



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN

ESCUELA DE TURISMO

PROPUESTA DE UN PLAN PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE
EVENTOS EN LA HACIENDA EL GULLÁN

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTORAS: MARÍA GABRIELA AUQUILLA PERALTA
TATIANA ELIZABETH UGALDE ORTEGA

DIRECTORA: MST. NARCISA ULLAURI

CUENCA, ECUADOR

2010

PÁGINAS PRELIMINARES

Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Índice de contenidos	v
Índice de Ilustraciones y Cuadros	x
Índice de anexos	xiii
Resumen	xv
Abstract	xvi

DEDICATORIA

A Dios y a la persona más importante en mi vida, mi hija, por ser mi mayor soporte para continuar en el arduo camino de la vida; a mis padres, hermanos y amigos por brindarme su confianza y apoyo les dedico el presente trabajo.

Gabriela Auquilla P.

Por todo el esfuerzo, sacrificio y entrega que pusieron para hacer de mí quien soy, este trabajo de graduación lo dedico a mis padres, y a ti bebé por ser nuestra más hermosa motivación.

Tatiana Ugalde O.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de tesis no se hubiera llevado a cabo sin la ayuda de muchas personas que han colaborado de manera desinteresada a cumplir nuestro sueño. De forma especial mencionamos a nuestra directora, la Mst. Narcisa Ullauri por el interés que puso en la realización del proyecto; al Ing. Xavier Ortega, quien además de habernos orientado en gran parte del trabajo, se ha convertido en un gran amigo; al Mgst. Carlos Delgado, Ing. Patricio Cáceres, Ing. Omar Delgado, Ing. Miguel Sangolquí y Arq. Lorena Auquilla por su enorme colaboración; y a nuestros padres y hermanos. A todos ellos, MUCHAS GRACIAS.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	1
1. Capítulo I	
1.1 Antecedentes	3
1.1.1 Generalidades	3
1.1.1.1 Mapa de ubicación	4
1.1.1.2 Clima	5
1.1.1.3 Datos generales	5
1.1.1.4 Hidrografía	5
1.1.1.5 Orografía	6
1.1.1.6 Suelos	6
1.1.1.7 Transporte y vías de acceso	6
1.1.1.8 Servicios	6
1.1.1.9 Demografía	7
Conclusión	7
2. Capítulo II	
2.1 Contexto Teórico	8
2.1.2 Turismo Sostenible	8
2.1.3 Planificación Turística	9
2.1.4 Turismo de Reuniones	10
2.1.4.1 Social	10
2.1.4.2 Recreativo	10

2.1.4.3 Deportivo	11
2.1.4.4 Académico	11
2.1.5 Senderismo	13
2.1.6 Campismo	14
2.1.7 Ecosistema de Páramo	16
2.1.8 Bosque de Pinos	19
2.1.9 El Gullán	20
2.1.10 Pasos para realizar Proyectos Turísticos	21
Conclusión	31
 3. Capítulo III	
3.1 Análisis de la situación actual de la Hacienda	33
3.1.1 Análisis de la Infraestructura e Instalaciones	33
3.1.1.1 Salón de uso múltiple y cuyero	33
3.1.1.2 Casa Hacienda	34
3.1.2 Análisis del entorno	36
3.1.2.1 Microentorno	36
3.1.2.1.1 Empresa	37
3.1.2.1.2 Proveedores	37
3.1.2.1.3 Competidores	38
3.1.2.1.4 Intermediarios de marketing	38
3.1.2.2 Macroentorno	39
3.1.2.2.1 Entorno político	39

3.1.2.2.2 Entorno económico	44
3.1.2.2.3 Entorno socio-cultural	52
3.1.2.2.4 Entorno ambiental	53
3.1.2.2.5 Entorno tecnológico	53
3.1.3 Análisis de los potenciales de la hacienda	55
Conclusión	58
 4. Capítulo IV	
4.1 Análisis del Mercado	59
4.1.1 Análisis de la demanda	60
4.1.1.1 Demanda total	62
4.1.1.2 Demanda objetiva	63
4.1.1.2.1 Encuestas	65
4.1.2 Análisis de la oferta	69
4.1.2.1 Empresas prestadoras de servicios (Entrevistas)	71
Conclusión	79
 5. Capítulo V	
5.1 Resultados	80
5.1.1 Tabulación de datos de las encuestas	80
5.1.1.1 Encuestas a docentes	80
5.1.1.2 Encuestas a estudiantes	89
Conclusión	99

6. Capítulo VI	
6.1 Diseño de la propuesta	100
6.1.1 Propuesta para eventos académicos	100
6.1.1.1 Propuesta de adecuaciones de la infraestructura	100
6.1.1.2 Propuesta de servicios	104
6.1.1.3 Propuesta de paquetes	108
6.1.2 Propuesta opcional para convivencias de escuelas y colegios	110
Conclusión	111
7. Capítulo VII	
7.1 Análisis económico y financiero	112
7.1.1 Inversiones	112
7.1.1.1 Edificios e Instalaciones	113
7.1.1.2 Muebles y Enseres	114
7.1.1.3 Equipos	115
7.1.1.4 Equipos de computación	116
7.1.1.5 Otros	116
7.1.2 Fuentes de financiamiento	117
7.1.3 Ingresos	117
7.1.3.1 Número de eventos	117
7.1.3.2 Costo del evento	117
7.1.3.2.1 Opción 1	118
7.1.3.2.2 Opción 2	119

7.1.3.2.3 Opción 3	120
7.1.3.3 Gastos operacionales de administración y ventas	120
7.1.3.3.1 Gastos administrativos	120
7.1.3.4 Utilidad líquida	122
7.1.4 Punto de equilibrio	124
7.1.5 Evaluación del proyecto	125
7.1.5.1 Retorno de la inversión	126
7.1.5.2 Resultados proyectados	126
Conclusión	128
 8. Capítulo VIII	
8.1 Conclusiones y Recomendaciones	129
8.1.1 Conclusiones	129
8.1.2 Recomendaciones	131

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS

Tabla 2.1: Matriz de relaciones	22
Tabla 2.2: Marco lógico 1	25
Tabla 2.3: Marco lógico 2	26
Tabla 2.4: Marco lógico 3	29
Tabla 3.1: PIB	46
Tabla 3.2: Tasa de interés	49
Tabla 4.1: Comparación de competencia	78
Tabla 5.1: Tablas de resultados docentes	80
Tabla 5.2: Tablas de resultados estudiantes	89
Tabla 7.1: Presupuesto para la adecuación del salón de uso múltiple	113
Tabla 7.2: Descripción de muebles y enseres	114
Tabla 7.3: Descripción de equipos	115
Tabla 7.4: Descripción de equipos de computación	116
Tabla 7.5: Descripción de otros	116
Tabla 7.6: Costos opción 1	118
Tabla 7.7: Costos opción 2	119
Tabla 7.8: Costos opción 3	120
Tabla 7.9: Gastos administrativos	121
Tabla 7.10: Precio y utilidad líquida	123
Tabla 7.11: Resultados proyectados	127

Gráfico 1.1: Ubicación	4
Gráfico 1.2: Ubicación de la Hacienda “El Gullán”	4
Gráfico 2.1: Plano cartesiano	23
Gráfico 2.2: Esquema lógico	24
Gráfico 3.1: Salón de uso múltiple y cuyero	33
Gráfico 3.2: Salón de uso múltiple	34
Gráfico 3.3: Casa hacienda	35
Gráfico 3.4: Senderos	57
Gráfico 4.1: Ley de la demanda	62
Gráfico 4.2: Ley de la oferta	69
Gráfico 5.1: Gráficos de resultados docentes	80
Gráfico 5.2: Gráficos de resultados estudiantes	89
Gráfico 7.1: Punto de equilibrio	125
Gráfico 7.2: Utilidad líquida anual proyectada	127
Fotografía 2.1: Passiflora cumbalensis	20
Fotografía 4.1: Hacienda San Juan Pamba	71
Fotografía 4.2: Hostería Uzhupud	72
Fotografía 4.3: Quinta Lucrecia	74
Fotografía 4.4: Villa San Carlos	75
Fotografía 4.5: Jardines de San Joaquín	76
Fotografía 4.6: Hostería Lago de Cristal	77
Fotografía 6.1: Exteriores del salón de uso múltiple actualmente	102

Fotografía 6.2: Exteriores del salón de uso múltiple después de las adecuaciones	102
Fotografía 6.3: Cocina del salón de uso múltiple actualmente	103
Fotografía 6.4: Cocina del salón de uso múltiple después de las adecuaciones	103

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Casa hacienda	136
Anexo 2: Comedor	136
Anexo 3: Dormitorio	136
Anexo 4: Cocina	136
Anexo 5: Primer reservorio 1	136
Anexo 6: Primer reservorio 2	136
Anexo 7: Segundo reservorio 1	137
Anexo 8: Segundo reservorio 2	137
Anexo 9: Tercer reservorio 1	137
Anexo 10: Tercer reservorio 2	137
Anexo 11: Cuarto reservorio 1	137
Anexo 12: Cuarto reservorio 2	137
Anexo 13: Gullán	138
Anexo 14: Flor del Gullán	138
Anexo 15: Bromelia o Huicundo	138
Anexo 16: Flor de Quinde	138
Anexo 17: Guabisay	139
Anexo 18: Joyapa	139
Anexo 19: Orejas de conejo	139
Anexo 20: Orquídea	139

Anexo 21: Sigsal	140
Anexo 22: Late late	140
Anexo 23: Ave	140
Anexo 24: Alpacas	140
Anexo 25: Bosque de pinos 1	141
Anexo 26: Bosque de pinos 2	141
Anexo 27: Recurso escénico 1	141
Anexo 28: Recurso escénico 2	141
Anexo 29: Recurso escénico 3	142
Anexo 30: Recurso escénico 4	142
Anexo 31: Recurso escénico 5	142
Anexo 32: Recurso escénico 6	142
Anexo 33: Recurso escénico 7	143
Anexo 34: Recurso escénico 8	143
Anexo 35: Recurso escénico 9	143
Anexo 36: Recurso escénico 10	143
Anexo 37: Recurso escénico 11	143
Anexo 38: Recurso escénico 12	143

RESUMEN

La Hacienda “El Gullán” posee varios recursos que no están siendo utilizados adecuadamente; por esta razón, hemos visto la oportunidad de crear una propuesta que genere un permanente aprovechamiento de este espacio a través de la prestación de servicios para eventos, particularmente los académicos. Para definir la viabilidad del proyecto fue necesario analizar el mercado y la situación actual de la hacienda, además de un análisis económico y financiero, con el fin de elaborar nuestra propuesta basada en datos reales. Con estos resultados determinaremos la factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

“El Gullan” livestock possesses a variety of resources, which are not being properly employed; for this reason, we have recognized the opportunity to create a proposal that generates a permanent use for this space, through providing services particularly for academic events. In order to determine the project viability, it was necessary to analyze the market and the current situation of the livestock, besides a financial analysis, to base our proposal on real facts. These results allow us to determine the possibility of the project development.

INTRODUCCIÓN:

Actualmente en la Hacienda “El Gullán” existe una escasa utilización de la infraestructura e instalaciones, pudiendo ser aprovechadas de mejor manera. Esto se da por varios factores, entre los que se destaca la escasa organización en cuanto al aprovechamiento de los recursos que ésta posee.

La Hacienda se presta para llevar a cabo eventos académicos, turísticos, sociales, profesionales, espirituales, etc.; sin embargo, requiere de un plan de reactivación que proponga una alternativa para la utilización efectiva de los recursos que dispone. Por ello, hemos decidido elaborar una Propuesta de un plan para la prestación de servicios para eventos en la Hacienda “El Gullán”, brindando mayor relevancia a los de tipo académico. Para poder realizar el diseño de la propuesta, hemos determinado que es necesario conocer la situación actual de la zona con relación a la oferta, demanda y competencia, además del mercado donde se posicionaría.

El proyecto busca generar oportunidades para que los estudiantes de la Universidad del Azuay puedan utilizar la hacienda como una valiosa herramienta dentro de su formación académica, y al mismo tiempo que ésta genere una productividad, aportando al desarrollo turístico del sector. Los beneficiarios de este proceso serán el personal docente y estudiantes de la universidad, los prestadores de servicios y la comunidad de La Paz.

Para la elaboración del presente trabajo de tesis nos basamos en la investigación de campo a través de la compilación de información de primera fuente mediante visitas de observación y evaluación dentro la hacienda, entrevistas y encuestas; también en visitas a otros lugares que ofrecen servicios de eventos. Además nos servimos de consultas

bibliográficas durante todo el desarrollo de la investigación, estudios de casos similares, metodologías para interpretación y análisis de resultados.

1. CAPITULO UNO

1.1 ANTECEDENTES

En el siguiente capítulo conoceremos los datos generales sobre la Hacienda “El Gullán” tales como: ubicación, clima, límites, hidrografía, orografía, entre algunos otros. Consideramos necesario contar con esta información previos los análisis que debemos elaborar para diseñar nuestra propuesta; es decir, la información detallada a continuación constituye una parte importante del proyecto.

1.1.1 GENERALIDADES

Hace aproximadamente 20 años, la Universidad del Azuay adquirió una hacienda ubicada en el sector de La Paz con la finalidad de brindar un espacio a los estudiantes de la Escuela de Agropecuaria para realizar sus prácticas pre-profesionales, que en ese entonces pertenecía a la oferta académica de la Universidad. Durante el transcurso de los años se ha intentado llevar a cabo varios proyectos en la hacienda como por ejemplo Paccha Andina, el mismo que no se pudo mantener por varias razones. En la actualidad, la Universidad está realizando un proyecto de siembra y recuperación de árboles; así mismo, la Escuela de Turismo emplea este espacio para dar lugar a los paseos de integración que se realizan cada año.

La hacienda “El Gullán” se encuentra ubicada en la provincia del Azuay, a 75 km aproximadamente, al sur de la ciudad de Cuenca siguiendo la Panamericana Sur, en el cantón Nabón. La hacienda posee 136 has., y una gran cantidad de bellos recursos naturales como lagunas, cascada, bosques, flora, fauna, etc. Su nombre se debe a una fruta llamada Gullán que abunda en la hacienda.

1.1.1.1 MAPA DE UBICACIÓN

Gráfico 1.1 Ubicación

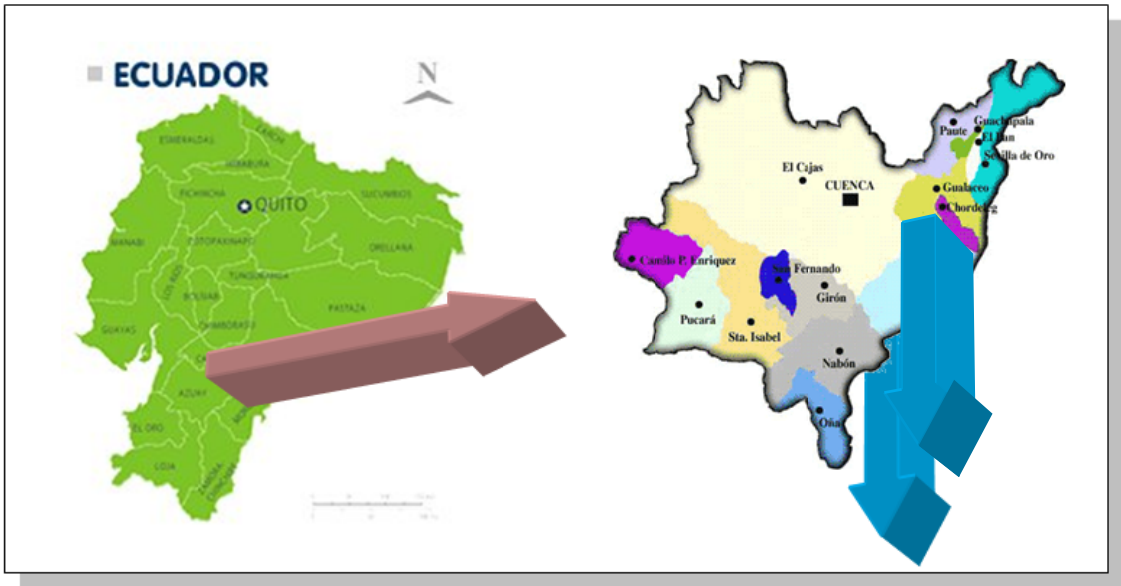
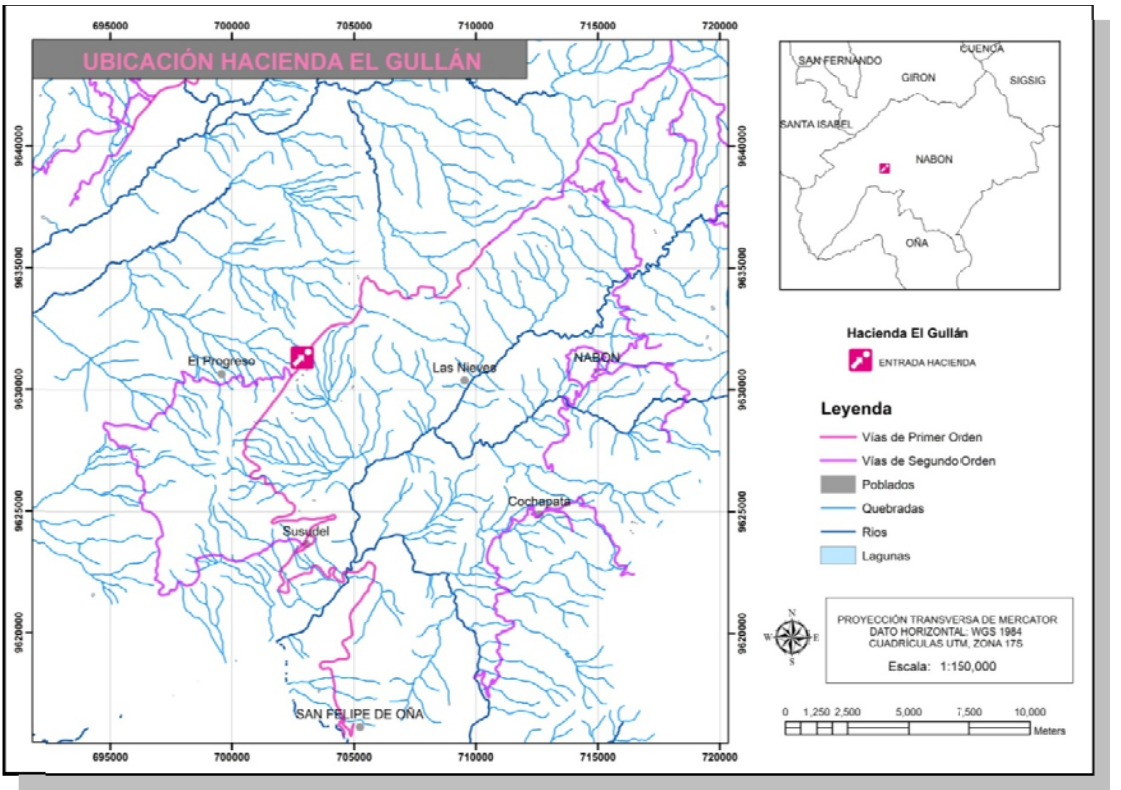


Gráfico 1.2 Ubicación de la Hacienda El Gullán



La Hacienda El Gullán se encuentra ubicada en el cantón Nabón, provincia del Azuay, en la parroquia de La Paz. Para poder llegar a la hacienda desde la ciudad de Cuenca, tomamos la Panamericana Sur, vía a Loja, a 2 Km después de la parroquia de La Paz.

1.1.1.2 CLIMA

Debido a que la casa hacienda se encuentra en un ecosistema de páramo, el promedio de temperatura es de 12°C.

1.1.1.3 DATOS GENERALES

La altitud en la que se encuentra la hacienda va desde los 2600 y 3000 msnm., a 3° 22' 60 S de latitud y 79° 12' 0W de longitud. Su superficie total es de 136 hectáreas y sus límites son:

Al norte: con la quebrada más próxima al ramal de la carretera que sirve de entrada a la hacienda.

Al sur: con el inmueble del Agrónomo Luis Galarza Machuca.

Al este: con la quebrada Santa Rosa.

Al oeste: con el camino real que sale de la hacienda Puetata.

1.1.1.4 HIDROGRAFIA

La hacienda se encuentra ubicada en la cuenca del Río Jubones, por lo que los pequeños riachuelos que cruzan por la hacienda alimentan directamente al Jubones.

1.1.1.5 OROGRAFIA

La Hacienda se ubica justamente en la ruptura del nudo “Portete Tinajillas” de la cordillera de los Andes.

1.1.1.6 SUELOS

La mayor parte de la hacienda está formada por un suelo negro andino, apto para el crecimiento de varias especies propias del clima frío, también podemos encontrar pajonales donde predomina la paja de cerro. Debido a la abundante siembra de pinos los suelos se están desgatando debido a que este árbol introducido no permite el paso del agua.

1.1.1.7 TRANSPORTE Y VIAS DE ACCESO

La Paz, al encontrarse asentada a los costados de la Panamericana Sur, es una parada frecuente de quienes utilizan esta vía. De esta forma, la frecuencia del transporte interprovincial es alta: cada 40 a 60 minutos se puede tomar un bus que va a la provincia de Loja desde el terminal terrestre de la ciudad de Cuenca; y para regresar, se puede tomar el bus en la puerta externa de la Hacienda, que va a la ciudad de Cuenca. El precio del recorrido hasta la Hacienda es de \$2,00.

1.1.1.8 SERVICIOS

En cuanto a la salud pública, la comunidad carece de un Subcentro de Salud; el Seguro Social Campesino es el organismo que brinda atención médica dos o tres días a la semana: los días martes, jueves y en ocasiones los días viernes. Una extensión del

Subcentro de Salud de Nabón visita la comunidad los días domingos. Sin embargo, los otros días no existe ningún tipo de atención médica; en caso de alguna emergencia, los pobladores acuden a la ciudad de Cuenca.

El Municipio de Nabón brinda una ayuda muy considerable a la comunidad; ésta cuenta con el apoyo del Cuerpo de Bomberos del cantón Nabón.

La comunidad tiene los servicios básicos: agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, aunque este último no funciona adecuadamente.

1.1.1.9 DEMOGRAFIA

La comunidad de la Paz está formada por aproximadamente 600 personas, en su mayoría mujeres y niños debido a la alta tasa de migración interna que se presenta en la comunidad.

CONCLUSIÓN

La comunidad de La Paz está ubicada en una zona de escasa afluencia turística debido a que no se han realizado numerosos proyectos para desarrollar esta actividad. Por esta razón hemos decidido realizar esta propuesta, considerando que contamos con ventajas como las vías de acceso, la vegetación poco intervenida y, sobretodo, el recurso escénico con el que cuenta la Hacienda El Gullán.

2. CAPITULO DOS

2.1 CONTEXTO TEÓRICO

A continuación presentamos la fundamentación teórica del proyecto en donde encontraremos varias definiciones de temas que tienen relación directa con nuestra propuesta como lo son el turismo sostenible, la planificación turística, turismo de reuniones, entre otros. Además, hemos detallado el procedimiento que seguimos para elaborar el diseño de la propuesta partiendo de una problemática hasta llegar al proyecto final.

2.1.1 TURISMO SOSTENIBLE

En la página web de la Organización Mundial de Turismo hallamos un extracto de un artículo acerca del Desarrollo Sostenible del Turismo:

“El turismo sostenible conduce a la gestión de todos los recursos de forma tal, que se puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, y mantener, a la vez, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la biodiversidad y los sistemas de los que depende la vida. Esto permite satisfacer las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones anfitrionas a la vez de proteger e incrementar las oportunidades futuras.” (www.infoandina.org)

En la actualidad, es importante empezar a pensar tanto en el presente como en el futuro de nuestro planeta. En los últimos años se ha generado una gran explotación de recursos renovables y no renovables dando como consecuencia la disminución de los mismos, por esta razón el turismo sostenible se ha constituido en una excelente

alternativa ya que apoya la adecuada utilización de los recursos para satisfacer necesidades presentes a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro.

2.1.2. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

Toda actividad a desarrollar necesita de un trabajo organizado y tal vez en turismo la planificación es el puntal de un nuevo proyecto. Con respecto a la planificación turística, Sergio Molina y Sergio Rodríguez manifiestan lo siguiente:

La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. Resulta así, que la forma adecuada de planificar consiste en analizar objetivamente una realidad y condicionar las acciones al problema.

De acuerdo con esto, no es posible que la planificación tome dos veces la misma forma, ya que los problemas, por similares que parezcan, no llegan a ser idénticos. Es prácticamente imposible proponer una metodología como única y verdadera recta para planificar. Desgraciadamente, en el ámbito latinoamericano es muy frecuente que quienes se responsabilizan de la planificación, desde los niveles más bajos hasta llegar en ocasiones a los dirigentes, carezcan de la suficiente visión como para detectar el problema estructural en su sector o provincia; de ahí que la planificación, aplicada a partir de un análisis poco objetivo de las cosas, se constituya en un acelerador de los problemas y no en su solución. (Molina; Rodríguez 5).

Las autoras de este proyecto coincidimos con la afirmación de que los problemas pueden ser similares pero no idénticos y por lo tanto, no se puede elaborar un único proceso para la planificación turística; además, el análisis objetivo de cada situación permitirá encontrar los obstáculos más relevantes que impiden la efectiva ejecución de los proyectos.

2.1.3. TURISMO DE REUNIONES

También conocido como Turismo de Eventos. A esta modalidad de turismo se la puede clasificar según su tipología, entre los cuales tenemos:

2.1.3.1. SOCIAL

Los eventos de tipo social son aquellos que buscan realizar una celebración o festejo. Entre estos tenemos: matrimonios, cumpleaños, bautizos, graduaciones, aniversarios, desfiles, entre otros. Su duración promedio es de algunas horas.

2.1.3.2. RECREATIVO

Estos eventos tienen como objetivo ofrecer oportunidades de entretenimiento a diferentes públicos, a través de cualquiera de las manifestaciones artísticas, tales como exposiciones, exhibiciones, espectáculos culturales, festivales, conciertos, etc. Pueden tener una duración que varía entre horas y días, dependiendo el tipo de evento.

2.1.3.3. DEPORTIVO

Este tipo de eventos se efectúan en escenarios deportivos que cuenten con la presencia de público, pueden ser de carácter nacional e internacional, como por ejemplo juegos, campeonatos, competencias y jornadas deportivas. Su duración puede variar entre horas y días, dependiendo del evento.

