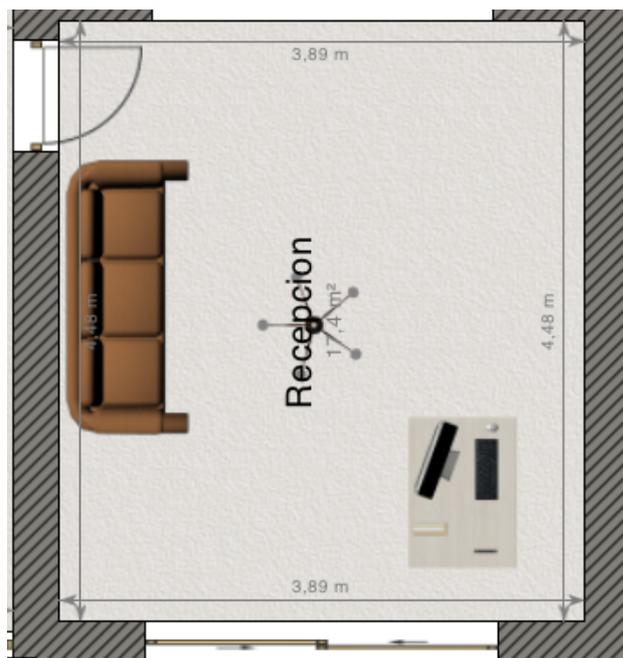




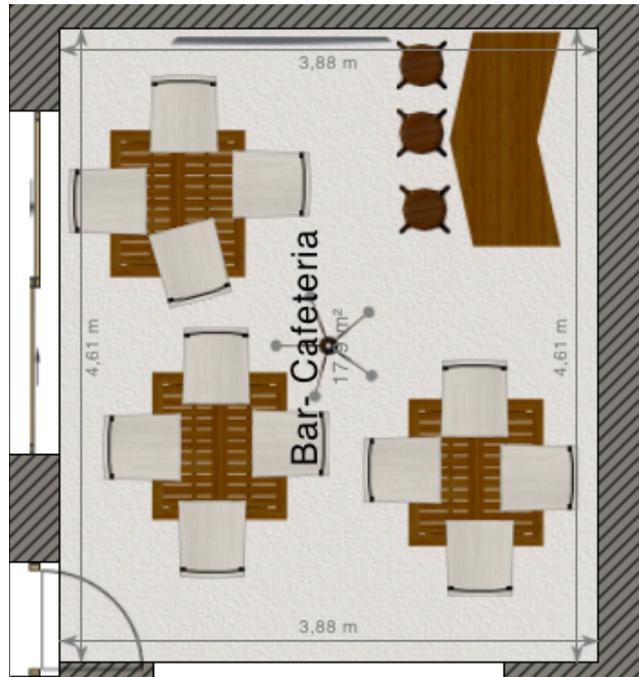
### 3.6.4. Habitación Suite



### 3.6.5. Recepción



### 3.6.6. Bar – Cafetería



### 3.6.7. Hall Planta Alta







## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es la última etapa del análisis de viabilidad de este proyecto de inversión, en esta etapa lo que se busca es ordenar y sistematizar la información monetaria que nos proporcionaron las etapas anteriores, se elaborara cuadros analíticos y evaluaremos los antecedentes para determinar la rentabilidad futura del proyecto, así también determinaremos el punto de equilibrio que permitirá conocer cual será el ritmo mínimo al cual la empresa deberá trabajar para no incurrir en pérdidas.

Primero ordenaremos los ítems de inversiones, costos e ingresos que se deducen de los capítulos previos. Luego calcularemos el monto de capital de trabajo y otros egresos que posiblemente se puedan presentar. Concluido esto se procederá a un estudio de riesgo del proyecto y así poder determinar la viabilidad del proyecto.

Analizaremos la tasa interna de retorno, TIR, así como el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto a 5 años.

Luego se obtendrá el punto de equilibrio del hostel, y finalmente se realizara una breve simulación de un balance de resultados anual para los primeros 5 años de funcionamiento hasta que se termine de pagar el capital financiado requerido para este proyecto.

#### **4.1. Análisis de las Inversiones**

Antes de un análisis de las inversiones que se realizaran es importante mencionar que la adecuación, de la casa perteneciente a la familia Terreros Serrano, no entra dentro del plan de inversión, ya que se considera en el análisis un arriendo por las instalaciones ya terminadas y listas para su uso. Siendo el costo de adecuación y restauración un costo no real para el análisis de este trabajo.

Las inversiones necesarias para llevarse a cabo el proyecto se dividen en tres: inversiones fijas, inversiones diferidas y capital de trabajo. La estimación de dichas

inversiones serán consideradas de acuerdo al tamaño del proyecto que se evalúa; en el proceso de comercialización de los servicios, la ubicación será un factor clave en el que influenciarán el costo del terreno y el de otros servicios para el desarrollo del proyecto, y una aplicación de economía de escala, minimizando los costos de la inversión hasta un nivel de optimización de los recursos a ser demandados en el mercado de capitales.

#### **4.1.1. Inversiones Fijas**

Se consideran inversiones fijas aquellas que colaboran en el funcionamiento del proceso de servicio, no están disponibles a la venta y duran más de un año.

Las inversiones fijas las vemos divididas en Habitaciones con un monto de \$34.375,00 en el que se ubican todos los equipos para amoblar las habitaciones. Luego tenemos Áreas Sociales que ascienden a un monto de \$20.600,00. Los equipos de oficina suman un valor de \$1.550,00, y los muebles de oficina suman un valor de \$820,00. Para la implementación de la cocina se requerirá un valor de \$4.930,00, sumando así un total de \$62.275,00.

En el siguiente cuadro se podrá observar a detalle cada rubro expuesto anteriormente.

## Inversión Fija

Muebles y Enseres			
Habitaciones	Cantidad	Valor Unitario	Total
Camas	21	\$ 100,00	\$ 2.100,00
Colchones	21	\$ 200,00	\$ 4.200,00
Juegos de Sabanas	65	\$ 50,00	\$ 3.250,00
Almohadas	55	\$ 10,00	\$ 550,00
Cobijas	55	\$ 15,00	\$ 825,00
Cubre Camas	45	\$ 100,00	\$ 4.500,00
Obras de Arte	18	\$ 250,00	\$ 4.500,00
Cortinas	15	\$ 50,00	\$ 750,00
Veladores	25	\$ 80,00	\$ 2.000,00
Espejos	15	\$ 20,00	\$ 300,00
Televisión	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Muebles varios	68		\$ 10.000,00
Teléfonos	18	\$ 50,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.175,00</b>	<b>\$ 34.375,00</b>
Áreas Sociales			
Muebles Varios	73		\$ 10.500,00
Computadoras	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
Decoración / Obras de Arte			\$ 8.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20.600,00</b>
Equipos de Oficina			
Computadoras	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Teléfonos	3	\$ 50,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 750,00</b>	<b>\$ 1.550,00</b>
Muebles de Oficina			
Escritorio	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Sillas	4	\$ 30,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 380,00</b>	<b>\$ 820,00</b>
Equipos de Cocina			
Refrigerador	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Tostadora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Cocina Industrial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Licuada	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Utensilios		\$ 250,00	\$ 250,00
Vajilla	100	\$ 15,00	\$ 1.500,00
Cubertería	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00
Lencería	40	\$ 15,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.870,00</b>	<b>\$ 4.930,00</b>
<b>GRAN TOTAL</b>			<b>\$62.275,00</b>

También se puede clasificar las cuentas contables de la siguiente manera:

<b>Inversión Fija</b>	<b>Inversión en dólares</b>
Muebles y Enseres	\$ 54.975,00
Equipos de Oficina	\$ 2.370,00
Equipos de Cocina	\$ 4.930,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 62.275,00</b>

#### **4.1.2. Inversiones Diferidas**

Las inversiones diferidas son intangibles, pero éstas nos servirán a lo largo del proceso de funcionamiento. Por lo general son instalaciones, adecuaciones, permisos, y preparativos.

A continuación se detalla las inversiones diferidas.

<b>Inversión Diferida</b>	<b>Inversión en dólares</b>
Instalaciones eléctricas	\$300,00
Luminaria	\$200,00
Instalaciones telefónicas	\$150,00
Adecuaciones	\$100,00
Preparativos Inauguración	\$500,00
Patente	\$30,00
Permisos de funcionamiento	\$50,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.330,00</b>

#### **4.1.3. Inversión en Capital de Trabajo**

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado”.<sup>36</sup>

Para Hostal San Sebastián se requiere un capital de trabajo para aproximadamente tres meses, en los cuales se espera se establezca el funcionamiento del hostal.

