



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS**

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

“IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA DE TEMÁTICA MEDIEVAL EN LA
PARROQUIA RURAL SAN JOAQUÍN DE LA CIUDAD DE CUENCA, EN LA
PROVINCIA DEL AZUAY DE NOMBRE “MEDIEVAL PARTY”

AUTOR:

JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO

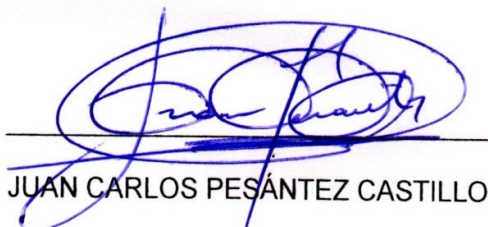
DIRECTOR DE TESIS:

ING. XAVIER MIRANDA AYALA

GUAYAQUIL, 4 DE FEBRERO DEL 2013

CERTIFICACIÓN

Yo, **JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO**, declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.



JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO
C.C.: 0102808102

Yo, Ing. **XAVIER MIRANDA AYALA**, declaro que, en lo que yo personalmente conozco, el señor **JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO**, es el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal suya.

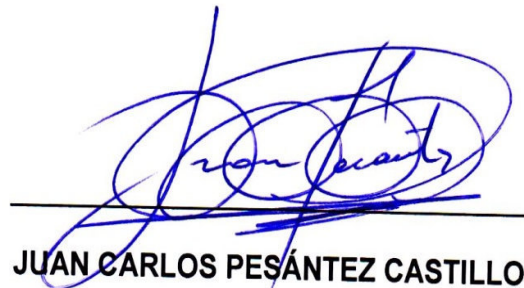


Ing. **XAVIER MIRANDA AYALA**
Director

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en este trabajo de grado, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual del trabajo de Grado corresponde a la "Universidad Internacional del Ecuador"

Autor del trabajo de grado:



JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

En la ciudad de Guayaquil, a los 4 días del mes febrero del 2013, se suscribe la siguiente acta de Defensa de Grado, del estudiante, **JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO**, de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras, siendo las principales autoridades: el Ec. Marcelo Fernández Sánchez, Rector de la Universidad Internacional del Ecuador, Ing. Xavier Fernández Orrantía, Vicerrector de la Universidad Internacional del Ecuador y el Ab. Aldo Maino Isaías, Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil. Para lo cual doy fe.

Ab. Aldo Maino Isaías
Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil



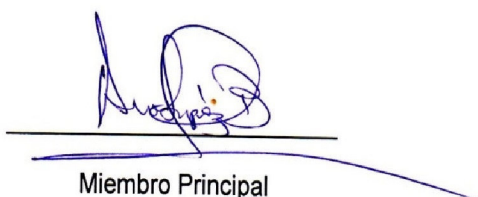
MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO



Miembro Principal



Miembro Principal



Miembro Principal

Damos fe de la elaboración de este Trabajo de Grado, que fue presentado en Guayaquil el día: 4 de febrero del 2013



Director Ejecutivo
Extensión Guayaquil



Asesor del Trabajo de Grado

AGRADECIMIENTO

A mi Santa Madre, donde se encuentre, por haberme dado este maravilloso regalo que es la vida y luego llenarla de amor, valores y buenos ejemplos.

A mi querida tía Berthita, por su incondicional e ineludible apoyo.

A mi querida hermana María por todo su amor y comprensión.

Al Ing. Xavier Miranda, mi tutor, por su ayuda y guía para finalizar este trabajo.

Y a todos mis profesores que compartieron sus conocimientos y experiencias conmigo y a todos mis compañeros de aula.

JUAN CARLOS PESÁNTEZ C.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación a la memoria de mi Santa Madre Olimpia Castillo, que debe estar regocijándose en algún lugar del Cosmos por este logro, a mi querida tía Bertitha por todo su amor y preocupación y a mi querida hermana María que ha sido mi fuente de inspiración y ejemplo de lo que debe ser un ser humano.

Gracias por quererme tanto !!

(Finalmente lo logré)

JUAN CARLOS PESÁNTEZ C.

ÍNDICE

CONTENIDO	PAGINAS
Lista de acrónimos	1
Introducción	2
Justificación	6
Planteamiento del problema	9
Objetivos	10
Objetivos generales	10
Objetivos específicos	10
Marco de referencia	11
Hostería	11
Hospedaje, arte milenario	11
Posadas y hosterías en la edad media	12
El Principio de la Hotelería Sistematizada	13
El Desarrollo Hotelero en la Postguerra	13
Los hoteles no solo crecieron en número, también en tamaño	14
Europa, cuna de la hotelería	14
Hoteles temáticos	15
Clasificación de los establecimientos hoteleros	16
Metodología de la investigación	18
Métodos	18
Método empírico	18
Método analítico sintético	18
Técnicas	18
Entrevista	19
Encuesta	19
CAPÍTULO 1	20
1 Información general de la provincia del Azuay	20
1.1 Aspectos geográficos	20
1.1.1 Ubicación	20
1.1.2 Clima	21
1.2 División política	21
1.3 Atractivos turísticos	21
1.4 Fiestas populares	22
1.5 comidas típicas	22
1.6 Deporte	23
1.7 Descripción general del cantón Cuenca	24
1.7.1 Ubicación	24
1.7.2 Superficie del área urbana de la ciudad de Cuenca	25
1.7.3 Demografía	26
1.7.4 Etnia	30
1.7.5 Cultura	31
1.7.6 Actividades culturales	31
1.7.7 Turismo	32

1.7.8 Principales atractivos turísticos naturales del cantón Cuenca	35
1.7.8.1 Parque Nacional El Cajas	35
1.7.8.1.1 Ubicación	36
1.7.8.2 Aguas termales de baños	36
1.7.8.2.1 Ubicación	37
1.7.8.3 Bosque protector Aguarongo	37
1.7.8.4 Barranco Río Tomebamba	38
1.7.8.4.1 Atractivos	38
1.7.8.5 Bosque protector Mazan	39
1.7.9 Principales atractivos culturales del cantón Cuenca	40
1.7.9.1 Catedral vieja	40
1.7.9.2 Catedral nueva La Inmaculada Concepción	41
1.7.9.3 Centro histórico	42
1.7.9.4 Museo del monasterio de Las Conceptas	43
1.7.9.5 Iglesia de Santo Domingo	44
1.7.9.6 Iglesia de la Virgen de Bronce	45
1.7.9.7 Iglesia de Todos Los Santos	46
1.7.9.8 Ruina de Todos Los Santos	48
1.7.9.9 Museo del Banco Central	49
1.7.9.10 Iglesia de San Francisco	50
1.7.9.11 Iglesia de San Sebastian	51
1.7.9.12 Iglesia de San Alfonso	52
1.7.9.13 Calle Rafael María Arízaga	53
1.7.9.14 Paredones de Molleturo	55
1.7.9.15 Parroquia Turi	56
1.7.9.16 Parroquia Baños	57
1.7.9.17 Parque Calderón	58
1.7.9.18 Casa de las Posadas	59
1.7.9.19 Calle Convención del 45	60
1.7.9.20 Sitio arqueológico de Mamamag	61
1.7.9.21 Iglesia de las Conceptas	62
1.7.9.22 Museo Remigio Crespo Toral	63
1.8 Aspectos generales de la Parroquia San Joaquín	64
1.8.1 Ubicación	64
1.8.1.2 Zona 1	64
1.8.1.2 Áreas urbanas (Cabecera Parroquial)	65
1.8.1.3. Zona 2	66
1.8.2 Población y actividades económicas	67
1.8.3 Asentamientos poblacionales e infraestructura	69
1.8.4 Equipamientos de educación	70
1.8.4.1 Nivel Inicial	70
1.8.4.2 Primaria	70
1.8.4.3 Secundaria	71
1.8.5 Equipamientos de salud	72
1.8.6 Equipamientos de bienestar social	73
1.8.7 Infraestructura de servicios básicos	74

1.8.8 Red vial	74
1.8.9 Sociocultural	75
1.8.10 Atractivos turísticos	78
1.8.1.1 Fiestas populares	79
1.8.11.1 Fiesta a la virgen María Auxiliadora	80
1.8.11.2 Fiesta de parroquialización	80
1.8.12 Acceso	80

CAPÍTULO 2

2 Estudio de mercado	81
2.1 Nombre de la hostería en proyecto	82
2.2 Breve descripción del proyecto	82
2.3 Objetivos	83
2.3.1 Generales	83
2.3.2 Específicos	83
2.4 Segmentación de mercado	83
2.4.1 Variables de segmentación	84
2.5 Fuentes de información	89
2.5.1 Fuentes de información primaria	89
2.5.1.1 Encuesta	89
2.5.1.2 Entrevista	90
2.5.2 Fuentes de información secundarias	91
2.6 Tamaño de la población	92
2.6.1 Tamaño de la muestra	92
2.6.2 Cálculo del tamaño de la muestra	93
2.6.3 Diseño del cuestionario	96
2.6.4 Resultado de las encuestas	97
2.7 Análisis de la demanda	143
2.7.1 Demanda actual del servicio	143
2.7.2 Demanda proyectada	145
2.8 Demanda insatisfecha	146
2.9 Marketing mix	147
2.9.1 Estrategia del producto	148
2.9.2 Estrategia de distribución (plaza)	163
2.9.3 Estrategia de promoción	164
2.9.4 Estrategia de precio	165
2.9.5 Procesos	169
2.9.6 Entorno	169
2.9.7 Personal	170
2.10 Análisis foda	172

CAPÍTULO 3

3 Estudio técnico	174
3.1 Tamaño del proyecto	174
3.1.1 Capacidad instalada	175
3.2 Macrolocalización	176

3.3 Microlocalización	178
3.4 Descripción del proyecto	179
3.5 Infraestructura	180
3.6 Instalación y servicios	181
3.7 Políticas para el uso de la hostería	187
3.8 Marco legal	188
3.9 Organización general de la hostería	193
3.10 Servicios básicos	198
3.11 Equipamiento	199

CAPÍTULO 4

4 Estudio Organizacional	205
4.1 Razón Social	205
4.2 Constitución jurídica	206
4.3 Trámites de constitución	206
4.4 Estructura organizacional de la hostería	213
4.5 Descripción de funciones	214
4.6 Direccionamiento estratégico	222
4.6.1 Misión de la hostería Medieval Party	222
4.6.2 Visión de la hostería Medieval Party	222
4.7 Principios y valores corporativos	225
4.7.1 Objetivos estratégicos	228
4.7.2 Estrategias empresariales	

CAPÍTULO 5

5 Estudio financiero	230
5.1 Componentes de la inversión	231
5.1.1 Inversión fija	231
5.1.2 Inversión diferida	232
5.2 Capital de trabajo	233
5.3 Depreciaciones	235
5.4 financiamiento	236
5.4.1 Financiamiento con aporte propio	236
5.4.2 Financiamiento mediante préstamo	236
5.5 Programa de inversiones	238
5.6 Determinación del costo de operación	240
5.7 Costos anuales proyectados	240
5.8 Determinación de ingresos	242
5.8.1 Ingresos anuales proyectados	243
5.9 Estados financieros	243
5.10 Estado de pérdidas y ganancias proyectado	244
5.11 Balance general proforma	247
5.12 punto de equilibrio	250
5.13 Flujo de caja	252

CAPÍTULO 6	
6 Evaluación financiera	255
6.1 Costo de oportunidad	256
6.2 Valor Actual Neto (VAN)	257
6.3 Tasa interna de retorno (TIR)	259
6.4 Período de recuperación de la inversión (PRI)	262
6.5 Relación beneficio-costo	263
6.6 Análisis de los estados financieros	264
6.6.1 Razones de liquidez	267
6.6.2 Razones de actividad	267
6.6.3 Razones de rentabilidad	268
6.6.4 Razones de endeudamiento	270
CAPÍTULO 7	
7 Análisis del impacto ambiental del proyecto	271
7.1 Impacto socioeconómico	271
7.2 Impacto ambiental	272
CAPÍTULO 8	
8 Conclusiones	275
8.1 Recomendaciones	276
BIBLIOGRAFÍA	278
ANEXOS	280
Anexo 1. Encuesta a turistas nacionales actuales	281
Anexo 2. Encuesta a turistas extranjeros actuales	283
Anexo 3. Encuesta a turistas nacionales potenciales	285
Anexo 4. Encuesta a turistas extranjeros potenciales	287