2.1.3.4. ACADÉMICO

Los eventos académicos buscan aportar a la formación personal y cognitiva de los participantes; entre ellos tenemos los siguientes:

Congreso: se realiza con el objetivo de deliberar sobre un tema específico, con una duración entre tres y siete días y contando con la participación de un mínimo de 150 personas.

Jornada: es similar a un congreso pero de menor concurrencia, para desarrollar un tema monográfico. Puede durar uno o varios días.

Convención: está destinada a proporcionar información sobre una situación particular o facilitar el intercambio de ideas. Los participantes pertenecen a un mismo grupo social y la duración depende del objetivo que se persigue.

Seminario: su objetivo es realizar un estudio intensivo sobre un tema determinado mediante reuniones de trabajo planificadas. No puede durar más de 7 días y tampoco puede contar con más de 40 participantes. Al término del evento se obtienen conclusiones y recomendaciones.

Simposio: busca compartir ideas y criterios que enriquezcan el tema tratado, elaborando un resumen final con las conclusiones más relevantes. El número de

participantes es reducido y conformado por expertos en el tema, y puede tener una duración máxima de 7 días.

Mesa Redonda: el objetivo es debatir sobre un tema específico a cargo de un coordinador imparcial. Es de carácter formal. Cuenta con la participación de expertos con puntos de vista contradictorios, quienes tienen un tiempo limitado de intervención, el auditorio puede realizar preguntas. Su duración máxima es de dos horas.

Panel: es una técnica informal en la que se debate sobre un tema con una audiencia de tamaño variado. Cuenta con un moderador y al finalizar, se elabora un resumen y se abre el diálogo con el público. No puede durar más de dos horas.

Foro: es una reunión abierta al público en la que busca brindar un espacio libre a los participantes para dialogar sobre un tema específico. Las intervenciones no son controladas, pero la participación es dirigida por un coordinador. Su duración máxima es de 3 días.

Coloquio: es una reunión semiformal conformada por expertos de reconocida trayectoria que busca el intercambio de ideas sobre un determinado tema. Puede durar hasta tres horas.

Taller: es una reunión formativa de trabajos prácticos dirigida por un facilitador sobre un tema puntual. El número máximo de participantes es de 100 personas y dura hasta ocho horas.

Curso: es una actividad didáctica con contenidos ya establecidos y se imparte por ciclos y dura hasta seis horas diarias. Los asistentes no pueden superar las 45 personas.

Reunión: su objetivo es tratar varios puntos comunicados con anterioridad para que los convocados puedan prepararse para el tema. Puede durar hasta un día.

Teleconferencia o videoconferencia: actividad que permite el intercambio de ideas entre público y expositor mediante líneas telefónicas. La videoconferencia está acompañada de imágenes. No puede durar más de cuatro horas por su costo y los participantes serán los interesados en el tema.

Charla: es una reunión informal en la que expertos dialogan sobre un tema, con una duración de hasta seis horas y la participación de personas interesadas.

Conferencia: actividad que pretende proporcionar información especializada de forma sistemática. Los asistentes son los interesados en el tema y después de la intervención de cada expositor se abre el dialogo con el público. Su duración máxima es de tres horas.

Asamblea: es una reunión general y formal de un club, asociación u organización con el fin de decidir políticas, elegir comités, aprobar balances, entre otros. Puede durar hasta ocho horas.

Briefing: es una reunión de tendencia evaluativa empleada para analizar la calidad de servicio; se hace de pie y concluye con un refrigerio. No puede durar más de 15 minutos. Los participantes son grupos de trabajo, consejos de dirección, asesores, etc.

Concurso: evento que se rige por un reglamento; cuenta con un jurado y se otorgan premios a los concursantes. Su objetivo es estimular la participación de un público específico y su duración puede ser más de un mes y finaliza con la premiación.

2.1.4 SENDERISMO

En los últimos años, la gente que vive en la urbe ha decidido buscar nuevos espacios que le permitan liberarse del estrés; las montañas forman parte de los lugares de preferencia. Las personas desean vivir experiencias de primera mano de contacto directo

con la naturaleza; sin embargo, esto acarrea un impacto negativo sobre el medio, el mismo que se puede disminuir y controlar gracias a la creación de senderos, ya que la gente puede disfrutar de una caminata en medio de la naturaleza sin destruirla.

De acuerdo al Comité de Senderismo de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, esta actividad puede describirse de la siguiente manera:

“Senderismo es la actividad deportiva no competitiva que se realiza sobre caminos balizados, preferentemente tradicionales, ubicados en el medio natural; busca acercar a la persona al medio natural y al conocimiento del país a través de los elementos patrimoniales y etnográficos que caracterizan las sociedades preindustriales, recuperando el sistema de vías de comunicación. Se define también como senderismo, aquel que se realiza por grandes urbes y que tiene por fin realzar los elementos del medio natural de la cultura tradicional que perviven en ella.” (www.scribd.com)

2.1.5 CAMPISMO

Acampar es una actividad consistente en que en pernoctar en el campo en forma temporal. Esta es una actividad que se encuentra en auge, ya que cada vez son más las personas que disfrutan del contacto directo con la naturaleza. Para poder acampar se necesita de equipos y precauciones para no generar un impacto negativo en el medio.

A continuación se detallará una lista publicada por Samuel Zuleta acerca de las cosas que se deben tener presentes antes de acampar:

Precauciones

- Evitar la tala de árboles.
- Llevar un botiquín de primeros auxilios.
- La zona de baños no debe mostrar peligro alguno.
- Visitar con anterioridad el lugar en donde se planea acampar.
- Obtener el contacto del médico más cercano del lugar.
- Informar a la Policía Nacional del sector el lugar y duración del Campamento.
- Hacer amistad con los vecinos cercanos al Campamento.
- Conocer los medios de comunicación más rápidos o cercanos al Campamento (teléfono, correos, transporte, etc.).
- Consultar con algún dirigente que pertenezca a la Localidad en la que se llevará a cabo el Campamento.
- El lugar debe ser adecuado al programa que se desea desarrollar, y el programa a su vez, al lugar que a visitar.

Tiendas o carpas

- Es recomendable el uso de una carpa de ocho personas por patrulla o, en su defecto, dos para cuatro en cada una.
- Cada Patrulla debe tener una carpa pequeña adicional para manejo de víveres y materiales.
- Los dirigentes deben tener su carpa propia.
- Debe haber una carpa para primeros auxilios ubicada a la sombra y apartada del lugar de actividades.

- Debe disponerse de una carpa para la intendencia general.
- Todo el equipo debe ser revisado cuidadosamente antes del campamento.
- Hacer todo lo posible por contar con carpas propias, de acuerdo con las sugerencias ofrecidas en cualquier libro que trate del asunto.
- Cada integrante debe tener por lo menos un espacio de 1 x 2 mts. dentro de la tienda en la que tiene que pernoctar.

Equipos

- Deben ser adecuados al número de acampadores.
- En lo posible, llevar equipo extra.
- Las medicinas del botiquín deben ser variadas y en cantidad razonable.
- Recordar el equipo necesario para juegos.
- El equipo debe adaptarse al programa que se desea desarrollar y viceversa.

2.1.6. ECOSISTEMA DE PÁRAMO

Todos los seres vivos como plantas y animales (factores bióticos) y los seres inertes como los minerales y el agua (factores abióticos) se interrelacionan entre sí y con el medio en el que se desarrollan; todos estos factores conforman un ecosistema. Existen diferentes tipos de ecosistemas: terrestres, acuáticos, naturales o artificiales, etc. En nuestro caso estaríamos hablando de un ecosistema terrestre, que son aquellos que se encuentran sobre el subsuelo, y para ser más específicos, de un ecosistema de páramo, ya que en nuestro proyecto se hace referencia al sector de la casa hacienda, la misma que está ubicada en una zona de páramo.

Los ecosistemas de páramo también son conocidos como tundras en otros países, y forman parte de la gran clasificación de los ecosistemas terrestres tales como los desiertos, sabanas, bosques y praderas.

De acuerdo con los autores Juan Morales y Jaime Estévez “el páramo es un ecosistema único de alta montaña en el cual habitan formas de vida singulares y propias y poblaciones humanas con sistemas culturales que contribuyen a enriquecer la diversidad planetaria.” (lunazul.ucaldas.edu.co). Los mismos autores manifiestan que el páramo es un ecosistema ubicado en las zonas más altas de algunas regiones tropicales de Centro y Sudamérica, Asia, África y Oceanía. Sus límites varían dependiendo de las condiciones propias de cada región. Entre ellas podemos mencionar la posición geográfica, la topografía, la historia geológica y evolutiva del lugar y la latitud, que son factores determinantes en la localización altitudinal de los páramos alrededor del mundo. Su límite inferior puede oscilar entre los 3000 y 4000 msnm, de acuerdo con la precipitación, la humedad y la temperatura media anual local. Otro de los factores que también determinan los límites inferiores del páramo son el tipo, la frecuencia y la intensidad con que se presente la intervención humana, bien sea por reemplazar a éste por plantaciones forestales o cultivos agrícolas o por la invasión del ecosistema paramuno en los sistemas alto andinos, en un proceso conocido como paramización, el mismo que origina la formación del páramo antrópico. Estos procesos de alteración hacen cada vez más difícil el establecimiento de los límites naturales entre el páramo y el bosque altoandino, aunque se conoce que en condiciones naturales el límite entre el páramo y los

bosques tropicales húmedos de alta montaña parece estar relacionado con las heladas, cuya presencia pocas veces al año es suficiente para poder establecer la vegetación paramuna y no de la selva. La existencia de los páramos también está fuertemente influenciada por la presencia de por lo menos 10 a 11 meses húmedos anuales. En América, los páramos se distribuyen a lo largo de la Cordillera de los Andes, en los países de Ecuador, Colombia y Venezuela, y en las montañas de Costa Rica.

En la actualidad el páramo se está viendo amenazado por varios factores tales como el calentamiento global, los asentamientos poblacionales, la deforestación, las actividades humanas como la agricultura, ganadería, cacería, fumigaciones etc. Esto afecta no solo a las poblaciones indígenas que habitan en esas zonas, sino al país en general, ya que el páramo es muy importante debido a la gran cantidad de agua que almacena, por la gran riqueza y diversidad de especies además de los hermosos paisajes naturales que posee.

Debemos tomar en cuenta que la conservación de los páramos no es solo deber del Estado, sino de la población en general. Los referidos autores nos dan una propuesta de conservación:

En términos generales, es esencial conocer la capacidad de carga de los ecosistemas, determinar el tamaño de las áreas que permitan el sostenimiento de poblaciones viables de grandes mamíferos (i.e. dantas, osos, pumas y venados), lo que a su vez llevaría a la adecuación de áreas mínimas de conservación y permitiría cubrir los requerimientos de hábitat de especies más pequeñas. La conservación debe incluir también áreas naturales con características particulares o escasas que permitan la conservación de otro tipo de organismos y paisajes,

como podría ocurrir por ejemplo en los humedales que caracterizan algunas áreas así como formaciones azonales únicas.

En el ámbito institucional se requieren acciones para el estudio y conservación del páramo que involucren el intercambio de información y el diseño de planes de manejo de áreas críticas, como por ejemplo el Sector Páramos de la Cordillera Occidental, y no sólo fragmentos naturales que corresponden a jurisdicciones políticas. Las acciones de investigación, capacitación y difusión de la información deben ser coordinadas por institutos de investigación, Corporaciones Autónomas Regionales y entidades privadas. (lunazul.ucaldas.edu.co)

2.1.7. BOSQUE DE PINOS

Según la página web www.definicionabc.com, se define al páramo de la siguiente manera:

Se denomina con el término de bosque a aquellas áreas que cuentan con una alta densidad de árboles. Los bosques son algo similar a una comunidad, pero de plantas, que cubren una importante porción del planeta tierra y que además funcionan como el hábitat de algunos animales, como moduladores de los flujos hidrológicos y ostentan una función tan determinante como importante, como es la de conservar el suelo. (www.definicionabc.com)

En la Hacienda “El Gullán” podemos encontrar bosques de pinos (*Pinus Patula*). Cabe recalcar que el pino fue una especie introducida por Luciano Andrade Marín en el año de 1928, quien sembró los primeros pinos en la zona del Boliche. Los pinos son una especie fácil de adaptar en cualquier tipo de suelos, además es un adecuado hábitat para diversos

tipos de fauna como las aves; sin embargo, este tipo de árbol perjudican a los suelos debido a que cuando caen sus ramas crean una especie de colchón que impide el paso del agua hacia al suelo, por lo que estos se vuelven inestables y no aptos para la agricultura.

2.1.8. EL GULLÁN



Fotografía 2.1 Passiflora cumbalensis

Fuente: <http://www.mobot.org>

De la Torre y Navarrete explican que el Gullán es una planta nativa que se maneja en estado silvestre. Entre sus nombres comunes también está el de taxo silvestre, y su nombre científico es *Passiflora cumbalensis*, de la familia *Passifloraceae*. Lo utilizan las etnias Kichwa en la Sierra, particularmente en Loja, y los mestizos en Morona Santiago. Sirve de alimento para roedores y aves. (De la Torre Navarrete 485)

“Son plantas trepadoras con zarcillos filamentosos enrollados. Las hojas son alternas, miden hasta 14 cm de largo, tienen tres lóbulos más o menos triangulares; los bordes son aserrados. Las flores son solitarias, colgantes, miden hasta 10 cm de diámetro, de color violeta rosado, con un tubo largo que mide

hasta 20 cm; los pétalos son rosados; las brácteas florales son de color verdoso azulado. El fruto es carnoso, de color amarillento”. (www.mobot.org)

2.1.9. PASOS PARA REALIZAR PROYECTOS TURISTICOS

Todo proyecto turístico parte de una necesidad. Por lo tanto, lo primero que se debe hacer es identificar la mayor necesidad actual mediante la realización de un diagnóstico situacional del lugar donde se quiera realizar el proyecto; es decir, realizar el análisis FODA.

Ejemplo: Escasa utilización de los recursos de la Hacienda “El Gullán”

Una vez que la necesidad esté identificada, se debe analizar el motivo por el que surge esa necesidad. Estos factores se dan ya sea por la falta o exceso de algo, entre ellos se debe escoger al que mayor influencia tiene sobre el lugar, por medio del método matriz de relaciones.

Ejemplo:

Factores

1. Poco interés por parte de las autoridades
2. Falta de interés por parte de los estudiantes
3. Falta de organización para la adecuada utilización de la hacienda
4. Falta de senderismo
5. Falta de señalización
6. Falta de un inventario de los recursos naturales de la hacienda
7. Falta de un estudio de capacidad de carga

8. Falta de promoción
9. Infraestructura inadecuada
10. Falta de servicios turísticos
11. Falta de personal capacitado que atienda la hacienda
12. Falta de involucramiento dentro de las actividades curriculares
13. Falta de mantenimiento de las vías de acceso

Matriz de relaciones

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	=
1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13
4	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	6
5	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
6	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	6
7	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	5
8	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	9
9	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	5
10	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	8
11	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12
13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
=	10	6	13	8	8	7	8	8	7	9	8	10	2	

Tabla 2.1 Matriz de relaciones

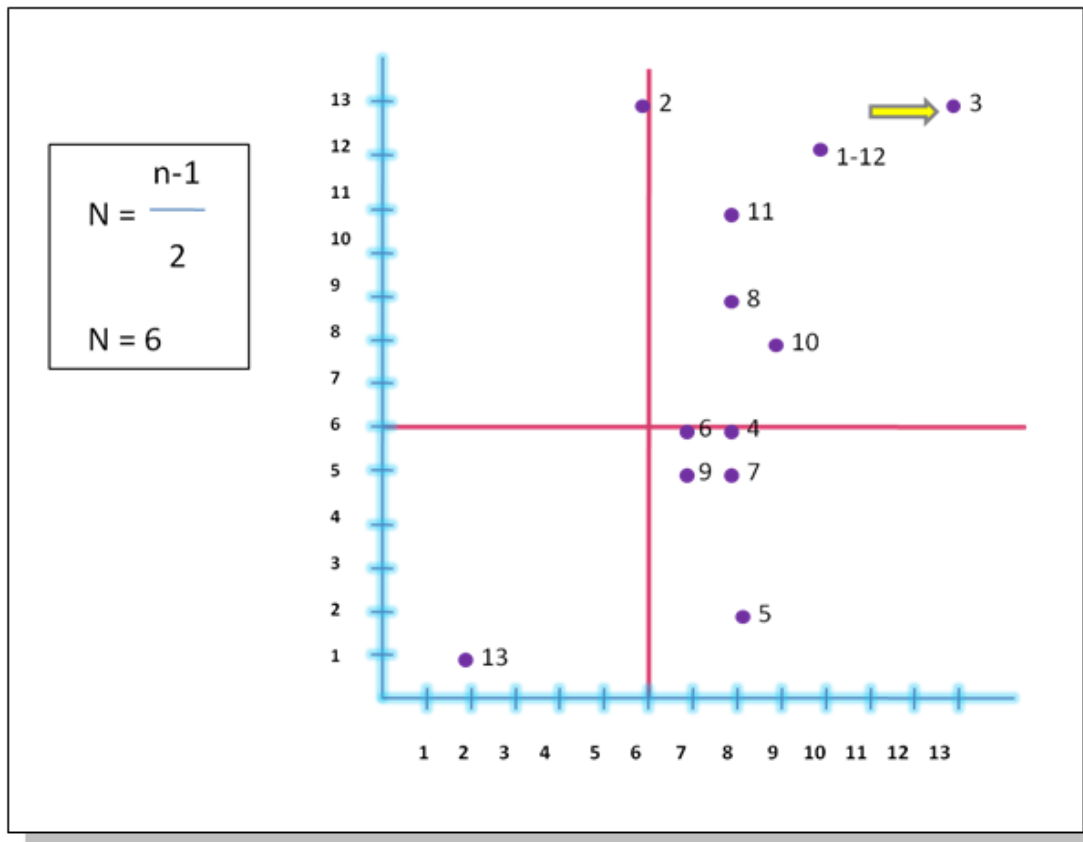


Gráfico 2.1 Plano cartesiano

Luego se deben buscar alternativas para solucionar el principal factor que provoca dicha necesidad. Para esto se pueda hacer una lluvia de ideas, entre las cuales se escogen las más factibles.

Ejemplo:

1. Elaborar paquetes turísticos full day y fin de semana para diferentes segmentos
2. Incentivar la participación de los estudiantes con proyectos para la hacienda
3. Crear más senderos
4. Crear varias actividades para el desarrollo sustentable y sostenible de la hacienda

A continuación se realiza el esquema lógico partiendo de la necesidad como objetivo general y las alternativas como objetivos específicos, las mismas que se subdividen en actividades que se puedan realizar para efectuar dichas alternativas.

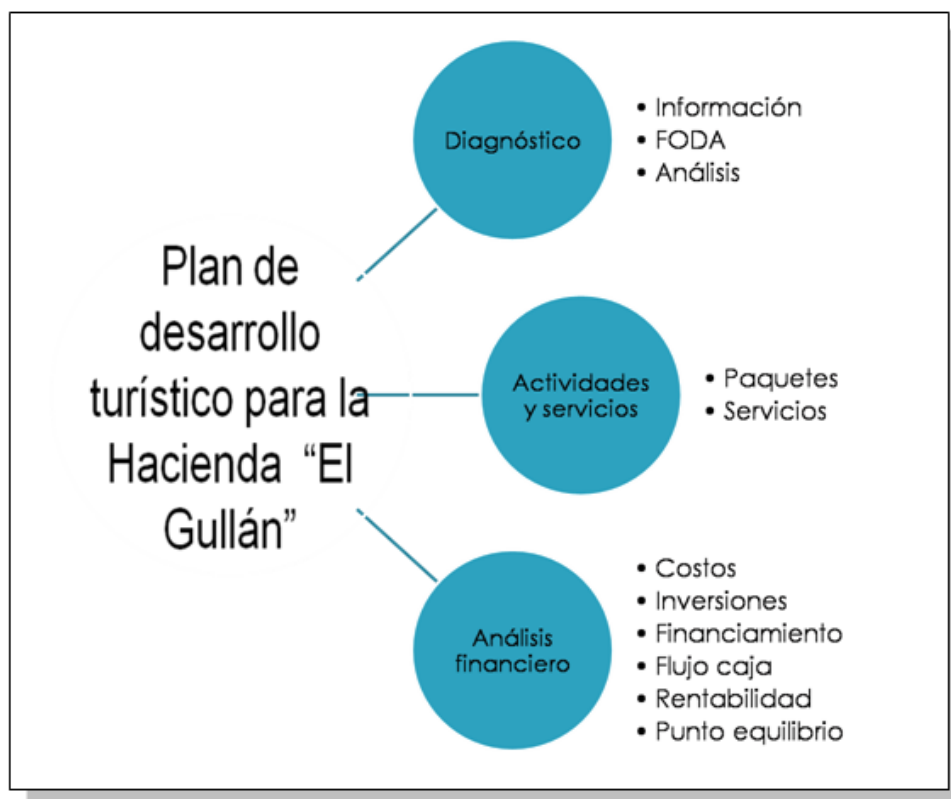


Gráfico 2.2 Esquema lógico

A partir del esquema lógico podemos diseñar un proyecto bajo el enfoque del marco lógico. Utilizar el método del marco lógico para el diseño de proyectos tiene muchos beneficios, entre los cuales tenemos que se explica con claridad las actividades y costos, podemos obtener una mejor visión del propósito, prevé los factores de riesgo que podrían afectar al proyecto, etc.

A continuación presentamos un ejemplo del marco lógico aplicado a nuestro proyecto:

PROPUESTA DE UN PLAN PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE EVENTOS EN LA HACIENDA “EL GULLÁN”

Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores objetivamente verificables	Medios de verificación.	Factores de riesgo.
FIN: Se aprovecharon las instalaciones y recursos de la Hacienda “El Gullán”.	Una propuesta de un plan para la prestación de servicios de eventos en la Hacienda “El Gullán”.	Fotos, levantamiento, registro, análisis, entrevistas, propuestas, costos,	Escasa colaboración
PROPÓSITO: Se ha elaborado una Propuesta de un Plan para la Prestación de Servicios de Eventos en la Hacienda “El Gullán”	100 % del análisis de la situación actual de la Hacienda realizado hasta el 21 de marzo. 100 % de l análisis del mercado realizado hasta	- Fotos, levantamiento, registro, análisis - Registro, encuestas, propuestas	Escasa colaboración

	el 18 de abril. • 100% de los resultados analizados y comparados hasta el 11 de mayo. • 100% del diseño de la propuesta realizado hasta el 10 de junio. • 100% del análisis financiero realizado hasta el 23 de julio del 2010.	• Análisis • Propuesta • Gráfico • Registro	
--	--	--	--

Tabla 2.2 Marco lógico 1

Marco Lógico 2

Resumen Narrativo	Indicadores objetivamente verificables	Medios de verificación.	Factores de riesgo.
----------------------	---	----------------------------	------------------------

RESULTADOS:			
Se realiza un análisis de la situación actual de la Hacienda	• 100% de infraestructura analizada hasta el 07 de marzo. • 100% del entorno analizado hasta el 14 de marzo. • 100% del potencial de la hacienda analizado hasta el 21 de marzo.	• Levantamiento, fotos • Análisis	
Se realiza un análisis del mercado	• 100% de demanda analizada hasta el 04 de abril • 100% de oferta analizada hasta el 18 de abril	• Registro • Entrevistas	• Escasa colaboración por parte de entrevistados y encuestados
Se tabulan los resultados	• 100% de datos tabulados hasta el 11 de mayo.	• Tabulación • Cuadros	• Escasa colaboración
Se realiza un	• 100% de propuesta	• Propuesta	

diseño de la propuesta	diseñada para eventos académicos 26 de mayo. • 100% de propuesta opcional diseñada para convivencias de escuelas y colegios hasta el 10 de junio.		
Se realiza un análisis financiero	• 100% de inversiones cuantificadas hasta el 20 de junio. • 100% de fuentes de financiamiento determinadas hasta el 30 de junio. • 100% de ingresos determinados hasta el 07 de julio. • 100% del punto de equilibrio determinado hasta el 17 de julio del 2010. • 100% del proyecto	• Registro • Gráfico	

	evaluado hasta el 23 de julio.		
--	--------------------------------	--	--

Tabla 2.3 Marco lógico 2

Marco Lógico 3

Actividades	Cantidad	Duración	Costo	Medios de verificación	Factores de riesgo
R1					
• Analizar la infraestructura	1	01-07 de marzo 2010	30	Fotos, levantamiento	
• Analizar el entorno	1	08-14 de marzo 2010	10	Análisis	
• Analizar los potenciales de la hacienda	1	15-21 marzo 2010	10	Análisis	
R2					
• Analizar la demanda: Encuestas	1	22-04 abril 2010	20	Registro	Escasa colaboración por parte de encuestados
• Analizar la oferta Empresas	1				Escasa

prestadoras de servicio Entrevistas		04-18 abril	30	Entrevistas	colaboración por parte de entrevistados
R3 • Tabular los resultados de las encuestas Docentes Estudiantes	1	19-11 mayo	10	Análisis	
R4 • Diseñar propuesta para eventos académicos • Diseñar propuesta opcional para convivencias de escuelas y colegios.	3 1	12-26 mayo 27-10 junio		Propuesta Propuesta	
R5 • Determinar las inversiones • Determinar fuentes	1 1	10-20 junio 21-30 junio		Registro Registro	

de financiamiento					
• Determinar los ingreso	1	01-07 julio		Registro	
• Determinar el punto de equilibrio	1	08-17 julio		Gráfico	
• Evaluar el proyecto	1	18-23 julio		Gráfico	

Tabla 2.4 Marco lógico 3

Una vez que tengamos claro el marco lógico podemos proceder a realizar el diseño del proyecto. Para esto se deben seguir los siguientes pasos:

- Título del proyecto.
- Introducción: antecedentes, generalidades.
- Justificación: aquí se justifica el por qué la realización del proyecto es factible y beneficiosa para resolver la necesidad que se presenta.
- Objetivos: generales y específicos.
- Beneficiarios: quienes son los que se benefician con el proyecto. Beneficiarios directos e indirectos.
- Recursos: que recursos se necesitan para llevar a cabo el proyecto. Ejemplo: materiales, dinero, personal, etc.
- Sostenibilidad: analizar si el proyecto es sostenible.

- Cronograma de actividades: especificar las actividades con fechas determinadas.
- Seguimiento, monitoreo y evaluación: se lo debe realizar en forma permanente durante todo el tiempo que dure el proyecto.
- Presupuesto: son los costos del proyecto.
- Anexos: como fotografías, documentos, etc.