---

<sup>36</sup> NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág. 228

Dentro de este rubro se encuentran sueldos y salarios de empleados, inventarios insumos para el funcionamiento, etc.

<b>Inversión Capital de Trabajo</b>	<b>Inversión en dólares</b>
Sueldos y Salarios	\$13.055,02 <sup>37</sup>
Insumos	\$2.000,00
Materiales Generales	\$1.500,00
<b>Total</b>	<b>\$16.555,02</b>

#### **4.1.4. Inversión Total**

La inversión total para el funcionamiento del Hostal San Sebastián será de \$80.160,02 dólares americanos, lo cual incluye las inversiones fijas tangibles, diferidas y capital de trabajo.

### **4.2. Análisis de Financiamiento**

#### **4.2.1. Fuentes Propias**

Las fuentes propias de financiamiento provendrán, de los dueños de la empresa, en este caso el 40% del monto de inversión que es \$32.064,01 será invertido con capital propio.

#### **4.2.2. Fuentes de Terceros**

Se recomienda que el otro 60% de la inversión con un valor monetario de \$48.096,01, sea financiado por medio de un préstamo bancario a 5 años plazo con una tasa del 11,2%, siendo esto conveniente para un escudo fiscal y las cuotas serán menores al ingreso mensual del negocio proporcionando así una mayor facilidad de cancelación de la deuda adquirida.

---

<sup>37</sup> Ver Anexo Sueldos y Salarios

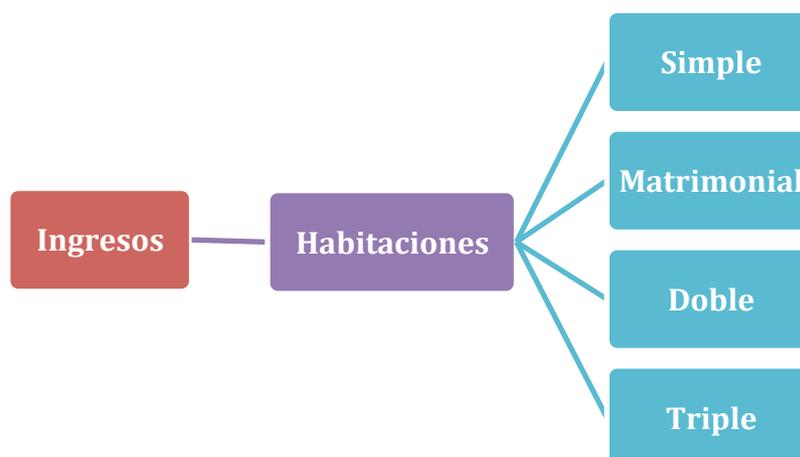
Adquirir una relación bancaria es fundamental para la empresa ya que se demostrara la alta viabilidad del proyecto y así creando confianza para futuros proyectos que se podrían realizar en otros sectores de la provincia o del país.

A continuación se detalla en el cuadro para el programa de pagos de la amortización de la deuda. Con cuotas mensuales fijas. Durante los cinco años de crédito que se plantea para el préstamo con banco.

### 4.3. Análisis de Ingresos

#### 4.3.1. Ingresos Operacionales

Todo ingreso derivado de la actividad económica del negocio, en este caso seria los ingresos por hospedaje de los turistas tanto nacionales como internacionales. Dentro de los ingresos Operacionales tomaremos en cuenta solamente hospedaje ya que el hostel no tendrá servicio de restaurante en los primeros años de funcionamiento.



A continuación se detalla los ingresos de acuerdo a la capacidad y a la cobertura de demanda que ira cubriendo incrementalmente el proyecto, se ha estructurado la programación de servicio de hospedaje que se muestra en el cuadro a continuación.

Cabe recalcar que al ser un hostel en el centro histórico de la ciudad, enfocado principalmente a los extranjeros de edad adulta se considera que principalmente viajan en pareja, motivo por el cual se ha distribuido las habitaciones a que todas tengan camas de dos plazas. Y así optimizar los espacios de habitaciones.

<b>Ingresos Operacionales</b>			
<b>Año</b>	<b>Concepto</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Venta Total</b>
<b>Primero</b>	Habitaciones	45%	\$126.472,50
<b>Segundo</b>	Habitaciones	50%	\$140.525,00
<b>Tercero</b>	Habitaciones	60%	\$185.493,00
<b>Cuarto</b>	Habitaciones	70%	\$216.408,50
<b>Quinto</b>	Habitaciones	70%	\$238.049,35

Como podemos ver en el cuadro anterior se calcula una tasa de ocupación del 45% para el primer año dejándonos así un ingreso de \$126.472,50, en el siguiente año esperamos crecer un 5% así tendríamos una ocupación del 50% con un ingreso anual de \$140.525,00, en el tercer año llegaremos a una ocupación del 60% con un ingreso anual de \$185.493,00 y para el cuarto y quinto año esperamos estabilizarnos en la media de ocupación de la ciudad, que se obtuvo con el Ministerio de Turismo del Azuay, que es del 70% dejándonos así un ingreso anual de \$216.408,50 y de \$238.049,35 respectivamente.

Cabe mencionar que de acuerdo a lo investigado en los hostales de la misma categoría segunda, dentro de la cual se ubica nuestro proyecto, ellos poseen una ocupación promedio del 65%, sin contar con las fechas de festividades y feriados nacionales, en las cuales el porcentaje de ocupación se eleva al 90% y en fechas específicas como Fiestas de Cuenca la ocupación hotelera es del 100% obligando a muchos turistas a hospedarse en las afueras de la ciudad y cantones cercanos.

#### **4.3.2. Ingresos no Operacionales**

Hostal San Sebastián también brindará servicio de lavandería, parqueadero, servicios varios, llamadas telefónicas, etc. En este caso estos rubros se consideran Ingresos no Operacionales ya que no es el giro principal del negocio. En este rubro se calcula que en promedio será un 3,5% de los ingresos operacionales de cada año. Esta información la hemos tomado de acuerdo a información solicitada a los hoteles del segmento, dentro del programa impartido por el Tecnológico de

Monterrey<sup>38</sup> y la Cámara de Comercio de Cuenca, por motivos de confidencialidad no se podrá dar nombres de los hoteles o los facilitadores.

Ingresos no Operacionales				
Año	Concepto	% sobre las ventas	Venta Total	Total
Primero	Varios	3,5%	\$126.472,50	\$4.426,54
Segundo	Varios	3,5%	\$140.525,00	\$4.918,38
Tercero	Varios	3,5%	\$185.493,00	\$6.492,26
Cuarto	Varios	3,5%	\$216.408,50	\$7.574,30
Quinto	Varios	3,5%	\$238.049,35	\$8.331,73

#### 4.4. Análisis de Egresos

##### 4.4.1. Sueldos y Salarios

Hostal San Sebastián contara con 10 empleados los cuales estarán asegurados al IESS y recibirán todos los beneficios sociales que la ley los exige. La base del sueldo se tomó según la ley de la comisión sectorial de turismo.

En la cual se estipula el sueldo básico para cada empleado según la categoría del hotel y el puesto que desempeña.

##### Capital Humano de Servicio

Capital Humano	Sueldo	Cantidad	Costo Mensual	# Meses	Costo Anual
Jefe de Recepción	\$350,00	1	\$487,44	12	\$5.849,30
Recepcionistas	\$282,85	2	\$796,29	12	\$9.555,44
Cocinero	\$285,60	1	\$401,80	12	\$4.821,60
Ama de Llaves	\$293,15	1	\$411,84	12	\$4.942,09
Mesero	\$282,82	2	\$796,21	12	\$9.554,48
Camarera	\$282,82	1	\$398,10	12	\$4.777,24
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.777,24</b>		<b>\$3.291,68</b>		<b>\$39.500,16</b>

<sup>38</sup> Dentro del Programa que seguí con el Tecnológico de Monterrey, Dirección, Administración y Modernización Hotelera, tuve la oportunidad de vincularme al sector hotelero de la ciudad, con Gerentes y Administradores de hoteles en las diferentes categorías de servicios, desde hoteles de primera categoría hasta los de cuarta categoría. Brindando me esto una visión mas amplia del sector así como información privilegiada sobre la administración de los mismos.