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁGINAS
Cuadro 1 Población total en el cantón Cuenca (1950-2010)	27
Cuadro 2. Población del cantón Cuenca (1950-2010)	28
Cuadro 3. Población por género del cantón Cuenca (1990-2010).	29
Cuadro 4. Etnias registradas en el cantón Cuenca (1990-2010).	30
Cuadro 5. Variables de segmentación	85
Cuadro 6. Arribos internacionales Ecuador 2005-2011	86
Cuadro 7. Origen de los turistas que recibió Cuenca en el 2011	86
Cuadro 8. Origen de los turistas extranjeros en el 2011	87
Cuadro 9. Procedencia de los turistas nacionales en el 2011	87
Cuadro 10. Lugares donde se realizará el estudio de mercado	92
Cuadro 11. Lugares donde se realizarán las encuestas	95
Cuadro 12. Encuestas a turistas actuales en Cuenca	97
Cuadro 13. Encuesta a turistas potenciales de Cuenca	97
Cuadro 14. Demanda del servicio turistas nacionales actuales	144
Cuadro 15. Demanda del servicio turistas extranjeros actuales	145
Cuadro 16. Demanda proyectada	146
Cuadro 17. Demanda insatisfecha	147
Cuadro 18. Inventario de habitaciones	151
Cuadro 19. Estrategia de precio	166
Cuadro 20. Hoteles que compiten con el proyecto en Cuenca	168
Cuadro 21. Demanda insatisfecha captada por el proyecto	175
Cuadro 22. Terreno	199
Cuadro 23. Edificio, instalaciones y trámite	200
Cuadro 24. Muebles y enseres	200
Cuadro 25. Maquinaria y equipo	202
Cuadro 26. Servicios básicos	202
Cuadro 27. Remuneraciones	203
Cuadro 28. Suministros y útiles de limpieza	204
Cuadro 29. Gastos administrativos y ventas	204
Cuadro 30. Gastos diferidos	204
Cuadro 31. Equipos de oficina	204
Cuadro 32. Organigrama	214
Cuadro 33. Inversión total inicial requerida	234
Cuadro 34. Depreciación, mantenimiento y seguros	235
Cuadro 35. Financiamiento requerido en dólares	237
Cuadro 36. Tabla de amortización	237
Cuadro 37. Programa de inversiones	239
Cuadro 38. Costos y gastos del servicio en el proyecto	242
Cuadro 39. Ingresos anuales proyectados (en U.S.D.)	243
Cuadro 40. Ingresos proyectados para los primeros 5 años	243
Cuadro 41. Estado de pérdidas y ganancias presupuestado	246

Cuadro 42. Balance de situación general	249
Cuadro 43. Punto de equilibrio	251
Cuadro 44. Flujo de caja	254
Cuadro 45. Tasa mínima aceptable de rendimiento	257
Cuadro 46. Tasa interna de retorno financiero	261
Cuadro 47. Evaluadores financieros	263
Cuadro 48. Razones financieras	266

ÍNDICE DE IMÁGENES

CONTENIDO	PÁGINAS
Imagen 1. Vista panorámica de la ciudad de Cuenca	26
Imagen 2. Parque Nacional "El Cajas"	35
Imagen 3. Aguas termales de Baños	36
Imagen 4. Bosque protector Aguarongo	37
Imagen 5. Barranco río Tomebamba	38
Imagen 6. Bosque protector de Mazán	39
Imagen 7. Catedral vieja	40
Imagen 8. Catedral nueva "La Inmaculada Concepción"	42
Imagen 9. Centro histórico	43
Imagen 10. Museo del monasterio de las Conceptas	44
Imagen 11. Iglesia de Santo Domingo	45
Imagen 12. Iglesia de la Virgen del Bronce	46
Imagen 13. Iglesia de Todos los Santos	47
Imagen 14. Ruinas de Todos los Santos	49
Imagen 15. Museo del Banco Central	50
Imagen 16. Iglesia de San Francisco	51
Imagen 17. Iglesia de San Sebastián	52
Imagen 18. Iglesia de San Alfonso	53
Imagen 19. Calle Rafael María Arízaga	54
Imagen 20. Paredones de Molleturo	55
Imagen 21. Parroquia Turi	56
Imagen 22. Parroquia Baños	57
Imagen 23. Parque Calderón	58
Imagen 24. Casas de las posadas	59
Imagen 25. Calle Convención del 45	60
Imagen 26. Sitio arqueológico Mamamag	61
Imagen 27. Iglesia de las Conceptas	62
Imagen 28. Acta original de la fundación de Cuenca	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO: Turistas

Nacionales Actuales

Gráfico 1. Edad	
Grafico 2. Ocupación	99
Gráfico 3. Género	100
Gráfico 4. Motivos por los cuales visita la ciudad de Cuenca	101
Grafico 5. Con que frecuencia viaja a Cuenca	102
Grafico 6. Como realiza su viaje a Cuenca	103
Grafico 7. El servicio de hospedaje ha cubierto su expectativa	104
Grafico 8. Cuánto durará su estadía en el lugar de alojamiento	105
Grafico 9. Que considera al momento de escoger su hotel	106
Grafico 10. Sabe lo que es una hostería de temática medieval	107
Grafico 11 que le parece la idea de crear una hostería medieval	108
Grafico 12. Se hospedaría en una hostería con temática medieval	109
Gráfico. 13 Cuanto estaría dispuesto a pagar	110
Gráfico. 14. Fuente de información para elegir un hotel	111
Grafico 15.Cuál es su ciudad de origen	112

CONTENIDO: Turistas Extranjeros Actuales

Grafico 1. Edad	113
Grafico 2. Ocupación	114
Gráfico 3. Género	115
Gráfico 4. Motivos por los cuales visita la ciudad de Cuenca	116
Grafico 5. Con que frecuencia viaja a Cuenca	116
Grafico 6. Como realiza su viaje a Cuenca	117
Grafico 7. El servicio de hospedaje ha cubierto su expectativa	118
Grafico 8. Cuánto durará su estadía en el lugar de alojamiento	119
Grafico 9. que es más importante al momento de escoger su hotel	120
Grafico 10. Sabe lo que es una hostería de temática medieval	120
Grafico 11 que le parece la idea de crear una hostería medieval	121
Grafico 12. Se hospedaría en una hostería con temática medieval	122
Gráfico. 13 Cuanto estaría dispuesto a pagar	123
Gráfico. 14. Fuente de información para elegir un sitio de alojamiento	124
Grafico 15. Cual es su ciudad de origen	125

CONTENIDO: Turistas Nacionales Potenciales

Gráfico 31. Edad	126
Gráfico 32. Género	127
Gráfico 33. Ciudad de origen	127
Gráfico 34. Nivel de educación	128
Gráfico 35. Ha visitado o tiene la intención de visitar Cuenca	129
Gráfico 36. Que lo motiva a visitar un destino en particular	129
Gráfico 37. Que le incentiva a escoger un destino de viaje	130
Gráfico 38. Que características observa antes de elegir hospedaje	131
Gráfico 39. Sabe lo que es una hostería con temática medieval	132

Gráfico 40. Que le parece una hostería de temática medieval	132
Gráfico 41. Se hospedaría en una hostería con temática medieval	133
Gráfico 42. Considera más conveniente el sistema todo incluido	133

CONTENIDO: Turistas Extranjeros Potenciales

Gráfico 31. Edad	134
Gráfico 32. Género	135
Gráfico 33. Ciudad de origen	136
Gráfico 34. Nivel de educación	136
Gráfico 35. Ha visitado o tiene la intención de visitar Cuenca	137
Gráfico 36. Que lo motiva a visitar un destino en particular	138
Gráfico 37. Que le incentiva a escoger un destino de viaje	139
Gráfico 38. Que características observa antes de elegir	140
Gráfico 39. Sabe lo que es una hostería con temática medieval	141
Gráfico 40. Que le parece la idea de una hostería de temática medieval	141
Gráfico 41. Se hospedaría en una hostería con temática medieval	142
Gráfico 42. Considera más conveniente el sistema todo incluido	143

Lista de acrónimos

ACUDIR Agencia Cuenca para el Desarrollo e Integración Regional

AHA Asociación Hotelera del Azuay

CAPTUR Cámara Provincial de Turismo

CTC Centro de turismo comunitario

ETAPA Empresa Municipal de Telecomunicaciones, Agua potable,
Alcantarillado y Saneamiento

FIT Free and independent traveler

FMTPC Fundación Municipal Turismo para Cuenca

MAE Ministerio del Ambiente del Ecuador

MINTUR Ministerio de Turismo del Ecuador

OPTUR Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador

PIB Producto Interno Bruto

PN Parque Nacional

PPD Por persona por día

RT Round trip

TO Tour Operador

USA Estados Unidos de Norteamérica

UK Reino Unido

USD Dólares de los Estados Unidos de América

VRF's Visiting Relatives and Friends

INTRODUCCIÓN

Ecuador es el tercer país más pequeño de Latinoamérica después de Uruguay y Guyana, pero con una riqueza natural impresionante. Está ubicado en el noroeste de la América del Sur, en la costa del océano Pacífico, atravesado por la cadena montañosa de los Andes, con cuatro regiones naturales muy diferenciadas que son: costa, sierra, oriente y región insular o Galápagos, cuna de la Teoría de la Evolución de Darwin (*On The Origin Of Species*, 1859), fue declarada por la UNESCO Patrimonio Natural de la Humanidad en 1978, al igual que Quito y Cuenca fueron distinguidas con el título de Patrimonio Cultural de la Humanidad en los años 1978 y 1999 respectivamente por este mismo organismo adscrito a la ONU.

Nuestro país, con su pequeña extensión territorial, 256.370 Km², es decir el 0.17% de la superficie terrestre del planeta está considerado entre los 17 países más megadiversos del mundo, según el Centro de Monitoreo de la Conservación del Ambiente, un organismo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Cuenta con climas y microclimas diferentes, el modelo meteorológico varía según la geografía y las temperaturas son determinadas por su altitud, ubicación y, principalmente por la presencia de la cordillera de los Andes y la influencia marítima. Las Islas Galápagos y la costa están bajo la influencia de las corrientes del océano.

Un equipo de científicos de Ecuador y los Estados Unidos ha documentado que el Parque Nacional Yasuní es el área con mayor biodiversidad en América del

Sur. Además, el nuevo estudio detalla cómo el Yasuní rompe los récords mundiales para una amplia gama de grupos de plantas y animales, desde los insectos y anfibios hasta los árboles.

"Las 150 especies de anfibios documentados hasta la fecha en Yasuní es un récord mundial para un área de este tamaño", dijo Diego F. Cisneros-Heredia de la Universidad San Francisco de Quito. "Hay más especies de ranas y sapos dentro de Yasuní que los nativos de los Estados Unidos y Canadá juntos."

Los científicos también confirmaron que en una hectárea en Yasuní en promedio contiene más especies de árboles, 655, que en todo los Estados Unidos continental y el Canadá combinados. El número de especies de árboles se incrementa sobre los 1.100 en un área de 25 hectáreas.

El botánico ecuatoriano Gorky Villa, que ha trabajado con el Instituto Smithsonian y Finding Species dice: "En apenas una hectárea en Yasuní, hay más especies de árboles, arbustos, y lianas (bejucos leñosos) que en cualquier otro lugar en el mundo,"

Pero quizás las estadísticas más impresionante de todas las expuestas, es la que en una sola hectárea del bosque de Yasuní se estima que contiene 100.000 especies de insectos. Según el eminente entomólogo Dr. Terry Erwin, esta es la diversidad más alta estimada por área de unidad en el mundo entero para cualquier grupo de planta o animal.

Los científicos también informan de que Yasuní contiene al menos 121 especies de reptiles, 596 especies de pájaros, 382 especies de peces y 204

especies de mamíferos, por uno de los conjuntos más ricos de la biodiversidad en el mundo.

El estudio, publicado en la revista científica PLoS ONE, está disponible en el internet en: **<http://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0008767>**.

A esto hay que sumarle la exuberante flora y fauna que encontramos en la región andina y costera, con estadísticas igual de sorprendentes, sin contar con la riqueza en recursos naturales y turísticos que encontramos en Las Galápagos.

Proteger toda esta riqueza natural ha sido una misión de los diferentes gobiernos, que mediante decretos han declarado la existencia de 47 Áreas Protegidas según estadísticas recientes del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, organismo que es parte del Ministerio de Ambiente.

Los territorios de lo que hoy es la provincia del Azuay formaban en la antigüedad una grande y bella región ocupada por la nación de los Cañaris, que era numerosa y guerrera, quienes la llamaron con el nombre de Guapondeleg, que significa “Llano Grande Como el Cielo”. Actualmente tiene una extensión de 8.230 km² aproximadamente, y limita al norte con la provincia de Cañar, al sur con Loja, al este con Morona- Santiago y al oeste con Guayas, Comprende las hoyas del Paute y del Jubones, y está regada por numerosos ríos como el Machángara, el Tarqui, el Gualaceo, el Yanuncay, el Azogues y, lógicamente, por el Paute y el Jubones.

La provincia del Azuay ofrece una definida variedad de climas, según nos explica la FMTPC, en las mesetas altas es frío, andino o paramal; en los valles de Cuenca, Sigüig, Girón y Gualaceo es temperado; y en el valle de Yunguilla y la zona occidental es tropical sub-andino.

La capital del Azuay es la bellísima ciudad de Cuenca, y está integrada por los cantones Cuenca, Chordeleg, El Pan, Girón, Guachapala, Gualaceo, Nabón, Oña, Paute, Ponce Enríquez (Mollepungo), Pucará, San Fernando, Santa Isabel, Sevilla de Oro y Sigüig.

El sector de San Joaquín, Parroquia Rural, ubicado a escasos 4 Km. de Cuenca, lugar donde estará ubicada la hostería materia de la presente tesis, es un sitio con un clima primaveral, sector que en los últimos años se ha convertido en una "ciudad satélite", debido a la gran cantidad de quintas vacacionales construidas, tanto por habitantes de la provincia como por los de otros lugares del país.