CONCLUSIÓN

El marco teórico es una parte imprescindible de nuestro trabajo puesto que nos permite comprender la gran diversidad de temáticas que abordamos con esta investigación. De esta manera podemos delimitar claramente el campo de acción que nos compete, de acuerdo a nuestros objetivos.

3 CAPÍTULO TRES

3.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA HACIENDA

Es importante realizar un análisis general acerca de todos los aspectos que en la actualidad le puedan afectar a la hacienda, con el fin de conocer las bases con las que vamos a empezar a diseñar nuestra propuesta. En primer lugar debemos analizar la infraestructura actual con la cuenta, para que a partir de lo que tenemos podamos considerar lo que haría falta para brindar un buen servicio. En segundo lugar analizaremos al entorno, esto nos ayudará a que tengamos presente ciertos aspectos importantes ajenos a nuestra voluntad que pudieran beneficiar o perjudicar el funcionamiento de la propuesta. Por último debemos dar a relucir los potenciales que forman parte de la hacienda con el objetivo de determinar nuestras ventajas competitivas.

3.1.1 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

3.1.1.1 SALON DE USO MULTIPLE Y CUYERO

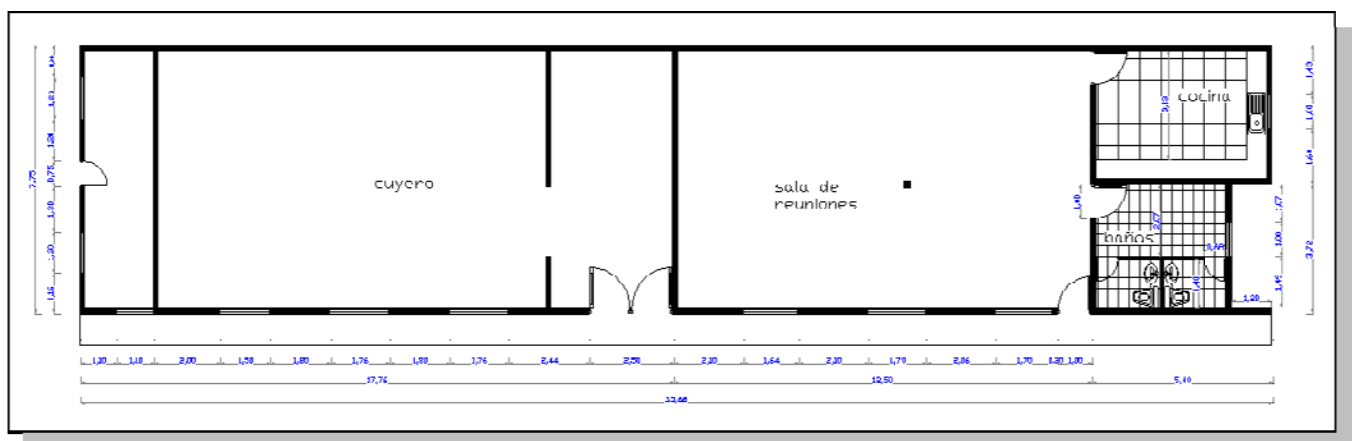


Gráfico 3.1 Salón de uso múltiple y cuyero

Actualmente este espacio está dividido en dos habitaciones, uno para las conferencias y otro utilizado como cuero. El primero tiene 17.90 m. de largo x 7.75 m. de ancho, el segundo 17.76 m. de largo y 7.75 m. de ancho, dando un total de 35.66 m. de largo x 7.75 m. de ancho en la toda la casa.

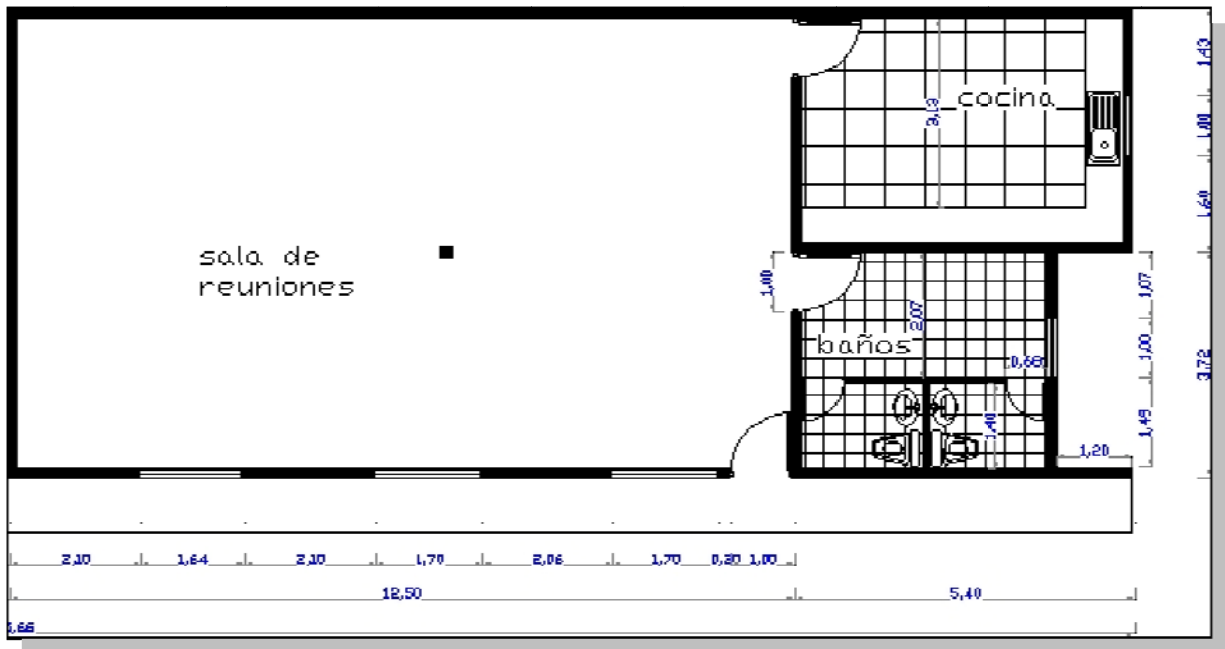


Gráfico 3.2 Salón de uso múltiple

El salón de uso múltiple tiene una longitud de 12.50 metros más 5.40 m. de los baños y un cuarto que podría servir para cocina. Tiene una capacidad para alrededor de 45 personas, además posee 39 mesas, 40 sillas, un escritorio, conexión para proyector y una pizarra de 2,40 x 1,15 m. Los baños poseen muy poca ventilación e iluminación. El cuarto junto a los baños es destinado para la cocina; sin embargo, no cuenta con implementos, a más de un lavador de platos, y estéticamente aún no está terminado.

El cuyero se encuentra completamente descuidado, debido a que antes funcionaba como un criadero de cuyes pero en la actualidad posee muy pocos. Este es un espacio desperdiciado ya que se lo puede destinar a la misma función del cuarto de conferencias.

3.1.1.2 CASA HACIENDA

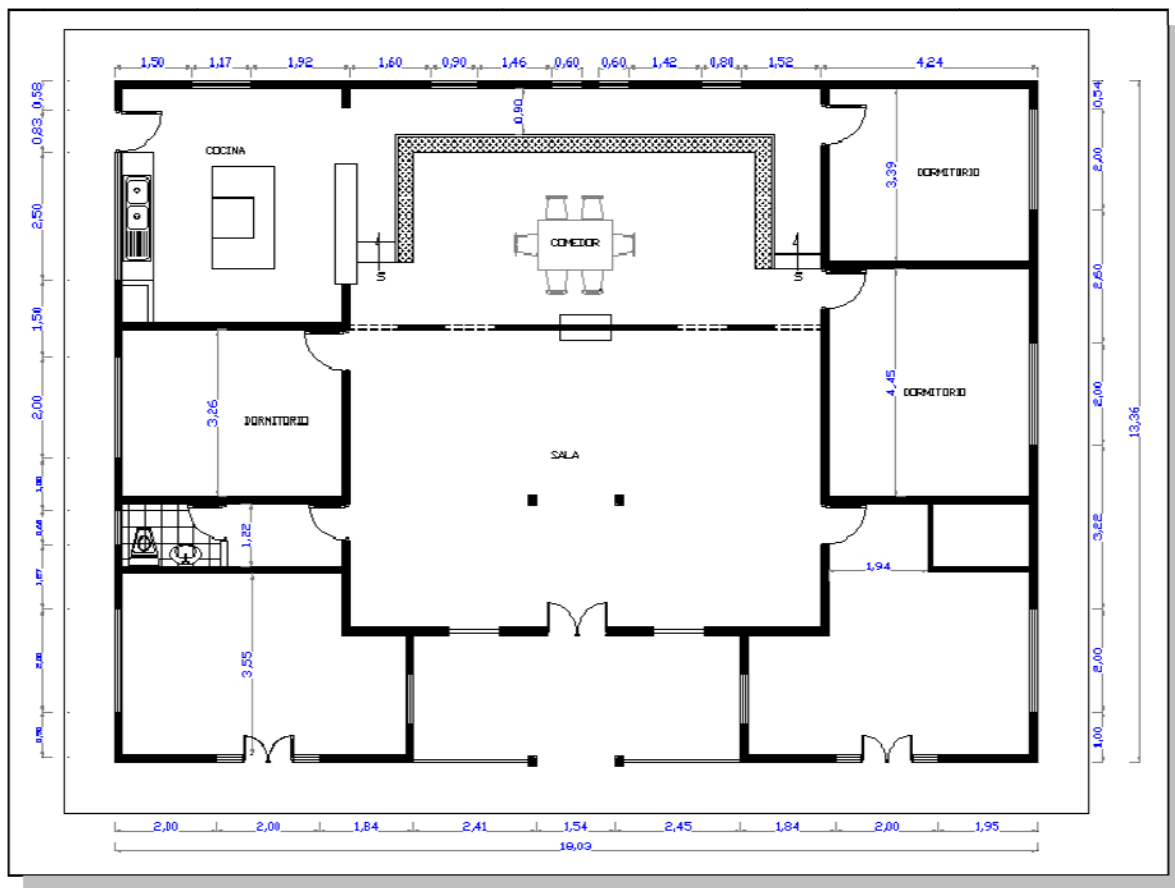


Gráfico 3.3 Casa hacienda

La casa hacienda tiene 18.03 metros de frente y 13.36 metros de fondo, la misma que en nuestro proyecto está destinada a servir como hospedaje y alimentación. La casa posee un baño, 3 dormitorios, 2 habitaciones libres, sala, comedor y cocina. El baño carece de

ventilación e iluminación adecuada y ducha eléctrica. Los dormitorios poseen cortinas, 2 camas listas y 2 camas por arreglar, además de varios colchones extras; los cuartos que no están cumpliendo ninguna función específica podrían ser destinados para dormitorio y el que tiene su acceso por fuera de la casa para oficina. En total podríamos contar con 4 dormitorios dando una capacidad de alojamiento para 20 personas.

La cocina está equipada con poca vajilla, una cocineta, tostador, cafetera, microondas, lavador de platos y un mesón en el centro. La sala y comedor cuentan con chimenea y una mesa pequeña de comedor con 5 sillas de variados modelos.

3.1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO

El entorno de una empresa está conformado por todos los agentes y fuerzas externas que afectan su capacidad para desarrollar y mantener operaciones beneficiosas con sus clientes. Éste se divide en macro y microentorno. El primero se refiere a las fuerzas sociales mayores que afectan al microentorno como son las fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales. El segundo está formado por los agentes y fuerzas cercanos a la empresa que afectan su capacidad para atender a sus clientes, a la propia compañía, a las empresas del canal de comercialización, a mercados de clientes y una gama amplia de público.

3.1.2.1 MICROENTORNO

Al referirnos al microentorno de una empresa, este está conformado por la misma empresa, los competidores directos, los proveedores, los intermediarios de marketing, los

clientes objetivo y otros públicos. Sin embargo, acorde a la situación actual de la Hacienda, analizaremos algunos de ellos.

3.1.2.1.1 EMPRESA

“La empresa se define como la entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”. (www.promonegocios.net)

Partiendo de este concepto, proponemos que las autoras de este trabajo sean consideradas como responsables de la administración del proyecto, sin que ello implique la interferencia en la administración general de la hacienda, que está a cargo de la Universidad del Azuay.

Una vez establecida la responsabilidad de la dirección del proyecto, se puede proceder a la búsqueda y contratación del personal necesario para la posible ejecución.

3.1.2.1.2 PROVEEDORES

Son las empresas o individuos que proporcionan los recursos necesarios para que la empresa produzca sus bienes y servicios. Entre los proveedores de la hacienda tenemos:

En cuanto a la alimentación, el principal proveedor de productos es la población local. Contar con un proveedor seguro y cercano a la hacienda tiene muchas ventajas, entre ellas, facilita la transportación, abarata costos y reduce el tiempo de abastecimiento. Además, en caso de imprevistos, es imprescindible contar con un proveedor inmediato.

Los productos que no se pueden obtener en La Paz, se los puede encontrar en Nabón, que es una población más grande que está a 33 Km. de La Paz. Además, es necesario contar con proveedores en Cuenca para suministrar bienes o servicios que no estén disponibles en las anteriores poblaciones. Este es el caso de la provisión de aparatos electrónicos requeridos para la prestación del servicio como por ejemplo computadoras, proyector, teléfono, electrodomésticos, entre otros. Lo mismo ocurre con los suministros de oficina. En lo referente a implementación o equipamiento de las instalaciones también debemos recurrir a los proveedores en la capital azuaya.

3.1.2.1.3 COMPETIDORES

En cuanto a los competidores mencionamos a la Hacienda San Juanpamba y la Hostería Uzhupud, localizadas en Paute; la Hostería Lago de Cristal en San Gerardo, y el Paradero La Paz en la localidad del mismo nombre. En Cuenca tenemos a Quinta Lucrecia, Villa San Carlos y Jardines de San Joaquín, entre los más importantes.

3.1.2.1.4 INTERMEDIARIOS DE MARKETING

Los intermediarios son aquellas personas y compañías que se sitúan entre la empresa y sus clientes. El servicio de intermediación, en el caso de la Hacienda El Gullán, se da al contratar el servicio de transportación desde Cuenca para facilitar el traslado de los clientes. En cuanto a los agentes de viajes o servicio de catering no utilizaremos estos servicios.

3.1.2.2 MACROENTORNO

Los elementos del macroentorno generan oportunidades o peligros para la empresa. Las principales fuerzas del macro entorno son: Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental.

3.1.2.2.1 ENTORNO POLITICO

Para analizar el entorno político que rodea a la hacienda es necesario hacer referencia al marco legal que regula la actividad turística en nuestro país. Mencionaremos a continuación algunos artículos de la ley de turismo.

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

- 1.- Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo

de noventa días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar la exoneración contemplada en el presente artículo;

2.- Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, asimismo, por el Ministerio de Turismo;

3.- Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 34.- Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a.- Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
 - b.- Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico;
 - y,
 - c.- Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.
- (www.unidec.edu.ec)

Es importante considerar que la actividad turística en el Ecuador es un área con un enorme potencial y que está en desarrollo y, por ello, se requieren leyes que la regulen para fomentar un crecimiento ordenado y planificado. El gobierno central promueve la inversión en el sector turístico a través de incentivos como la exoneración de impuestos a los establecimientos de esta rama, lo que sin duda brinda mayores oportunidades para su desarrollo.

Por otro lado, la propuesta para la prestación de servicios de eventos se desarrolla en un área natural, así que referimos también algunos artículos de la ley de gestión ambiental.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de

desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 3.- El proceso de Gestión Ambiental se orientará según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.

Art. 19.- Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

Art. 27.- La Contraloría General del Estado vigilará el cumplimiento de los sistemas de control aplicados a través de los reglamentos, métodos e instructivos impartidos por las distintas instituciones del Estado, para hacer efectiva la auditoría ambiental. De existir indicios de responsabilidad se procederá de acuerdo a la ley.(www.ambiente.gob.ec)

En la actualidad, con el creciente problema de la contaminación, es imprescindible que toda actividad comercial preste especial atención al aspecto ambiental, y el turismo no es la excepción. Para la ejecución de cualquier proyecto es necesario buscar las mejores alternativas para evitar cualquier posible impacto que se genere en la naturaleza. El turismo puede constituir una gran herramienta para fomentar la educación ambiental en la sociedad, generando al mismo tiempo rentabilidad para el empresario. La ley de gestión ambiental regula las actividades y sus posibles impactos en el medio ambiente para garantizar la conservación de los recursos naturales.

3.1.2.2.2 ENTORNO ECONOMICO

Producto Interno Bruto

El PIB son las siglas de Producto Interno Bruto que es “el valor de todos los bienes y servicios producidos en un país durante algún periodo de tiempo, por lo general un año” (www.banrepcultural.org); es decir, es la ganancia bruta que le queda al país luego de haber vendido sus bienes y servicios.

“Producto se refiere a valor agregado”(www.ecolink.com.ar), es decir al valor adicional que los bienes y servicios adquieren luego de ser transformados en el proceso de producción. “Interno se refiere a que es la producción de las fronteras de una economía”. (www.ecolink.com.ar). Esto es que dentro de un determinado país, en nuestro caso Ecuador, se realizan producciones en base a su economía. “Bruto se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital”. (www.ecolink.com.ar)

En el cuadro que se presentará a continuación extraído de la biblioteca digital del Banco Central del Ecuador podemos encontrar dos tipos de PIB, el nominal y el real. El primero que está expresado como “Miles de Dólares” son los valores constantes que es el resultado del PIB más el precio del producto o servicio. El PIB real que está tiene como título “Miles de dólares 2000” son los datos reales referentes al año 2000, estos valores se obtienen de la división entre el PIB nominal para el precio, en otras palabras, es la utilidad líquida percibida durante todo el año por las industrias. En el Ecuador, el total de PIB generado en el año de 1995 fue de \$15'295.753, mientras que el total que se produjo en el año del 2009 fue de \$24'119.453.

4.3.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA (1)

Período / Industrias	PIB	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	Pesca	Explotación de minas y canteras	Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	Fabricación de productos de la refinación de petróleo	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio al por mayor y al por menor	Transporte y almacenamiento	Intermediación financiera	Otros Servicios (2)	Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (3)	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	Hogares privados con servicio doméstico	Otros elementos del PIB
MILES DE DÓLARES																
1995	20.287.670	2.596.749	776.573	1.338.305	2.828.534	575.518	145.829	689.805	2.643.998	1.644.662	799.071	4.486.755	-741.422	1.185.418	74.127	1.243.748
1996	21.482.778	2.605.576	716.287	1.554.743	3.027.667	755.824	150.932	902.694	2.819.210	1.553.378	863.495	4.877.776	-863.560	1.277.390	70.745	1.170.621
1997	23.714.844	2.802.286	935.506	1.359.534	3.078.206	660.601	293.090	1.028.978	3.183.802	1.725.790	857.474	5.587.228	-887.805	1.451.971	73.527	1.564.656
1998	23.290.039	2.306.504	901.715	694.114	2.910.600	703.991	323.643	1.271.272	3.367.284	1.941.468	724.051	5.497.249	-753.543	1.523.909	72.262	1.805.520
1999	16.895.718	1.653.139	300.043	1.515.433	2.357.516	556.397	230.704	893.529	2.403.373	1.556.087	245.458	3.369.932	-357.857	1.165.312	46.998	959.654
2000	16.282.908	1.465.783	214.825	2.140.775	2.169.792	748.050	169.030	1.126.869	2.515.098	1.412.994	301.489	2.421.339	-384.897	834.773	28.453	1.118.535
2001	21.270.800	1.698.934	199.762	1.688.169	2.483.706	667.383	389.702	1.662.436	3.363.168	2.128.921	431.084	4.199.189	-443.217	1.035.462	37.440	1.728.661
2002	24.717.858	1.836.346	216.764	1.871.074	2.593.049	738.627	614.139	2.029.857	3.594.512	2.166.574	520.360	5.770.187	-680.992	1.315.442	42.920	2.088.999
2003	28.409.459	1.986.104	243.210	2.410.709	2.734.904	942.213	661.487	2.136.745	3.797.283	2.512.658	574.077	7.418.645	-705.877	1.624.015	48.386	2.024.900
2004	32.645.622	1.989.038	247.103	3.877.810	2.881.168	1.038.823	578.502	2.680.057	4.011.087	2.639.003	669.603	8.835.647	-705.136	1.769.323	50.181	2.083.413
2005 (sd)	36.942.384	2.153.881	319.496	5.388.669	3.295.962	791.264	541.106	3.099.723	4.418.446	2.861.705	895.357	10.118.180	-783.616	1.945.857	48.163	1.848.191
2006 (sd)	41.705.009	2.415.554	382.160	6.990.908	3.697.641	738.398	538.496	3.822.000	4.829.319	3.039.363	1.086.617	11.186.777	-1.005.368	2.147.631	53.680	1.781.833
2007 (p)	45.503.563	2.664.854	374.957	7.556.541	4.081.430	1.132.676	610.907	4.162.006	5.333.046	3.106.832	1.121.868	12.232.997	-1.147.967	2.396.406	60.804	1.816.206
2008 (p*)	54.208.523	3.076.415	401.748	9.979.828	5.003.983	1.262.424	666.947	5.344.205	6.359.470	3.306.757	1.290.493	13.827.882	-1.316.707	2.773.194	61.119	2.170.765
2009 (p*)	52.021.862	3.166.718	358.055	6.254.229	4.792.863	1.157.705	547.495	5.498.198	5.925.287	3.456.176	1.361.883	14.684.918	-1.381.844	3.002.658	65.085	3.132.436
MILES DE DÓLARES DE 2000																
1995	15.295.753	1.108.771	243.543	2.304.835	2.102.409	593.260	103.350	1.222.076	2.474.804	1166216	619.323	2.052.093	-567.888	748.905	24.548	1.099.508
1996	15.719.595	1.200.568	254.991	2.087.295	2.208.291	813.372	115.635	1.237.722	2.588.923	1181009	688.514	2.144.778	-673.068	741.978	24.984	1.104.603
1997	16.232.927	1.309.328	292.153	2.209.466	2.329.887	483.647	123.526	1.271.000	2.712.205	1268579	673.637	2.249.493	-669.673	762.729	26.072	1.190.878
1998	16.514.237	1.243.657	310.059	1.987.058	2.457.968	549.150	134.017	1.268.418	2.735.247	1321540	559.892	2.412.362	-567.456	808.823	26.863	1.266.639
1999	15.633.355	1.405.424	289.341	2.202.224	2.329.289	382.894	164.820	952.443	2.421.813	1321032	294.980	2.335.633	-380.130	763.795	27.785	1.122.012
2000	16.282.908	1.465.783	214.825	2.140.775	2.169.792	748.050	169.030	1.126.869	2.515.098	1412994	301.489	2.421.339	-384.897	834.773	28.453	1.118.535
2001	17.057.245	1.523.636	230.632	2.211.655	2.275.827	564.227	169.984	1.348.759	2.678.521	1419827	281.256	2.521.331	-321.871	843.948	29.250	1.280.263
2002	17.641.924	1.619.503	229.262	2.109.716	2.333.399	496.705	183.990	1.618.939	2.731.191	1421028	289.489	2.627.250	-439.646	863.758	29.864	1.527.476
2003	18.219.436	1.689.958	261.909	2.305.265	2.440.425	408.818	186.200	1.608.353	2.816.243	1447032	290.738	2.737.041	-422.306	889.015	31.193	1.529.552
2004	19.827.114	1.726.414	263.326	3.169.170	2.519.338	475.263	169.917	1.673.003	2.933.814	1477039	309.565	2.899.824	-410.612	916.227	32.350	1.672.476
2005 (sd)	20.965.934	1.814.314	330.598	3.224.234	2.752.169	447.512	172.197	1.795.966	3.104.184	1510995	366.299	3.172.017	-446.839	933.259	30.894	1.758.135
2006 (sd)	21.962.131	1.877.165	377.318	3.339.101	2.946.239	446.154	172.993	1.863.590	3.260.984	1590241	441.668	3.354.834	-554.967	959.696	31.882	1.855.233
2007 (p)	22.409.653	1.959.415	386.464	3.061.742	3.090.781	430.782	199.792	1.865.553	3.365.406	1639215	477.125	3.555.406	-619.556	1.016.225	31.908	1.949.395
2008 (p*)	24.032.490	2.061.756	411.616	3.061.727	3.341.096	464.617	240.196	2.123.902	3.586.582	1728525	530.785	3.808.933	-696.879	1.164.990	30.165	2.174.479
2009 (p*)	24.119.453	2.076.144	433.814	2.961.408	3.290.210	478.874	211.002	2.238.028	3.503.293	1792316	539.694	3.873.949	-719.179	1.227.908	30.313	2.181.679

(sd) semidefinitivo

(p) provisional

(p*) provisional; calculado a través de sumatoria de Cuentas Nacionales Trimestrales

(1) A partir de la Publicación No.23 de Cuentas Nacionales, los cálculos incorporan el nuevo tratamiento metodológico de las actividades económicas de Extracción de Petróleo Crudo y Refinados de Petróleo. Para mayor información sobre la metodología aplicada, acceder al link: http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Tratamiento_Petroleo.pdf

(2) Incluye: Hoteles, bares y restaurantes; Comunicaciones; Alquiler de vivienda; Servicios a las empresas y a los hogares; Educación; y, Salud.

(3) En el caso de los Valores Agregados negativos, en la tasa de variación anual se cambia de signo, puesto que mientras más alto es el valor (negativo), señala decrecimiento.

FUENTE: Banco Central del Ecuador

Tabla 3.1 PIB

Este incremento del PIB beneficia a la Hacienda “El Gullán” ya que podemos notar que se ha logrado vender mayor cantidad de bienes y servicios mejorando el capital del país, por ende los servicios que nosotras pretendemos ofrecer podrían tener una favorable acogida en el mercado.

Tasa de interés

Basándonos en la página web definicion.de podemos decir que el interés es el costo que se paga por un crédito, o también se lo puede denominar como la ganancia de algo. La tasa de interés es el porcentaje al que se invierte una cantidad de dinero en un tiempo determinado. Por ejemplo, cuando una entidad financiera como un banco nos hace un préstamo de \$1000 para 5 meses, nosotros debemos acabar de pagar ese préstamo en el tiempo determinado de 5 meses, para lo cual deberíamos pagar \$200 mensuales más un porcentaje que el banco establece como ganancia por el préstamo. Si ese porcentaje del banco es de un 10% entonces debemos pagar \$220 mensuales; esta diferencia de \$20 es el interés, y el 10% es la tasa de interés de aquel banco.