### Capital Humano Administrativo

Capital Humano	Sueldo	Cantidad	Costo Mensual	# Meses	Costo Anual
Gerente General	\$500,00	1	686,92	12	\$8.243,00
Contador	\$264,00	1	373,08	12	\$4.476,91
<b>TOTAL</b>	<b>\$500,00</b>		<b>\$1.059,99</b>		<b>\$12.719,91</b>

#### 4.4.2. Marketing

Se incluye en este rubro los gastos publicitarios del hostel, pago de comisiones a las operadoras turísticas, gastos de relaciones públicas y representación, etc. Se debe considerar para el primer año de operaciones un costo mayor en este ya que será la primordial fuente para que el hostel se dé a conocer dentro y fuera de nuestro país y los siguientes años se disminuirá a medida que se va posicionando en el mercado.

Marketing	Costo Unitario	# de veces al año	Costo Anual
Publicidad	\$2.000,00	4	\$8.000,00
Operadora Turística	\$2.000,00	1	\$2.000,00
DIRECTV	\$100,00	12	\$1.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$11.200,00</b>

#### 4.4.3. Servicios Básicos

Para determinar los valores de servicio básico nos hemos basado en los datos que nos entregaron algunos hoteles que se encuentran dentro de la misma categoría en la que hostel San Sebastián se encontrara.

Servicios Básicos	Costo unitario	Costo Mensual	# Meses	Costo Anual
Luz (Kwh)	\$1,41	\$200,00	12	\$2.400,00
Agua (MT3)	\$0,70	\$200,00	12	\$2.400,00
Teléfono (por minuto)	\$0,02	\$150,00	12	\$1.800,00
Internet		\$87,36	12	\$1.048,32
<b>TOTAL</b>				<b>\$7.648,32</b>

#### 4.4.4. Gastos Administrativos

Son aquellos que apoyan al proceso de venta del servicio, aquí se encuentran rubros de Capital Humano Administrativo, uniformes del personal, arriendo, pagos de asociaciones, cámara de turismo, seguridad, limpieza, permisos de funcionamiento, etc.

Estos rubros nos dejan un total de \$ 45.979,80 anuales.

Gasto Administrativo	Costo Unitario	# de Meses	Costo Anual
Arriendo Inmobiliario <sup>39</sup>	\$2.500,00	12	\$30.000,00
Limpieza	\$130,00	12	\$1.560,00
Útiles de Oficina	\$100,00	12	\$1.200,00
G4S Seguridad	\$22,40	12	\$268,80
Asociación Hotelera	\$15,00	1	\$15,00
DataFast	\$18,00	12	\$216,00
Mantenimiento Activo Fijo	\$300,00	4	\$1.200,00
Uniformes	\$2.880,00	4	\$11.520,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$45.979,80</b>

#### 4.5. Análisis de Rentabilidad

Para un correcto análisis del proyecto, se realizara un análisis de rentabilidad según algunos criterios muy importantes.

**Tasa de Inflación:** Se utilizara la tasa de inflación proyectada para el 2012 del Banco Central del Ecuador que está en 5,14%<sup>40</sup>

**Vida Útil del Proyecto:** Se plantea una vida útil del proyecto de 10 años. En los cuales se desarrollara al máximo su potencial. Luego de este periodo se planteara una renovación del proyecto con el cambio de los activos que ya han llegado al final de su vida útil o si se presentara el caso un cambio en la actividad.

**Criterio de crecimiento:** Se calcula que para el 2012 se dará un crecimiento del PIB real de un 5,35%<sup>41</sup>. Debemos tomar en cuenta que estos valores son los supuestos macroeconómicos planteados por el Banco Central del Ecuador.

---

<sup>39</sup> La casa en la que se implementara el hostel pertenece a toda la Familia Terreros Serrano, motivo por el cual se cancelara un arriendo por la misma.

<sup>40</sup> <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006>

**Tasa impositiva:** La tasa impositiva sea del 35%.

**Depreciación:** Se toma en cuenta aun así no sea una salida de efectivo real, porque así nos proporcionara dentro del análisis un ahorro. A continuación se detallara los activos a depreciarse según su vida útil.

Dentro de los activos depreciables encontramos unos a cinco años plazo, a dos años plazos y a un año plazo. Los cuales podrán observar en el anexo número

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Depreciables	\$7.160,00	\$7.160,00	\$7.160,00	\$7.160,00	\$7.160,00
Activos Depreciables	\$1.750,00	\$1.750,00			
Activos Depreciables	\$10.475,00				
<b>Total</b>	<b>\$19.385,00</b>	<b>\$8.910,00</b>	<b>\$7.160,00</b>	<b>\$7.160,00</b>	<b>\$7.160,00</b>

Habitaciones	Años Depreciación
Camas	5
Colchones	5
juegos de Sabanas	1
Almohadas	1
Cobijas	1
Cubre Camas	1
Obras de Arte	
Cortinas	1
Veladores	5
Espejos	5
Televisión	5
Muebles varios	5
Teléfonos	5

Áreas Sociales	Años Depreciación
Muebles Varios	5
Computadoras	2

Equipos de Oficina	Años Depreciación
Computadoras	2
Teléfonos	5

Muebles de Oficina	Años Depreciación
Escritorio	5
Sillas	5

Equipos de Cocina	Años Depreciación
Refrigerador	5
Tostadora	5
Cocina Industrial	5
Licuadaora	5
Utensilios	5
Vajilla	5
Cubertería	5
Lencería	1

<sup>41</sup> <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006>

#### 4.6. Flujo de Caja

“Estado financiero que analiza la variación en el Efectivo de la entidad de un periodo a otro. Nos indica que le sucedió al efectivo, es decir, donde fue utilizado y de donde vino”<sup>42</sup>

Luego de realizar el flujo de caja podremos observar el análisis de rentabilidad realizado con toda la información obtenida a lo largo de la realización de este proyecto. Es importante que se tomen en consideración algunos aspectos importantes:

- La tasa de interés será del 11,60% y será constate durante los próximos 5 años
- La inflación crecerá a un 5,14% anual según estudios realizados por el Banco Central del Ecuador.
- La moneda seguirá siendo el dólar.

Nos basaremos en los indicadores fundamentales como lo son el VAN y TIR para establecer si el proyecto será o no rentable.

Sabiendo que el Valor Actual Neto (VAN) nos indica ganancia adicional al capital que se obtendrá el momento de tomar la decisión de poner en marcha el proyecto, después de cubrir todos los valores de los gastos operacionales, financiamiento, etc. Y luego de todo esto nos mostrara el costo de oportunidad que tendríamos al poner en marcha el proyecto.

A través de la Tasa Interna de Retorno (TIR) podemos definir la ganancia porcentual que tendrá el proyecto de ponerse en práctica, es decir, la rentabilidad porcentual del mismo.

A continuación se presentara el flujo de caja elaborado para los próximos 5 años con el cual obtuvimos los valores de VAN y TIR.

---

<sup>42</sup> Dirección Administración y Modernización Hotelera, Módulo IV, Pagina. 77. Tecnológico de Monterrey.