La oferta turística en el sector ha tenido un rápido crecimiento en los últimos años, debido a lo benigno de su clima y la belleza misma del lugar. Sin embargo la existencia de una hostería temática organizado en torno a una línea argumental que lo inspire, lo que implica que vaya ligado a un proyecto empresarial más sólido y con importantes inversiones económicas, es inexistente, De ahí que se desprende la necesidad de ofrecer un servicio especial para potenciales clientes nacionales y extranjeros con un poder adquisitivo alto, que demandan buenos productos y servicios.

JUSTIFICACIÓN.

La región Austral del país, sobretodo la provincia del Azuay, específicamente Cuenca, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el año 1999, y sus alrededores han llamado la atención a nivel mundial, por ser una de las ciudades mas bellas y con mayor calidad de vida del país, lo que ha atraído retirados de EEUU, Canadá y Europa a establecerse definitivamente en la urbe.

Aun teniendo en cuenta que la oferta hotelera en la región es muy variada, y la inversión privada tanto nacional como extranjera en el sector turístico cada vez es mayor, podríamos decir con seguridad que la oferta de un hotel temático con excelencia en servicios como tal no existe aún en el medio.

Un hotel temático es aquel que sigue una línea argumental, tanto en el diseño estructural como en la decoración, que sirve de inspiración al tema al que hace referencia, en este caso a aquella época que atravesó la humanidad que fue la Edad Media.

La Edad Media o Medioevo es el período histórico de la civilización occidental comprendido entre el siglo V y el XV.

Su comienzo se sitúa convencionalmente en el año 476 con la caída del Imperio romano de Occidente y su fin en 1492 con el descubrimiento de América, o en 1453 con la caída del Imperio bizantino, fecha que tiene la

ventaja de coincidir con la invención de la imprenta (Biblia de Gutenberg) y con el fin de la Guerra de los Cien Años.

La idea de crear este hostería, que estará ubicado dentro de una propiedad de 7 has. Es poder recrear la vida sencilla del campo en aquella etapa de la humanidad, donde no había la tecnología ni los avances científicos de los que hoy disfrutamos. Sin embargo la vida era posible y sobretodo apacible.

La misión es “transportar” a los huéspedes, durante su estadía, en el tiempo hasta aquella época, que será recreada tanto en el diseño de la hostería como en su equipamiento a la época medieval.

Comodidades cotidianas a las que se está acostumbrado en las grandes y pequeñas ciudades serán eliminadas y se creará ventaja competitiva en el hecho de no tenerlas y se dará especial cuidado a la calidad de los servicios.

La iluminación será a base de velas, donde sea legal hacerlo, por motivos de seguridad, el mobiliario una reproducción lo más fiel posible a la usada en aquella época, el uniforme de los empleados será el que usaban los “siervos” de aquella época, los alimentos serán servidos en vasijas de barro y se usaran solamente cucharas pequeñas fabricadas artesanalmente a base de palo.

Por su puesto que se hará una excepción en lo relativo a seguridad, cocción, preservación de alimentos y limpieza, que se usará lo más moderno en cuanto a equipamiento e insumos.

Este proyecto será innovador y brindará una experiencia totalmente diferente en cuanto a la oferta existente en el mercado regional de la industria de la hospitalidad.

Aplicando los conocimientos adquiridos en base a los estudios y salidas de campo a lo largo de la carrera, el hotel en el proyecto está ideado a ser autosustentable: en cuanto a los materiales usados en la construcción, que será de barro (adobe), el mobiliario y a los insumos a usarse en el mismo. Todas las verduras, lácteos y derivados se cultivaran orgánicamente en la propiedad de la hostería.

Para el desarrollo del proyecto se pondrá en práctica técnicas y herramientas administrativas, una de ellas es factor clave e inicial que conlleva al éxito del proyecto, esto es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como son: publicidad, la competencia existente en el mercado, precios, capacitación del talento humano, forma de plantearse estrategias, etc.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Debido a la falta de lugares de sitios de alojamiento que brinden una temática en particular en la ciudad de Cuenca y sus alrededores, surge la necesidad de ofrecer a la gente una Hostería que logre una forma más directa de convivencia con el medio que los rodea, como ocurría en la Edad Media, alejados de los inventos tecnológicos que han revolucionado el mundo actual, pero acompañados de un ambiente íntimo y agradable.

OBJETIVOS.

GENERALES.

- ▣ Establecer la conveniencia de crear una HOSTERÍA CON TEMÁTICA MEDIEVAL, en la Parroquia rural San Joaquín, Cantón Cuenca Provincia del Azuay.
- ▣ Promover la región de San Joaquín como un destino turístico tanto Nacional como Internacional, por medio de la creación de la Hostería Medieval Party.

ESPECÍFICOS

- ▣ Analizar la situación actual de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, Parroquia San Joaquín.
- ▣ Efectuar un estudio de mercado para determinar las necesidades de la población, el segmento de mercado, los precios, la oferta, las características de la demanda y de la competencia, e instaurar un plan de Marketing que permita introducir el producto en el mercado.
- ▣ Estructurar el estudio técnico para determinar la localización, el tamaño, infraestructura y equipamiento necesario.
- ▣ Realizar un estudio y evaluación económica financiera que permita establecer la factibilidad del proyecto.

MARCO DE REFERENCIA.

Hostería.

“Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes, y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de 6 habitaciones” (Reglamento General de actividades Turísticas, 2002).

Hospedaje, Arte Milenario.

El hospedaje entendido como servicio y atención, es algo que se conoce desde hace más de dos mil años.

De la antigua Roma se conserva evidencia, tanto en pinturas como en escritos, de la existencia de hosterías llamadas "Mansiones", las cuales estaban estratégicamente situadas en su red de caminos, con el fin de recibir a funcionarios en sus viajes y así atender asuntos del gobierno. (Historia de la industria hotelera Mexicana 2010).

Posadas y Hosterías de la Edad Media.

El resurgimiento del comercio en la Edad Media, estimuló un amplio desarrollo de posadas y hosterías.

Muchas de ellas operaban en monasterios y otras instituciones religiosas. Un famoso ejemplo es el hospicio en el Gran Paso de San Bernardo en Los Alpes Suizos, fundado en el siglo décimo por San Bernardo de Montjoux (Bernardo de Menthon) y que hasta la actualidad es manejado por la comunidad de monjes agustinos.

En el siglo XIII mientras Marco Polo viajaba rumbo a Mongolia, sorpresivamente se encontró con un sistema extensivo de numerosas residencias convertidas para dar albergue a viajeros. Remansos de descanso y de alimentación, que ofrecían asistencia a aquellos que fungían como mensajeros postales.

Lo mismo ocurría en las regiones islámicas, en donde los albergues se encontraban tácticamente colocados para dar servicio a mercaderes. En ellos, los dueños actuaban en forma semi-oficial como guardianes de mercancías y dinero, por una módica comisión adicional. (Historia de la industria hotelera Mexicana 2010).

El Principio de la Hotelería Sistematizada.

El concepto moderno de hotel surgió, con toda seguridad, en el siglo pasado, cuando se construyeron los primeros edificios con el fin específico de albergar viajeros en medio de grandes comodidades.

Uno de los mayores desarrollos en la historia de la hotelería, ocurrió en el año 1908, con la apertura del Hotel Statler en Buffalo, Nueva York, después conocido simplemente como "The Buffalo".

En la concepción de este Hotel, fueron instituidas muchas innovaciones de carácter hotelero por Ellworth Milton Statler, quien se encargó de su construcción y operación. Este tipo de servicio hotelero fue ideado, primariamente, para la conveniencia de una creciente clase acomodada de viajeros, que eran en su mayoría hombres de negocios. De ahí surgió una de las primeras grandes cadenas hoteleras del mundo. (Historia de la industria hotelera Mexicana 2010).

El Desarrollo Hotelero en la Postguerra.

Después de la Primera Guerra Mundial nos encontramos con un auge sin precedente en la construcción de Hoteles, lo cual, le brindó a esta industria un crecimiento vertiginoso.

En gran parte, este desarrollo fue la respuesta al crecimiento diario de las vías y los sistemas de comunicación que permitían el traslado rápido de mayor número de viajeros, desde distantes partes del orbe.

Entre 1920 y 1930 se construyeron nuevos hoteles, más que en ninguna otra época de la historia. (Historia de la industria hotelera Mexicana 2010).

Los hoteles no sólo crecieron en número, también en tamaño.

La cadena hotelera The Stevens (después llamada Conrad Hilton), inauguró en la ciudad de Chicago un hotel de más de tres mil cuartos. Este fue el hotel más grande del mundo hasta los años sesentas, fecha en que se construyó en Moscú, el Hotel Rossya con un mayor número de cuartos y servicios.

Europa Cuna de la Hotelería.

Lo que hoy conocemos como "Hotelería" tiene su origen en la Edad Media, con la aparición de Posadas y Hospederías en varios países de Europa. Esto mismo ocurrió en España, más tarde, con la edificación de "Ventas" a mitad de los caminos.

La Revolución Industrial fue un gran estímulo al progreso de los albergues, especialmente en Inglaterra, en donde dichos lugares llegaron a ser un ejemplo mundial por su limpieza, confort, excelente servicio y la abundante alimentación que se ofrecía al usuario.

Mientras tanto, cruzando el Atlántico, Los Estados Unidos creaban "estándar" al construir hoteles que ofrecían un número mayor de servicios y comodidades.

Así, para 1800 contaban con los hoteles más grandes del mundo. Uno de ellos, "The City Hotel" en Nueva York, fue el primero en obtener una fama enorme. Debido a su tamaño, fue descrito en su inauguración, como un "inmenso establecimiento con 73 cuartos".

Hoteles Temáticos.

La tematización de los alojamientos es una de las tendencias que viene siendo desarrollada por algunas empresas del turismo y ocio que buscan satisfacer una demanda a fin de una determinada marca. Las formas de tematizar un hotel pueden ser diversas, así tenemos que puede ser un tema central para todo el hotel, se pueden tematizar solo las habitaciones, o bien solo una zona.

Esta tendencia comenzó en los años 80, con la aparición de hoteles pequeños y únicos (conocidos como hoteles boutiques) con servicios más especializado. Suelen ser lujosos, decorados con mucho estilo, que brindan diversiones originales y muchos servicios.

En lo referente a la temática de la hostería, que es la época medieval, debemos señalar que existen alrededor del mundo unas cuantas cadenas que han escogido esta misma línea argumental para sus hoteles, así podemos citar dos ejemplos con fines comparativos e ilustrativos:

1.-El Hotel Mio Cid, que está ubicado a orillas del Mar Mediterráneo, en el Cabo de Huertas de la ciudad de Alicante, España, cuya planta está totalmente ambientada y decorada a la época medieval. Sus habitaciones, que son 43, tienen todas las comodidades modernas que la industria puede ofrecer como TV satelital, wi-fi, aire acondicionado, mini bar, teléfono directo, etc., el hotel está al pie del mar en la playa de “La Almadraba”, lo cual es una ventaja. A más de las comodidades ya mencionadas el hotel dispone de gimnasio, restaurante, bar, recepción 24 horas, prensa, habitaciones para fumadores, instalaciones para personas de movilidad reducida, ascensor, caja fuerte, calefacción, guardaequipajes, wi-fi en todo el hotel gratuito.

2.-Detenice Hotel Medieval, ubicado a 69 km. de la ciudad de Praga, capital de la República Checa, en el distrito de Jicín, igualmente tiene la línea argumental medieval. Este hotel aunque ofrece las mismas comodidades del mundo moderno como las señaladas en el hotel de España, es el que más en serio se toma la temática que lo define.

Es lo más parecido al del actual proyecto, aunque la hostería Medieval Party va más allá. La diferencia fundamental entre estos dos hoteles que mantienen la misma temática y la hostería es que en esta última no habrá ni el más mínimo rastro visible para el huésped de materiales, tecnología o comodidades que nos ofrece el mundo moderno de hoy en día. Todo esto será eliminado y se creará ventaja competitiva en el hecho de reproducir fielmente todo el mobiliario, utensilios y usos de la Edad Media, ofreciendo al huésped una estadía sencilla, cálida, pero sorprendente, con un impecable servicio y variedad de actividades

poco usuales pero altamente gratificantes y entretenidas para ellos como elaboración de quesos, yogurt, actividades de integración para romper el esquema actual de hospedaje en el que cada huésped busca su propia forma de entretenimiento fuera del hotel y la interacción entre huéspedes e incluso entre el personal es prácticamente inexistente. Además teniendo en cuenta la gran variedad de lugares de interés que existen en Cuenca y sus alrededores la cantidad de actividades es virtualmente inagotable.

Clasificación de los Establecimientos Hoteleros.

Los establecimientos hoteleros ubicados dentro de las zonas de turismo, declaradas por el Poder Ejecutivo, se clasificarán dentro de las categorías siguientes, en atención a la calidad de las comodidades y servicios que presten al usuario:

- Hotel 5 Estrellas, Hostería 3 Estrellas, Motel 3 Estrellas: Hospedaje "A"
- Hotel 4 Estrellas, Hostería 2 Estrellas, Motel 2 Estrellas: Hospedaje "B"
- Hotel 3 Estrellas, Hostería 1 Estrella, Motel 1 Estrella
- Hotel 2 Estrellas
- Hotel 1 Estrella.