Existen muchas clasificaciones de la tasa de interés, pero a nosotras nos interesa conocer lo que es la activa y pasiva. Se conoce como tasa de interés pasiva al pequeño porcentaje que el banco paga a sus clientes cuando tienen su dinero depositado en la entidad, y la activa encambio se refiere al interés que el cliente paga a la institución financiera cuando este solicita un préstamo. La tasa de interés activa siempre va a ser más alta que la pasiva y esta diferencia vendría a ser la ganancia que percibe el banco.

En el Ecuador, la tasa de interés tiene una vigencia semanal; las publicaciones se realizan a través del periódico o del internet la semana anterior a la de su vigencia. En el

siguiente cuadro extraído de los datos del Banco Central del Ecuador, podemos observar que la tasa de interés activa de enero del 2009 es de 9.13%, la misma que va variando mensualmente hasta que en septiembre de este año ha disminuido a un 9.04%

1.10.1 TASAS DE INTERES REFERENCIALES VIGENTES

Vigencia			Básica (1)	Pasiva (2)(*)	Activa (3)(*)	Legal (4)	Máxima Convencional (5)
2009	Enero	29 dic al 4 ene	5.10	5.10	9.16	9.16	9.33
		05 al 11	5.10				
		12 al 18	0.20				
		19 al 25	0.20				
	Febrero	26 ene al 1 feb	0.20	5.19	9.21	9.21	9.33
		2 al 8	0.20				
		9 al 15	0.20				
		16 al 22	0.20				
	Marzo	23 feb al 1 mar	0.20	5.31	9.24	9.24	9.33
		2 al 8	0.20				
		9 al 15	0.20				
		16 al 22	0.20				
	Abril	30 mar al 5 abr	0.20	5.35	9.24	9.24	9.33
		06 al 12	0.20				
		13 al 19	0.20				
		20 al 26	0.20				
	Mayo	27 Abr al 03 May	0.20	5.42	9.26	9.26	9.33
		04 al 10	0.20				
		11 al 17	0.20				
		18 al 24	0.20				
	Junio	25 al 31	0.20				
		01 al 07	0.20	5.63	9.24	9.24	9.33
		08 al 14	0.20				
		15 al 21	0.20				
		22 al 28	0.20				
	Julio	29 jun al 5 jul	0.20	5.59	9.22	9.22	9.33
		06 al 12	0.20				
		13 al 19	0.20				
		20 al 26	0.20				
	Agosto	27 Jul al 02 Ago	0.20	5.56	9.15	9.15	9.33
		03 al 09	0.20				
		10 al 16	0.20				
		17 al 23	0.20				
	Septiembre	24 al 30	0.20				
		31 Ago al 06 Sep	0.20	5.57	9.15	9.15	9.33
		07 al 13	0.20				
		14 al 20	0.20				
		21 al 27	0.20				
	Octubre	28 Sep al 04 Oct	0.20	5.44	9.19	9.19	9.33
		05 al 11	0.20				
		12 al 18	0.20				
		19 al 25	0.20				
	Noviembre	26 Oct al 01 Nov	0.20	5.44	9.19	9.19	9.33
		02 al 08	0.20				
		09 al 15	0.20				
		16 al 22	0.20				
	Diciembre	23 al 29	0.20				
		30 Nov al 06 Dic	0.20	5.24	9.19	9.19	9.33
		07 al 13	0.20				
		14 al 20	0.20				
		21 al 27	0.20				
2010	Enero	28 Dic al 03 Ene	0.20	5.24	9.13	9.13	9.33
		04 al 10	0.20				
		11 al 17	0.20				
		18 al 24	0.20				
	Febrero	25 al 31	0.20				
		01 al 07	0.20	5.16	9.10	9.10	9.33
		08 al 14	0.20				
		15 al 21	0.20				
		22 al 28	0.20				
	Marzo	01 al 07	0.20	4.87	9.21	9.21	9.33
		08 al 14	0.20				
		15 al 21	0.20				
		22 al 28	0.20				
	Abril	29 Mar al 04 Abr	0.20	4.86	9.12	9.12	9.33
		05 al 11	0.20				
		12 al 18	0.20				
		19 al 25	0.20				
	Mayo	26 Abr al 02 May	0.20	4.57	9.11	9.11	9.33
		03 al 09	0.20				
		10 al 16	0.20				
		17 al 23	0.20				
	Junio	24 al 30	0.20				
		31 May al 06 Jun	0.20	4.40	9.02	9.02	9.33
		07 al 13	0.20				
		14 al 20	0.20				
		21 al 27	0.20				
	Julio	28 Jun al 04 Jul	0.20	4.39	8.99	8.99	9.33
		05 al 11	0.20				
		12 al 18	0.20				
		19 al 25	0.20				
	Agosto	26 jul al 01 Ago	0.20	4.25	9.04	9.04	9.33
		02 al 08	0.20				
		09 al 15	0.20				
		16 al 22	0.20				
	Septiembre	23 al 29	0.20				
		30 Ago al 5 Sep	0.20	4.25	9.04	9.04	9.33

(1) La Tasa Básica tendrá vigencia semanal, y se calculará y publicará la semana anterior a la de su vigencia. Es el rendimiento promedio ponderado nominal de los títulos de plazo inferior a un año, emitidos y colocados por el Banco Central del Ecuador en las 4 semanas anteriores a la semana de publicación. En caso de no realizarse ninguna colocación en las 4 semanas anteriores a la semana de cálculo y publicación, la tasa basica del Banco Central del Ecuador corresponderá al rendimiento promedio ponderado nominal de los títulos a plazo inferior a un año, emitidos y colocados por el Banco Central del Ecuador en la última semana en donde se registren colocaciones de estos títulos valores. (según Regulación 175-2009 del 07 de enero de 2009).

(2) Corresponde al promedio ponderado por monto, de las tasas de interés efectivas pasivas remitidas por las instituciones financieras al Banco Central del Ecuador, para todos los rangos de plazos.

(3) Corresponde a la tasa de interés activa efectiva referencial para el segmento comercial corporativo

(4) Corresponde a la tasa menor entre la tasa de interés activa efectiva referencial para el segmento comercial corporativo y la tasa de interés activa efectiva máxima del segmento comercial corporativo.

(5) Será igual a la tasa activa efectiva máxima del segmento comercial corporativo.

(*) La base de cálculo corresponderá a las tasas de interés efectivas convenidas en las operaciones realizadas en las cuatro semanas precedentes a la última semana completa de cada mes, promedio que será ponderado por monto en dólares de los Estados Unidos de América.

(**) En los meses de agosto y septiembre no se publicó la tasa máxima convecional, debido al período de transición hacia el nuevo esquema de tasas de interés, expedido en la Ley del Costo Máximo Efectivo del Crédito, en Julio de 2007.

Fuente: Instituciones Financieras Privadas

Tabla 3.2 Tasa de interés

Costo de oportunidad

La página web www.gerencie.com nos da una clara explicación de lo que es el costo de oportunidad, primero debemos estar conscientes de que en toda decisión que se tome hay una renunciación implícita a la utilidad o beneficios que se hubieran podido obtener si se hubiera tomado cualquier otra decisión. Para cada situación siempre hay más de una forma de abordarla, y cada forma ofrece una utilidad mayor o menor que las otras; por consiguiente, siempre que se tome una decisión, se habrá renunciado a las oportunidades y posibilidades que ofrecían las otras, ya sean mejores o peores.

El costo de oportunidad no solo está presente en el momento de decidirse por algo, sino en sus consecuencias a largo plazo. Este costo de cualquier decisión no es el mismo hoy que mañana, pues las condiciones pueden cambiar en el futuro; por ello, se requiere un estudio y análisis de las variables que afectan una u otra opción para poder anticipar el comportamiento futuro de cada una de las opciones elegidas, y así poder hacer una evaluación para determinar con exactitud el comportamiento del costo de oportunidad en el mediano y largo plazo.

La situación actual de la hacienda nos permite identificar otras opciones de desarrollo. Entre ellas mencionamos la oportunidad de utilizar varias hectáreas del terreno para producción agrícola y ganadera. Al inicio de esta actividad es muy probable que el beneficio económico sea mucho mayor que el que puede generar la organización de eventos; sin embargo, las consecuencias a largo plazo, como la erosión del suelo, hacen que el costo de oportunidad que genera la actividad agrícola-ganadera sea inferior a la que puede producir nuestra propuesta.

Inflación

Si restamos el PIB nominal menos el PIB real podemos obtener la inflación. Para tener una mejor idea de su significado hemos extraído el siguiente concepto:

Se entiende por inflación el incremento en el nivel general de precios, o sea que la mayoría de los precios de los bienes y servicios disponibles en la economía empiezan a crecer en forma simultánea. La inflación implica por ende una pérdida en el poder de compra del dinero, es decir, las personas cada vez podrían comprar menos con sus ingresos, ya que en períodos de inflación los precios de los bienes y servicios crecen a una tasa superior a la de los salarios.

Por lo general se distingue entre un aumento "ocasional" del nivel general de precios y el aumento sostenido de los precios. La primera es llamada por algunos economistas como la definición débil de inflación, por no requerir que el aumento de los precios sea permanente (www.elprisma.com)

El análisis de este factor es esencial dentro de nuestra propuesta puesto que influirá en el momento de definir los precios de los servicios ofrecidos. Durante un periodo inflacionario la situación económica de los consumidores se ve seriamente afectada, obligándolos a satisfacer las principales necesidades para su supervivencia, limitando de esta forma el acceso a actividades que estén fuera de este criterio. Asimismo, los costos de producción aumentan mientras la rentabilidad se reduce.

3.1.2.2.3 ENTORNO SOCIO-CULTURAL

En vista de que las empresas se desenvuelven dentro de una sociedad debemos tener cuidado al momento de tomar decisiones para no afectar a las creencias, valores y costumbres de personas, grupos o sociedades.

El profesor Lauro Soto nos explica que “El ambiente social se compone de actitudes, formas de ser, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbres de las personas de un grupo o sociedad determinados” (www.mitecnologico.com). De igual manera, nos habla de una responsabilidad social que todas las empresas deben tener; eso quiere decir que siempre se deben considerar las repercusiones de sus acciones sobre la sociedad.

El proyecto que pretendemos llevar a cabo en la Hacienda “El Gullán” tendría un impacto positivo en la sociedad en general, y sobretodo en la población de La Paz. En los últimos años, la población mundial está tomando mayor conciencia acerca de los problemas ambientales generados por el calentamiento global. Por esta razón, una de las bases de nuestro proyecto es la preservación del ambiente por medio de la educación ambiental a través de la guianza en los senderos, el reciclaje de desechos, el contacto directo con la naturaleza, etc.

El impacto que tendría en la comunidad de la Paz sería positivo debido a que gracias al incremento de la afluencia turística en el sector, la economía de sus pequeños negocios mejoraría; de igual manera, para el servicio de alimentación podríamos adquirir algunos productos de la comunidad, colaborando con la fomentación de su actividad agrícola.

3.1.2.2.4 ENTORNO AMBIENTAL

Según un artículo que encontramos en la página web www.desarrollodeweb.com.ar nos dice que para poder conocer el entorno ambiental es necesario tener en cuenta factores como la escasez de materias primas, el incremento de costes de energía y de los niveles de contaminación, y la intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales.

En el caso de la hacienda, no requerimos materias primas porque no es un factor que puede afectar el desarrollo de la actividad. Sin embargo, el incremento del costo de energía sí lo afecta debido al uso frecuente de aparatos electrónicos, parte importante de la propuesta. En lo referente a los niveles de contaminación, hasta el momento no representa un factor de riesgo puesto que no existen niveles altos de polución en el sector de tipo ambiental, ni visual ni auditiva. En cuanto a la intervención gubernamental en la administración de los recursos, es poco probable que se dé dicha intervención ya que el territorio de la hacienda es propiedad privada y su administración compete únicamente a la Universidad del Azuay como propietario de la hacienda.

Nuestra propuesta involucra también la educación ambiental durante el desarrollo de las actividades de esparcimiento, tales como senderismo o actividades al aire libre; planeamos implementar el reciclaje como característica fundamental en cualquier actividad realizada en la hacienda, apuntando hacia la conservación del medio ambiente.

3.1.2.2.5 ENTORNO TECNOLÓGICO

Se refiere al uso de la tecnología dentro de una empresa. Se entiende como tecnología a:

La suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo, su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios. La repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, nuevas máquinas, nuevas herramientas, nuevos materiales y nuevos servicios. Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. (www.mitecnologico.com)

En el caso de Ecuador la tecnología no es uno de sus potenciales debido a que es un país subdesarrollado, a diferencia de los grandes países desarrollados como el caso de Japón que utiliza la mejor tecnología en sus actividades, por ejemplo el uso de robots que reemplazan a los humanos.

Aunque los países tercermundistas no cuenten con la tecnología de punta aún conservan en mejor estado la naturaleza que los del primer mundo debido a que la tecnología perjudica al ambiente con la contaminación del agua y del aire. Es importante tomar en cuenta que la tecnología es un progreso decadente ya que en la mayoría de los casos no se la puede considerar sostenible, por eso debemos realizar un enfoque equilibrado para aprovecharla tratando de disminuir los impactos negativos que ésta pueda ocasionar. Hay un refrán que utilizan algunas personas que dice: “Si la tecnología nos llevó a la destrucción de la naturaleza, es ella misma la que nos puede salvar”; y es por eso que a partir de las consecuencias que estamos sufriendo por el calentamiento global ahora la tecnología se está aplicando a favor del ambiente, como por ejemplo los coches ecológicos.

En la Hacienda “El Gullán” pretendemos utilizar equipos tecnológicos básicos como por ejemplo proyector, computadora, internet, teléfono, electrodomésticos, etc., ya que nuestra principal preocupación es la conservación de los recursos naturales; es decir, pretendemos que se realicen eventos académicos causando el menor impacto posible sobre la naturaleza.

3.1.3 ANÁLISIS DE LOS POTENCIALES DE LA HACIENDA:

La Hacienda “El Gullán” posee una gran extensión de terreno de 136 has., en donde podemos encontrar gran diversidad de ecosistemas y recursos naturales, tales como tres senderos establecidos, un vivero, cuatro reservorios de agua, un huerto, variedad de flora y fauna, entre otros. Posee también una casa hacienda, un salón para conferencias, un cuyero, un gallinero, dos zonas de camping con espacios establecidos para fogatas y baño ecológico.

En cuanto a los recursos naturales que ostenta la hacienda detallamos los siguientes:

- Varios tipos de ecosistemas entre los cuáles tenemos: ecosistema de bosque de pinos en la parte alta de la hacienda, ecosistema de chaparro en la parte media, y en la parte baja tenemos un ecosistema abrigado donde la vegetación es más desarrollada. Sin embargo, en términos generales se podría decir que la Hacienda “El Gullán” pertenece a un ecosistema de páramo.
- Gran variedad de flora como el gullán (pasiflora cumbalinesis), orejas de conejo, orquídeas, paja de cerro, flor de cristo, flor de quinde, gañal, guabisay, iguila, joyapa, late late, laurel de Cerro, llashipa, mortño, musgo, ojo negro, pino, piña de monte, piñán, pumamaqui, romerillo, sacha capulí, sarar, sigsal, tucshi,

zapatillas de la virgen, zarcillo, epifitas, espuela de gallo, guagual, ruda, san pedro, tunas, bosque de espinas, etc.

- Variedad de fauna como por ejemplo el pájaro azul, perdices, chugos, mirlos, gavilanes, cóndores, gorriones, jilgueros, conejos, raposos, pájaros carpinteros, culebras, etc. Se puede encontrar aproximadamente 15 familias de aves.
- Cuatro reservorios de agua, tres de los cuales son propios y el cuarto es compartido con la Hacienda del Sr. Juan Eljuri.
- Un bosque de pinos junto a un reservorio, que hacen del paisaje una experiencia relajante e inolvidable.
- Una caída de agua con sus propios arroyos. Un sendero nos dirige hasta una de ellas, donde, si el clima es favorable, los visitantes pueden tomar un refrescante baño.
- Dos pequeñas quebradas cuyo cauce se puede apreciar en la época de invierno, como la quebrada de Santa Rosa.
- Tres senderos perfectamente establecidos:

Primer sendero: rodea la casa hacienda; podemos observar un bosque de pinos y un reservorio.

Segundo sendero: nos lleva hasta un bosque de pinos donde la belleza escénica es impresionante. En el camino encontramos tres reservorios.

Tercer sendero: baja hasta la cascada. Durante el recorrido del sendero pasamos por un sitio en el que se pueden observar aves, un mirador de donde se puede apreciar dos caídas de agua y las montañas de alrededor, además podemos

encontrar varios tipos de vegetación como el gullán y las orquídeas, entre muchos otros.

En el siguiente gráfico podemos observar los tres senderos con sus respectivas coordenadas:

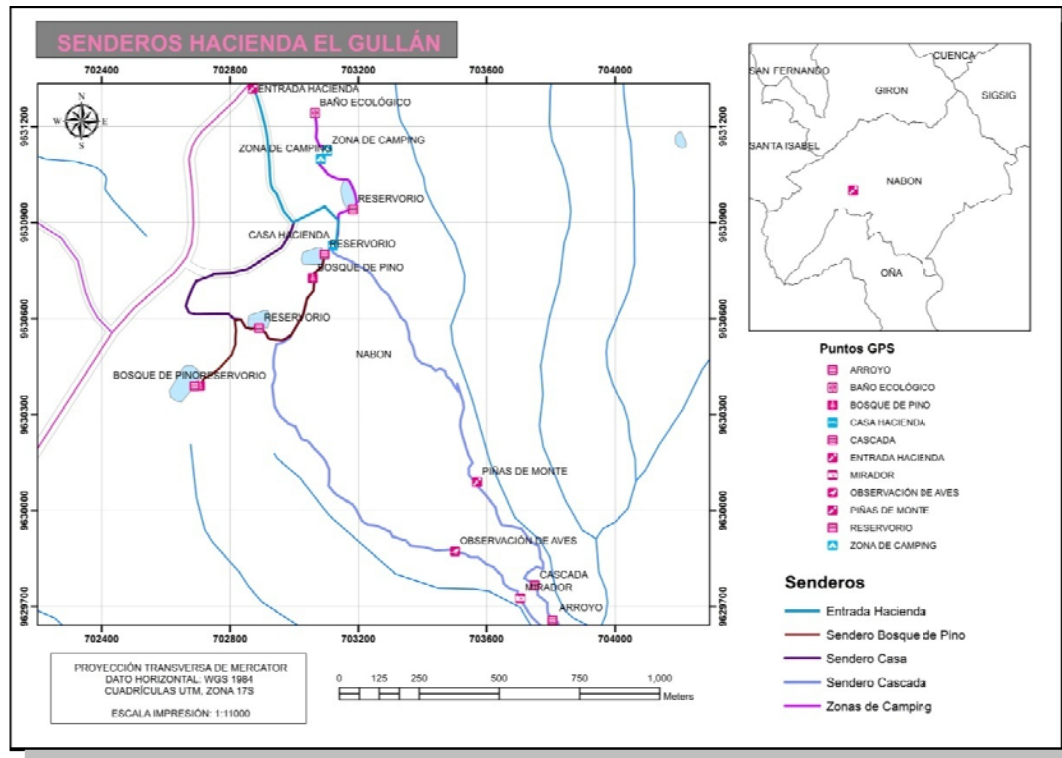


Gráfico 3.4 Senderos

En el gráfico observamos la entrada a la Hacienda en un tono celeste desde la Panamericana Sur, que está marcada de color rosado. Además observamos los tres senderos marcados con sus respectivos puntos de interés. El primer sendero, que rodea a la casa está marcado con una línea de color morado en el que se encuentran ubicados dos reservorios de agua. El segundo sendero, que está marcado de color café, nos lleva hasta un bosque de pinos y es posible distinguir tres reservorios de agua. El tercer sendero es

de color azul y se observan varios puntos de interés como por ejemplo el de observación de aves, el mirador, el arroyo, la cascada y piñas del monte. En el gráfico también se distingue en azul claro la hidrografía más relevante de las cercanías.

CONCLUSIÓN

La situación actual de la hacienda requiere que se tomen en cuenta algunos cambios que se deben realizar en la infraestructura, puesto que el espacio nos permite que podamos captar una mayor cantidad de demanda, además los hermosos atractivos naturales que posee la hacienda conseguirían llamar la atención del público para lograr su interés en nuestro servicio. Con respecto al entorno, debe ser analizado permanentemente ya que varía mucho de acuerdo a las condiciones actuales del país.

4. CAPITULO CUATRO

4.1. ANÁLISIS DE MERCADO

Para comprender de mejor manera lo que es el análisis de mercado, partamos del concepto de mercado que es “cualquier conjunto de mecanismos mediante los cuales los compradores y los vendedores de un bien entran en contacto para comerciarlo” (Fischer, Dornbusch y Schmalensee 53)

Para conseguir el óptimo funcionamiento de cualquier empresa es importante realizar un análisis de mercado; es decir, investigar en forma separada las características de los compradores y la oferta que tienen los vendedores. Para esto es fundamental conocer en primer lugar en que tipo de mercado estamos proyectándonos. Según María Elena Gonzáles, en su artículo publicado en la página web www.gestiopolis.com nos dice que existen varios tipos de mercado, entre los principales tenemos a los de consumo, los industriales y los de servicio.

Los mercados de consumo son aquellos donde se comercializan productos, los mismos que son para consumo familiar o individual.

Los mercados industriales son donde se pueden encontrar productos o servicios destinados a las personas jurídicas, es decir para las empresa, compañías y organizaciones.

Nuestro proyecto está dentro del Mercado de Servicio; ya que como su nombre mismo lo dice, nosotras pretendemos ofrecer servicios de eventos académicos para las autoridades, profesores y estudiantes de la Universidad del Azuay. Los servicios son de naturaleza intangible ya que satisfacen los deseos y necesidades de los clientes y que no necesariamente significan la venta de un producto.

Una vez que tengamos determinado el tipo de Mercado, también es importante estudiarlo al posible consumidor; conocer cuales son sus necesidades, deseos, recursos económicos, etc., con la finalidad de poder satisfacer a la mayor medida posible todas las necesidades que estos posean, esto se lo conoce con el nombre de demanda. De igual manera, tenemos que analizar los servicios que vamos a ofrecer y las empresas prestadoras de servicios; esto es la oferta.

4.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANADA

En primer lugar, es importante partir del concepto de demanda para poder realizar su análisis. Entendemos como demanda a “la relación que muestra las distintas cantidades de productos o mercancías que los compradores estarían dispuestos y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un cierto periodo de tiempo, suponiendo que todas las demás mercancías permanecen constantes.” (Spencer 31)

Es decir, la demanda es la cantidad de productos o servicios que el cliente está dispuesto a obtener mediante el pago de dicho servicio o bien; o como se explica en la página web www.promonegocios.net significa tanto el deseo de comprar como la capacidad de pagar. Estos dos elementos afectan la demanda del producto, o en nuestro caso del servicio.

Es importante analizar al posible cliente en cuanto sus necesidades, recursos económicos, intereses, etc., por lo que siempre debemos recordar que debemos vender lo que el cliente necesita y no lo que la empresa pueda ofrecer.

Ley de la demanda

La demanda es inversamente proporcional al precio del producto o servicio. Es decir, si los precios son bajos los clientes desean adquirir mayor cantidad de ese bien o servicio; y si los precios son altos los compradores desearán menos unidades de aquel bien o servicio.

Para dejar más claro, lo que es la ley de la demanda, hemos extraído el siguiente concepto: “La cantidad requerida de un artículo varía inversamente a su precio, suponiendo que todas las demás cosas que pueden afectar a la demanda permanecen constantes. Las más importantes entre éstas son los ingresos del comprador y los precios de las mercancías afines.” (33)

Ejemplo:

Supongamos que por un día de conferencia en la Hacienda “El Gullán” se cobre \$50 incluido transporte y alimentación y que 15 alumnos de la Escuela de Turismo se inscribirían para recibir dicha conferencia. Si el precio fuera de \$40, probablemente 27 alumnos asistirían debido a que el precio es más accesible. Si costara \$30 entonces unos 49 alumnos tendrían la capacidad económica para asistir. Si cobráramos \$20, siquiera un mínimo de 70 alumnos estaría interesado, debido a que el precio está al alcance de todos. En este caso, la curva de la demanda sería la siguiente:

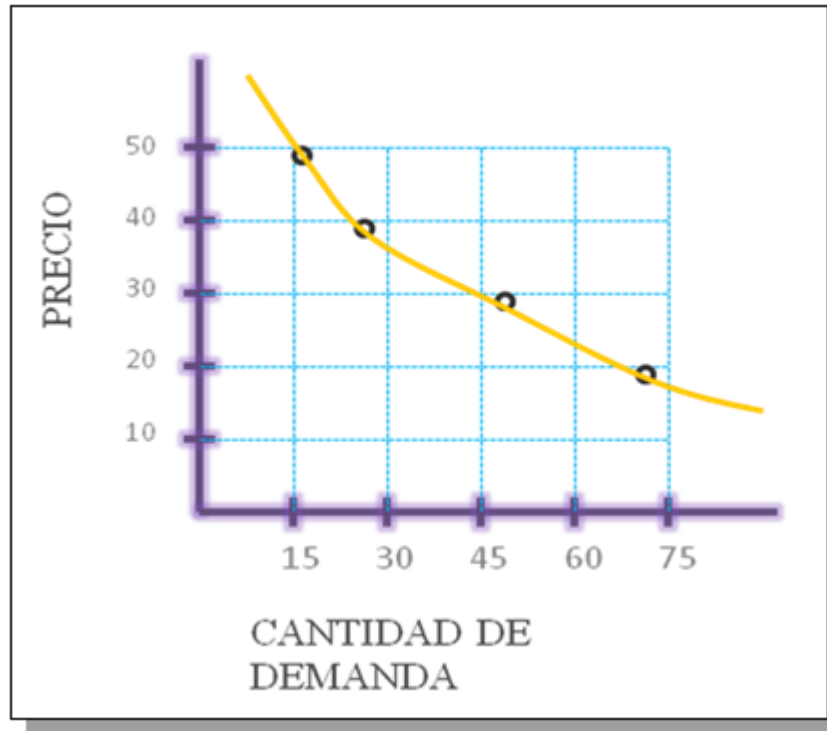


Gráfico 4.1 Ley de la demanda

En el gráfico podemos observar que conforme suban los precios del evento, menos cantidad de gente podrá asistir.