## Evaluación Proyecto: Implementación Hostal San Sebastian

FLUJO DE CAJA PARA 5 AÑOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INVERSION INICIAL</b>						
Inversión Fija	\$ 62.275,00					
Inversión Diferida	\$ 1.330,00					
Inversión Capital de Trabajo	\$ 16.555,02					
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$ 80.160,02</b>					
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos Operacionales		\$ 126.472,50	\$ 140.525,00	\$ 185.493,00	\$ 216.408,50	\$ 238.049,35
Ingresos no Operacionales	3,5%	\$ 4.426,54	\$ 4.918,38	\$ 6.492,26	\$ 7.574,30	\$ 8.331,73
<b>Total INGRESOS</b>		<b>\$ 130.899,04</b>	<b>\$ 145.443,38</b>	<b>\$ 191.985,26</b>	<b>\$ 223.982,80</b>	<b>\$ 246.381,08</b>
<b>COSTOS</b>						
(-)Costo Directo						
Costo de Venta por Habitación	7,0%	\$ 8.853,08	\$ 9.836,75	\$ 12.984,51	\$ 15.148,60	\$ 16.663,45
Costo de Alimentos y Bebidas	1,5%	\$ 1.963,49	\$ 2.181,65	\$ 2.879,78	\$ 3.359,74	\$ 3.695,72
(-)Costo de Mano de Obra						
Sueldos y Beneficios		\$ 52.220,07	\$ 54.831,07	\$ 57.572,63	\$ 60.451,26	\$ 63.473,82
(-) Costos Indirectos						
Administrativo		\$ 45.979,80	\$ 48.278,79	\$ 50.692,73	\$ 53.227,37	\$ 55.888,73
Servicios Básicos		\$ 7.648,32	\$ 8.030,74	\$ 8.432,27	\$ 8.853,89	\$ 9.296,58
Marketing		\$ 11.200,00	\$ 11.760,00	\$ 12.348,00	\$ 12.965,40	\$ 13.613,67
<b>Total COSTO</b>		<b>\$ 127.864,75</b>	<b>\$ 134.919,00</b>	<b>\$ 144.909,92</b>	<b>\$ 154.006,25</b>	<b>\$ 162.631,98</b>
<b>EBITDA</b>	<b>\$ -80.160,02</b>	<b>\$ 3.034,29</b>	<b>\$ 10.524,38</b>	<b>\$ 47.075,34</b>	<b>\$ 69.976,55</b>	<b>\$ 83.749,10</b>
<div style="background-color: #c8e6c9; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>TIR 29%</b>  <b>VAN \$79.126,41</b> </div>						
Depreciación		\$ 19.385,00	\$ 8.910,00	\$ 7.160,00	\$ 7.160,00	\$ 7.160,00
<b>EBIT</b>		<b>\$ -16.350,71</b>	<b>\$ 1.614,38</b>	<b>\$ 39.915,34</b>	<b>\$ 62.816,55</b>	<b>\$ 76.589,10</b>
Fondos	\$ 80.160,02					
Credito (60%)	\$ 48.096,01	<i>Pago de Capital</i>	\$ 7.682,55	\$ 8.547,81	\$ 9.510,53	\$ 10.581,67
Gastos Financieros		\$ 4.785,70	\$ 3.920,43	\$ 2.957,72	\$ 1.886,57	\$ 694,79
<b>Sub Total</b>		<b>\$ -1.751,41</b>	<b>\$ 6.603,94</b>	<b>\$ 44.117,62</b>	<b>\$ 68.089,98</b>	<b>\$ 83.054,31</b>
(+) Depreciación		\$ 19.385,00	\$ 8.910,00	\$ 7.160,00	\$ 7.160,00	\$ 7.160,00
Impuesto a Trabajadores	15%	\$ -	\$ -345,91	\$ 5.543,64	\$ 9.139,50	\$ 11.384,15
Impuesto a la Renta	25%	\$ -	\$ -490,04	\$ 7.853,49	\$ 12.947,62	\$ 16.127,54
<b>Flujo de Caja + Financiero - impuestos</b>	<b>\$ -80.160,02</b>	<b>\$ -1.751,41</b>	<b>\$ 7.439,89</b>	<b>\$ 30.720,48</b>	<b>\$ 46.002,86</b>	<b>\$ 55.542,62</b>
<div style="background-color: #c8e6c9; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>TIR 14%</b>  <b>VAN \$23.604,46</b> </div>						

Como podemos observar el primer VAN que nos proporciona el proyecto sin tomar en cuenta gastos financieros ni impuestos es de \$79.126,41 siendo un valor positivo que nos indica que durante los primeros cinco años de su vida útil es rentable, habiendo considerado también una tasa interna de retorno de 29%.

Pero debemos plantearnos un escenario mas real donde si tomamos en cuenta los gastos financieros así como pago de impuestos, y para este caso obtuvimos de igual manera un valor positivo en el VAN de \$23.604,46 y un TIR de 14%.

Si bien el TIR baja de 29% a un TIR de 14% sigue siendo un proyecto financieramente rentable, lo cual hemos comprobado gracias a los análisis expuestos anteriormente.

Sin embargo es importante algunos análisis que nos ayudaran a fortalecer la decisión de inversión en este proyecto.

El **Periodo de Recuperación de Capital** o conocido por su nombre en ingles *PAYBACK* va a ser igual a 3 años 5 meses 2 días, y este consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo recuperen su costo.

También es importante analizar **Costo Medio Ponderado de Capital** (WACC por sus siglas en ingles), aquí se considerara un 5% ya que por el momento si se tomara la decisión de no invertir en el Hostal, el dinero disponible se lo invertirá en una póliza de plazo fijo.

<b>Costo medio del capital WACC</b>		<b>6,82%</b>
Inversión Total	\$80.160,02	
Capital Propio (40%)	\$32.064,01	
Préstamo (60%)	\$48.096,01	

Para determinar este valor ocupamos la Siguiete formula:

$$WACC = (CP * \% CO) + ((CA*(\%TIAB * (1 - IU)))$$

$$(40\% * 0,05) + ((60\% * (0,107 * (1 - 0,25)))$$

Donde;

CP = Capital Propio

CO = Costo de Oportunidad

CA = Capital Ajeno

TIAB = Tasa de Interés Activa del Banco

IU = Impuesto a las Utilidades

El retorno de la Inversión o mas conocido como **ROI** lo obtuvimos del flujo promedio de los cinco años sobre la inversión, dejándonos así que la utilidad obtenida en relación a la inversión representa un 34,42%.

<b>Flujo Promedio 5 años</b>	<b>\$27.590,89</b>
<b>Inversión</b>	<b>\$80.160,02</b>
<b>ROI</b>	<b>34,42%</b>

## **Conclusiones y Recomendaciones**

El objetivo principal de esta tesis, fue el de analizar todos los factores determinantes para la viabilidad de la apertura y funcionamiento de un Hostal en el centro histórico de la Ciudad de Cuenca. Luego de cuyo estudio entrara en actividad dicho Hostal, debiendo realizar para ello:

Un estudio actual del mercado, analizando la oferta a través del número de hostales disponibles al momento, los servicios que estos ofrecen, su capacidad y el target de clientes a los que estos brindan sus servicios.

En este estudio se pudo determinar que, a pesar de existir una buena oferta hotelera dentro del sector de los hostales, todavía la demanda no ha sido cubierta, tanto en porcentaje de ocupación cuanto en servicios requeridos. Es aquí donde el hostal encuentra su nicho de mercado, en un segmento para turistas aun no cubierto, como es el de servicios de alta calidad a un precio accesible.

Luego de este estudio, se pudo armar la estructura que el hostal tendrá, esto es: número de habitaciones, servicios, entre otros.

Para el funcionamiento del hostal se consiguió un local por estrenar para arriendo, cuyas instalaciones se crearon específicamente para hotelería, ubicado estratégicamente en el centro histórico de la ciudad de Cuenca.

Buscando optimizar la capacidad del local con la oferta no satisfecha del mercado se llegó a armar un hostal con 14 habitaciones con baño privado cada una, cuatro salas de área común, cocina con desayunador. Así también se elaboró el organigrama del equipo de trabajo para cubrir las necesidades de los huéspedes.

En cuanto al cliente objetivo se refiere, luego de realizar esta tesis, a través de un corto análisis del mercado, se pudo determinar que existe un segmento de turistas cuyas necesidades no han sido cubiertas por el mercado, ya que, demandan un nivel de servicio superior al de un hostal común, con capacidad de pago inferior a un hotel 4 estrellas. Al momento no existe en la ciudad capacidad hotelera para cubrir este segmento

Luego de haber proyectado la estructura que el hostel tendrá, se procedió a realizar un análisis financiero de la inversión inicial, los ingresos y costos futuros, para poder saber, a través de una proyección realizada a 5 años, si la empresa será autosustentable y si la inversión se recuperara en el corto plazo. Se determino que la inversión, en un escenario realista se recuperara en 3 años y medio.

Este es un trabajo practico ya que los resultados de este análisis permitieron que se pueda constatar que es factible la operación de un hostel en el centro histórico de la ciudad. Se proyecta un retorno del 14% de la inversión (TIR), con un retorno sobre la inversión del 34,42% (ROI).

Con una inversión inicial de USD\$80.160,02 se podrá cubrir los costos de amoblar las habitaciones del hostel, su menaje, instalaciones eléctricas, telefónicas, satelitales y se consideraron los gastos de personal y mantenimiento para el hostel durante los tres primeros meses de funcionamiento.

Para este proyecto se contara con capital propio en un 40% del mismo y se plantea el financiamiento con entidades bancarias del 60% restante.

Con esta información podemos ver que el proyecto es rentable y autosustentable, lo cual nos brinda la seguridad de ponerlo en practica.

Para que el hostel funcione adecuadamente y llegue a su punto de equilibrio en el menor tiempo posible, se deben realizar todas las actividades promocionales propuestas en esta tesis, principalmente la creación de una pagina web activa para que los clientes puedan realizar sus reservas en tiempo real.

Así también es vital crear alianzas estrategias con actores como: agencias de viajes, ministerio de turismo a través de ferias, aerolíneas, entre otros para poder promocionar los servicios del hostel.