Según el Reglamento General de Actividades turísticas del 2002, para esta categorización se toma en cuenta la antigüedad de la edificación y su mantenimiento, funcionalidad, estado general y conservación de muebles, ropa de cama e instalaciones sanitarias y eléctricas

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Métodos.

Para la elaboración del proyecto se utilizaron los métodos Empírico y .Analítico Sintético.

Método Empírico.

El pilar primordial para este método es la investigación de campo, para la realización de este proyecto fue necesario investigar el sector para recopilar y percibir las características de la zona, el flujo turístico, además de conocer la competencia existente y su posicionamiento.

Método Analítico Sintético.

Este método permite investigar y fragmentar el proyecto, dependiendo de los capítulos y segmentos que se presenten en el mismo; es decir nos da la pauta o patrón para investigar los temas de manera específica de acuerdo al avance del proyecto.

Técnicas.

Las técnicas utilizadas en este proyecto fueron la Entrevista y la Encuesta.

Entrevista.

Se utilizó esta técnica para la recopilación de información mediante la conversación directa con las personas involucradas en el sector turístico del Cantón Cuenca y de la Parroquia San Joaquín.

Encuesta.

Se realizó las encuestas para recopilar información por escrito al tamaño de la muestra. Las encuestas permitieron conocer opiniones, gustos y preferencias de cada uno de las personas que integrarán el nicho de mercado.

CAPÍTULO 1.

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA PROVINCIA DEL AZUAY.

1.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS.

1.1.1. Ubicación.

La Provincia del Azuay está localizada al sur del Ecuador, en la cordillera de los Andes que a su vez da lugar a la Región Interandina o Sierra, en su parte austral. Al norte limita con la provincia de Cañar, al sur con las provincias de El Oro y Loja, al este con las provincias de Morona Santiago y Zamora Chinchipe, y al oeste con la provincia del Guayas.

La provincia es el resultado de la división del Departamento de Azuay. Su capital es la ciudad de Cuenca llamada la "Atenas del Ecuador" con aproximadamente 330.000 habitantes en el área urbana. En esta provincia se encuentra la represa Daniel Palacios, en el río Paute, que a demás de los proyectos Mazar y Sopladora, la convierten en la principal abastecedora de electricidad al país.

En extensión territorial es duodécima, con 8.639 km². En la provincia existen dos zonas diferenciadas: el este, un área dominada por los Andes orientales y occidentales; el oeste, un área que pertenece a la región Costa, que se encuentra poblada por ramificaciones subandinas. Los cursos fluviales más

importantes son el río Jubones, y el río Paute. Su punto más alto es el Nudo del Cajas, a 4500 metros de altura, convertido en el Parque Nacional El Cajas.

1.1.2. Clima.

El clima es variable, desde el tropical hasta el glacial, debido a la presencia de la cordillera de los Andes y con vegetación subtropical al occidente, la provincia se haya climatológicamente fragmentado en diversos sectores. Además, a causa de su ubicación tropical, cada zona climática presenta sólo dos estaciones definidas: húmeda y seca. En el Occidente la temperatura oscila entre los 20 °C y 33 °C, mientras que en la zona andina, ésta suele estar entre los 10 °C y 28 °C.

1.2. DIVISIÓN POLÍTICA.

La provincia está conformada por 15 cantones, 27 Parroquias Urbanas y 60 Parroquias Rurales.

1.3. ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

- La Catedral Nueva de Cuenca
- La Catedral Vieja o Museo de Arte Religioso
- Parroquia Turi
- El Barranco del Río Tomebamba en Cuenca
- Los vestigios arqueológicos de Pumapungo

- ▣ Parque Recreacional Cajas
- ▣ Riberas del río Tomebamba, el río Yanuncay, el río Machángara y el río Tarqui
- ▣ El Portete de Tarqui en el cantón Girón
- ▣ Museo del Banco Central
- ▣ Museo de Arte Moderno
- ▣ Museo de las Conceptas
- ▣ Museo Remigio Crespo Toral
- ▣ La Calle Larga
- ▣ Museo Casa de los Tratados

1.4. FIESTAS POPULARES.

- ▣ Fiesta del Durazno - Gualaceo - marzo
- ▣ Fiesta del cuy - Ricaurte - febrero
- ▣ Fiesta de la Caña - Santa Isabel - septiembre
- ▣ Fiesta de los Toros - Girón - octubre y noviembre
- ▣ El Pase del Niño - Cuenca – diciembre

1.5. COMIDAS TÍPICAS.

- ▣ Cuy a la brasa con papas doradas
- ▣ Sopa de quinua
- ▣ Mote pillo
- ▣ Mote sucio

- ▣ Tortillas
- ▣ Tamales
- ▣ Máchica
- ▣ Chicharrones
- ▣ Llapingacho
- ▣ Morcillas
- ▣ Buñuelos
- ▣ Dulce de higos
- ▣ Bebidas el champús, el rosero y el morocho

1.6. DEPORTE.

Azuay es cuna de grandes deportistas que han dejado muy en alto el nombre del país, este es el caso de el Rolando Vera corredor, y el marchista Jefferson Pérez, quien ha sido el único ecuatoriano que ha ganado una medalla en las Olimpiadas, una de oro en Atlanta en 1996 y una de plata en Beijing en 2008.

En el fútbol existen varios equipos en la provincia, siendo el más destacado el Club Deportivo Cuenca.

1.7. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CANTON CUENCA.

1.7.1. Ubicación.

Para este estudio se ha definido geográficamente al destino Cuenca y su área de influencia como el área comprendida por el cantón Cuenca, incluyendo las 15 parroquias urbanas y las 21 parroquias que lo conforman: Baños, Chaucha, Checa, Chiquintad, Cumbe, El Valle, Llacao, Molleturo, Nulti, Octavio Cordero Palacios, Paccha, Quingeo, Ricaurte, San Joaquín, Santa Ana, Sayausí, Sidcay, Sinincay, Tarqui, Turi y Victoria del Portete (Alcaldía de Cuenca, 2010).

Cuenca es la capital de la provincia del Azuay, es la tercera ciudad más poblada del Ecuador después de Guayaquil y Quito con 417.632 habitantes, de los cuales 331.028 (79%) viven en el área urbana o cabecera cantonal y 86.604 (21%) viven en el sector rural. (Alcaldía de Cuenca, 2010).

Está ubicada en el valle interandino de la Sierra sur ecuatoriana, a 441 Km. al sur de Quito. Se encuentra situada a una altitud de 2.535 m.s.n.m, tiene un clima templado con una temperatura promedio anual de 17°C. Según la reforma al Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Cuenca, su área se divide en una zona urbana – de 6.771 Has.-, un área de influencia inmediata – de 12.013 Has.- y un área rural –de 312.880 Has. (Alcaldía de Cuenca, 2010)

1.7.2. Superficie del área urbana de la Ciudad de Cuenca.

La superficie urbana de la ciudad de Cuenca es de 72 kilómetros cuadrados aproximadamente. La ciudad, particularmente en su zona histórica y central, conserva su trazado en cuadras perpendiculares o en damero, propio de los cánones urbanísticos españoles de la época de su fundación. Su Centro Histórico está constituido por una ciudad de aires coloniales, pero que es, en verdad, republicana, pues la mayoría de sus atractivas construcciones proceden del siglo XIX. Hay también algunas edificaciones del siglo XVIII, sobre todo los dos conventos de clausura, el de El Carmen y el de la Inmaculada Concepción, parte de la antigua Catedral, y unas pocas casas particulares, y el conjunto está constituido por 26 edificios de valor monumental, 602 de valor arquitectónico y 830 de valor ambiental. Según el documento de la UNESCO, se reconoce en Cuenca "la belleza de su centro histórico, con un tipo particular de arquitectura republicana" y "la armonía que guarda con su entorno geográfico".

En la actualidad, Cuenca es una de las ciudades que tiene una de las más altas coberturas de servicios básicos, tanto en los sectores rural y urbano, en relación con el resto del Ecuador y de otras ciudades de la región. Por ejemplo, el agua potable y el alcantarillado llegan al 97.5% por ciento de la población urbana y al 93% de la población rural. El pueblo vive el conflicto entre la modernización y la conservación de su patrimonio arquitectónico y urbanístico que le dio méritos para su declaratoria por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en algunas calles los adoquines antiguos fueron

cambiados por pavimento moderno, y algunas casas coloniales y muchos talleres y negocios tradicionales como carpinterías, panaderías a base de horno de leña, tiendas de sombreros, entre otros, están siendo sustituidos por edificaciones modernas y negocios de servicios, restaurantes, Internet, cabinas telefónicas, cuya estética amenaza desdibujar la imagen y el encanto tradicional de la ciudad, afectada también, como muchas urbes modernas, por el creciente tráfico vehicular y la consiguiente contaminación ambiental, especialmente de ruido. Sin embargo el municipio y sus propios habitantes aún logran cuidar y mantener su patrimonio.

Imagen No.1 Vista Panorámica de la Ciudad de Cuenca.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.3. Demografía.

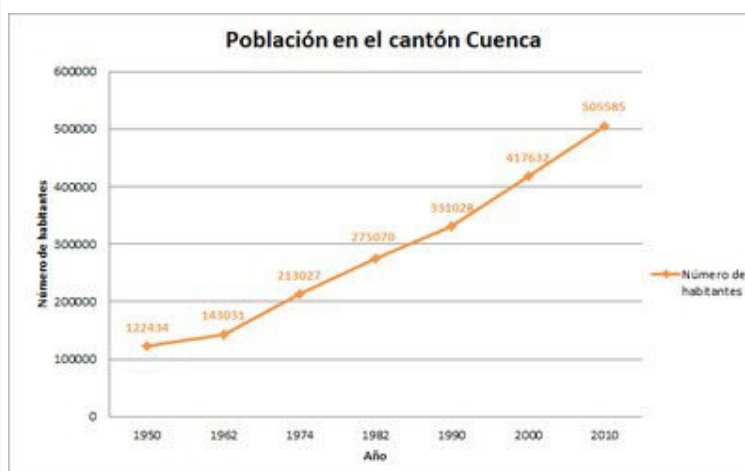
Cuenca es la tercera ciudad más poblada del Ecuador, después de Guayaquil y Quito, con 331.888 habitantes en el área administrativa urbana; en datos reales de aglomeración urbana con las zonas suburbanas en la que se incluyen cabeceras rurales ya fusionadas con el casco urbano en las que se

cuenta a Baños, Ricaurte, San Joaquín, Turi y Sayausi, determinan la población real de la ciudad de Cuenca con 385.456 habitantes. También cabe mencionar que el cantón en su conjunto tiene 505.585 habitantes. Todos estos datos según el último censo realizado el 28 noviembre de 2010 siendo la zona urbana la que posee la mayor cantidad de habitantes. Eso se debe, en parte, al incremento de las fuentes de trabajo disponibles y a la construcción de viviendas. La conurbación de Cuenca que incluye el cantón homónimo, al igual que los cantones de la Provincia de Cañar de Azogues, Biblián y Déleg pone la población metropolitana a 602.566 en la denominada conurbación Cuenca-Azogues.

Cuadro No. 1.

Población total en el cantón Cuenca (1950-2010)

Año	Número de habitantes
1950	122 434
1962	143 031
1974	213 027
1982	275 070
1990	331 028
2000	417 632
2010	505 585

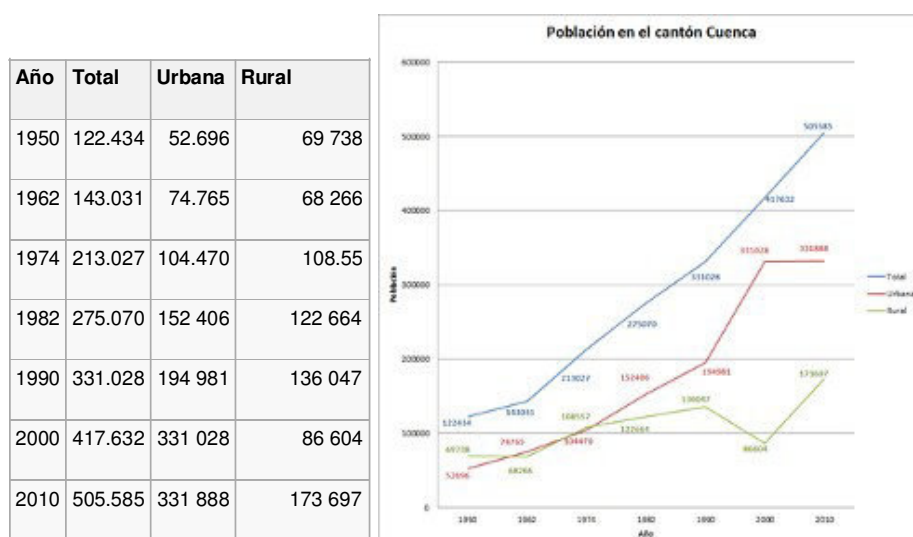


Fuente: INEC

Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Durante las décadas de 1980 y 1990 la población rural experimentó un descenso en su tasa de crecimiento, especialmente en la década de 1990 donde muchos se dirigieron al área urbana y también al extranjero debido a la fuerte crisis económica a nivel nacional. Sin embargo en el último censo del año 2010, el crecimiento en el área rural de Cuenca volvió a subir, mientras que el área urbana experimentó un aumento muy pequeño, esto puede deberse a que la mayoría de los espacios en el área urbana ya están ocupados, por lo que la gente se ha dirigido a parroquias rurales como Baños, San Joaquín o Ricaurte que ahora están conectadas directamente al área urbana. Además ha provocado el aumento del número de edificios en el área urbana, al rededor del centro histórico.