4.1.1.1. DEMANDA TOTAL

Demanda total hace referencia a todas las personas que estén en capacidad de adquirir un bien o servicio. Aquí no nos detenemos a analizar si los compradores necesitan o desean adquirir dicho servicio, sino nos enfocamos en todos los que puedan acceder a su compra.

En nuestra propuesta, debido a que estamos proyectadas hacia un mercado local, la demanda total sería toda la población económicamente activa de la ciudad de Cuenca.

Población económicamente activa de la ciudad de Cuenca:

TOTAL: 165031

Hombres: 100378

Mujeres: 64653

(Datos obtenidos del INEC del censo del 2000)

4.1.1.2. DEMANDA OBJETIVA:

Los clientes que conforman la demanda objetiva son aquellos que están dispuestas a adquirir un bien o servicio.

La segmentación de nuestra demanda objetiva se basa en la ubicación geográfica, ya que nuestro trabajo está dirigido al personal docente y estudiantes de la Universidad del Azuay; por lo que nuestra localización se centra únicamente en el espacio universitario.

A partir de esta segmentación, podemos conocer ciertas características de nuestros clientes objetivo, como por ejemplo:

Personas de nivel económico medio: tienen la capacidad de pagar por un servicio que consideren de necesidad o interés.

Interesados en su desarrollo académico: en el ambiente de la Universidad están las personas que buscan superarse profesionalmente, por lo que cuentan con el interés de asistir a eventos académicos que les permitan formarse de mejor manera dentro de su área.

Preocupados por la conservación del ambiente: debido a los problemas del mundo como consecuencia del calentamiento global, las universidades están preocupadas por formar a sus estudiantes no solo académicamente, sino también de una manera más

humana haciendo que tomen conciencia acerca de la importancia de la conservación de naturaleza.

En la actualidad, los estudiantes matriculados en la Universidad del Azuay alcanzan un total de 5151; con proyecciones de crecer durante los semestres de septiembre a febrero, y de decrecer durante los periodos de marzo a julio como podemos observar en los siguientes datos:

Número de alumnos matriculados desde septiembre del 2007 hasta la actualidad

NRO ALUMNOS MATRICULADOS	PERIODO
4792	PERIODO SEP/2007 -ENE/2008
4360	PERIODO MAR/2008 JUL/2008
5048	PERIODO SEP/2008 - FEB/2009
4524	PERIODO MAR/2009-JUL/2009
5029	PERIODO SEP/2009 - FEB/2010
4588	PERIODO MARZO-JULIO 2010
4589	PERIODO SEP/2010 - FEB/2011

Durante los dos últimos años, el número de docentes que han laborado en esta institución ha sido de un: 583. En el semestre de septiembre 2010 – febrero 2011 el personal docente es de 429.

En la actualidad, el total de nuestra demanda objetiva es de 5580 personas, incluidos el personal docente y los estudiantes.

Datos obtenidos del centro de cómputo de la Universidad del Azuay.

4.1.1.2.1. ENCUESTAS

La técnica de investigación que vamos a utilizar para conocer de mejor manera las necesidades e intereses de nuestra demanda objetiva es la encuesta.

Los encuestados serán los estudiantes y docentes de la Universidad del Azuay y las encuestadoras seremos nosotras, como autoras del proyecto.

En la actualidad se encuentran matriculados 5151 estudiantes y son 429 docentes los que están laborando en la Universidad, por lo que la población total es de 5580 personas. Hemos decidido tomar el 4% de la población total, por lo que tenemos que realizar 223 encuestas, de las cuales hemos separado 200 para estudiantes y 23 para docentes.

A continuación presentamos el modelo de encuesta que realizamos a los docentes:

UNIVERSIDAD DEL AZUAY ESCUELA DE TURISMO

Nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración en la siguiente encuesta sobre eventos de tipo académico. Los datos recopilados serán empleados en un trabajo de tesis relacionado con la Hacienda El Gullán. Pedimos que en las respuestas escojan solamente una opción.

1. ¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su profesión?

Sí ☐

No ☐

2. En caso de que su respuesta anterior sea positiva, ¿a qué tipo de evento académico prefiere asistir?

Seminarios ☐

Talleres ☐

Conferencias ☐

3. ¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto directo con la naturaleza?

Sí ☐

No ☐

4. ¿Con qué frecuencia asiste a un evento académico?

Una vez cada tres meses ☐

Una vez cada seis meses ☐

Una vez cada nueve meses ☐

Una vez cada doce meses ☐

5. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que se incluyan en el evento?

Alimentación ☐

Hospedaje ☐

Actividades esparcimiento ☐

Transportación ☐

Todas las anteriores ☐

Ninguna de las anteriores ☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de su interés que incluya todos los servicios mencionados anteriormente?

\$20-\$30 ☐

\$30-\$40 ☐

\$40-\$50 ☐

7. ¿Qué elemento es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?

Infraestructura ☐

Servicios adicionales ☐

Precio ☐

Calidad de servicio ☐

Ubicación ☐

Ambiente ☐

8. ¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de eventos?

Un día ☐

Dos días ☐

Tres días ☐

Gracias por su colaboración.

A continuación presentamos el modelo de encuesta para estudiantes:

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ESCUELA DE TURISMO

Solicitamos su colaboración para completar esta encuesta sobre eventos de tipo académico, los mismos que incluyen conferencias, talleres y seminarios. Pedimos que en las respuestas escojan solamente una opción.

1. ¿Ha asistido alguna vez a un evento académico?

Sí ☐

No ☐

2. En caso de que su respuesta sea positiva, ¿a qué tipo de evento ha asistido con mayor frecuencia?

Seminarios ☐

Talleres ☐

Conferencias ☐

3. ¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su carrera universitaria?

Sí ☐

No ☐

4. ¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto directo con la naturaleza?

Sí ☐

No ☐

5. ¿Con qué frecuencia asiste a un evento académico?

Una vez cada tres meses ☐

Una vez cada seis meses ☐

Una vez cada nueve meses ☐

Una vez cada doce meses ☐

6. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que se incluyan en el evento?

Alimentación ☐

Hospedaje ☐

Actividades esparcimiento ☐

Transportación ☐

Todas las anteriores ☐

Ninguna de las anteriores ☐

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de su interés que incluya todos los servicios mencionados anteriormente?

\$20-\$30 ☐

\$30-\$40 ☐

\$40-\$50 ☐

8. ¿Qué elemento es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?

Infraestructura ☐

Servicios adicionales ☐

Precio ☐

Calidad de servicio ☐

Ubicación ☐

Ambiente ☐

9. ¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de eventos?

Un día ☐

Dos días ☐

Tres días ☐

4.1.2. ANALISIS DE LA OFERTA

En primera instancia hablaremos sobre el concepto, la ley y la curva de la oferta.

Según Spencer, “la oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serian capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.” (35)

La ley de la oferta está determinada por el productor. La cantidad ofertada de un producto varía dependiendo del precio; cuando éstos suben los oferentes se motivan a ofrecer mayor cantidad de productos, y viceversa. Retomando el ejemplo anterior, si el precio establecido para brindar el servicio de eventos en la hacienda El Gullán es de \$30 por un día este paquete incluirá solo la transportación; en cambio, si el precio se establece en \$40 el vendedor tiene la posibilidad de ofrecer el servicio de alimentación y el de transportación.

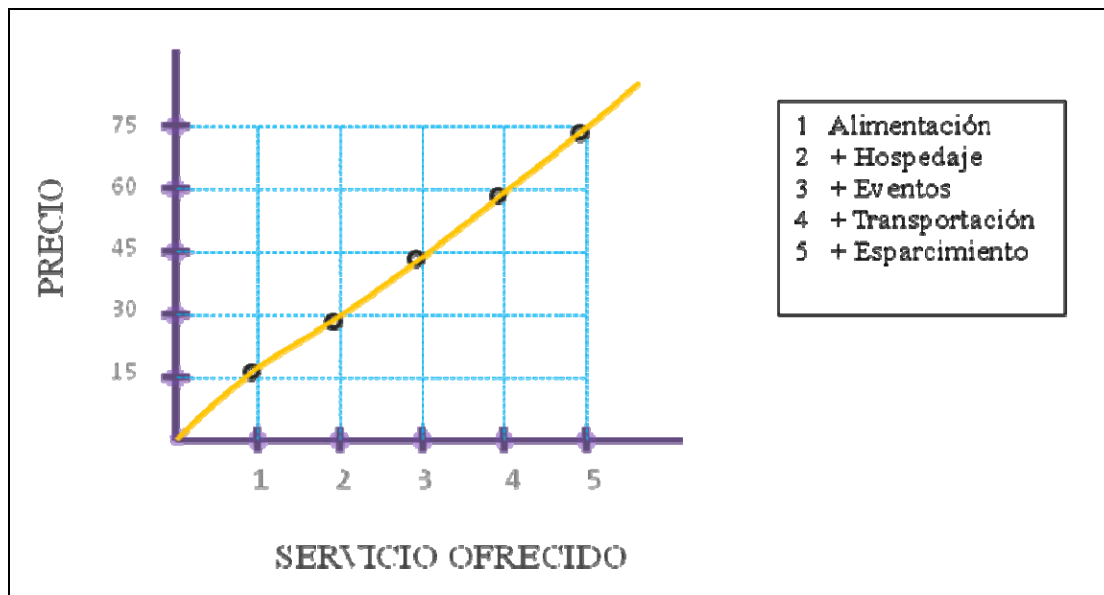


Gráfico 4.2 Ley de la oferta

La oferta está compuesta por productos o servicios. Según Philip Kotler y Gary Armstrong, un producto es todo lo que se pueda ofrecer en un mercado para ser adquirido, utilizado o consumido y que satisfaga una necesidad o un deseo. Los mismos autores definen al servicio como “una forma de producto consistente en actividades, prestaciones o satisfacciones ofrecidas para la venta, que son esencialmente intangibles y que no dan a lugar a la propiedad de nada” (Kotler y Armstrong 274) . Estos elementos conforman la oferta del mercado, aunque la tendencia en la actualidad es llegar a un nivel superior: crear y brindar experiencias, a más de productos y servicios.

El marketing de servicios distingue cuatro características que deben ser tomadas en cuenta para elaborar un plan de marketing: “intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad.” (300)

Según los autores mencionados anteriormente, los servicios al ser intangibles no se pueden sentir o probar antes de realizar la compra; por lo tanto, el proveedor del servicio debe hacer que el servicio sea tangible en una o varias formas, y demostrar su calidad.

La inseparabilidad del servicio hace referencia a la relación entre el proveedor y el servicio. Si este último es provisto por un empleado, entonces él se vuelve parte del servicio. La interacción entre el proveedor y el cliente también afecta al resultado del servicio.

La variabilidad se refiere a la calidad del servicio y depende de la persona, del lugar y la forma en que se lo provea. Un mismo empleado puede variar el servicio que brinda dependiendo de su energía y estado de ánimo.

La caducidad del servicio significa que éste no es algo que se pueda almacenar para su uso posterior. El servicio se da una sola vez y no se puede repetir, a menos que se pague

nuevamente por él. La caducidad del servicio no genera problemas para la empresa cuando existe una demanda estable; caso contrario, es necesario determinar estrategias que atraigan a la demanda en periodos bajos en ventas, como promociones, descuentos, etc.

4.1.2.1. ANÁLISIS DE EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS.

ENTREVISTAS

Hacienda San Juan Pamba



Fotografía 4.1 Hacienda San Juan Pamba

La Hacienda San Juan Pamba fue construida a mediados del siglo XIX y está ubicada en el valle del Río Paute. Desde entonces, esta hacienda es propiedad de la familia Borrero, una familia muy tradicional. Con una arquitectura colonial, esta hacienda tiene capacidad para hospedar 40 personas entre habitaciones dobles, una triple y una cuádruple. Todas éstas han sido conservadas con la decoración y estilo originales. Sin

embargo, este lugar de gran riqueza histórica, ya no funciona como hostería; únicamente se realizan eventos bajo contrato previo. La hacienda cuenta también con un salón de conferencias con capacidad para 100 personas.

Los eventos que maneja esta empresa son seminarios y talleres académicos, eventos sociales y de carácter espiritual, como el caso del Eneagrama que se realiza una vez por mes. También realizan eventos para grupos extranjeros, aunque con una frecuencia casi nula. La duración varía entre uno a tres días. El segmento de mercado que maneja es primordialmente local, aunque con menor frecuencia, nacional. Entre las facilidades que brinda la hacienda está el servicio de alimentación, hospedaje e implementación para eventos.

El principal competidor es la Hostería Uzhupud. En lo referente a los proveedores, no trabajan con empresas estables puesto a la escasa frecuencia con que se realizan, así que los productos se adquieren pocos días antes del evento.

Hostería Uzhupud



Fotografía 4.2 Hostería Uzhupud
Fuente: <http://media-cdn.tripadvisor.com>

Desde finales de la época colonial la hacienda Uzhupud perteneció a la familia Muñoz Cárdenas, abuelos maternos de Francisco Febres Cordero y Muñoz, (1854-1910) más conocido como el Santo Hermano Miguel. En 1870, sus parientes Vintimilla Muñoz compraron la hacienda. Actualmente son propietarios mayoritarios los descendientes de Don Cornelio Vintimilla Muñoz y de su esposa doña Esther Muñoz Dávila.

La Hostería está asentada en los terrenos de la antigua hacienda, con construcciones adaptadas a las viejas casonas familiares, en el cantón Paute, a 2200 msnm. Está dividida por sectores: la Plaza Principal, el Poblado Don Cornelio y el albergue para alojamiento, con una capacidad para 160 personas aproximadamente. El centro de convenciones tiene una capacidad para alrededor de 600 personas distribuidas en varios salones.

<http://www.uzhupud.com/historia.html> 4-oct

Los eventos que se llevan a cabo son variados, entre ellos académicos, sociales, culturales y científicos, con una frecuencia bastante alta a lo largo del año. Entre los servicios adicionales a los nombrados están: alimentación y actividades de esparcimiento como cabalgatas, caminatas, piscina, etc. También cuenta con una pequeña capilla.

Quinta Lucrecia



Fotografía 4.3 Quinta Lucrecia
Fuente: <http://www.google.com.ec>

Quinta Lucrecia está ubicada en la ciudad de Cuenca junto al río Yanuncay. Fue una casa de hacienda que ha pertenecido a la familia Carvallo desde hace algunas generaciones. El Sr. Antonio Carvallo es el original propietario de la quinta, y la hereda a su hijo Claudio Carvallo Álvarez en los años 70. Desde entonces, la hacienda se vuelve un lugar netamente vacacional, y gracias al afán de su dueño de brindar un espacio propicio para compartir con familiares y extraños, facilita el acceso a la hacienda a cualquier persona que requiera un espacio para realizar eventos. En el año 2000, la familia Carvallo Guillén decide trasladar su domicilio a la hacienda; es así que empiezan los trabajos de restauración a cargo del Sr. Claudio Carvallo Álvarez, quien ya había realizado la restauración de la Casa Azul en el año 1988. En este proceso, el Sr. Carvallo decide crear una empresa de eventos en la hacienda para que sea administrada por sus hijos. De esta forma, en marzo del 2001 se lleva a cabo el primer evento organizado por

el Sr. Claudio Carvallo Guillén. A la quinta se la nombró así en honor a la abuela paterna de los herederos, Doña Lucrecia Álvarez.

Esta empresa realiza eventos sociales, culturales y científicos con una frecuencia muy alta; los culturales y científicos se llevan a cabo entre semana mientras que los sociales en los fines de semana, principalmente. Se puede decir que entre los meses de abril hasta junio es cuando se realizan la mayor cantidad de eventos académicos y científicos. La capacidad del establecimiento permite brindar el servicio hasta para 450 personas. El servicio que presta es el de alimentación y facilidades para eventos, siendo los segmentos de mercado predominantes el local y nacional. En cuanto a los proveedores, trabajan con empresas como Dismaram, Coopera, Supermaxi y también adquieren productos en los mercados de la ciudad. Entre sus principales competidores se menciona al Hotel Oro Verde y al Hotel Santa Lucía.

Villa San Carlos



Fotografía 4.4 Villa San Carlos
Fuente: www.google.com.ec

La Villa San Carlos es uno de los establecimientos de eventos más recientes en la ciudad; cuenta con una capacidad para 300 personas aproximadamente. Realizan eventos de toda clase y con una alta frecuencia durante todo el año. Brinda el servicio de alimentación y facilidades para eventos a un mercado local y nacional. Entre sus principales competidores nombramos a Jardines de San Joaquín y Quinta Lucrecia. Como ocurre en el caso de las demás empresas, sus proveedores son varios; entre los que se destacan están Dismaram y Megalimpio.

Jardines de San Joaquín



Fotografía 4.5 Jardines de San Joaquín
Fuente: www.google.com.ec

El establecimiento está ubicado en la vía a San Joaquín. Es una hacienda de familia que la Sra. Karina Sarmiento heredó y hace 8 años, junto con el Sr. Guido Carrasco decidieron readecuarla para la organización de eventos. Cuenta con dos salones que pueden dividirse en uno solo, dependiendo de la cantidad de personas del evento. La

capacidad total del establecimiento es de 1000 personas. El nombre se debe a la formidable belleza de sus jardines.

Esta empresa constituye una de las más relevantes dentro del área de eventos. Brinda el servicio de alimentación y facilidades para eventos a un mercado mayoritariamente local y nacional. Como sus principales competidores nombramos a Quinta Lucrecia y el Centro de Convenciones del Mall del Río. Entre sus proveedores relevantes mencionamos a Supermaxi y Pronaca.

Hostería Lago de Cristal



Fotografía 4.6 Hostería Lago de Cristal

La hostería brinda servicios de hospedaje con capacidad para 150 personas en 13 habitaciones, aunque se están realizando ampliaciones para aumentar esta capacidad. En cuanto al servicio de eventos, cuenta con un auditorio con capacidad para 200 personas y realizan eventos de tipo social y en menor frecuencia, académicos. Durante julio hasta septiembre se da una mayor afluencia de público debido a las vacaciones escolares.

Además, ofrece actividades de esparcimiento como cabalgatas, piscina, pesca deportiva, canchas deportivas, etc.

Los proveedores con los que trabaja son de Cuenca, principalmente Supermaxi.

Paradero “La Paz”

Esta empresa turística está ubicada a 2 Km de la Hacienda El Gullán y ofrece únicamente los servicios de alimentación y esparcimiento. Por esta razón, decidimos no incluirla dentro de nuestros competidores.

ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD PARA EVENTOS	ALIMENTACIO N	CAPACIDAD PARA ALOJAMIENTO	ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO
Hacienda San Juan Pamba	100 pax	✓	40 pax	-
Hostería Uzhupud	160 pax	✓	160 pax	✓
Quinta Lucrecia	450 pax	✓	-	-
Villa San Carlos	300 pax	✓	-	-
Jardines de San Joaquín	1000 pax	✓	-	-
Hostería Lago de Cristal	200 pax	✓	150 pax	✓
Hacienda El Gullán	300 pax	✓	300 pax	✓

Tabla 4.1 Comparación de competencia

CONCLUSIÓN:

Previo la elaboración de la oferta hemos analizado a la demanda, la misma que está compuesta por el personal docente y estudiantes de la Universidad del Azuay. Es importante conocer las necesidades y deseos de nuestros posibles clientes para que podamos proponer lo que ellos requieren y no lo que nosotras queramos ofertar. Durante esta etapa observamos a la comunidad universitaria y hemos notado que existe mucho interés en desarrollar su formación personal y académica de cada uno de sus miembros, por lo que nuestra oferta cumple con las exigencias que ellos demandan.

5. CAPITULO CINCO

5.1. RESULTADOS

Tomando como referencia los servicios que ofrecen las empresas prestadoras de servicios donde se realizan eventos y los que nosotras estamos en capacidad brindar, hemos creado encuestas para ser aplicadas dentro de la comunidad universitaria con el objetivo de conocer en una forma más concreta sus intereses y poder plantear nuestra propuesta.

Los resultados que obtuvimos luego de realizar las encuestas los tabulamos en el programa SPSS 11.5, los mismos que se detallan a continuación.

5.1.1. TABULACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS

5.1.1.1. ENCUESTAS A DOCENTES

Realizamos encuestas a 23 docentes de la Universidad del Azuay, de diferentes escuelas y facultades; obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 5.1 Tablas de resultados docentes

Gráfico 5.1 Gráficos de resultados docentes

Frecuencias

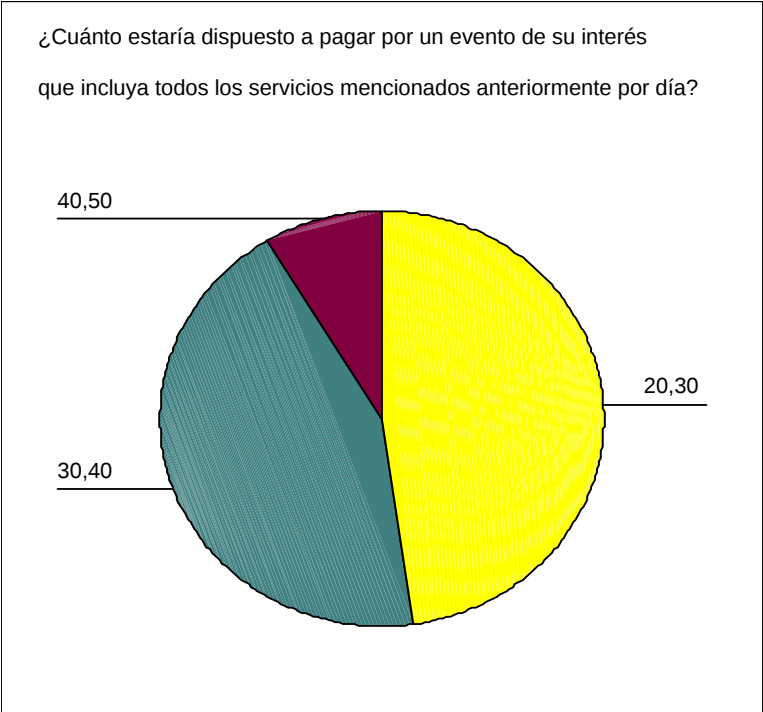
Estadísticos

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de su interés que incluya todos los servicios mencionados anteriormente por día?

N	Válidos	23
	Perdidos	0

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de su interés que incluya todos los servicios mencionados anteriormente por día?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20,30	11	47,8	47,8	47,8
	30,40	10	43,5	43,5	91,3
	40,50	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

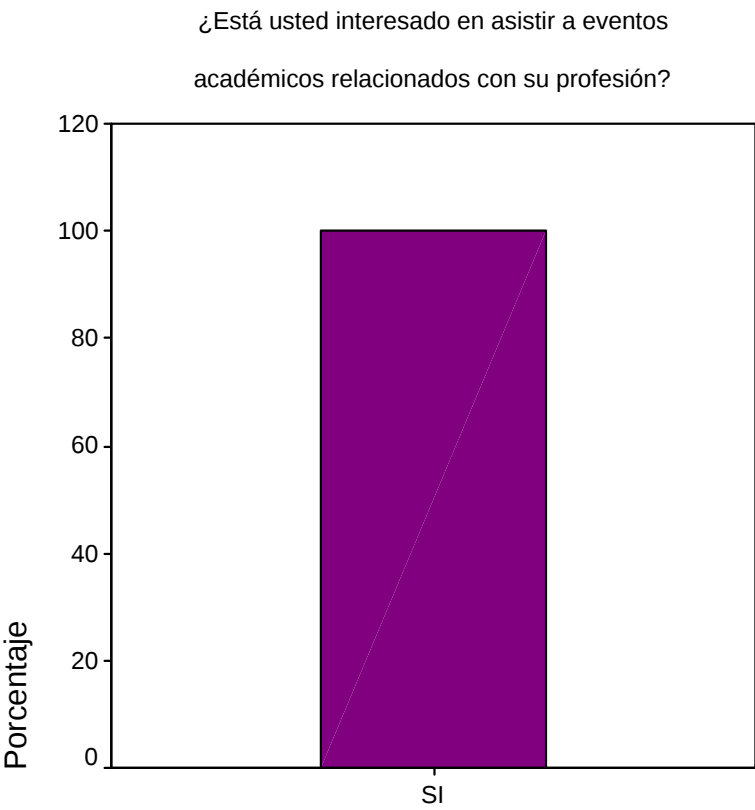


Estadísticos

		¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su profesión?	En caso de que su respuesta anterior sea positiva, ¿a qué tipo de evento académico prefiere asistir?	¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto con la naturaleza?	¿Con qué frecuencia asiste a un evento académico?	¿Qué servicios adicionales le gustaría que se incluyan en el evento?	¿Qué elemento es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?	¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de eventos?
N	Válidos	23	23	23	23	23	23	23
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0

¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su profesión?