Actualmente la ciudad esta desarrollando planes de turismo en los cuales muestran los atractivos naturales y arquitectónicos que tiene la ciudad, es fundamental que el hostel este presente en estas promociones ya que van dirigidos principalmente a turistas norteamericanos, los cuales serán uno de nuestro principal target.

## Bibliografía

### LIBROS

- MARCIAL CÓRDOBA PADILLA. **Formulación Y Evaluación De Proyectos**. Ecoe Ediciones 2006. Bogotá – Colombia.
- ACOSTA ALTAMIRANO JAIME A. **Análisis e Interpretación de la Información Financiera I**.
- W. KETELHÖN Y J. N. MARÍN. **Inversiones Estratégicas**.
- ANDRES E. MIGUEL. **Proyectos de Inversión**. Cuarta Edición. Instituto Tecnológico de Oaxaca. México. 2001.
- ORTEGA, Xavier. Desarrollo de Emprendedores. Material de Clase.
- PROAÑO, Bladimir, Evaluacion de Inversion, Material de Clase.
- RODRÍGUEZ, Antonio. La planeación Estratégica para el Sector Hotelero. Material de Clase.
- AMBIA, Oliver. Finanzas por control de presupuestos con relación a los costos.
- FINNERTY, John D. Financiamiento de Proyectos. Prentice Hall, México, 1998.

### INTERNET

- <http://www.degerencia.com/area.php?areaid=10200>
- <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>
- [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTUDIO\\_DE\\_VIABILIDAD.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTUDIO_DE_VIABILIDAD.htm)
- [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\\_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Albergue\\_juvenil](http://es.wikipedia.org/wiki/Albergue_juvenil)
- <http://www.visitaecuador.com>
- <http://www.turismo.gov.ec>
- [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
- [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

# ANEXOS

## ANEXOS

### Anexo 1: PALNDETUR 2020

#### ***Turismo receptor:***

Tomando en cuenta las limitaciones con respecto a un análisis más integral, este diagnóstico considera las principales estadísticas disponibles en el sector turístico. Revisando la evolución en el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador, tomando como base el año 2000, se observa que el turismo ha ido en aumento cada año.

	<b>Llegadas turistas Internacionales (Turismo receptor)</b>	<b>Variación interanual sobre años consecutivos %</b>
<b>2000</b>	627.090,00	
<b>2001</b>	640.561,00	2,15%
<b>2002</b>	682.962,00	6,62%
<b>2003</b>	760.776,00	11,39%
<b>2004</b>	818.927,00	7,64%
<b>2005</b>	859.888,00	5,00%
<b>2006</b>	841.001,00	-2,20%

Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, muestra una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible.

***Estacionalidad de los visitantes extranjeros:*** En cuanto a la estacionalidad de la demanda los meses de mayor afluencia de turistas son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre.

#### ***Turismo interno***

Según la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) realizada por el MINTUR, el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones

de visitantes de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

La biodiversidad se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas:

- Galápagos
- Costa
- Andes
- Amazonía

Esta diversidad resulta más atractiva por ser un país de dimensiones comparativamente reducidas que permiten desplazamientos internos relativamente cortos en sus aproximadamente 256.000 Km<sup>2</sup> y una población que se acerca a los trece millones de habitantes, con un 61% ubicada en el área urbana (INEC, 2001).

***Recursos para el Turismo de Naturaleza:*** El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta.

El Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26% de su territorio bajo protección.

#### **Visión del Turismo en el Ecuador:**

El Ecuador en el año 2020:

Ha consolidado al turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país.

Genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios bajo un marco legal e institucional moderno y eficaz.

Está posicionado como un destino turístico sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional.

Garantiza la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo.

#### **Misión del PLANDETUR 2020:**

PLANDETUR 2020 es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.

#### **Objetivos Plandetur 2020**

1. Los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:
2. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
3. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
4. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.

5. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
6. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
7. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
8. Atraer una demanda turística internacional selectiva, conciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. 8. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

### **Políticas para el turismo**

Las políticas para el turismo en Ecuador, se deben soportar en acciones concretas interinstitucionales, y representan las líneas de acción de la gestión a partir de las cuales se influye y trabaja en el resto del Plan.

Dentro del diseño del PLANDETUR 2020, se propone como políticas principales de Estado para el turismo, lideradas por el Ministerio de Turismo de Ecuador, a las siguientes:

1. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
2. La gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.

3. Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
4. Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
5. Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integrados.
6. Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
7. Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

### **Estrategias**

Las estrategias que se aplicarán para la consecución de los objetivos planteados, y dentro del marco de las políticas de gobierno para el turismo, son las siguientes:

1. Fortalecimiento de la actividad turística sostenible de Ecuador en los ámbitos económicos, sociales, institucionales y políticos del país.
2. Establecimiento de un sistema adecuado de gobernanza turística mediante el fortalecimiento institucional, la coordinación interinstitucional pública, privada y comunitaria, el adecuado manejo territorial, la gestión descentralizada, la mejora de procesos y la generación y aplicación de normas claras para todos los actores.
3. Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y natural.
4. Instrumentalización de la actividad turística para contribuir en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que permita extender los beneficios de la actividad a las empresas, comunidades e instituciones turísticas y relacionadas, y a la sociedad ecuatoriana para el disfrute de la recreación y el turismo social; con la integración de productos y servicios

locales en la cadena de valor del turismo, fomento de la equidad de género, la reducción de la pobreza, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la generación de sinergias para la sostenibilidad.

5. Desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos de Ecuador, como componentes de productos turísticos competitivos.
6. Innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora continua de la competitividad.
7. Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MyPE'sy comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística.
8. Desarrollo de inteligencia e información estratégica y operativa permanente, tanto del mercado como de la gestión del turismo, para el desarrollo eficiente del turismo sostenible en Ecuador.
9. Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador, que facilite el acceso eficaz a los mercados principales nacionales e internacionales; que incluya la colaboración de los actores del sector, y realice seguimiento y evaluación de los resultados de la gestión.
10. Capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil en general como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.
11. Establecimiento de mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos y mecanismos financieros y no financieros, sistemas de micro-crédito y de dinamización empresarial adecuados que permitan viabilizar la ejecución de los programas para el turismo sostenible definidos en el PLANDETUR

**Los objetivos de mercado dentro del PLANDETUR son:**

1. Alcanzar un nivel de base sostenible de visitantes internacionales y mantenerlos en el tiempo.
2. Generar un aumento de los ingresos por turismo internacional más que proporcional al aumento de llegadas de visitantes.
3. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado y su evolución en el tiempo. Las metas específicas

del PLANDETUR 2020 en cuanto a llegadas de turistas internacionales, movimiento de turismo interno, y generación de divisas, es el siguiente:

	2006	2010	2016	2020	Multiplicador 2020 / 2006
Llegada de Visitantes Internacionales	840.001,00	1.153.799,00	1.958.764,00	2.029.722,00	2,42
Generación de Divisas (En Miles)	499.400,00	683.995,00	1.236.309,00	1.837.778,00	3,68
Gasto por Visitante Internacional (por estancia)	594,52	609,92	733,13	967,68	1,63
Turismo Interno	903.695,00	1.355.543,00	1.717.021,00	1.897.760,00	2,1