Cuadro 2. Población Urbana, Rural y Total del cantón Cuenca (1950-2010)

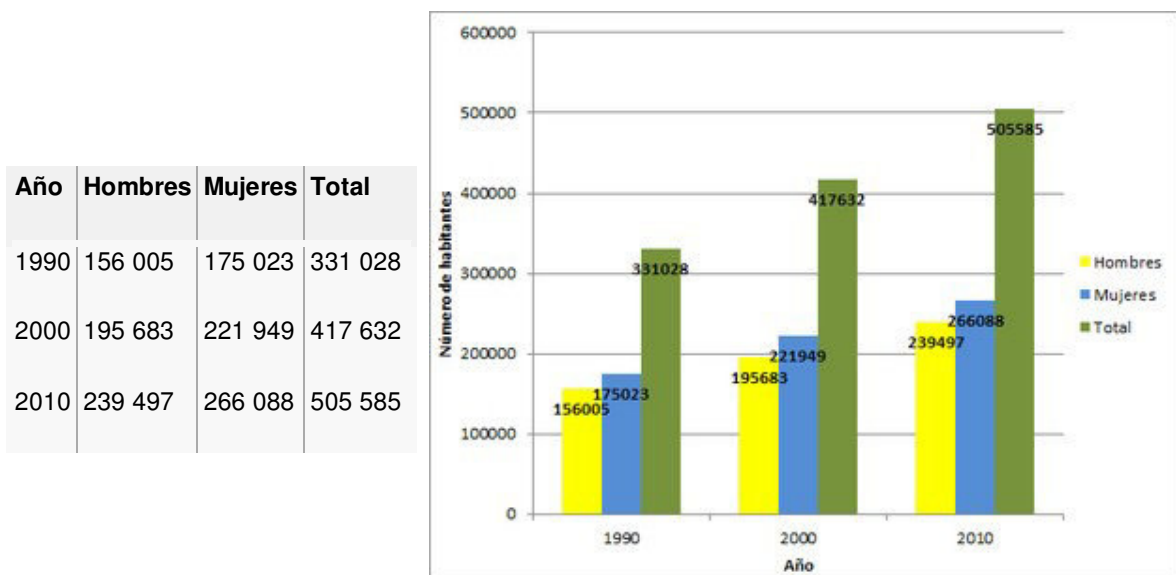


Fuente: INEC
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Actualmente las provincias de Azuay, incluyendo Cuenca, y Cañar son una zona de alta emigración al exterior, miles de personas principalmente de la

clase baja han viajado a otros países, sobre todo a Estados Unidos, España e Italia; en busca de una manera de obtener dinero para sus familias. Muchos migrantes con sus remesas han logrado que mejoren las condiciones de vida de sus familias, especialmente en el área rural, y son una fuente importante de ingresos para el presupuesto nacional. Sin embargo este fenómeno también ha contribuido a que en la ciudad exista un mayor número de mujeres que de hombres, debido a que el 66% de las personas que emigran son hombres, además contribuye a la desintegración familiar.

Cuadro 3. Población total por género del cantón Cuenca (1990-2010).



Fuente: INEC
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez C.

Actualmente en la ciudad existen cerca de 3.500 extranjeros en la ciudad, principalmente jubilados procedentes de varios países, en especial Estados Unidos, Europa y Australia, que han llegado a esta ciudad para quedarse y disfrutar de su clima, alto nivel de vida, bajos costos además de la amabilidad de su gente y la tranquilidad que caracteriza a esta urbe.

1.7.4. Etnia.

Los cuencanos proceden de una rica herencia étnica formada por pueblos originarios como los Cañaris e Incas, además de otros que llegaron durante la colonización de América como lo son principalmente los españoles, aunque también, en una cantidad mucho menor, de afrodescendientes. Esta mezcla combinada con el clima y la ubicación geográfica de la ciudad hace de los habitantes de la ciudad personas muy particulares.

El personaje típico de la ciudad también nace de esta mezcla, la llamada "Chola cuencana", antiguamente se trataba de las a mujeres campesinas dedicadas a labores agropecuarias, aunque ahora también es común verlas en la ciudad, y es producto del mestizaje entre indígenas de la región y los españoles.

En el Censo de Población y Vivienda de 2010 hubo un proceso de auto-identificación de acuerdo a las costumbres y tradiciones de los ciudadanos, dándose en la ciudad de Cuenca los siguientes resultados:

Cuadro No.4.

Diferentes etnias registradas en el cantón Cuenca (1990-2010).

Mestizos	Blancos	Afroecuatorianos	Indígenas	Montubio	Otros
89,7%	5,7%	2,2%	1,8%	0,4%	0,2%

Fuente: INEC

Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.5. Cultura.

La ciudad fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO el 1 de diciembre de 1999 y en el centro de la ciudad se ubican importantes vestigios históricos: museos e iglesias antiguas (como la Catedral de la Inmaculada Concepción, una de la más grandes y hermosas de América, y otras más que datan de los siglos XVI y XVII), calles adoquinadas y casas con fachadas de estilo republicano que hacen notar las diferentes influencias europeas con característicos balcones y cielorrasos tallados artísticamente y otros forjados en latón pintados.

La ciudad es además conocida como la "Cuenca de los Andes", haciendo referencia a Cuenca de España, o la "Atenas del Ecuador" por ser cuna de poetas y hombres ilustres que han dejado en alto el nombre de esta ciudad, como lo son Miguel Vélez, Gaspar Sangurima, Santo Hermano Miguel, Honorato Vázquez, Remigio Crespo Toral, Abdón Calderón Garaicoa, Antonio Borrero entre otros personajes. En Cuenca también existen numerosas organizaciones culturales que ayudan a mantener viva la cultura en toda la región.

1.7.6. Actividades Culturales.

Cuenca es conocida por su actividad cultural, tanto por su pasado histórico como por la gran cantidad de actividades que realiza como El Festival de Artes

Escénicas y es sede del único evento de artes plásticas oficial del país la Bienal Internacional de Cuenca.

También ofrece una extensa variedad de programas culturales y tradicionales a lo largo del año como la fiesta del Corpus Christi que es celebrada en junio y la Fiesta de los Fieles Difuntos que se celebre en el Ecuador a nivel nacional el día 2 de Noviembre. La independencia de Cuenca se celebra el 3 de Noviembre, que es un feriado nacional, en el cual se realiza un certamen patrocinado por el Municipio en el que se elige a la "Chola cuencana" del año que presidirá la Fundación Social Chola Cuencana, entidad que impulsa varias obras sociales en las parroquias rurales.

Otra gran festividad cargada de tradición es el Pase del Niño Viajero que se realiza el día 24 de diciembre en las calles del Centro Histórico (aunque muchas personas también lo realizan durante el transcurso de los meses de Diciembre y Enero, llegando en algunas ocasiones hasta Febrero), en el que niños disfrazados de personajes de la Biblia, pastores, mayorales, cholas, gitanas, y otros, recorren las calles, organizados por familias, comunidades educativas, barriales, religiosas y parroquiales.

1.7.7. Turismo.

Turísticamente, Cuenca es el principal destino del austro ecuatoriano y es considerado como un centro de partida hacia otros destinos turísticos de importancia, incluyendo al valle de Yunguilla, Gualaceo y Chordeleg. Atractivos

de importancia nacional como el PN Cajas e Inga pirca. (Mintur, 2007; Mintur 2004) y al sur del país (Loja, Vilcabamba y Parque Nacional Podocarpus). A pesar de su ubicación estratégica al sur del país, Cuenca no es un centro de operación regional que aprovecha la cercanía así como las facilidades de acceso y conectividad con Guayaquil, Machala, Loja y la Región Amazónica (Solís et al, 2004).

Además de esto, Cuenca está relegado frente a Quito como destino para turistas extranjeros principalmente por su limitada conexión con vuelos internacionales y su débil relación con el principal atractivo del país, Galápagos. Sin embargo, con la construcción del nuevo aeropuerto en Quito, Cuenca podría tener una importante oportunidad para captar nuevos segmentos de mercado de paso hacia las Islas, de incrementarse sus frecuencias hacia las islas y sus frecuencias de vuelos internacionales.

El destino turístico Cuenca es considerado como uno de los más importantes del Ecuador, y ha sido reconocido en varias páginas Web (Viva Travel Guides, Tripadvisor, Yahoo Travel, Expedia, Frommers, e iExplore) y guías de viajero (Lonely Planet, Footprint, The Rough Guide to Ecuador, Viva Travel Guides Ecuador and the Galápagos). Entre los reconocimientos internacionales que ha recibido está el haber sido elegida en el 2010 por Lonely Planet dentro de las diez mejores ciudades turísticas. (Lonely Planet, 2010) y ubicó a Cuenca, como una de las diez ciudades mejor aventajadas, no solo para la visita temporal sino para una residencia permanente y preferida por personas de la tercera edad y fue catalogada en el 2009 por International Living, una revista estadounidense,

como la mejor ciudad colonial de retiro para los jubilados, por ser una de las mejores preservadas del mundo. Para la revista National Geographic Traveler en su clasificación de mejores destinos históricos, una encuesta a expertos que evalúan las cualidades que hacen un destino único, la autenticidad y la administración, Cuenca obtuvo el puesto 49 de 109 lugares evaluados a nivel mundial. Cuenca ha sido reconocida como Patrimonio de la Humanidad debido a la implantación de los principios de la planificación urbana del Renacimiento en las Américas, la fusión exitosa de distintas culturas en Latinoamérica, reflejada en el paisaje urbano de la ciudad y por su arquitectura colonial de raíces españolas. Con una arquitectura de los siglos XVI y XVII (UNESCO, 2010), En su casco antiguo se encuentran barrios tradicionales, museos, edificios públicos y religiosos (MINTUR, 2010).

No se tienen cifras oficiales actualizadas de la cantidad de turistas extranjeros ni nacionales que visitan Cuenca anualmente debido a la inexistencia de cuentas satélite o de organismos con capacidad para monitorear el turismo en la ciudad (las disponibles son aproximaciones realizadas por distintos organismos).

En el 2009 llegaron por vía aérea 511.615 pasajeros a Cuenca (DAC, 2010), se debe considerar que de estos arribos sólo una porción corresponden a turismo (estimada en un 20% por la DAC). Respecto al turismo interno durante el 2008 se realizó un estudio (MINTUR, 2008) en base a encuestas a hogares, el estudio arrojó una estimación de desplazamiento de turismo interno para el periodo de julio a septiembre, que ubicó a Cuenca como el séptimo destino

escogido por ecuatorianos, captando a 31.898 visitantes que equivale al 3% del total que se desplaza en el país, (MINTUR, 2008). Según estimaciones del Gobierno Provincial del Azuay indican que al 2009 ingresaron a Azuay 200.000 turistas, generando para la provincia divisas por US\$ 26.400.000.

1.7.8. Principales Atractivos Turísticos Naturales del Cantón Cuenca.

1.7.8.1. Parque Nacional El Cajas.

En el Parque existen 235 lagunas bien definidas, entre las más importantes están Lagartococha, Osohuaycu, Mamamag ó Taitachungo, Quinoascocha, La Toreadora, Sunincocha, Cascarillas, Ventanas y Tinguishcocha. Los ríos Tomebamba, Mazán, Yanuncay y Miguir nacen en el Cajas y abastecen de agua potable a la ciudad de Cuenca; a su vez son los principales aportadores del Complejo Hidroeléctrico Paute.

Imagen No. 2 Parque Nacional El Cajas



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.8.1.1. Ubicación.

El Parque Nacional El Cajas esta ubicado al noroeste de la ciudad de Cuenca. Su extensión es de 29.000 hectáreas de páramo andino; aquí se pueden realizar caminatas, cabalgatas, camping, pesca deportiva y observación de aves. La temperatura varía en los páramos de El Cajas, pueden llegar en temporada más baja a 2º C. y en la más alta a 18º C.

1.7.8.2. Aguas Termales de Baños.

Una de las características de varios puntos de la geografía del Ecuador es presentar un sinnúmero de fallas geológicas y debido a esto tenemos este hermoso atractivo. Las rutinas y terapias de salud y buen estado físico se pueden combinar con una buena comida, un paisaje natural matizado de lujosas edificaciones, relacionadas con el proceso migratorio del Austro.

Imagen No. 3 Aguas Termales de Baños.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.8.2.1. Ubicación.

Se encuentra a ocho kilómetros, al oeste de Cuenca, a 15 minutos del centro histórico de la ciudad.

1.7.8.3. Bosque Protector Aguarongo.

El bosque se encuentra localizado a 12 kilómetros desde el Parque Central de Gualaceo. El Bosque Protector Aguarongo tiene una extensión aproximada de 2.082 hectáreas de terreno semi-húmedo, su temperatura promedio es de 17°C, clima agradable para disfrutar de sus atractivos turísticos naturales.