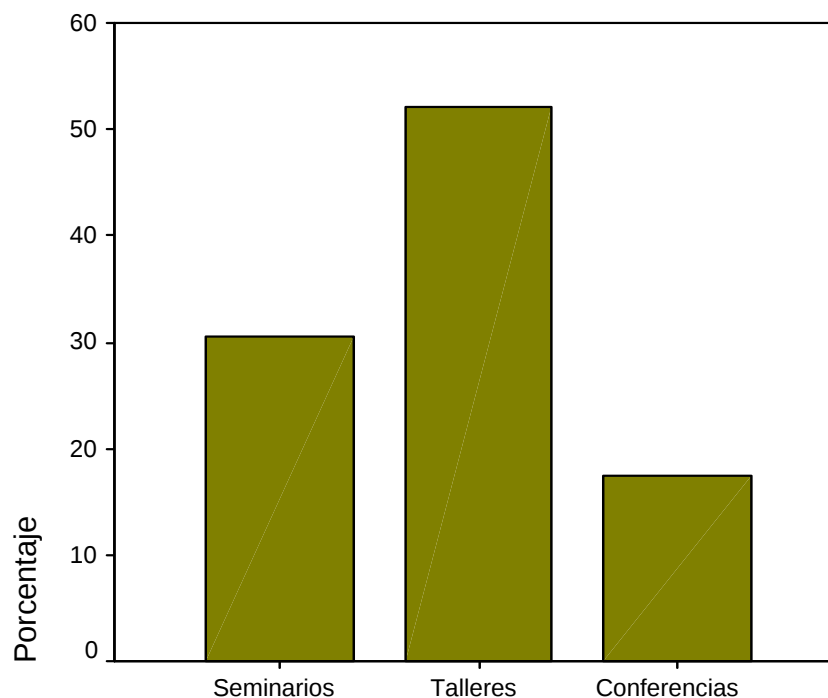
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	23	100,0	100,0	100,0



En caso de que su respuesta anterior sea positiva, ¿a qué tipo de evento académico prefiere asistir?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Seminarios	7	30,4	30,4	30,4
	Talleres	12	52,2	52,2	82,6
	Conferencias	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

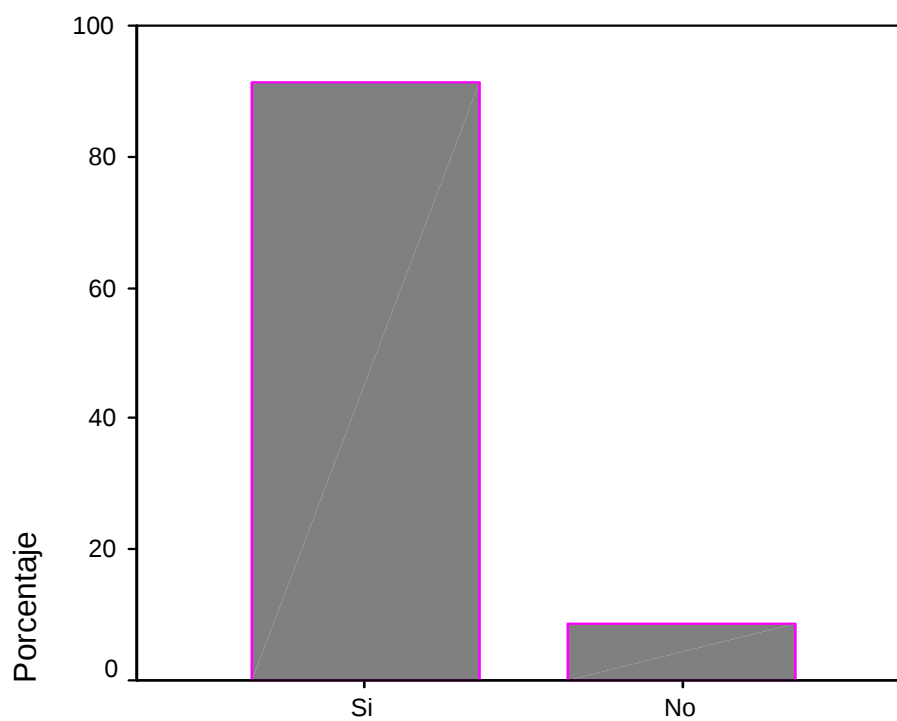
En caso de que su respuesta anterior sea positiva, ¿a qué tipo de evento académico prefiere asistir?



¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto con la naturaleza?

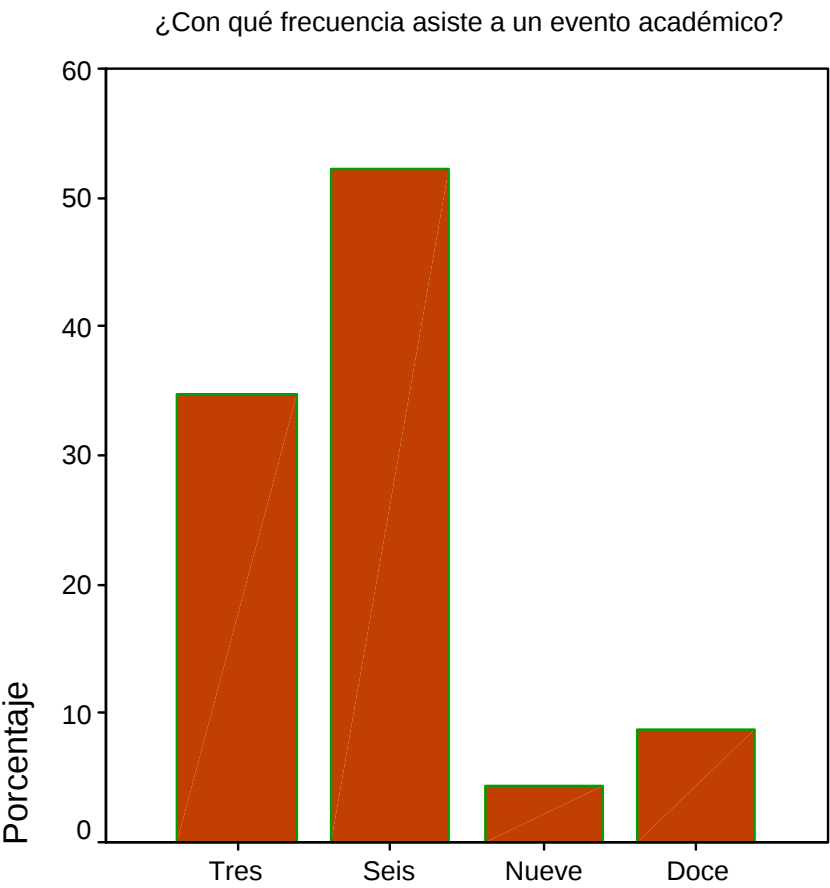
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	21	91,3	91,3	91,3
	No	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto directo con la naturaleza?



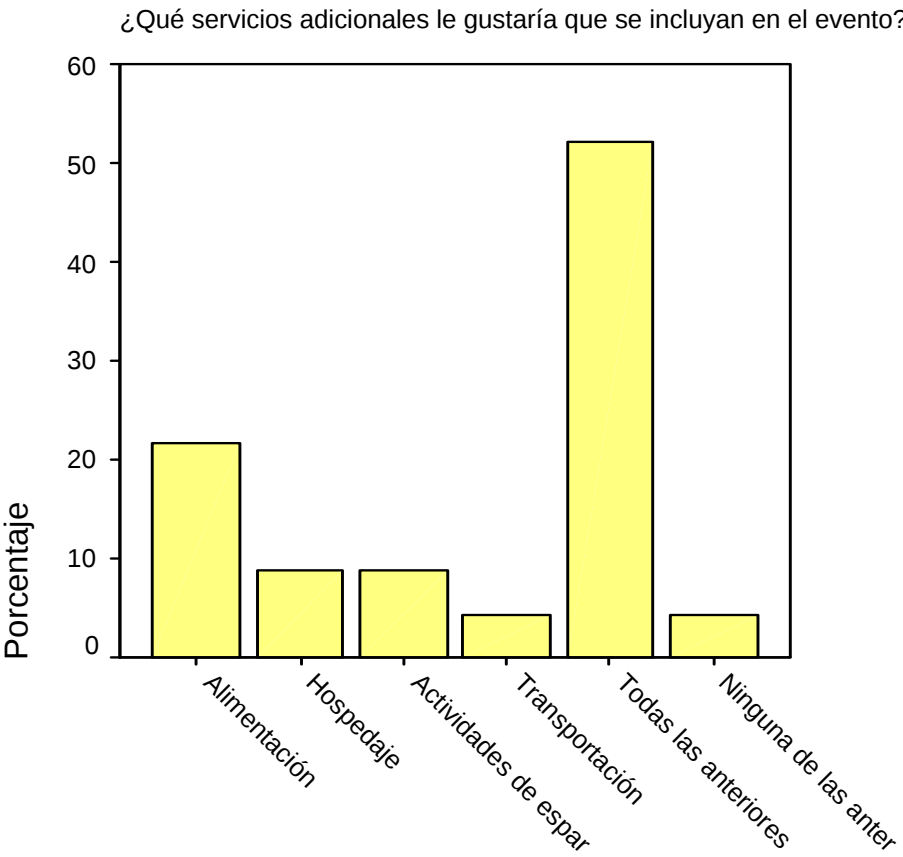
¿Con qué frecuencia asiste a un evento académico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una vez cada tres meses	8	34,8	34,8	34,8
	Una vez cada seis meses	12	52,2	52,2	87,0
	Una vez cada nueve meses	1	4,3	4,3	91,3
	Una vez cada doce meses	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



¿Qué servicios adicionales le gustaría que se incluyan en el evento?

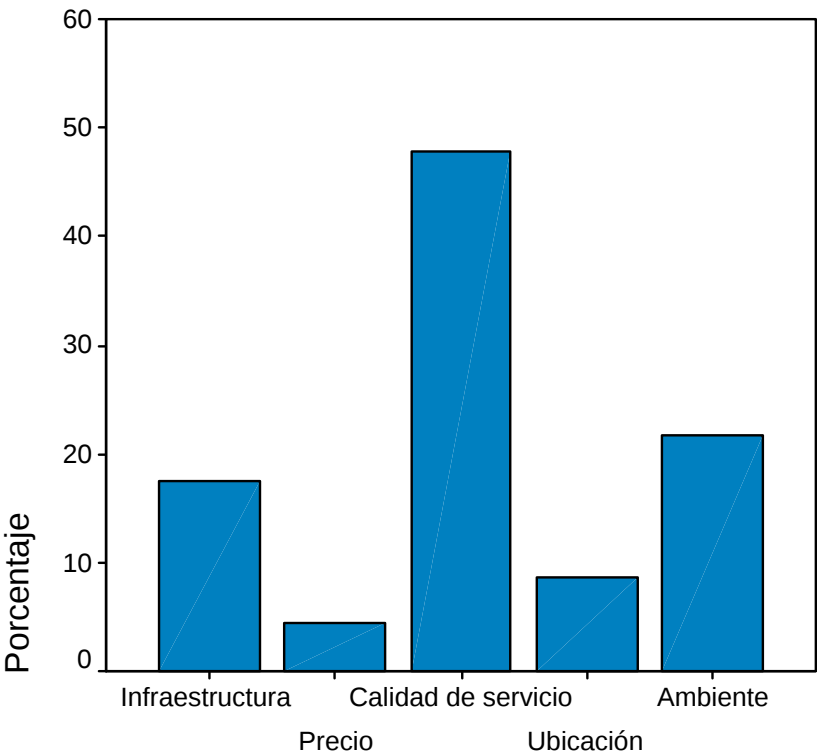
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alimentación	5	21,7	21,7	21,7
	Hospedaje	2	8,7	8,7	30,4
	Actividades de esparcimiento	2	8,7	8,7	39,1
	Transportación	1	4,3	4,3	43,5
	Todas las anteriores	12	52,2	52,2	95,7
	Ninguna de las anteriores	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



¿Qué elemto es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Infraestructura	4	17,4	17,4	17,4
	Precio	1	4,3	4,3	21,7
	Calidad de servicio	11	47,8	47,8	69,6
	Ubicación	2	8,7	8,7	78,3
	Ambiente	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

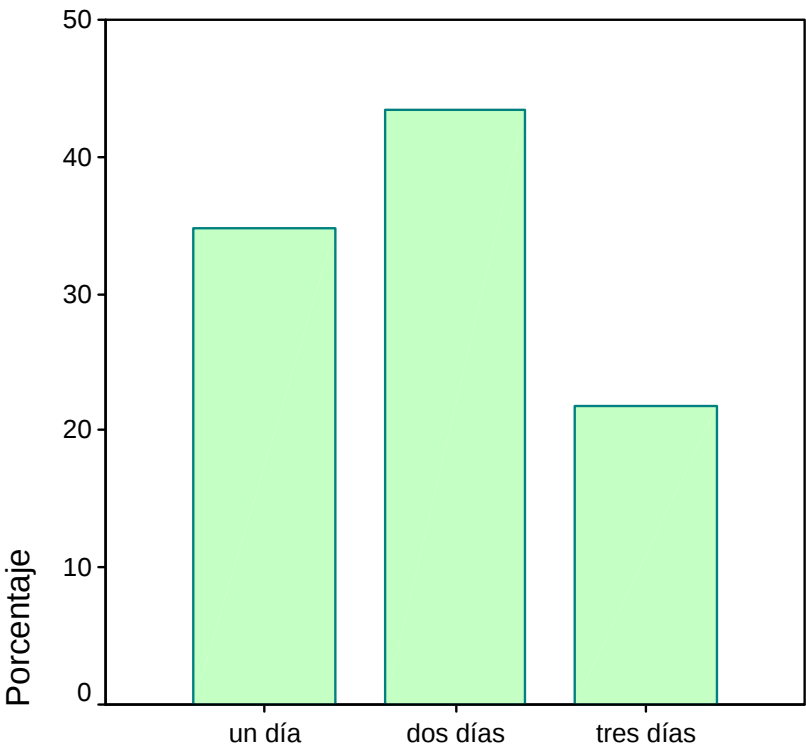
¿Qué elemto es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?



¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de eventos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	un día	8	34,8	34,8	34,8
	dos días	10	43,5	43,5	78,3
	tres días	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

¿Cuánto tiempo considera óptimo para la
realización de este tipo de eventos?



5.1.1. 2 ENCUESTAS A ESTUDIANTES

Realizamos encuestas a 200 estudiantes de la Universidad del Azuay, de diferentes escuelas y facultades; obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 5.2 Tablas de resultados estudiantes

Gráfico 5.2 Gráficos de resultados estudiantes

Frecuencias

Estadísticos

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de su interés que incluya todos los servicios mencionados anteriormente por día?

N	Válidos	200
	Perdidos	0

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de su interés que incluya todos los servicios mencionados anteriormente por día?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20,30	115	57.5	57.5	57.5
	30,40	62	31.0	31.0	88.5
	40,50	23	11.5	11.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

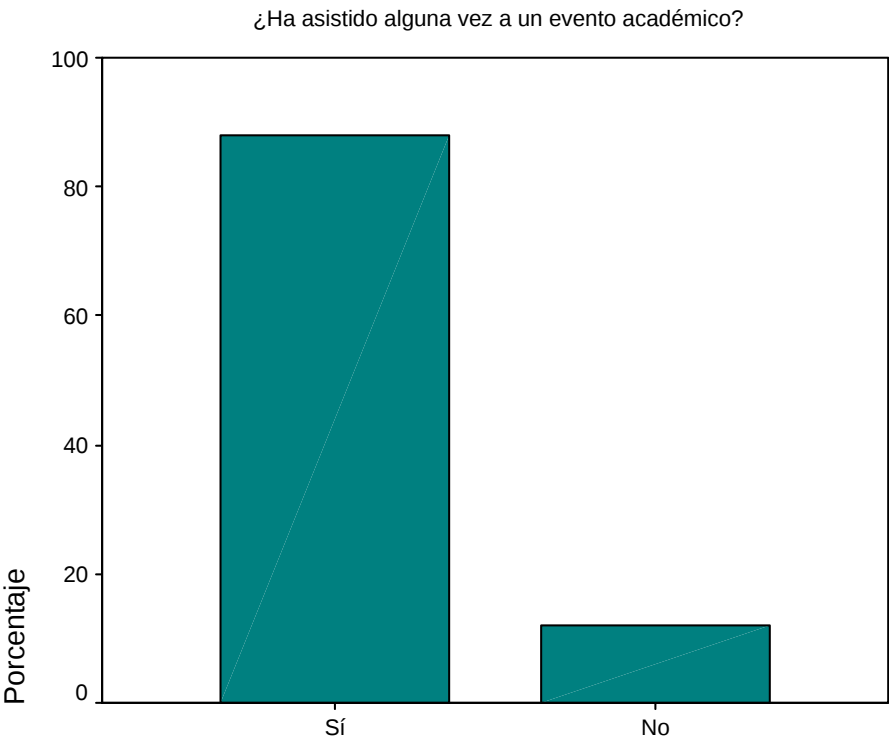


Estadísticos

		¿Ha asistido alguna vez a un evento académico?	En caso de que su respuesta sea positiva, ¿a qué tipo de evento ha asistido con mayor frecuencia?	¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su carrera universitaria?	¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto directo con la naturaleza?	¿Con qué frecuencia asiste a un evento académico?	¿Qué servicios adicionales le gustaría que se incluyan en el evento?	¿Qué elemento es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?	¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de eventos?
N	Válidos	200	200	200	200	200	200	200	200
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0

¿Ha asistido alguna vez a un evento académico?

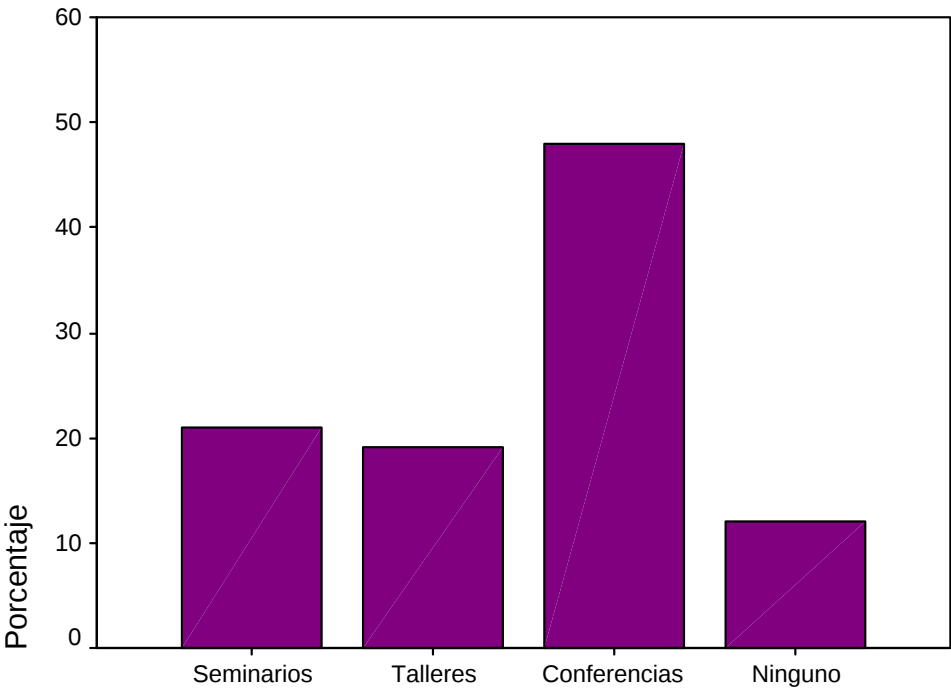
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	176	88.0	88.0	88.0
	No	24	12.0	12.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



En caso de que su respuesta sea positiva, ¿a qué tipo de evento ha asistido con mayor frecuencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Seminarios	42	21.0	21.0	21.0
	Talleres	38	19.0	19.0	40.0
	Conferencias	96	48.0	48.0	88.0
	Ninguno	24	12.0	12.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

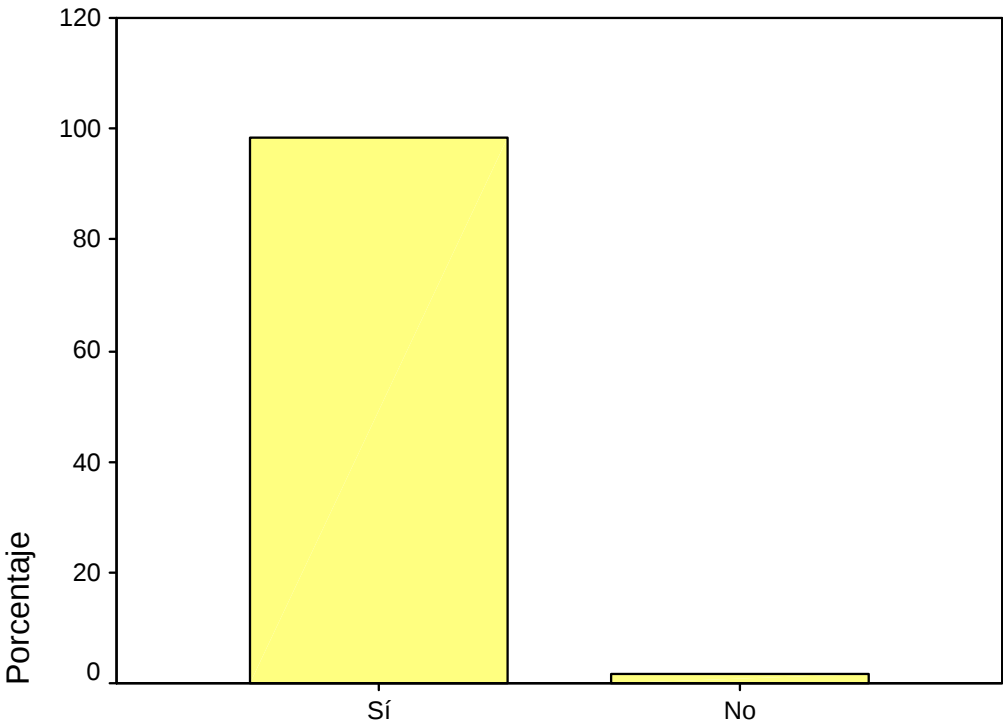
En caso de que su respuesta sea positiva, ¿a qué tipo de evento ha asistido con mayor frecuencia?



¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su carrera universitaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	197	98.5	98.5	98.5
	No	3	1.5	1.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

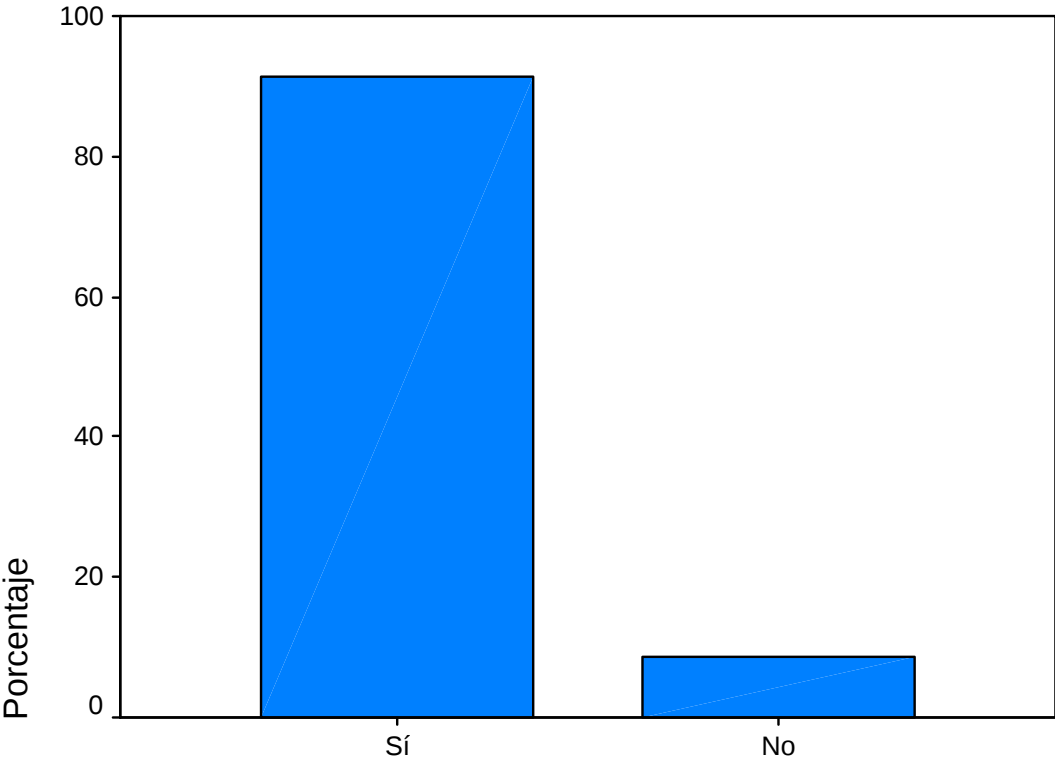
¿Está usted interesado en asistir a eventos académicos relacionados con su carrera universitaria?



¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto directo con la naturaleza?

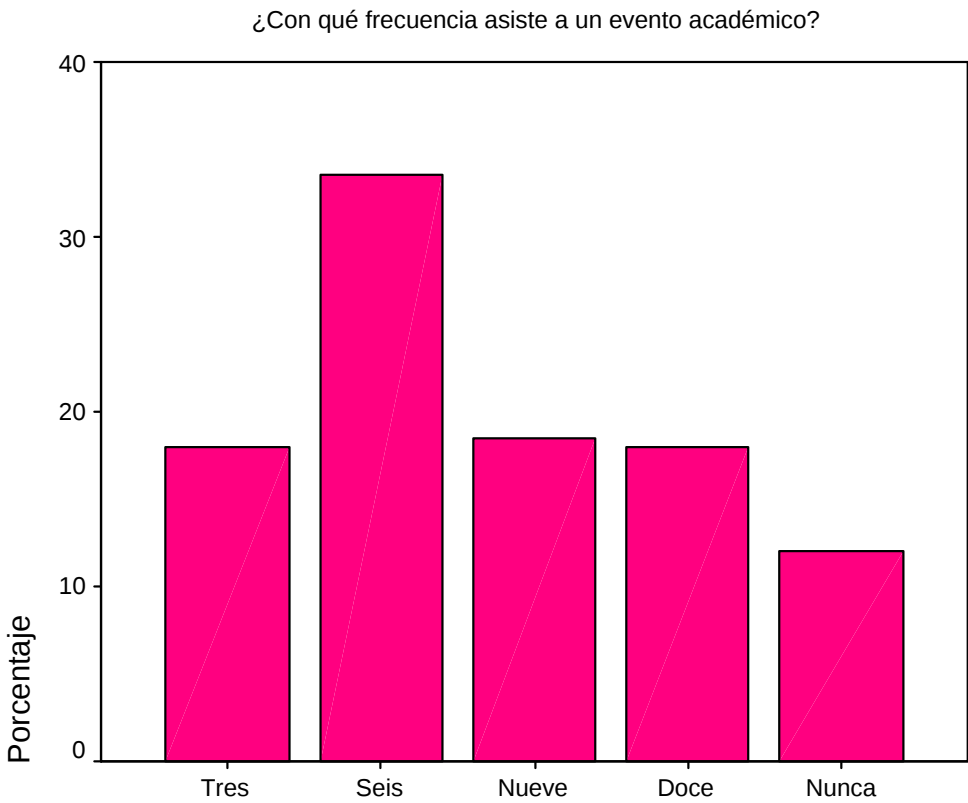
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	183	91.5	91.5	91.5
	No	17	8.5	8.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

¿Le gustaría que estos eventos académicos se dieran en un espacio que le permita tener un contacto directo con la naturaleza?