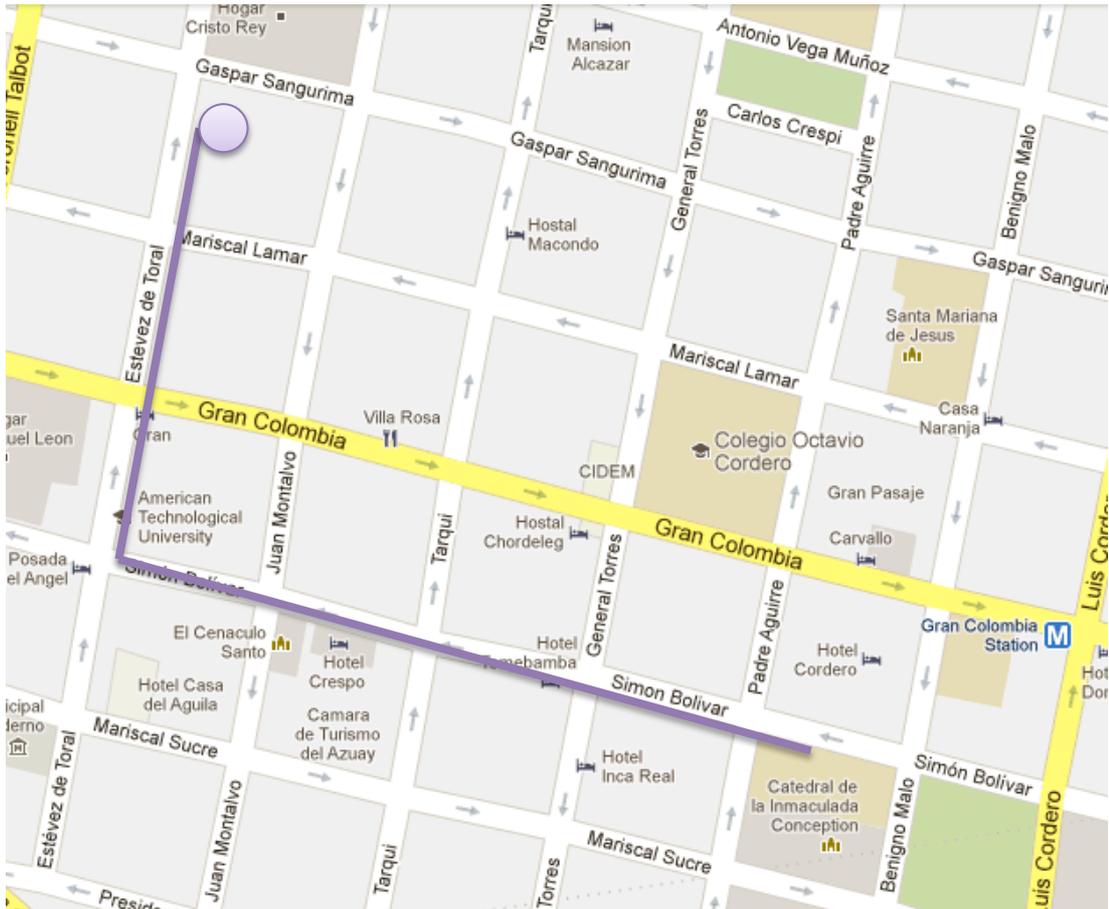
#### **Recuperación de áreas centrales y apoyo al ordenamiento territorial**

La I. Municipalidad de Cuenca trabaja por la recuperación integral del Centro Histórico. Se tiene previsto la realización del siguiente proyecto:

“Proyecto de la calle Rafael María Arízaga”, propone un corredor turístico en el límite norte del Centro Histórico (acceso noreste de la ciudad, antiguo camino con dirección a Quito): La idea básica consiste en recuperar esta zona, que actualmente es considerada Roja, por el nivel de delincuencia, prostitución que presenta; queriendo convertirla en una atracción turística.

Nuestra idea es crear una Hostal Económica, (considerada de categoría 3), debido a la gran acogida por el turismo internacional que estas presentan.

## Anexo 2: Mapa Ciudad Ubicación Proyecto



### ANEXO 3: Ingresos Operacionales

Año	Clase	N° de Habitaciones	Ocupación	Precio	Días	Ingresos
<b>Primero</b>	Simple	3	45%	<b>\$36,50</b>	365	\$17.985,38
	Matrimonial	5	45%	<b>\$48,50</b>	365	\$39.830,63
	Doble	5	45%	<b>\$68,50</b>	365	\$56.255,63
	Triple	1	45%	<b>\$75,50</b>	365	\$12.400,88
<b>Segundo</b>	Simple	3	50%	<b>\$36,50</b>	365	\$19.983,75
	Matrimonial	5	50%	<b>\$48,50</b>	365	\$44.256,25
	Doble	5	50%	<b>\$68,50</b>	365	\$62.506,25
	Triple	1	50%	<b>\$75,50</b>	365	\$13.778,75
<b>Tercero</b>	Simple	3	60%	<b>\$40,15</b>	365	\$26.378,55
	Matrimonial	5	60%	<b>\$53,35</b>	365	\$58.418,25
	Doble	5	60%	<b>\$75,35</b>	365	\$82.508,25
	Triple	1	60%	<b>\$83,05</b>	365	\$18.187,95
<b>Cuarto</b>	Simple	3	70%	<b>\$40,15</b>	365	\$30.774,98
	Matrimonial	5	70%	<b>\$53,35</b>	365	\$68.154,63
	Doble	5	70%	<b>\$75,35</b>	365	\$96.259,63
	Triple	1	70%	<b>\$83,05</b>	365	\$21.219,28
<b>Quinto</b>	Simple	3	70%	<b>\$44,17</b>	365	\$33.852,47
	Matrimonial	5	70%	<b>\$58,69</b>	365	\$74.970,09
	Doble	5	70%	<b>\$82,89</b>	365	\$105.885,59
	Triple	1	70%	<b>\$91,36</b>	365	\$23.341,20

### ANEXO 4: Ingresos no Operacionales

<b>Ingresos no Operacionales</b>				
Año	Concepto	% sobre las ventas	Venta Total	Total
<b>Primero</b>	Varios	3,5%	\$126.472,50	\$4.426,54
<b>Segundo</b>	Varios	3,5%	\$140.525,00	\$4.918,38
<b>Tercero</b>	Varios	3,5%	\$185.493,00	\$6.492,26
<b>Cuarto</b>	Varios	3,5%	\$216.408,50	\$7.574,30
<b>Quinto</b>	Varios	3,5%	\$238.049,35	\$8.331,73
				<b>\$31.743,19</b>

**ANEXO 5: Tabla de Amortización**
**TABLA DE AMORTIZACION**

Nº	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Capital	Intereses	Saldo final
1	01/01/12	\$45.246,00	\$997,35	\$559,97	\$437,38	\$44.686,03
2	01/02/12	\$44.686,03	\$997,35	\$565,39	\$431,96	\$44.120,64
3	01/03/12	\$44.120,64	\$997,35	\$570,85	\$426,50	\$43.549,79
4	01/04/12	\$43.549,79	\$997,35	\$576,37	\$420,98	\$42.973,42
5	01/05/12	\$42.973,42	\$997,35	\$581,94	\$415,41	\$42.391,48
6	01/06/12	\$42.391,48	\$997,35	\$587,57	\$409,78	\$41.803,91
7	01/07/12	\$41.803,91	\$997,35	\$593,25	\$404,10	\$41.210,67
8	01/08/12	\$41.210,67	\$997,35	\$598,98	\$398,37	\$40.611,69
9	01/09/12	\$40.611,69	\$997,35	\$604,77	\$392,58	\$40.006,92
10	01/10/12	\$40.006,92	\$997,35	\$610,62	\$386,73	\$39.396,30
11	01/11/12	\$39.396,30	\$997,35	\$616,52	\$380,83	\$38.779,78
12	01/12/12	\$38.779,78	\$997,35	\$622,48	\$374,87	\$38.157,30
13	01/01/13	\$38.157,30	\$997,35	\$628,50	\$368,85	\$37.528,81
14	01/02/13	\$37.528,81	\$997,35	\$634,57	\$362,78	\$36.894,23
15	01/03/13	\$36.894,23	\$997,35	\$640,71	\$356,64	\$36.253,53
16	01/04/13	\$36.253,53	\$997,35	\$646,90	\$350,45	\$35.606,63
17	01/05/13	\$35.606,63	\$997,35	\$653,15	\$344,20	\$34.953,47
18	01/06/13	\$34.953,47	\$997,35	\$659,47	\$337,88	\$34.294,01
19	01/07/13	\$34.294,01	\$997,35	\$665,84	\$331,51	\$33.628,17
20	01/08/13	\$33.628,17	\$997,35	\$672,28	\$325,07	\$32.955,89
21	01/09/13	\$32.955,89	\$997,35	\$678,78	\$318,57	\$32.277,11
22	01/10/13	\$32.277,11	\$997,35	\$685,34	\$312,01	\$31.591,77
23	01/11/13	\$31.591,77	\$997,35	\$691,96	\$305,39	\$30.899,81
24	01/12/13	\$30.899,81	\$997,35	\$698,65	\$298,70	\$30.201,16
25	01/01/14	\$30.201,16	\$997,35	\$705,41	\$291,94	\$29.495,75
26	01/02/14	\$29.495,75	\$997,35	\$712,22	\$285,13	\$28.783,53
27	01/03/14	\$28.783,53	\$997,35	\$719,11	\$278,24	\$28.064,42
28	01/04/14	\$28.064,42	\$997,35	\$726,06	\$271,29	\$27.338,35
29	01/05/14	\$27.338,35	\$997,35	\$733,08	\$264,27	\$26.605,27
30	01/06/14	\$26.605,27	\$997,35	\$740,17	\$257,18	\$25.865,11
31	01/07/14	\$25.865,11	\$997,35	\$747,32	\$250,03	\$25.117,79
32	01/08/14	\$25.117,79	\$997,35	\$754,55	\$242,81	\$24.363,24
33	01/09/14	\$24.363,24	\$997,35	\$761,84	\$235,51	\$23.601,40
34	01/10/14	\$23.601,40	\$997,35	\$769,20	\$228,15	\$22.832,20
35	01/11/14	\$22.832,20	\$997,35	\$776,64	\$220,71	\$22.055,56
36	01/12/14	\$22.055,56	\$997,35	\$784,15	\$213,20	\$21.271,41
37	01/01/15	\$21.271,41	\$997,35	\$791,73	\$205,62	\$20.479,69
38	01/02/15	\$20.479,69	\$997,35	\$799,38	\$197,97	\$19.680,31
39	01/03/15	\$19.680,31	\$997,35	\$807,11	\$190,24	\$18.873,20
40	01/04/15	\$18.873,20	\$997,35	\$814,91	\$182,44	\$18.058,29