En el Bosque se encuentran diversidad de epifitas entre ellas Melastomatáceas, ericáceas, piperáceas, compuestas, líquenes, helechos, melácea, mirtácea, laurácea.

Imagen No. 4 Bosque Protector Aguarongo.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.8.4. Barranco Río Tomebamba.

Es el entorno simbólico más importante de la ciudad. Se confunde en unidad de acto los elementos formales, naturales y culturales, los visuales y los funcionales, en una suerte de crisol urbano de profunda significación colectiva.

1.7.8.4.1. Atractivos.

- ▣ **El Puente, Subida y la Cruz del Vado** estructura una de las puertas del Centro Histórico y la escalinata nueva de la Universidad.
- ▣ **Las Bajadas del Padrón y del Centenario**, así como el puente del mismo nombre, que constituye otras de las PUERTAS DE Centro histórico.

Imagen No. 5 Barranco Río Tomebamba.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.8.5. Bosque Protector de Mazán.

Se encuentra a 6 Km. de la ciudad de Cuenca, en la vía Sayausí-Molleturo, en el sitio denominado Gulag en donde se recorre 4 Km. hasta el refugio en donde empiezan los diferentes senderos que atraviesan el bosque. El bosque abarca una superficie de aproximadamente 3400 hectáreas, el clima oscila entre 6 y 12 grados.

Es un extraordinario refugio de vida silvestre asentado sobre un pequeño valle glaciar, en donde se observan una cadena de lagunas encabezadas por la Totoracocha y Tintococha donde nace el Río Mazán y junto a otros forman el Tomebamba que es el símbolo de la capital del Azuay.

Imagen No. 6 Bosque Protector de Mazán.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9. Principales Atractivos Culturales del Cantón Cuenca.

1.7.9.1. Catedral Vieja.

La antigua Catedral o Catedral Vieja es el edificio más antiguo de la urbe Junto con el cabildo, la gobernación, la cárcel, carnicería, la casa de fundación, el hospital y los solares repartidos a los primeros vecinos, y el cementerio. Su construcción fue ordenada el 7 de julio de 1557 y edificada en 1567, 10 años después de la fundación española de la ciudad. Para levantar el edificio el cabildo reunió fondos y dirigió los trabajos. Piedras labradas traídas de las ruinas de la incásica tomebamba, sirvieron para los cimientos y las bases de los muros. La Catedral Vieja está situada en la Calle Luís Cordero entre las calle Sucre y Bolívar, en el Parque Calderón.

Imagen No. 7 Catedral Vieja.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.2. Catedral Nueva la Inmaculada Concepción.

La Catedral Nueva de Cuenca se encuentra en las calles Benigno Malo y Mariscal Sucre. Parroquia Gil Ramírez Dávalos.

Esta monumental obra comenzó a construirse en la segunda mitad de la década de 1.880, por iniciativa del Obispo Miguel León y con el diseño del hermano redentorista Juan Stiehle. El 28 de Mayo de 1.967 se realizó la ceremonia de consagración de la mayor iglesia de Cuenca que fue culminada después de mucho esfuerzo.

Las torres de la nueva catedral de Cuenca están truncadas a causa de un error de cálculo del arquitecto faltan dos cúpulas las mismas que iban en la parte frontal de la iglesia. De haberse concluido, la construcción de esta iglesia no habría podido resistir el peso.

Las cúpulas que rematan la enorme masa de ladrillos, llegan a más de 50 metros de altura medidos desde el suelo, lo que equivale a decir, el desarrollo de un edificio de 21 pisos; por esta razón y debido a que el Centro Histórico de Cuenca presenta una escala predominantemente horizontal, la Catedral Nueva resalta en forma emergente sobre las otras volumetrías y siluetas de la ciudad.

La construcción de la catedral duró más de 100 años en terminarla. Tiene capacidad para tres mil personas.

En la edificación se puede apreciar elementos góticos, como son los tres grandes rosetones, las ventanas bíforas de la fachada, los torreones y los vitrales de los muros, combinando varios estilos arquitectónicos, predominando el románico.

Imagen No. 8 Catedral Nueva La Inmaculada Concepción.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.3. Centro Histórico.

Se encuentra entre las calles Bolívar, E. Toral, Lamar, B. Malo, Sangurima, Hermano Miguel, G. Colombia, Huayna Cápac, Sucre, M. Vega, Todos los Santos. Parroquia Gil Ramírez Dávalos y El Sagrario.

El Centro Histórico de Cuenca tiene una superficie total que suma 224 hectáreas.

Como muestra de la religiosidad y el estilo artístico español, quedan las construcciones de iglesias y templos en la ciudad, cuyo tesoro y riqueza cultural, son incalculables y forman parte del patrimonio que llevó al Centro Histórico de la ciudad de Cuenca a ser declarada, en 1.999, como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Imagen No. 9 Centro Histórico.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.4. Museo del Monasterio de las Conceptas.

Los claustros de las monjas conceptas preservan la memoria de casi toda la historia de Cuenca. Sus muros coloniales evocan los secretos de cuatro siglos de vida contemplativa y episodios del poder material que tuvo la iglesia.

El monasterio fue fundado en 1599 por petición de autoridades civiles y eclesiásticas, en vista de que en el lugar había gran número de doncellas descendientes de los conquistadores, “distinguidas por su riqueza y nobleza de la sangre”, dispuestas a convertirse en esposas de Jesucristo mediante votos perpetuos de pobreza, castidad y silencio.

Imagen No. 10 Museo del Monasterio de las Conceptas.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.5. Iglesia de Santo Domingo.

Se comenzó a construir a comienzos del siglo XX. Destacan en su fachada las dos torres gemelas de ladrillo de unos cuarenta metros de altura. El interior se divide en tres amplias naves, separadas por pilares de madera. Tanto el altar mayor como los laterales son tallados en mármol. En el interior se destacan 15 lienzos que describen los Misterios del Rosario que datan del siglo XVIII. La

iglesia se dedico a la virgen del Rosario la morenica que fue declarada patrona del Azuay en 1936.

Su historia se remonta a los orígenes mismos de la ciudad, pues fue el Marqués de Cañete Andrés Hurtado de Mendoza quien ordenó a Gil Ramírez Dávalos que señale dos solares para fundar este Monasterio. Fue construida de 1906 a 1926 por los padres dominicos, sustituyendo a una antigua iglesia de la época colonial que se encontraba en el lugar. Por su altura y presencia exterior es considerada como la segunda iglesia de Cuenca.

Imagen No. 11 Iglesia de Santo Domingo.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.6. Iglesia de la Virgen de Bronce.

Esta iglesia es representativa de la arquitectura religiosa popular de Cuenca. Está ubicada al sur del Centro Histórico en la zona moderna de El Ejido.

El exterior muestra una arquitectura de escala reducida, que mas bien denota la condición de "casa de Dios" o de una capilla, que la de un edificio de grandes proporciones. La fachada tiene un solo cuerpo de rasgos neoclásicos sencillos, con una puerta central abocinada, que luego es direccionada en sentido vertical por la torre, justo en el centro del pequeño frontispicio.

La iglesia fue construida en los primeros años del siglo pasado; hace no mucho tiempo el pequeño templo recibió trabajos de mantenimiento y pintura exterior.

Imagen No. 12 Iglesia de la Virgen de Bronce.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.7. Iglesia de Todos Los Santos.

Se conoce que en tiempos de la colonia, funcionaba aquí una capilla provisional en donde se celebró la primera misa tras la llegada de los españoles. La actual iglesia fue construida en 1924 y presenta un estilo

ecléctico, destacándose en su fachada la alta torre del campanario y una portada con líneas horizontales y elementos de tipo renacentista. El interior del templo posee una peculiar característica: el piso se encuentra dividido en varios niveles para de esta manera, jerarquizar al altar y al presbiterio. Existen otros detalles interesantes que despiertan la curiosidad de los visitantes, como el pequeño atrio triangular ubicado frente a la entrada principal en el que se encuentra la cruz de Todos los Santos.

Frente a la fachada está una de la “cruces” urbanas de la ciudad. No es posible entender a la iglesia de Todos Santos descontextualizada del Barranco, del barrio, y de la Ruinas arqueológicas emplazadas junto al río Tomebamba.

La iglesia original fue una de las más antiguas de la ciudad. La actual, es de inicios del siglo XIX. No se advierten elementos constructivos contemporáneos.

Imagen No. 13 Iglesia de Todos los Santos.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.8. Ruinas De Todos Los Santos.

El espacio arqueológico de Todos Santos, está localizado en el margen izquierdo del Río Tomebamba, a 100 metros del puente de Todos Santos, en la parroquia de San Blas, barrio Pumapungo, entre la Calle Larga 2-23 y Manuel Vega. Fue descubierta en noviembre de 1972, al realizar excavaciones para la construcción de una casa del propietario Fernando Estrella.

La zona correspondiente a la ocupación cañari, se encuentra localizada en la parte nororiental de este conjunto y esta representada a nivel de restos arquitectónicos por una estructura rectangular con muros de piedra caliza.

Los bloques de piedra caliza presentan en algunos casos retoques pero, en su mayoría, tienen formas naturales y están unidos con argamasa de tierra negra.

Parte de los famosos aposentos de Tomebamba contruidos en la segunda mitad del siglo XV, cuyo núcleo se encuentra al oriente de Todos los Santos, en el barrio de Pumapungo, son algunos de los vestigios descubiertos en este sitio, especialmente el muro de bloques de caliza almohadillados con cinco hornacinas pertenecientes a más puro estilo cuzqueño en su período de expansión.

Lo importante de la ocupación hispánica, que se evidencia en Todos Santos, es la presencia de construcciones inmediatamente anteriores a la Fundación

Española de Cuenca y otra perteneciente a los primeros años de vida de la Ciudad.

Imagen No. 14 Ruinas de Todos los Santos.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.9. Museo del Banco Central.

El Museo del Banco Central se encuentra ubicado en Calle Larga S/N y Av. Huayna Capac, abrió sus puertas a inicios de los años 80. El museo muestra las piezas monetarias utilizadas por décadas y que formaron parte de nuestra identidad. Aquí podemos admirar las variaciones que sufrió el **Sucre**; tanto en las monedas, como en los billetes. En museo se exhiben también piezas arqueológicas de diferentes materiales, encontrados en lo que fue la segunda ciudad del Imperio Inca, hoy conocida como Tomebamba, que corresponde a las culturas regionales Narrío, Cashaloma y Tacalshapa. Entre los objetos encontramos: En **Cerámica**: Las ucuyayas, en **Concha**: Los spondylus Estas son las únicas piezas Incas en cerámica y metales preciosos. **Arte**: Podemos

apreciar las artes plásticas del siglo XVIII, la filigrana cuencana que era muy apreciada; los hermosos Cristos de Gaspar Sangurima cuyo estilo es el Barroco, además de los Cristos de José Miguel Vélez.

Etnografía: Corresponde el arte popular, artesanías, fiestas y las diversas formas de vida que poseen el Ecuador, en todas sus regiones.

Imagen No. 15 Museo del Banco Central.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.10. Iglesia de San Francisco.

La Iglesia de San Francisco está ubicada en el Centro Histórico de Cuenca, a dos cuadras del Parque Calderón, en la intersección de las calles Presidente Córdova y Padre Aguirre.

Los Franciscanos vinieron con la fundación de Cuenca y se ubicaron originalmente en el lugar en donde se encuentra la iglesia actual. Las naves fueron reconstruidas a finales del siglo XIX y la torre terminada en 1930. El

convento, de una arquitectura que guarda el mismo lenguaje que la iglesia, fue terminada en 1920.

El elemento de mayor valor de la iglesia es sin duda el retablo barroco del siglo XVII, una poesía mística hecha obra de arte.

Imagen No. 16 Iglesia de San Francisco.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.11. Iglesia de San Sebastián.

La iglesia de San Sebastián está ubicada en el límite oeste del Centro Histórico de Cuenca en las calles Bolívar y Coronel Talbot, en la parroquia San Sebastián, y constituye el hito central del barrio tradicional que lleva su nombre. La fachada que da a un pequeño atrio en sentido oriental, tiene un solo cuerpo de estilo neoclásico, alterado de alguna manera por la presencia gótica del arco correspondiente a la puerta principal.

Es sui géneris la presencia de una sola torre al lado derecho. Es un hecho asimétrico no corriente en la arquitectura religiosa de Cuenca. Tiene este elemento un aire barroco sobrio, sobre todo, en el tratamiento del campanario octogonal y el remate de la pequeña cúpula y la linterna.

Imagen No. 17 Iglesia de San Sebastián



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.12. Iglesia de San Alfonso.

La iglesia de San Alfonso se encuentra ubicada en las calles Bolívar S/N y Antonio Borrero, esquina.

La inauguración del templo fue el 8 de diciembre de 1888, previo el evento de la colocación de la primera piedra que se hizo el 13 de junio de 1874. Las torres se terminan en 1945.

El diseño corresponde al hermano redentorista Juan Stihel. La fachada que da frente a un pequeño atrio, tiene un rasgo neogótico, por el sentido de verticalidad que imprimen sobre todo las dos torres simétricas, que llegan a una altura de 42 metros.

Imagen No. 18 Iglesia de San Alfonso.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.13. Calle Rafael María Arízaga.