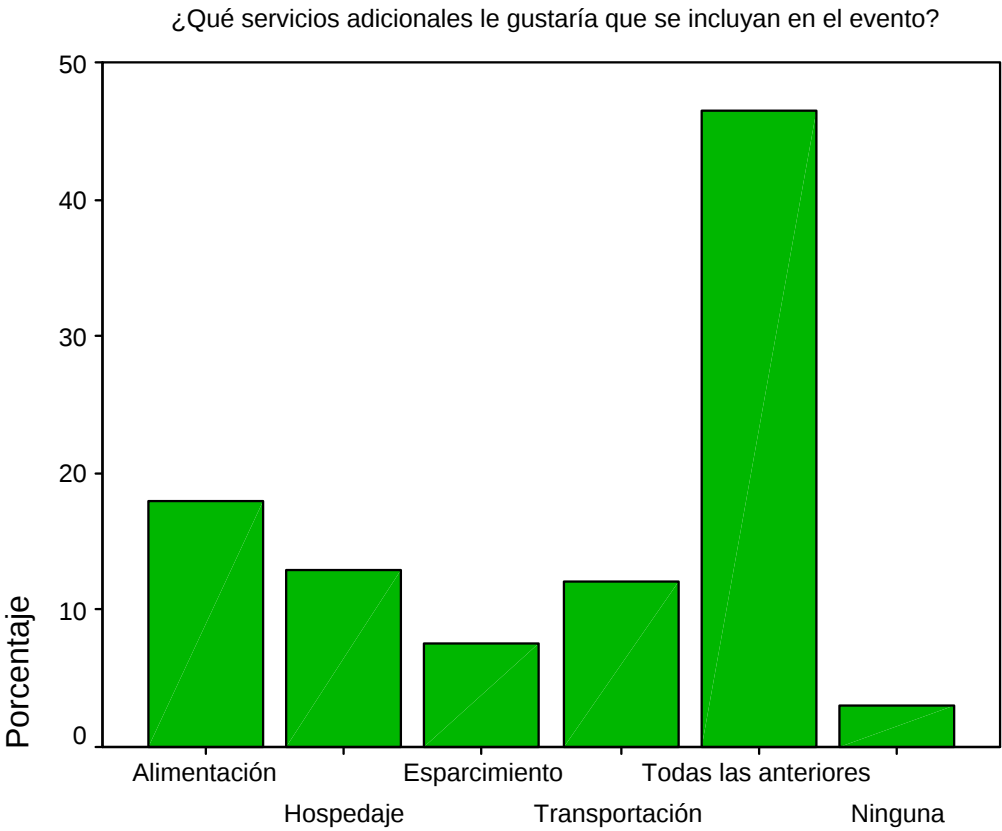
¿Con qué frecuencia asiste a un evento académico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una vez cada tres meses	36	18.0	18.0	18.0
	Una vez cada seis meses	67	33.5	33.5	51.5
	Una vez cada nueve meses	37	18.5	18.5	70.0
	Una vez cada doce meses	36	18.0	18.0	88.0
	Nunca	24	12.0	12.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



¿Qué servicios adicionales le gustaría que se incluyan en el evento?

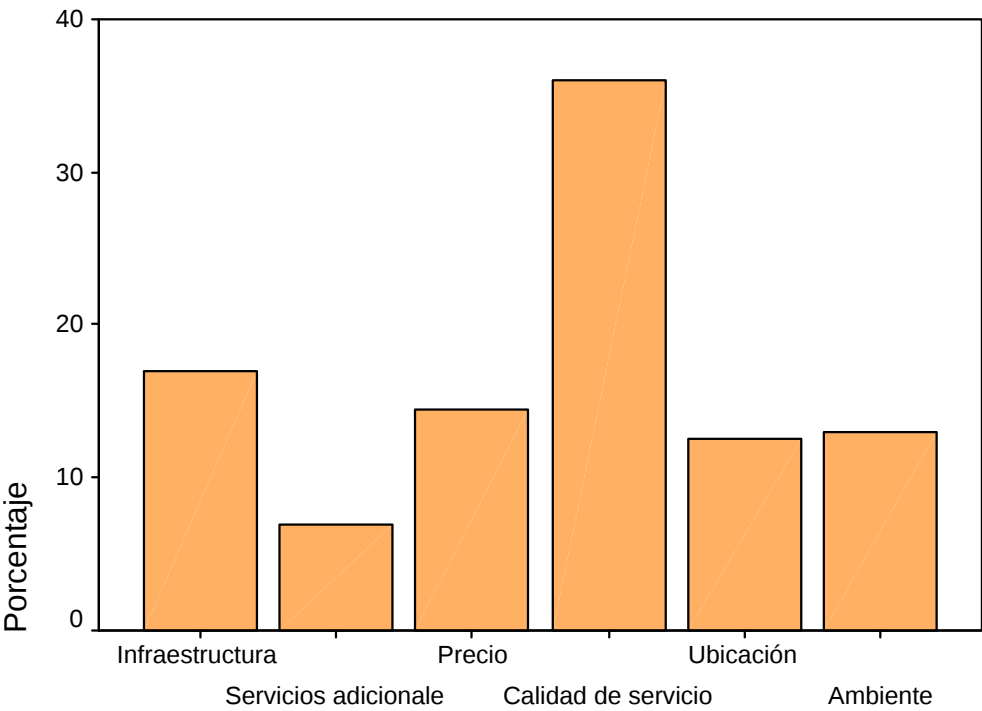
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alimentación	36	18.0	18.0	18.0
	Hospedaje	26	13.0	13.0	31.0
	Actividades de esparcimiento	15	7.5	7.5	38.5
	Transportación	24	12.0	12.0	50.5
	Todas las anteriores	93	46.5	46.5	97.0
	Ninguna de las anteriores	6	3.0	3.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



¿Qué elemento es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Infraestructura	34	17.0	17.0	17.0
	Servicios adicionales	14	7.0	7.0	24.0
	Precio	29	14.5	14.5	38.5
	Calidad de servicio	72	36.0	36.0	74.5
	Ubicación	25	12.5	12.5	87.0
	Ambiente	26	13.0	13.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

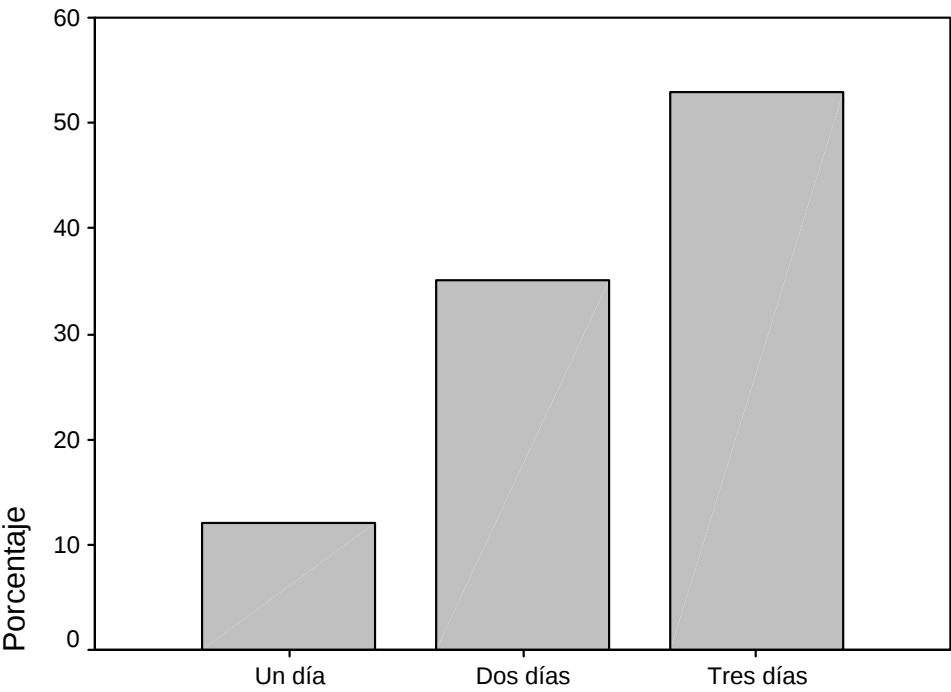
¿Qué elemento es el más importante para escoger un lugar en donde realizar un evento de este tipo?



¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de eventos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Un día	24	12.0	12.0	12.0
	Dos días	70	35.0	35.0	47.0
	Tres días	106	53.0	53.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

¿Cuánto tiempo considera óptimo para la realización de este tipo de evento?



CONCLUSIÓN:

Una vez que obtuvimos y tabulamos los resultados de las encuestas, hemos visto que nuestro proyecto es factible ya que la mayoría de la demanda a la que nos estamos dirigiendo admitió tener el deseo y la necesidad de asistir a eventos académicos relacionados con su carrera profesional, además les interesa que estos eventos se realicen en un lugar que permita tener contacto directo con la naturaleza y los servicios que ellos exigen son los que se pueden brindar en la hacienda.

6. CAPITULO SEIS

6.1. DISEÑO DE LA PROPUESTA

En este capítulo hallaremos un detalle de nuestra propuesta dividida, por un lado, en las adecuaciones de infraestructura necesarias para llevar a cabo el proyecto y, por otro lado, una descripción total de cada uno de los aspectos que integran el servicio de eventos. Aquí encontraremos plasmada la idea inicial que nos llevó a trabajar en este espacio y demuestra que es factible ejecutar propuestas totalmente distintas a las que originalmente motivaron su adquisición, pero que de igual manera beneficiaría a la comunidad universitaria.

6.1.1. PROPUESTA DE EVENTOS ACADÉMICOS

6.1.1.1. PROPUESTA DE ADECUACIONES DE LA INFRAESTRUCTURA

Tomando en cuenta el principio de la sostenibilidad y conservación de la naturaleza que tenemos como base de nuestro proyecto; hemos visto conveniente realizar la menor cantidad de cambios a la infraestructura, hasta que nos permita obtener un espacio apto para la realización de eventos. Lo que pretendemos es tratar de evitar, en la manera que sea posible, los impactos negativos que se puedan generar en el ambiente.

Propuesta de adecuaciones en el salón de uso múltiple:

Salón (parte externa)

El primer arreglo que sería conveniente realizar, consiste en transformar el cuyero en un salón de uso múltiple. Este cuyero es una pérdida de espacio, porque a pesar de que

da mala imagen, no hay suficiente cantidad de cuyes para que sean criados en un espacio tan amplio.

Luego de limpiar y adecuar el cuyero, hemos visto conveniente derribar la pared que separa los dos salones para reemplazarla por una mampara móvil. Esta mampara nos va a permitir tener dos ambientes; se la va a abrir cuando necesitemos un salón grande y la cerramos en el caso de que queramos tener los dos salones.

Sería apropiado colocar teja sobre las planchas de eternit. El eternit no es un material adecuado debido a que cuando hace sol el salón se calienta demasiado; y cuando llueve el ruido es muy fuerte. La teja es la apropiada para evitar estos inconvenientes, además está acorde con el entorno natural del lugar.

Debemos tomar en cuenta la sustitución de las vigas de madera de la cubierta que se encuentren en mal estado, así como el marco de hierro de las ventanas por uno de madera para que el lugar sea más acogedor.

Otro cambio oportuno sería el de las puertas externas por unas que tenga un diseño más apropiado con la función que cumple el local.

A las paredes tanto externas como internas se las podría pintar de colores terracota (colores tierra).

Por último, para darle mejor aspecto al lugar, sería conveniente colocar revestimiento en la acera de material de piedra andesita, en lugar del cemento que se encuentra actualmente.



Fotografía 6.1 Exteriores del salón de uso múltiple actualmente



Fotografía 6.2 Exteriores del salón de uso múltiple después de las adecuaciones

Salón (parte interna)

Los pisos de baldosa se encuentran en buen estado, por lo que no hay la necesidad de cambiarlos. Sin embargo, debemos tomar en cuenta de colocar este piso en el cuarto que actualmente es cuyero.

Sería adecuado colocar cielo raso de estuco liso para ocultar el cableado eléctrico y mejorar el espacio interno del local. Además debemos mejorar la iluminación y sustituir las lámparas por unas que sean acorde al lugar.

Cocina

Es importante en primer lugar, revisar que las instalaciones de agua y las eléctricas se encuentren en buen funcionamiento. También podríamos aumentar el número de tomacorrientes para el adecuado uso de los diferentes electrodomésticos.

Al igual que al salón, en la cocina también se debería colocar el cielo raso de estuco liso.

Se puede instalar muebles de madera bajo el mesón de la cocina. Esto beneficiaría en el mejoramiento del aspecto de la cocina, además los muebles nos serían muy útiles para poder almacenar objetos.

Sería conveniente colocar un extintor para prevenir graves accidentes en caso de incendio.



Fotografía 6.3 Cocina actual



Fotografía 6.4 Cocina adecuada

Baños

Como ya se recomendó en el salón y la cocina, también sería adecuada la colocación de cielo raso de estuco liso en los baños.

Es importante tomar en cuenta la colocación de piezas sanitarias complementarias como toallero, portapapel, así como un espejo para la batería sanitaria.

Podríamos sustituir las puertas existentes que se encuentran deterioradas por otras cuya longitud impida la visión desde el exterior hacia el interior del baño. Además se podría diferenciar mediante una adecuada señalización el baño de hombres del baño de mujeres.

Por último, sería conveniente mejorar la iluminación.

Propuesta de adecuaciones en la casa hacienda

La infraestructura de la casa hacienda se encuentra en buenas condiciones, por lo que no pretendemos realizar ninguna adecuación. Sin embargo, en lo que se refiere a decoración, sería apropiado realizar una inversión en lo que se refiere a menaje de habitaciones, muebles de sala y comedor y artículos para equipar la cocina.

6.1.1.2. PROPUESTA DE SERVICIOS:

Eventos

Una vez que se realizaran las adecuaciones, el salón contaría con una capacidad total de 100 personas. Actualmente este espacio cuenta con 30 sillas, 39 mesas, un escritorio, y una pizarra acrílica de 2,40 x 1,20 m.; por lo tanto, el salón debe ser equipado con los elementos básicos que detallamos a continuación:

- 60 sillas apilables
- Un pedestal para pizarra acrílica
- Un pódium

- Equipo de computación
- Proyector HD de 3000 LUMENS
- Dos micrófonos inalámbricos
- Puntero laser
- Dos cajas amplificadas de 360 rms
- Una consola de sonido seis canales
- Una pantalla autoenrollable de 1.60 X 1.60
- Persianas

Transportación

Debido a la ubicación de la hacienda, creemos que el tema de la transportación podría convertirse en una desventaja para la empresa; por esta razón, decidimos ofrecer este servicio incluido en la propuesta para evitarle al cliente este trabajo adicional. El servicio será prestado por la empresa Cotrutudossa debido a que la mayoría de giras de observación que realizamos a lo largo de la carrera hemos trabajado con ellos, consideramos que los buses son nuevos y de buena calidad; además, cuenta con variedad de unidades para diferentes grupos.

Alimentación

El servicio de alimentación es un elemento fundamental dentro de cualquier evento. Por ello, debemos indicar las siguientes posibilidades:

1. Servicio de alimentación, contratada con terceros
2. Alimentación prevista por los organizadores del evento

3. Alimentación prevista por la empresa

Finalmente, hemos decidido tomar la primera opción puesto que la podemos manejar con mayor facilidad considerando que la empresa recién empieza sus actividades. Entre las diversas ofertas escogimos la propuesta de la Sra. Carmela Peralta, porque incluía un menú completo al precio más conveniente. En caso de que los organizadores decidan tomar la segunda opción, se cargará al valor total del evento un 10%.

Hospedaje

El servicio de alojamiento sería un servicio opcional. Debido a que el espacio en el interior de la casa para este propósito es muy reducido, solamente es posible facilitar el espacio para montar tiendas de campaña que los mismos usuarios pueden llevar. Existen dos zonas de camping disponibles en la hacienda están ubicadas a una corta distancia de la casa principal y se las puede identificar en el gráfico de los senderos.

Dentro de la casa principal tenemos tres habitaciones y una adicional por adecuar. También está disponible una habitación para ser empleada como oficina administrativa. Actualmente contamos con once colchones libres para utilizar, aunque no están en las mejores condiciones por la falta de uso.

Para llevar a cabo la adecuación mínima para hospedaje se requiere los siguientes elementos:

- 10 Literas
- 20 Colchones
- Menaje

En total, la capacidad de la casa para hospedaje sería de un máximo de 20 pax en habitaciones compartidas.

Actividades de esparcimiento

Uno de los objetivos de la propuesta está orientado a la educación ambiental de quienes visitan la hacienda. Consideramos que una de las formas de llevarlo a cabo es a través de actividades de esparcimiento adicionales al servicio de eventos como es el caso del senderismo. Durante los recorridos se podrá informar al público sobre la importancia de la conservación del medio ambiente.

Las actividades que ponemos a disposición de los usuarios son las siguientes:

- Senderismo y observación de flora: existen tres senderos disponibles por recorrer, de acuerdo a los intereses de cada grupo.
- Camping: actividad consistente en pernoctar en una tienda de campaña, al aire libre, para poder disfrutar de la naturaleza.
- Fogatas nocturnas
- Trekking: consiste en hacer un recorrido en el que cada quien va a su propio ritmo, deteniéndose cuantas veces sea necesario y donde lo deseen.
- Pampamesa: es una actividad tradicional de los pueblos indígenas de nuestro país que se realiza durante una minga o una reunión de comunidades. Consiste en una comida al aire libre en la que se extienden varios paños en el suelo sobre los que se presenta la comida: mote, cuy, cerdo, papas, granos, etc. Cada participante puede tomar lo que desee. La finalidad es compartir luego del trabajo y crear momentos de comunicación y socialización.

- Juegos tradicionales: buscando rescatar parte de nuestras tradiciones, ofrecemos las facilidades para realizar juegos como ensacados, caballito pica-pica, tres pies, palo encebado, la cuchara y el huevo, entre otros.

Debido a la variedad de eventos académicos que se pueden realizar no es posible determinar un itinerario, puesto que la distribución de los horarios dependerá de los organizadores. Por esta razón, consideramos conveniente detallar únicamente los servicios que se incluyen por paquete, los mismos que serán escogidos previa coordinación con los productores de cada evento.

6.1.1.3. PROPUESTA DE PAQUETES

Opción 1

1 Día

- Transportación: en vista de que la hacienda está ubicada a 2 horas aproximadamente desde la ciudad de Cuenca, este servicio deberá estar incluido siempre dentro de los paquetes. El pick-up se realizará en las instalaciones de la Universidad del Azuay, al igual que el retorno. Para la prestación del servicio buscaremos concretar una alianza estratégica con la compañía de transporte Cotratudossa.
- Alimentación: este servicio incluirá un almuerzo y dos coffee breaks: uno para media mañana y otro para media tarde. Cabe recalcar que se podrá solicitar menús especiales para los asistentes que así lo requieran, previo aviso.

- Facilidades para el evento: el servicio incluye el salón con la implementación adecuada para el desarrollo de los eventos y, adicionalmente, se ofrecerá a los participantes un esfero, una carpeta y hojas.
- Actividades de esparcimiento: los organizadores tienen la opción de escoger una de las actividades propuestas que deseen realizar, exceptuando la pampamesa.

Opción 2

2 Días

- Transportación: se mantiene el mismo servicio.
- Alimentación: este servicio incluirá un desayuno, dos almuerzos, una cena y cuatro coffee breaks. Cabe recalcar que se podrá solicitar menús especiales para los asistentes que así lo requieran, previo aviso.
- Facilidades para el evento: se mantiene el mismo servicio.
- Hospedaje: este servicio consiste en brindar un espacio para acampar. En caso de que sean grupos pequeños, se puede habilitar la casa hacienda.
- Actividades de esparcimiento: los organizadores tienen la opción de escoger dos de las actividades propuestas que deseen realizar, exceptuando camping y pampamesa.

Opción 3

3 Días

- Transportación: se mantiene el mismo servicio.

- Alimentación: este servicio incluirá dos desayuno, tres almuerzos, dos cenas y seis coffee breaks. Cabe recalcar que se podrá solicitar menús especiales para los asistentes que así lo requieran, previo aviso.
- Facilidades para el evento: se mantiene el mismo servicio.
- Hospedaje: se mantiene el mismo servicio.
- Actividades de esparcimiento: los organizadores tienen la opción de escoger cualesquiera de las actividades propuestas que deseen realizar, exceptuando camping y pampamesa.

6.1.2 PROPUESTA PARA SERVICIOS ADICIONALES A ESCUELAS Y COLEGIOS

Los recursos con los que cuenta la hacienda permiten plantear la posibilidad de brindar servicios adicionales para las escuelas y colegios de la ciudad, concretamente para convivencias estudiantiles. Para esta propuesta planteamos únicamente la posibilidad de ofertar un paquete de un día, puesto que al ser estudiantes menores de edad, se requiere contar con el permiso de los padres de familia para su hospedaje, lo que podría representar un inconveniente para los organizadores.

Para elaborar la propuesta hemos tomado en cuenta principalmente la necesidad de reducir los costos del evento hasta alcanzar un precio que sea accesible para los estudiantes. A continuación, detallamos las opciones que nos permitirán alcanzar lo propuesto.

- En cuanto a la alimentación, se requiere cambiar el menú por uno menos elaborado y los coffee-breaks se reducen a uno solamente en la mañana.

- La duración del evento se reduciría para que los estudiantes puedan llegar temprano al punto de partida.
- No sería necesario que los organizadores contraten a un facilitador para el desarrollo del evento.

CONCLUSIÓN

Al concluir este capítulo queda demostrado que las condiciones actuales de la hacienda no permitirían ejecutar ningún proyecto sin las adecuaciones mínimas que hemos mencionado. Asimismo, nos preocupamos por elaborar nuestras propuestas de acuerdo a estas adecuaciones de modo que la inversión requerida sea accesible y permita, en realidad, ejecutar el proyecto.

7. CAPITULO SIETE

7.1. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

El análisis financiero es el aquel que determina la factibilidad de cualquier proyecto; ahí radica su monumental importancia. Por ello, este capítulo explica detalladamente la inversión requerida para realizar la implementación y adecuaciones anteriormente referidas, así como los costes de gestión y administración de la empresa. Analizaremos también si nuestra propuesta resulta viable, identificando las fuentes de financiamiento, el punto de equilibrio, entre otros. Finalmente, encontraremos una proyección para los cinco primeros años de actividad de la empresa.

7.1.1. INVERSIONES

Las inversiones son todos los aportes materiales o en efectivo que se requieren previa la iniciación de las actividades comerciales de una empresa. A continuación detallamos las inversiones necesarias para llevar a cabo la propuesta de las autoras. Es necesario señalar que para el cálculo de los costos de los elementos requeridos hemos tomado como referencia un evento de un día para 100 participantes, número que corresponde a la capacidad total de las instalaciones. En varios casos calculamos únicamente la cantidad que hace falta para completar los que existen en la hacienda en la actualidad.

7.1.1.1.EDIFICIOS E INSTALACIONES

PRESUPUESTO PARA LA ADECUACIÓN DEL SALON DE USO MULTIPLE					
FECHA: NOVIEMBRE / 2010					
UBICACIÓN: HACIENDA EL GULLÁN					
ÍTEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
1	DEMOLICIONES				
1,1	PAREDES INTERNAS	M2	62,80	4,00	251,20
1,6	DESALOJO DE ESCOMBROS A MANO	M3	14,93	5,00	74,65
	Sub Total Item 1				325,85
2	REPARACIONES				
2,1	REVIS.Y REPARACIÓN: ESTRUCT. MADERA EN CUBIERTA	M2	361,00	20,00	7.220,00
2,2	RECUBRIMIENTO DE TEJA SOBRE ETERNIT (SOLO ONDAS)	M2	361,00	15,00	5.415,00
	Sub Total Item 2				12.635,00
3	CIELORASOS				
3,1	CIELORASOS DE ESTUCO LISO (SALON. COCINA. BAÑOS)	M2	270,00	8,00	2.160,00
	Sub Total Item 3				2.160,00
4	PISOS				
4,1	CONTRAPISO DE CEMENTO Y BALDOSA (SALÓN)	M2	131,25	45,00	5.906,25
4,2	RECUBRIMIENTO DE ACERA CON PIEDRA ANDESITA	M2	31,50	15,00	472,50
	Sub Total Item 4				6.378,75
5	ENLUCIDOS Y REVESTIMIENTOS				
5,1	REPARACIONES EN ENLUCIDOS	M2	125,00	8,50	1.062,50
5,2	PINTURA GENERAL EN PAREDES	M2	562,00	3,50	1.967,00
	Sub Total Item 5				3.029,50
6	PUERTAS Y VENTANAS				
6,1	PUERTA PRINCIPAL DE MADERA Y CERRADURAS	M2	6,26	90,00	563,40
6,2	VENTANAS DE MADERA	M2	23,50	85,00	1.997,50
	Sub Total Item 6				2.560,90
7	INSTALACIONES ELECTRICAS Y SANITARIAS				
7,1	LUCES Y TOACORRIENTAS	PTO.	35,00	22,00	770,00
7,2	REPARACIÓN DE PUNTOS DE AGUA	PTO.	7,00	15,00	105,00
	Sub Total Item 7				875,00
8	MOBILIARIO				
8,1	MUEBLE BAJO DE COCINA	ML	8,00	125,00	1.000,00
8,2	EXTINTOR DE INCENDIOS	U	1,00	75,00	75,00
8,3	GABINETES DE BAÑO Y ACCESORIOS	U	2,00	60,00	120,00
8,4	MAMPARA DIVISORIA DE MADERA EN SALÓN	M2	21,00	40,00	840,00
	Sub Total Item 8				2.035,00
	TOTAL GENERAL				30.000,00
	SON:				TREINTA MIL 00/100 Dólares.

Tabla 7.1 Presupuesto para la adecuación del salón de uso múltiple

7.1.1.2. MUEBLES Y ENSERES

En este rubro se encuentran todos los elementos concernientes a la adecuación de la sala de uso múltiple y de la casa hacienda.

DESCRIPCION ACTIVOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono inalámbrico	30,00	30,00
Sillas apilables (60)	35,00	2100,00
Mesas de sesiones (10)	75,00	750,00
Podium	95,00	95,00
Pantalla auto-enrollable	88,03	88,03
Pedestal pizarra acrílica	100,00	100,00
Persianas	16,50	231,00
Literas 1 1/2 plaza (10)	111,56	1115,60
Colchones (20)	18,22	364,40
Cobertores de cama (20)	8,98	179,60
Juegos de sábanas (20)	8,00	160
Cobijas (20)	10,00	200,00
Almohadas (20)	1,99	39,80
Cocina de 4 quemadores con horno	176,38	176,38
Refrigeradora	586,33	586,33
Licuada	15,41	15,41

Cafetera grande	105,42	105,42
Dispensador de agua	13,31	26,62
Sanduchera (2)	13,33	26,66
Vajilla (100 pax)	779,68	779,68
Sillas plásticas (100)	7,44	744
Mesas plásticas (25)	20,00	500,00
Carpas (9)	150,00	1350,00
Toallas (10)	1,85	18,50
Escoba (2)	2,00	4,00
Trapeador	9,50	9,50
TOTAL		9795,93

Tabla 7.2 Descripción de muebles y enseres

7.1.1.2.EQUIPOS

Aquí encontramos los equipos requeridos para la ampliación en el salón de uso múltiple.