Nº	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Capital	Intereses	Saldo final
41	01/05/15	\$18.058,29	\$997,35	\$822,79	\$174,56	\$17.235,50
42	01/06/15	\$17.235,50	\$997,35	\$830,74	\$166,61	\$16.404,76
43	01/07/15	\$16.404,76	\$997,35	\$838,77	\$158,58	\$15.565,99
44	01/08/15	\$15.565,99	\$997,35	\$846,88	\$150,47	\$14.719,11
45	01/09/15	\$14.719,11	\$997,35	\$855,07	\$142,28	\$13.864,05
46	01/10/15	\$13.864,05	\$997,35	\$863,33	\$134,02	\$13.000,71
47	01/11/15	\$13.000,71	\$997,35	\$871,68	\$125,67	\$12.129,04
48	01/12/15	\$12.129,04	\$997,35	\$880,10	\$117,25	\$11.248,93
49	01/01/16	\$11.248,93	\$997,35	\$888,61	\$108,74	\$10.360,32
50	01/02/16	\$10.360,32	\$997,35	\$897,20	\$100,15	\$9.463,12
51	01/03/16	\$9.463,12	\$997,35	\$905,87	\$91,48	\$8.557,25
52	01/04/16	\$8.557,25	\$997,35	\$914,63	\$82,72	\$7.642,62
53	01/05/16	\$7.642,62	\$997,35	\$923,47	\$73,88	\$6.719,15
54	01/06/16	\$6.719,15	\$997,35	\$932,40	\$64,95	\$5.786,75
55	01/07/16	\$5.786,75	\$997,35	\$941,41	\$55,94	\$4.845,34
56	01/08/16	\$4.845,34	\$997,35	\$950,51	\$46,84	\$3.894,82
57	01/09/16	\$3.894,82	\$997,35	\$959,70	\$37,65	\$2.935,12
58	01/10/16	\$2.935,12	\$997,35	\$968,98	\$28,37	\$1.966,15
59	01/11/16	\$1.966,15	\$997,35	\$978,34	\$19,01	\$987,80
60	01/12/16	\$987,80	\$997,35	\$987,80	\$9,55	\$0,00

# **DISEÑO DE TESIS**



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Escuela de Economía Empresarial**

**“Estudio de Factibilidad para Implementar  
el Hostal San Sebastián”**

**Diseño de tesis previo a la obtención del título de  
Economista**

**Autor:**

**María Caridad Terreros Polo**

**Director Sugerido:  
Economista Bladimir Proaño**

**Cuenca, Ecuador**

**2010**

## DISEÑO DE TESIS DE GRADUACIÓN

### 1. TEMA

#### UN HOSTAL DE CALIDAD Y SERVICIO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA

La popularidad que ha adquirido la ciudad de Cuenca a nivel internacional “tomando en cuenta el gran crecimiento de las visitas que si hasta hace cuatro años se registraba 10.000 turistas en el año, ahora esa cantidad se multiplicó a 100.000, y esta tendencia alcista va a continuar en una ciudad y región que realmente tiene todo, hasta el asombro, no solo en la parte física, natural y paisajística, sino esencialmente humana”<sup>43</sup>.

Al ser el turismo la segunda fuente de ingresos de divisas por transferencia luego de las remesas de los migrantes, todo esto ha llevado al desarrollo de un mayor número de Hostales, siendo estos los lugares preferidos por jóvenes, adultos y adultos mayores. En nuestra ciudad los hostales y posadas se encuentran en una misma categoría, pero sin embargo un punto clave en el momento de implementarlos ha quedado sin importancia, la calidad de servicios que estos ofrecen.

El proyecto que se evaluará es un Hostal en el centro histórico de la ciudad de Cuenca. La razón de evaluar este proyecto es porque se ve en él una ventaja competitiva haciéndolo así diferente al resto de hostales improvisados de la ciudad.

Otros aspectos favorables son los proyectos que tiene el gobierno:

- PLAN DE TURISMO 2020: Que es un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al año 2020.

Estas son los principales estímulos que nos han convencido de llevar a cabo este proyecto.

---

<sup>43</sup> Paul Granda, el Mercurio. <http://www.elmercurio.com.ec/253124-el-destino-de-ecuador-es-el-turismo-2.html>

## 2. JUSTIFICACIÓN

Para justificar la realización de esta tesis me he basado en los siguientes criterios.

Al ser mi carrera universitaria “Economía Empresarial”, escogí este proyecto ya que así podre aplicar todos mis conocimientos adquiridos durante mi carrera en la vida práctica.

Busco también profundizar los conocimientos teóricos que hemos adquirido durante todos los años de estudio, relacionados con las generalidades de un proyecto, un estudio de mercado, un estudio teórico y financiero.

Desde el punto de vista personal es un proyecto que siempre lo he querido desarrollar. Deseo aplicar mi formación en el sector turístico ya que es un sector que ha potenciado en los últimos años en nuestra ciudad.

Este proyecto es factible ya que se cuenta con el espacio físico en el centro histórico, el inmueble pertenece a mi familia y cuento con el apoyo de la misma. Contar con el apoyo de mi director de tesis es fundamental ya que sin su ayuda este proyecto no será posible.

Al realizar este estudio de implementación del “Hostal San Sebastián” se creara información de gran ayuda para analizar las mejores decisiones al momento de implementar este proyecto. Así como la seguridad del óptimo funcionamiento del mismo, brindando a sus clientes un lugar de hospedaje de calidad.

## 3. PROBLEMA

Luego de haber indagado en el mercado de turismo receptor, pude darme cuenta que existe un gran segmento de mercado sin atender, ya que el servicio que actualmente se brinda en la mayoría de hostales no cubre las necesidades de todos los turistas que llegan a nuestra ciudad. En la ciudad podemos encontrar *Hosteles*<sup>44</sup> económicos situados en el centro de la ciudad, en los cuales su principal huésped es gente joven de ingresos bajos, y el siguiente segmento de hospedaje que ofrece

---

<sup>44</sup> Hostel: Lugar que renta alojamiento, particularmente alentando las actividades al aire libre e intercambio cultural entre jóvenes de distintos países.

la ciudad son *Hoteles Boutique* <sup>45</sup> los cuales sus precios son bastante elevados, se encuentran en el centro histórico y sus principales huéspedes son gente adulta de ingresos medio-altos. Motivo por el cual en este proyecto se analizara un hostel donde un ambiente agradable, limpieza, comodidad y calidad de servicio sean los principales fundamentos para recibir a jóvenes-adultos y adultos de ingresos medios a medios-altos. Este sector tiene muy poca oferta de hospedaje presentando una demanda insatisfecha bastante alta.

#### **4. OBJETIVOS**

##### **4.1. OBJETIVOS GENERALES**

Elaborar un estudio de factibilidad para el “Estudio de Factibilidad para Implementar el **Hostal San Sebastián**”

##### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar adecuadamente el mercado que queremos abarcar y las necesidades de los turistas.
- Revisar los sistemas y organismos que influyan en este sector.
- Establecer la conveniencia o no del proyecto de implementación de un hostel en el centro histórico.
- Determinar la correcta distribución física dentro del hostel, para brindar la mayor comodidad posible al huésped.

#### **5. MARCO REFERENCIAL**

##### **5.1. MARCO TEÓRICO**

Para la realización de la siguiente tesis me he basado en ciertos conceptos teóricos fundamentales dentro de una investigación, como son la teoría de proyectos, análisis de inversión, rentabilidad financiera y la capacidad instalada que poseerá la implementación del “**Hostal San Sebastián**”.