Esta calle, que se constituye en uno de los barrios tradicionales más antiguos de la ciudad, esta ubicada al norte del Centro Histórico, entre la avenida Huayna Capac y la calle Benigno Malo. Uno de los ejes viales, y que

constituyen una zona de interés urbano arquitectónico de Cuenca, es precisamente la calle Rafael María Arízaga.

En la calle se puede distinguir tres tramos; el que se inicia con la avenida Héroes de Verdeloma hasta la avenida Huayna Capac; el segundo, desde este punto hasta la calle Hermano Miguel en una longitud de cinco cuadras; y el tercer tramo, comprendido desde la Zona Militar hasta la calle Benigno Malo.

La arquitectura de la calle corresponde al estilo auténtico de Cuenca. Las casas que se encuentran a lo largo de la vía, muestran lo que son en su autenticidad, con paredes sencillas, la presencia de puerta y ventanas sin mayor ornamentación. Esta calle, tradicionalmente se ha caracterizado por ser un espacio urbano en donde se han dado actividades relacionados con la artesanía, especialmente con el sombrero de paja toquilla.

Imagen No. 19 Calle Rafael María Arízaga.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.14. Paredones de Molleturo.

El sitio arqueológico de Paredones de Molleturo está localizado en las estribaciones de la cordillera Occidental de los Andes, a 75 kilómetros de la Ciudad de Cuenca, a 6 kilómetros de la Parroquia rural Molleturo.

Las paredes que se conservan en la actualidad miden de 0,80 metros de ancho por 2,40 metros de alto. Los aposentos tienen una sola entrada de 0,80 metros y algunos casos varias piedras talladas y almohadilladas en las esquinas y puertas.

Desde la época de los Cañaris y más tarde los Incas, Molleturo ha sido paso estratégico entre los Andes y la Costa, muestra de ello es Paredones. Se considera que fue destinado principalmente al uso habitacional ya que se han encontrado aproximadamente cuatrocientos basamentos de vivienda, lo que convierte al sitio en un poblado que pudiera ser comparado con una especie de ciudad.

Imagen No. 20 Paredones de Molleturo.



Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.15. Parroquia Turi.

La parroquia se halla ubicada a cuatro kilómetros al sur de la capital del Azuay, Cuenca, se incorporó como parroquia rural de Cuenca en 1853. Turi siempre ha sido parte de la ciudad, y la ciudad sin Turi es incompleta, porque el carácter de Cuenca está marcado por las montañas que la rodean. Su imagen es la de mirador, pero Turi también tiene otras imágenes: es paisaje propio, tiene cultura propia, una economía artesanal, y una arquitectura propia de Cuenca ubicada al interior de la parroquia.

Turi comprende tres espacios bien marcados: Turi-Centro, Ghuzho y Punta Corral. Las dos primeras son mestizas, y la tercera, es de carácter indígena.

Turi, que viene del vocablo indígena "kuri" que significa oro, tiene la conformación típica de los asentamientos rurales de la región: la presencia de la plaza, la iglesia y las edificaciones ubicadas en torno a los hitos urbanos son dignos de visitar, por su belleza arquitectónica.

Imagen No. 21 Parroquia Turi.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.16. Parroquia Baños.

La parroquia se encuentra localizada al occidente de la ciudad, a 8 Km. Fue fundada en el año 1693 como La Parroquia del Espíritu Santo de Baños.

Las bellezas naturales, su potencialidad humana y económica, así como su clima, aguas termales, las campiñas del lugar que son ricas en agricultura y ganadería, le convierten a Baños en punto obligatorio de visita.

La parroquia esta enclavada en las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes, rodeada de colinas y un hermoso paisaje. Frente a la población y hacia el noroeste, se encuentra la colina Huizhil; y al oeste el cerro Minas, importante por su potencialidad minera. Se destaca el volcán, que forma un marco natural hacia el lado oriental del pueblo. Los recursos minerales y las aguas termales le dan tradición a Baños.

Imagen No. 22 Parroquia Baños.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.17. Parque Calderón.

Se encuentra ubicado en las calles Simón Bolívar, Benigno Malo, Antonio José de Sucre y Luís Cordero, en el centro de la ciudad. Luego de fundar la ciudad, el español Gil Ramírez Dávalos, tomo un terreno al cual bautizo con el nombre de Plaza República. Alrededor de esta se expandió la ciudad. El parque poseía una pila en el centro, con vasijas de mármol, las cuales adornaron el lugar durante siglos.

Su bello paisaje, su tradición cultural y su comarca campesina, la convierten en uno de los principales lugares turísticos de la ciudad. En su interior se puede observar monumento a Abdón Calderón héroe de la Independencia en la Batalla de Pichincha, que fue inaugurado el 24 de mayo de 1931.

Imagen No.23 Parque Calderón



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.18. Casa de las Posadas.

Está ubicada en la parroquia de San Sebastián, en la calle Gran Colombia 17-44, al terminar el Centro Histórico, frente a una de las antiguas vías de salida en dirección a la Costa, por el camino de Naranjal, la función del portal era importante para acoger a los viajeros que salían y llegaban a la ciudad desde el siglo XVIII. Cuando se ingresa se respira una atmósfera pretérita. Parece que el tiempo se ha detenido en el espacio de la casa. Es una de las pocas edificaciones civiles de estilo colonial típicas de la ciudad. Todo lo contrario de lo que sucede en la arquitectura Republicana, que busca ante todo la monumentalidad de la fachada, la arquitectura vernácula, muestra lo que verdaderamente es, tanto por fuera, como por dentro.

Imagen No. 24 Casa de las Posadas.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.19. Calle Convención del 45.

La calle esta ubicada al oeste del Centro Histórico de Cuenca, entre las vías Gran Colombia, Mariscal La Mar, Abraham Sarmiento, Luís Pauta y Miguel Morocho. Es un barrio tradicional por la ocupación de sus habitantes: la alfarería que aprovecha la excelente arcilla de los sectores aledaños, para producir y comercializar objetos utilitarios y ornamentales de alta calidad estética. Su nombre tiene origen en un hecho histórico: Llegaron hasta la ciudad de Cuenca, connotados personajes de nuestra historia republicana, entre ellos: Vicente Rocafuerte, José Joaquín Olmedo, para celebrar La Convención Nacional del 10 de octubre de 1845, en ella se designó a Vicente Ramón Roca para presidente de la República, quien reemplazó al gobierno tirano de Juan José Flores.

Imagen No. 25 Calle Convención del 45.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.20. Sitio Arqueológico De Mamamag.

Está localizado en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, a 27 Kilómetros de la Ciudad de Cuenca, en la Parroquia Sayausí. Cubre una superficie aproximada de tres hectáreas.

Las ruinas son de construcción sólida a base de cantos rodado y bloques canteados de andesita, colocados uno sobre otros formando hileras unidas con argamasa de tierra negra. Las paredes de 0,80 metros de ancho y 1 metro de alto guardan simetría entre sí y tienen una sola entrada de 0,80 centímetros.

Por su estilo arquitectónico, infraestructura y el análisis de los restos culturales encontrados en las excavaciones arqueológicas, podemos inferir que el sitio arqueológico de Mamamag fue construido durante la época aborígen por los Incas (1.460-1.532 D.C.). El sitio arqueológico se halla emplazado en un valle glacial que se desprende de la Cordillera Occidental de los Andes.

Imagen No. 26 Sitio Arqueológico de Mamamag.



Fuente: Ministerio De Turismo.
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.21. Iglesia de Las Conceptas.

Se encuentra ubicada en la Parroquia de El Sagrario en las calles Presidente Córdova S/N y Antonio Borrero, en el núcleo de la ciudad, frente a una de las plazoletas más tradicionales denominada "De las Monjas", en honor precisamente, a la vecindad del Convento y la Iglesia.

La iglesia comenzó a edificarse en 1682, mientras que la espadaña se terminó a inicios del presente siglo. El retablo principal data de los primeros años del siglo XVII. A diferencia de todas las iglesias, en ésta se ingresa por un costado, el occidental, pero de inmediato el sentido del espacio se organiza: a la derecha el retablo del altar mayor, y a la izquierda, la sala rematada con el órgano de la planta baja, y el coro de las monjas, en la alta.

La sección transversal, presenta el interior clásico de la iglesia colonial americana: un solo ambiente de luz.

Imagen No. 27 Iglesia de las Conceptas.



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.7.9.22. Museo Remigio Crespo Toral.

Este museo resguarda el archivo histórico de la ciudad con todas las actas, ordenanzas y decretos que fueron firmados en la época colonial.

Esta colección ha sido formada a través de los años por medio de la compra de colecciones privadas y de donaciones recibidas, desde 1947, fecha en la cual se constituye la primera colección, que después pasaría a formar parte de este museo. Dentro de su colección destacan 69 libros de cabildos coloniales, con actas que datan desde la época de la fundación de la ciudad, allí reposa el Acta original de la Fundación de la ciudad y una infinidad de documentos como cédulas reales, papeles públicos, etc. Más de 18.000 piezas arqueológicas y cerca de 700 piezas de arte colonial, como cristos tallados en madera, obras de pintura que datan desde el siglo VII hasta el XIX.

Imagen 28. Museo Remigio Crespo Toral.

(Acta Original de la Fundación de Cuenca)



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

1.8. ASPECTOS GENERALES DE LA PARROQUIA SAN JOAQUÍN.

1.8.1. Ubicación.

La parroquia de San Joaquín está situada al este de la ciudad de Cuenca (4 Km.), su superficie territorial es de 2400 ha., su altura aproximada es de 2550 m.s.n.m. y su temperatura promedio de 17 C. La parroquia desde el año 1902 ha sido eclesiástica, fundada con el nombre de San Joaquín en honor al Padre Joaquín Spinelli, misionero salesiano.

Se ubica en la parte meridional de la cordillera de los Andes ecuatorianos, en donde se puede destacar tres zonas de características similares definidas por la geomorfología, cobertura vegetal y usos. De Este a Oeste estas zonas son:

- Valle interandino zona donde se concentra la mayor parte de la población y las actividades económico.
- Cima fría de la cordillera occidental, zona de páramo, la de mayor valor ecológico.
- Vertiente de la cordillera occidental y piedemonte, es el área de descenso hacia la costa del Pacífico, al final de esta encontramos la zona de piedemonte, cabe indicar que la parroquia no forma parte de esta zona.

1.8.1.1. Zona 1: Valle interandino, comprendida entre los 2300 a 2900 msnm.

La temperatura promedio anual varía de acuerdo a la altitud entre 13 a 19 °C. El

análisis de las unidades ambientales permite identificar en el valle interandino, coberturas y usos característicos como:

Pastos cultivados, dentro de esta cobertura podemos encontrar áreas aisladas de vegetación nativa, sobre todo en las partes altas y en las orillas de ríos y quebradas, vegetación que lentamente tiende a desaparecer por el avance de las áreas de pastoreo.

Áreas de mosaico de vivienda, cultivos, pastos y vegetación leñosa, cobertura que se caracteriza por la mezcla de: vivienda en diferentes grados de densidad, cultivos con el predominio de maíz y fréjol, pequeñas parcelas dedicadas al pastoreo y a la siembra de hortalizas y con la presencia de remanentes de vegetación leñosa como el eucalipto y pequeñas áreas de arbustos de vegetación nativa.

El área de mosaicos se caracteriza por el avance de la urbanización de una manera no planificada, ocupando áreas con limitaciones topográficas e inestables de origen geológico, destruyendo fondos agrícolas, remanentes de vegetación nativa. Este crecimiento horizontal no planificado de la urbanización encarece la construcción y mantenimiento de las redes de infraestructura de abastecimiento de servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y telefonía fija).

1.8.1.2. Áreas urbanas (cabecera parroquial), en esta área se ubican el centro administrativo del gobierno parroquial, y concentra una de las mayores cantidades de población de los asentamientos de la parroquia.

1.8.1.3. Zona 2: Cima fría de la cordillera Occidental, comprendida entre las altitudes 2900 msnm. del este a 2900msnm por el oeste, pasando por la cota de mayor altitud de 4560 msnm. La temperatura promedio anual, de acuerdo a la altitud cambia de 7 a 13°C.

Esta zona es conocida como páramo, comprende las áreas más elevadas de la parroquia y se destaca por su alto valor ecológico, ya que en ella se condensa el vapor de agua que en forma de nubes, arrastradas por los vientos que provienen del Pacífico y del Atlántico, llega a esta parte más elevada del Cantón, agua que se condensa por las bajas temperaturas predominantes y es almacenada en la vegetación propia de esta zona, vegetación que tiene la capacidad de retener el agua y soltar lentamente, alimentando los diferentes ríos y quebradas que nacen en esta área.

El agua que proviene de estas fuentes es aprovechada por los sistemas de potabilización y abastecimiento de agua para la Ciudad de Cuenca y las parroquias rurales próximas.

El páramo además tiene un alto valor científico ya que en él se encuentra evidencia de la acción de la última glaciación de la era cuaternaria, acción que modela el relieve.

A los valores mencionados se añaden el valor paisajístico y el valor por la alta biodiversidad de flora y fauna (aves), definiendo un lugar único en el cantón con un potencial para el turismo ecológico.

Estas características permitieron la definición del Parque Nacional Cajas que tiene una normativa que garantiza su conservación.