DESCRIPCION ACTIVOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Proyector EPSON	1700	1700
Puntero láser	45,70	45,70
Micrófono inalámbrico doble	52,28	52,28

Caja amplificadora	232,37	464,74
Consola de sonido de seis canales	156,38	156,38
TOTAL		2419,10

Tabla 7.3 Descripción de equipos

7.1.1.4. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

En este rubro están los equipos requeridos tanto para el salón como para la oficina.

DESCRIPCION	VALOR	VALOR
ACTIVOS	UNITARIO	TOTAL
Computadora HP Pavilion (2)	605	1210
Impresora	90	90
TOTAL		1300

Tabla 7.4 Descripción de equipos de computación

7.1.1.5 OTROS

Aquí están los elementos que no pertenecen a ninguno de los rubros anteriores y no son bienes depreciables.

DESCRIPCION	VALOR
Diseño página web	50
Línea telefónica	148

TOTAL	198
-------	-----

Tabla 7.5 Descripción de otros

7.1.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La inversión total a la que asciende la propuesta es de \$45549,84, que incluye la adecuación de la infraestructura, la implementación de espacios y el capital inicial de trabajo. En vista de que la Universidad funciona como propietaria de la hacienda consideramos conveniente que la inversión total sea aportada por la institución, con el fin de evitar que el precio de venta de los eventos se incremente por la necesidad de cubrir el valor de un préstamo.

7.1.3. INGRESOS

7.1.3.1. NÚMERO DE EVENTOS

Puesto que la empresa necesita tiempo para establecerse en el mercado, el número de eventos que proponemos realizar es el siguiente:

- Dos eventos mensuales de un día
- Dos eventos mensuales de dos días
- Un evento cada dos meses de tres días

Con estos datos obtenemos que anualmente se realizarían 54 eventos entre las tres opciones propuestas.

7.1.3.2. COSTO DEL EVENTO

Para obtener el costo por evento tomaremos como base los siguientes datos:

- Cada evento se realizará con un promedio de 60 participantes
- Calculamos que cada mesero y guía puede atender a 20 pax
- Para la transportación se contratará un bus para 40 personas con un costo de \$140 y un mini-bus para 20 personas con un costo de \$100 por día. Para las opciones 2 y 3, el costo es el mismo. El total se dividirá para todos los participantes.
- Para el rubro de transportación de personal tomamos en cuenta el traslado de 3 meseros, 3 guías y dos cocineras.
- Con respecto a la alimentación, hemos visto que la opción más conveniente sería contratar el servicio prestado por la Sra. Carmela Peralta. Los costos del menú básico para el almuerzo es de \$4 y el de la merienda es de \$3.
- Los desayunos y coffee-breaks tendrían un costo de \$1 y serían preparados por el personal fijo que labora en la empresa.

7.1.3.2.1. OPCIÓN 1

DESCRIPCION	VALOR	VALOR TOTAL	VALOR POR PAX
Meseros (3)	30	90	1,50
Guía turístico (3)	35	105	1,75
Alimentación		360	6
Transportación clientes		240	4
Transportación personal (8)	4	32	0,53

TOTAL		827	13,78
-------	--	-----	-------

Tabla 7.6 Tabla de costos opción 1

Este paquete incluye un almuerzo y dos coffe-breaks. Tomando en cuenta que esta opción se podría llevar a cabo dos veces por mes, tendríamos 24 eventos anuales.

7.1.3.2.2 OPCIÓN2

DESCRIPCION	VALOR	VALOR TOTAL	VALOR POR PAX
Meseros (3)	30	180	3
Guía turístico (3)	35	210	3,50
Alimentación		960	16
Transportación clientes	240	480	8
Transportación personal (8)	4	64	1,06
TOTAL		1894	31,56

Tabla 7.7 tabla de costos opción 2

Este paquete incluye un desayuno, dos almuerzos, una merienda y cuatro coffee-breaks. Tomando en cuenta que esta opción se podría llevar a cabo dos veces por mes, tendríamos 24 eventos anuales.

7.1.3.2.3. OPCIÓN 3

DESCRIPCION	VALOR	VALOR TOTAL	VALOR POR PAX
Meseros (3)	30	270	4,50
Guía turístico (3)	35	315	5,25
Alimentación		1560	26
Transportación clientes	240	480	8
Transportación personal (8)	4	96	1,60
TOTAL		2721	45,35

Tabla 7.8 tabla de costos 3

Este paquete incluye dos desayunos, tres almuerzos, dos meriendas y seis coffee-breaks. Tomando en cuenta que esta opción se podría llevar a cabo una vez cada dos meses, tendríamos 6 eventos anuales.

7.1.3.3.GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

7.1.3.3.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

En este rubro encontramos los valores fijos a pagar mensualmente. Debido a que sería una empresa totalmente nueva, hemos determinado que el personal de la hacienda incluiría solamente un administrador con un sueldo de \$300; un asistente con un sueldo

de \$280 y una persona para el mantenimiento de las instalaciones con un sueldo de \$240.

Además se requiere contratar una asesoría contable por un valor de \$1070.

Dentro de este rubro incluimos también las depreciaciones puesto que requerimos un valor mensual fijo por este concepto. Para ello tomamos en cuenta que los edificios se deprecian a partir del sexto año después de su construcción y por eso no lo incluimos en los siguientes datos. Para la depreciación de muebles y enseres se calcula el 10% anual de su valor por 10 años y para equipos de computación se calcula el 33.33% anual durante 3 años. De esta forma obtenemos los siguientes resultados:

DESCRIPCION	VALOR
Sueldos y salario	1070
Agua	6,50
Luz	8,00
Teléfono	13,00
Internet	32,48
Publicidad	13,33
Suministros de oficina	50
Depreciación muebles y enseres	81.63
Depreciación equipos de computación	102.28
TOTAL MENSUAL	2020,72
TOTAL ANUAL	24248,64

Tabla 7.9 Gastos administrativos

7.1.3.4. UTILIDAD LÍQUIDA

Una vez que tenemos los datos totales anuales podemos determinar la utilidad bruta que se obtiene restando los ingresos menos los costos totales de los eventos. Posteriormente, se resta los gastos operacionales para conseguir la utilidad líquida que en el caso de la propuesta es de \$1380,08 mensuales y \$16560,96 anuales. En la siguiente tabla se detalla la obtención de los precios y la utilidad líquida.

VENTAS			GASTOS	
OPCION 1				
Numero de eventos	2		Numero de eventos	2
Numero de pax por evento	60		Numero de pax por evento	60
Meses	12		Meses	12
Precio del evento	20,67		Costo del evento	13,78
TOTAL VENTAS MENSUAL	2480,40		TOTAL GASTOS MENSUAL	1653,60
TOTAL VENTAS ANUAL	29764,8		TOTAL GASTOS ANUAL	19843,2
OPCION 2				
Numero de eventos	2		Numero de eventos	2
Numero de pax por evento	60		Numero de pax por evento	60
Tiempo	12		Meses	12
Precio del evento	47,34		Costo del evento	31,56
TOTAL VENTAS MENSUAL	5680,80		TOTAL GASTOS MENSUAL	3787,20
TOTAL VENTAS ANUAL	68169,6		TOTAL GASTOS ANUAL	45446,4
OPCION 3				
Numero de eventos	6		Numero de eventos	6
Numero de pax por evento	60		Numero de pax por evento	60
Tiempo	1		Meses	1
Precio del evento	68,03		Costo del evento	45,35
TOTAL VENTAS ANUAL	24490,8		TOTAL GASTOS ANUAL	16326
TOTAL VENTAS ANUALES	122425,2			
TOTAL COSTOS ANUALES	81615,6			
MARGEN DE CONTRIBUCION	40809,6			
GASTOS OPERACIONALES	24248,64			
UTILIDAD OPERACIONAL	16560,96			
RENTABILIDAD CAPITAL				
UTILIDAD	16560,96			
CAPITAL	45549,84			
TOTAL	36,3578884	36,36%		

Tabla 7.10 Precio y utilidad líquida

7.1.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Hemos decidido determinar el punto de equilibrio para conocer el número mínimo de pax al que debemos vender nuestros eventos, con el propósito de lograr una situación en la que no se reporten ni pérdidas ni ganancias. Vamos a utilizar el método gráfico para demostrar en un plano cartesiano el punto de equilibrio.

En primer lugar, tenemos que el precio de venta al público (PVP) de la primera opción es de \$20.67, de la segunda es de \$47.34 y de la tercera es de \$68.03. Sumando estas tres cifras nos da un total de \$136.04 que dividiendo para tres nos da un promedio de PVP de \$45.35. En cuanto a los costos del evento, tenemos que de la primera opción el costo es de \$13.78, de la segunda es de \$31.56 y de la tercera es de \$45.35; dando un total de \$90.69 que dividiendo para tres nos da un promedio de \$30.23 del costo por evento.

Con estos datos podemos determinar el punto de equilibrio con la siguiente fórmula:

Datos:

$$PV = 45.35$$

$$CV = 30.23$$

$$CF = 2020.72 \text{ mensual}$$

$$B = 0$$

$$PVX = CVX + CF + B$$

$$45.35X - 30.23X = 30.23X + 2020.72 + 0$$

$$15.12X = 2020.72$$

$$X = 2020.72 / 15.12$$

$$X = 133.65$$

Una vez que despejamos X, ahora tenemos que calcular el total de ventas mensuales; para obtener este dato, a los \$45.35 que es el promedio de PVP por pax lo multiplicamos por 240 que son el número de pax al que pretendemos vender cada mes, obteniendo un total de \$10884 de ventas mensuales. De la misma manera, multiplicamos el promedio de los costos del evento que es de \$30.23 por 240 pax, obteniendo un total de \$7255.2 como costo variable; a esta cantidad le sumamos el costo fijo que es de \$2020.72 y tenemos el costo total que equivale a \$9275.92. Con todos estos datos podemos graficar el punto de equilibrio en el plano cartesiano:

Datos:

X = 133.65
Ventas = 10884
Costo fijo = 2020.72
Costo variable = 7255.2
Costo total = 9275.92

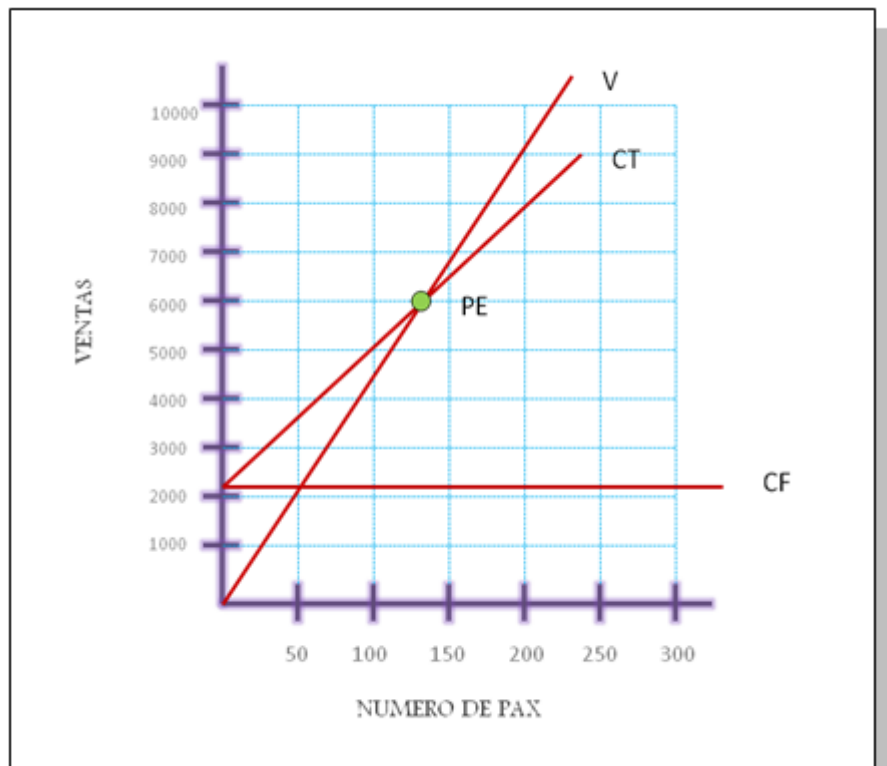


Grafico 7.1 Punto de equilibrio

7.1.5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

7.1.5.1. RETORNO DE LA INVERSIÓN

Con la tasa de retorno de la inversión podemos determinar el tiempo en el que el capital se puede recuperar, basándonos en los datos obtenidos anteriormente. Para ello utilizamos la siguiente fórmula matemática:

$$R = U / C \times 100$$

En donde:

U= Utilidad líquida anual

C= Capital invertido

En donde:

$$R = 16560,96 / 45549,84 \times 100$$

$$R = 36.3578884$$

$$R = 36,36\%$$

La tasa de retorno es del 36% anual que equivale a \$16397,94. Por lo tanto, el capital será recuperado en aproximadamente 3 años.

7.1.5.2. RESULTADOS PROYECTADOS

La utilidad líquida del primer año de trabajo es de \$16560.96. Para poder proyectar los resultados correspondientes a los cinco primeros años de actividad, hemos incrementado un 10% en cada año, obteniendo la siguiente tabla:

	Incremento	10%	10%	10%	10%
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	122425,2	134667,72	148134,492	162947,941	179242,7353
(-) Costos	81615,6	89777,16	98754,876	108630,363	119493,4
Margen de contribución	40809,6	44890,56	49379,616	54317,5776	59749,33536
(-) Gastos operacionales	24248,64	26673,504	29340,8544	32274,9398	35502,43382
UTILIDAD LIQUIDA	16560,96	18217,056	20038,7616	22042,6377	24246,90154

Tabla 7.11 Resultados proyectados

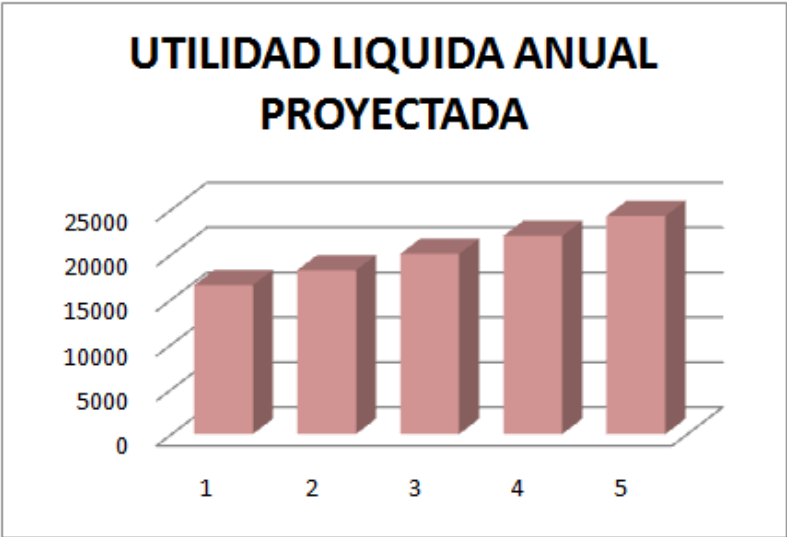


Grafico 7.2 Utilidad líquida anual proyectada

CONCLUSIÓN

Una vez efectuado el análisis financiero llegamos a la conclusión de que el proyecto resulta viable, puesto que genera una rentabilidad que permite recuperar el capital invertido en poco tiempo, y posteriormente, una utilidad que a futuro derivará en un crecimiento y mejoramiento gradual de la empresa.

8. CAPITULO OCHO

8.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1.1. CONCLUSIONES

Una vez finalizado nuestro trabajo de tesis hemos llegado a las siguientes conclusiones:

La mejor opción para el desarrollo de la propuesta es que la hacienda continúe funcionando como parte de la Universidad del Azuay, ya que gracias al prestigio que tiene su nombre se podrían obtener mayores ventajas en todos los aspectos como por ejemplo establecer alianzas estratégicas con proveedores que nos brinden mejores beneficios; o facilitar un mejor posicionamiento en el mercado. Es necesario aclarar que la empresa no perseguiría fines de lucro, sino que las utilidades se reinvertirían a favor de la comunidad universitaria.

Durante la etapa inicial de la empresa no podemos compararnos con nuestros competidores ya que estas entidades vienen funcionando en el mercado desde hace muchos años, lo que les ha permitido establecerse y alcanzar un desarrollo integral. Al contrario, debemos enfocarnos en el fortalecimiento de nuestras ventajas como el recurso escénico del que dispone la hacienda.

Pretendemos brindar la mejor calidad de servicio conforme a las actuales posibilidades de la hacienda, proyectándonos a que en un futuro cercano nos sea posible alcanzar un nivel óptimo en cuanto a este aspecto.

Nuestra propuesta difiere de la de los competidores ya que está dirigida al desarrollo de eventos académicos para docentes y estudiantes de la Universidad del Azuay, mientras que las otras empresas se enfocan principalmente en brindar otros servicios como el de hospedaje y alimentación, o en otros tipos de eventos como los sociales.

Existe una gran demanda dentro del segmento al que apuntamos ya que las encuestas reflejaron resultados positivos para la elaboración de nuestro proyecto. Esto demuestra que existe un mercado cuyas necesidades podemos satisfacer por medio de nuestra oferta de servicios.

La demanda a la que nos dirigimos conforma una pequeña parte de la demanda total. Nos enfocamos únicamente en nuestra comunidad universitaria puesto que el mercado sería muy amplio considerando que la empresa apenas iniciaría sus actividades.

El monto que se requiere para la inversión podría ser cubierto en su totalidad por la Universidad del Azuay por medio de una adecuada planificación, ya que la cantidad de dinero no es muy alta y consideramos que está en condiciones de cubrir dicha inversión. Esto influiría directamente en la reducción del precio porque ya no sería necesario añadir un valor para el pago del préstamo.

Las actividades de esparcimiento son el enganche para captar mayor cantidad de demanda. Esta es una estrategia que consiste en que al momento de detallar los servicios que se cobran para establecer el precio, estas actividades se las ofertará como gratuitas, pero en realidad se cobrará un porcentaje que está incluido en el costo del evento.

8.1.2. RECOMENDACIONES

Al término de nuestro trabajo de tesis hemos visto necesario manifestar las siguientes recomendaciones:

Es fundamental para el mejoramiento de la calidad de servicio que en un futuro se realicen cambios de mayor relevancia en la infraestructura, manteniendo el principio de la sostenibilidad, ya que los que nosotras hemos propuesto son cambios básicos.

En caso de que las autoras del presente trabajo no puedan cumplir sus funciones como administradoras del proyecto, consideramos que la Escuela de Turismo, como parte de la universidad, es la mejor opción para asumir la administración.

Es necesario que al iniciar las actividades de la empresa se cuente con pocas personas que laboren directamente como personal fijo hasta lograr una estabilidad y empezar a obtener utilidad, buscando en un futuro generar más oportunidades de trabajo.

Una vez que la empresa esté en condiciones de realizar mejoras, recomendamos la adquisición de implementos de camping para evitar inconvenientes a los clientes el momento de trasladar sus equipos.

La Universidad podría facilitar el uso de los vehículos de los que dispone para la trasportación, siempre que esté en condiciones de hacerlo, ya que esto permitiría reducir el costo del alquiler del vehículo y pagar únicamente el valor del consumo de gasolina y mantenimiento.

La Hacienda “El Gullán” brinda la oportunidad de desarrollar otros servicios además de los eventos académicos como es el caso de las convivencias para escuelas y colegios, los que se pueden tomar como un tema a desarrollar en un trabajo de tesis, para lo cual se recomendaría realizar nuevas y más amplias investigaciones al respecto.

BIBLIOGRAFÍA:

LIBROS:

- Fischer, Stanley; Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. Economía. México: McGraw-Hill/Interamericana de México, S.A. de C.V. 1era ed., 1990. 53.
- Kotler, Philip y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. 12mo ed., 2006, 274, 300-301
- Molina, Sergio. Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica. México, Trillas: 2da ed., 1991. 51
- Spencer, Milton H. Economía Contemporánea. Barcelona-Bogotá-Buenos Aires-Caracas-México: Reverté S.A. 3era ed., 31,33,35

ENCICLOPEDIA:

- De la Torre, L; H. Navarrete, P. Muriel M.M.J. Macía y H. Balslev. Enciclopedia de las plantas útiles del Ecuador. 2008.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS:

- <http://definicion.de/tasa-de-interes/> , visita: 2010/09/26, 13:30
- [http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=44](http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=44)
&Itemid=44 visita 24/07/2010, 17:38
- <http://www.ambiente.gob.ec/userfiles/47/file/LEY%20DE%20GESTION%20AMBIENTAL.pdf> , visita: 2010/09/27, 15:45
- <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/glos/glos8.htm> , visita:
2010/09/26, 13:00
- <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/bosque.php> visita: 27/09/2010,
09:41
- <http://www.desarrollodeweb.com.ar/archivo/14-el-entorno-del-marketing> , visita:
2010/10/04, 10:00
- <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/inflacionconcepto/> , visita:
2010/09/26, 17:00
- <http://www.econlink.com.ar/dic/pib.shtml> , visita: 2010/09/26, 09:00
- <http://www.gerencie.com/costo-de-oportunidad.html> , visita: 2010/09/26, 14:15
- <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm> ,
visita: 2010/11/17, 16:00
- [http://www.infoandina.org/site.shtml?apc=Hb--ix2766x-x-1-](http://www.infoandina.org/site.shtml?apc=Hb--ix2766x-x-1-&s=H&e=b&cmd[159]=x-117-2766)
&s=H&e=b&cmd[159]=x-117-2766 visita: 22/01/ 2009, 16:23

- <http://www.mitecnologico.com/Main/EntornoDeLaEmpresa> , visita: 2010/09/20, 11:00
- http://www.mobot.org/MOBOT/paramo/search_paramo.asp?searchFor=Passiflora+cumbalensis visita: 17/11/2010, 15:26
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html> , 2010/11/10, 17:00
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html> , visita: 2010/09/20, 15:00
- www.scout64.8k.com/campismo.htm visita: 20/03/2010, 11:01
- www.scribd.com/doc/913957/ visita: 20/03/2010, 11:13
- <http://www.unidec.edu.ec/descargas/Ley%20de%20Turismo.pdf> , visita: 2010/09/27,14:30

ANEXOS

CASA HACIENDA



Anexo 1: Casa hacienda



Anexo 2: Comedor



Anexo 3: Dormitorio



Anexo 4: Cocina

RESERVORIOS



Anexo 5: Primer reservorio 1



Anexo 6: Primer reservorio 2



Anexo 7: Segundo reservorio 1



Anexo 8: Segundo reservorio 2



Anexo 9: Tercer reservorio 1



Anexo 10: Tercer reservorio 2

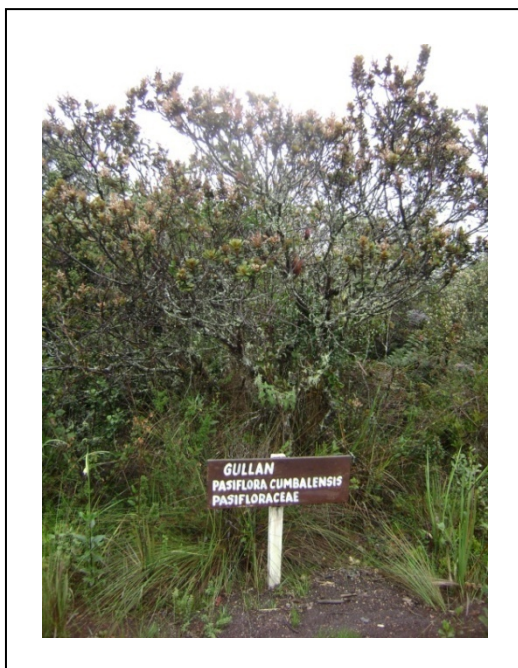


Anexo 11: Cuarto reservorio 1



Anexo 12: Cuarto reservorio 2

FLORA



Anexo 13: Gullán



Anexo 14: Flor del Gullán



Anexo 15: Bromelia o Huicundo



Anexo 16: Flor de Quinde



Anexo 17: Guabisay



Anexo 18: Joyapa



Anexo 19: Orejas de conejo



Anexo 20: Orquídea



Anexo 21: Sigal



Anexo 22: Late late

FAUNA



Anexo 23: Ave



Anexo 24: Alpacas

BOSQUE DE PINOS



Anexo 25: Bosque de pinos 1

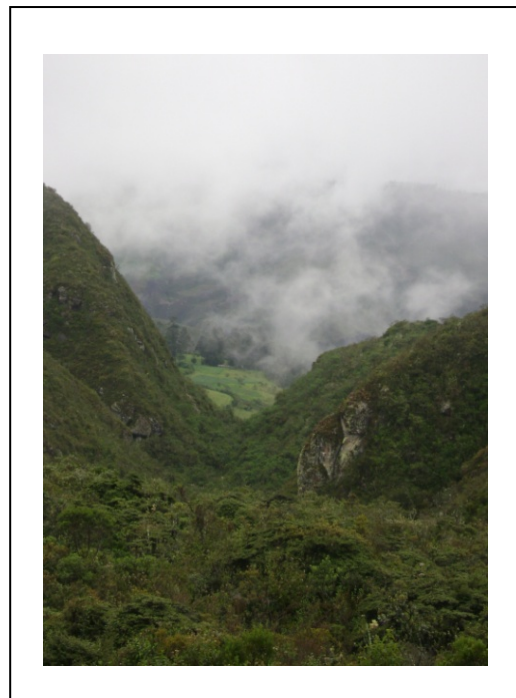


Anexo 26: Bosque de pinos 2

RECURSO ESCÉNICO



Anexo 27: Recurso escénico 1



Anexo 28: Recurso escénico 2



Anexo 29: Recurso escénico 3



Anexo 30: Recurso escénico 4



Anexo 31: Recurso escénico 5



Anexo 32: Recurso escénico 6



Anexo 33: Recurso escénico 7



Anexo 34: Recurso escénico 8



Anexo 35: Recurso escénico 9



Anexo 36: Recurso escénico 10

ZONAS DE CAMPING



Anexo 37: Recurso escénico 11



Anexo 38: Recurso escénico 12