---

<sup>45</sup> Hoteles Boutique: utilizado para describir hoteles de entornos íntimos, generalmente lujosos o no convencionales y emplazados en antiguas casas. Suelen ser más pequeños que los hoteles convencionales, con 3 hasta 30 habitaciones.

“Un proyecto es, ni más ni menos, la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana.”

Fuente: Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. Mac Graw Hill 2007. (pág. 1-2)

“En una primera etapa se preparara el proyecto, es decir, se determinara la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En un segunda etapa, se evaluara el proyecto, en otras palabras, se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la pre inversión.”

Fuente: Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. Mac Graw Hill 2007. (pág.3)

“Existen muchas formas de clasificar las etapas de los proyectos de inversión. Una de las más comunes, identifica cuatro etapas básicas: la generación de la idea, los estudios de pre inversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea (que a su vez pueden ser de perfil, pre factibilidad y factibilidad), la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación.”

Fuente: Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. Mac Graw Hill 2007.

## **5.2. MARCO CONCEPTUAL**

**Estudio De Viabilidad**, Investigación encaminada a establecer las posibilidades de éxito de una determinada actividad dados unos Recursos disponibles y unas limitaciones existentes.

Fuente: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTUDIO\\_DE\\_VIABILIDAD.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTUDIO_DE_VIABILIDAD.htm)

**Estudio Económico-Financiero** “de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio.”

Fuente: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

**Gerencia De Proyectos** “es la disciplina de organizar y administrar los recursos, de forma tal que un proyecto dado sea terminado completamente dentro de las restricciones de alcance, tiempo y coste planteados a su inicio. Dada la naturaleza única de un proyecto, en contraste con los procesos u operaciones de una organización, administrar un proyecto requiere de una filosofía distinta, así como de habilidad y competencias específicas. De allí la necesidad de la disciplina Gerencia de proyectos.”

Fuente: <http://www.degerencia.com/area.php?areaid=10200>

## **6. ESQUEMA DE CONTENIDO**

### **CAPITULO # 1**

#### **1. Generalidades**

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Nombre del Proyecto
- 1.3. Misión
- 1.4. Visión
- 1.5. Ubicación
- 1.6. Tipo de proyecto
- 1.7. Objetivos
- 1.8. Formuladores
- 1.9. Inversión inicial
- 1.10. Rentabilidad
- 1.11. Vida Útil

## **CAPITULO # 2**

### **2. Estudio de Mercado**

- 2.1. Análisis y descripción de productos y servicios
- 2.2. Análisis de la Demanda
- 2.3. Análisis de la Competencia
- 2.4. Análisis del Precio
- 2.5. Análisis de la Comercialización

## **CAPITULO # 3**

### **3. Estudio técnico**

- 3.1. Análisis del proceso de producción
- 3.2. Análisis de los Recursos
- 3.3. Análisis del Tamaño
- 3.4. Análisis de la Ubicación

## **CAPITULO # 4**

### **4. Estudio Financiero**

- 4.1. Análisis de las Inversiones
- 4.2. Análisis del Financiamiento
- 4.3. Análisis de los Ingresos
- 4.4. Análisis de los Egresos
- 4.5. Análisis de la Rentabilidad

## **7. METODOLOGIA**

### **7.1. Métodos**

Para la elaboración del trabajo de grado, determine utilizar el método analítico, por que se va a analizar el mercado de turistas que llegan a la ciudad y que es lo que ellos buscan al momento de hospedarse y así poder satisfacer sus necesidades.

## 7.2. Técnicas

En este caso las técnicas que se utilizarán son:

**Bibliográfica y Documental:** realizare un análisis de documentos, mediante revisiones teóricas y bibliográficas de los concept que fundamentan el trabajo de grado, los mismos que pueden referirse a investigación y desarrollo de proyectos, estrategias de proyectos, etc.

**Estudio de Mercado:** Realizare una investigación de mercado donde podremos ver cuál es la oferta existente este momento en la ciudad así como lo que los turistas actuales buscan al momento de hospedarse en la ciudad.

## 8. Recursos

### 8.1. Talento Humano

**Responsable:** María Caridad Terreros Polo

**Asesoría Sugerida:** Economista Bladimir Proaño

**Intervención:** Bibliotecólogo del Banco Central

Maestros de la Universidad del Azuay

### 8.2. Recursos Técnicos

Computadora, Informes Técnicos

### 8.3. Recursos Financieros:

En cuanto a los costos de realizar este trabajo tengo el siguiente presupuesto:

#	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Justificación
1	Material de Escritorio	---	---	25	Esferos, lápices, borradores, correctores, engrapadora, etc.
2	Material Bibliográfico	---	---	60	Compra de libros Copias de libros, folletos, revistas. Internet
3	Hojas	500	0,01	5	Impresión del borrador y del trabajo final. Toma de diversos apuntes necesarios.
4	Copias	3	8	24	Trabajos para la Universidad (2) Trabajos para mí (1)
5	CDS	5	1	5	Presentación del borrador (1) Presentación del trabajo (3) Almacenamiento de información en el desarrollo (1)
6	Tinta	---	---	20	Impresiones
7	Empastado	4	10	40	Borrador del Trabajo (1) Trabajo de Grado Final (1) Trabajo para la Universidad (1) Trabajo para mí (1)
8	Movilización	---	---	40	Traslado para obtención de información, entrega de trabajos, etc.
9	Derecho de Grado	1	180	180	Obtención del Título
10	Subsistencia	---	---	100	Alimentación
11	Imprevistos	---	---	50	Daños en el trabajo, subida de precios, etc.
			<b>Total</b>	<b>549</b>	El costo es para una persona ya que el trabajo es individual.

## 10. CRONOGRAMA

Las actividades que se van a realizar en el momento de elaborar el trabajo de grado, se detallan a continuación en el siguiente cuadro:

CRONOGRAMA DE TRABAJO																																	
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8			
		Tiempo en Semanas																															
No.	Actividad	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Selección del Tema	■																															
2	Recolección Bibliografía		■																														
3	Elaboración del Diseño		■	■																													
4	Aprobación del Diseño				■	■																											
5	Recolección información turística de Cuenca				■	■	■																										
6	Análisis del sector turístico de Cuenca					■	■	■																									
7	Recolección información del sector hotelero de Cuenca						■	■																									
8	Redacción capítulo # 1							■	■	■																							
9	Corrección del Capítulo # 1								■																								
10	Recopilación de información de la demanda del sector hotelero									■																							
11	Precios de la competencia en el sector hotelero										■																						
12	Redacción del capítulo # 2										■	■	■																				
13	Corrección del capítulo # 2											■																					
14	Análisis de la ubicación fortalezas y debilidades											■	■																				
15	Recolección de información de la distribución de habitaciones											■	■	■																			
16	Redacción capítulo # 3												■	■	■																		
17	Corrección capítulo # 3													■																			
18	Análisis de la ubicación fortalezas y debilidades														■	■																	
19	Recolección de información de la distribución de habitaciones														■	■																	
20	Redacción capítulo # 4															■	■	■															
21	Corrección capítulo # 4																■																
22	Bibliografía y Anexos																	■	■														
23	Redacción Preliminares e Introducción																		■	■													
24	Levantamiento general del borrador de tesis																		■	■													
25	Corrección de un tribunal y profesor																			■	■	■											
26	Levantamiento definitivo del trabajo de tesis																											■	■	■			
27	Empastado																																
28	Imprevistos																																
29	Presentación definitiva a la secretaria de la facultad																																

<b>SIMBOLOGIA:</b>	Periodo de duración	■
	Periodo de Holgura	■

## 9. BIBLIOGRAFÍA

### 9.1. LIBROS

- **MARCIAL CÓRDOBA PADILLA. *Formulación Y Evaluación De Proyectos*.** Ecoe Ediciones 2006. Bogotá – Colombia.
- **ACOSTA ALTAMIRANO JAIME A. *Análisis e Interpretación de la Información Financiera I*.**
- **W. KETELHÖN Y J. N. MARÍN. *Inversiones Estratégicas***
- **ANDRES E. MIGUEL. *Proyectos de Inversión*.** Cuarta Edición. Instituto Tecnológico de Oaxaca. México. 2001

### 9.2. INTERNET

- <http://www.degerencia.com/area.php?areaid=10200>
- <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>
- [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTUDIO\\_DE\\_VIABILIDAD.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTUDIO_DE_VIABILIDAD.htm)
- [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\\_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Albergue\\_juvenil](http://es.wikipedia.org/wiki/Albergue_juvenil)