La identificación y cartografía de las unidades ambientales ponen de manifiesto actividades antrópicas que están afectando a este ecosistema tan frágil como: Plantaciones de pino, avance de usos agrícolas, pecuarios y de turismo en los valles, así como las afecciones de contaminación que produce el tráfico vehicular de la vía Cuenca – Molleturo – Naranjal.

1.8.2. Población y actividades económicas.

Sobre el medio físico, con características diversas, del Cantón Cuenca, se asienta una población que según el Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el año 2010, es de 7455 hab.; de acuerdo a la proyección al año 2010 realizado por el equipo con los datos del censo 2001 en donde se cuenta con población por comunidades se tiene que el 8.04 % reside en la cabecera parroquial.

El análisis de la población por rangos de edad permite identificar que la población de la parroquia es joven predominando en un 63.92 % el grupo de población comprendida entre los 0-29 años. El análisis poblacional por género determina que el 47,56% de los habitantes son hombres y el 52.44 % mujeres.

Según proyección realizada por el equipo técnico del PDOT (2011) para el 2030 (año horizonte del plan) llegaría a 18.315 hab.

La parroquia San Joaquín, según datos del Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el 2010, tiene una considerable emigración al exterior sobre todo a Estados Unidos, España, Canadá y Chile.

De la parroquia han emigrado 289 personas que representan el 1.69 % del total de la población migrante del Cantón, y con respecto a la población parroquial representa 3.88%.

La población de la parroquia se encuentra distribuida territorialmente de una manera inequitativa entre la cabecera parroquia las comunidades más cercanas al área urbana de la ciudad y las más alejadas; la cabecera alberga el 8.04% de la población siendo Santa teresita la más poblada con el 9.55%; la comunidad con menor población es Sustag con el 1.36 %; El aporte económico de la provincia del Azuay representa el 4,9 % de la producción nacional, siendo la cuarta provincia en importancia productiva, luego de Guayas, Pichincha y Manabí. El cantón Cuenca a su vez, aporta con el 4,69% y la parroquia el 0,0074% a la producción nacional y el 0.16% a la producción Cantonal.

La economía de la parroquia se basa en la diversificación de las actividades económicas, que según los datos del Servicio de Rentas Internas, del total de ventas (\$ 498.464,57) en año 2009, la Intermediación Financiera aporte con el 22.85% el comercio aportó con el 17,22%, seguido por la actividad primaria (Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura) 14,70%; son también importantes las:

- ▣ Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler 13.68 %
- ▣ Transportes almacenamiento y comunicaciones con el 13.37%
- ▣ Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios 11.67%.

El análisis de la especialización y diversificación de las actividades económicas de esta parroquia permitió determinar su orientación económica, además de poner en manifiesto las relaciones internas que sustentan la economía del territorio, que se basan en el aprovechamiento de la disponibilidad de recursos del territorio.

En referencia a los principales problemas que soporta el sector agropecuario, son los bajos niveles de producción y productividad, convirtiéndola así, en una economía de subsistencia, debido a entre otros factores a la baja tecnificación, mano de obra familiar no remunerada, estructura minifundista de tenencia de la tierra, limitada asistencia técnica, bajos niveles de acceso a crédito.

Esto repercute en la falta de producción para abastecimiento local, lo que implica la compra de productos agropecuarios a otras provincias como: Imbabura, Chimborazo, Morona Santiago, Cañar, y Carchi.

1.8.3. Asentamientos poblacionales e infraestructura.

Los asentamientos poblacionales y las actividades que realizan sus habitantes demandan de un conjunto de elementos o servicios necesarios para su buen

funcionamiento o para su óptimo desarrollo. Estos elementos son los equipamientos de: Educación, Salud, Bienestar Social entre los más importantes y las redes de servicios básicos: de agua para consumo humano, alcantarillado, telefonía y finalmente la infraestructura de intercomunicación: vías y transporte.

1.8.4. Equipamientos de educación.

El análisis con respecto a la disponibilidad de equipamientos de educación en los niveles: inicial, básico, bachillerato para la población de todo el Cantón y cada una de las parroquias determina lo siguiente:

1.8.4.1. Nivel inicial.

La parroquia no cuenta con este tipo de equipamiento

1.8.4.2. Primaria:

En relación a la población servida, si realizamos una comparación entre la población en edad escolar de la parroquia (5 a 12 años) los mismos que suman 1390; con los 1095 niños/as que se encuentran estudiando en las 6 escuelas identificadas en la parroquia, se puede deducir que las escuelas están sirviendo al 78,8% de la población de esta edad, existiendo un porcentaje del 21,2% entre niños que no estudian y niños que se trasladan a los establecimientos educativos de otras parroquias o de la ciudad de Cuenca. De

acuerdo a los datos del censo 2010 tenemos que el 2.33% de los niños en edad escolar de la parroquia no asisten a ningún establecimiento de enseñanza regular.

De las 5 Instituciones educativas de nivel primario estudiadas

- En el 20% de instituciones, el número de alumnos por aula supera los 30 alumnos considerado el óptimo.
- El 100% presenta un superávit de superficie de aula por alumno, el mismo que varía entre 0,4 y 3,9 m²/alumno.
- El 100% presenta un superávit de construcción por alumno, el cual varía entre 0,4 y 18,6 m²/alumno.
- El 20% presenta un déficit de área de terreno por alumno, tal es el caso de la escuela Rafael María Arízaga de 0,8 m² / alumno; mientras que el 80% presenta un superávit que se encuentra entre los 0,7 y 46,1 m²/alumno.

1.8.4.3. Secundaria:

Referente a la población servida; realizando una comparación entre la población en edad escolar (13 a 18 años) que corresponde a un total de 1020 personas, con los 409 alumnos a los que presta su servicio los colegios existentes, resulta que el 40,1% de la población en esta edad se encuentra servida, quedando un 59,9 % entre adolescentes que no estudian y

adolescentes que se trasladan a los establecimientos educativos de otras parroquias o de la ciudad de Cuenca.

De acuerdo a los datos del censo 2010 tenemos que el 26 % de los jóvenes en edad escolar de la parroquia no asisten a ningún establecimiento de enseñanza regular.

En el caso de las instituciones secundarias se ha estudiado el caso del colegio San Joaquín que dispone de local propio y da servicio al 86% de la población parroquial que se encuentra estudiando en los colegios de San Joaquín, donde se han encontrado lo siguiente:

- Existe un déficit de superficie de aula por alumno de 0,9 m²/alumno. Existe un superávit de área de construcción por alumno de 5,2 m²/alumno.
- Existe un superávit de área de terreno de 2,6 m²/ alumno.
- El número de alumnos por aula supera los 30 alumnos que establece la normativa como óptimo.

1.8.5. Equipamientos de Salud.

En la parroquia se han identificado 2 equipamientos de salud; el Subcentro de salud ubicado en el Centro Parroquial y el Dispensario Médico del Seguro Social Campesino ubicado en la comunidad La Inmaculada (Barabón).

En cuanto a la cobertura de este servicio es importante anotar que de acuerdo a la normativa del Ministerio de salud, el Subcentro de Salud tiene una cobertura parroquial, mientras que el servicio del Dispensario Médico del Seguro Social Campesino es limitado debido a que presta sus servicios únicamente a los afiliados, razón por la cual no es de libre acceso a la población en general.

1.8.6. Equipamientos de Bienestar Social.

Los equipamientos de Bienestar Social permiten la inclusión de personas que presentan capacidades especiales, falta de recursos económicos, de apoyo familiar, ausencia familiar, problemas psicológicos y de actitud, personas vulnerables por su edad, etc.

En la parroquia dentro de este tipo de equipamientos se ha identificado 1 Centro Infantil y 2 Cementerios.

El Centro Infantil funciona en el convento Madre Teresa de Calcuta ubicado en el Centro Parroquial, dispone de todos los servicios básicos, es arrendado y se encuentra en estado regular.

Referente a los cementerios, el de mayor jerarquía es el Cementerio ubicado en el Centro Parroquial el mismo que da servicio a la población de todas las comunidades de la parroquia; mientras que el cementerio ubicado en la comunidad Soldados sirve únicamente a esa comunidad y de vez en cuando

es utilizado también por la comunidad Sustag debido a la lejanía existente entre los asentamientos de estas comunidades y el Centro Parroquial.

Es importante anotar además que el Cementerio del Centro Parroquial dispone de todos los servicios básicos; mientras que el cementerio de Soldados carece de estos.

1.8.7. Infraestructura de redes de abastecimiento de servicios básicos.

La parroquia de San Joaquín con el 62%, es la segunda parroquia rural en estar mejor servida en relación a la disponibilidad de servicios básicos.

Ya que tenemos que la parroquia está servida:

Agua por red pública el 68%

Energía Eléctrica el 97%

Alcantarillado red pública 41%

Telefonía Fija 47.44%

Recolector de basura 81%

1.8.8. Red vial.

Hace referencia al conjunto de vías que permiten el desplazamiento peatonal vehicular entre los diferentes asentamientos de la Parroquia y su conectividad con el resto del Cantón, constituyéndose de esta forma en parte fundamental para el desarrollo físico espacial.

De acuerdo al inventario Vial de la parroquia, la red vial cuenta aproximadamente con una red de 104,6 Km. De las cuales aproximadamente el 6.41 % se encuentra en buen estado, mientras que el 55.54% presenta un estado regular y el 38.05 un estado malo.

1.8.9. Socio cultural.

No cabe duda alguna que el incremento en los índices de alfabetismo a nivel nacional y parroquial ha logrado disminuir una brecha grande en los últimos diez años, ya que en la actualidad dentro de la parroquia el 89,98% de la población sabe leer y escribir, sobre todo concentrado en la población infantil de 5 – 12 años que en la actualidad existe dentro de la parroquia el 1,42% se encuentran en edad escolar, pero se debe tomar en cuenta que el 8,6 % de analfabetos dentro de la parroquia están concentrados en la población adulta y adulta mayor, en el segundo caso con mayor porcentaje, y concentrado en la mujer adulta mayor por lo que se debe tomar en cuenta para las políticas que podamos asumir para reducir dicha tasa.

En la actualidad la educación básica y gratuita está contemplado dentro de la educación básica, ya que anteriormente existía el régimen de la primaria y secundaria, por lo que se debe tomar en cuenta ya que apenas el 42,57% de la población ha terminado la primaria, y con respecto al nuevo régimen se incrementa un 17,50% de la población que manifiesta haber terminado la educación básica. Y con respecto a la secundaria tan solo un 15,98% manifiesta haber terminado, así como la población que culmino la Universidad

fue un 8,74% del total de la población. Es así que al tener un mayor número de niños en la escolaridad se presenta el reto de establecer políticas para que estas tasas de término se vean incrementadas, ya que dentro de la parroquia para todos los niveles de educación la fiscal (estado) es la que la mayoría de población accede en la actualidad.

Sumado a estos los niveles de acceso a tecnología con respecto a usos de computadoras e internet en las que solo el 36% y 27% respectivamente han utilizado estas herramientas en los últimos 6 meses, dan cuenta de los niveles y usos de dichas tecnologías y conocimientos y manejo de las mismas en la actualidad.

Cabe recalcar que la población femenina en la mayoría de los casos en los distintos temas son las que mayor brecha generan frente a la población masculina dentro de la parroquia.

Los niveles de la población con respecto a la seguridad social dentro de la parroquia es muy baja, debido a que de las 5421 personas que debería aportar o estar aseguradas, 4401 en la actualidad no lo hacen por diferentes motivos o no se encuentran aseguradas, pero debemos tomar en cuenta que el seguro social campesino, acoge a una buena parte de la población (118 personas), por lo que se debe tomar en cuenta para posibilitar y/o mejorar el acceso a través de dicho servicio que en la actualidad el Seguro Social otorga, y claro sumado a las críticas de las personas sobre el desabastecimiento en medicamentos, falta de profesionales que no dan abasto con la atención individual y sobre todo

la asistencia especializada en algunos de los casos, causa mayores descontentos en la población que acude a los sub-centro de salud, para recibir dichos servicios. Sobre todo a la población adulto mayor que en la mayoría de los casos las dificultades en el traslado, recursos provocan grandes dificultades y riesgos especialmente para dicha población.

Es así que dentro del sistema socio cultural se ha prestado una especial atención a los grupos de atención prioritaria, mostrando información y un breve análisis referente a los adultos mayores, personas con discapacidad, niñez y adolescencia que de una u otra manera se han encontrado invisibilizados por la sociedad, pero creemos que gracias a la información actual con respecto al censo 2010 se han podido establecer datos cuantitativos de la realidad de cada uno de los grupos.

Con respecto a la movilidad y al derecho de las personas de trasladarse de un lugar a otro de un país o a nivel internacional, como podemos notar existe una inmigración hacia la parroquia tanto interna como externa cuantificada con 621 personas que han ingresado en los últimos diez años, y de igual forma se ha cuantificado la salida de 147 personas internacionalmente, la mayoría a los Estados Unidos y como principal motivación es por búsqueda de trabajo.

Además se establece una media de 14 personas que cada año abandona la parroquia y no ha regresado, denotando que la mayor población que migra está en las edades de 15 a 34 años, que a corto y mediano plazo genera problemas sociales tanto para las familias que se quedan como para la economía de la

parroquia, por denotar los principales, debido a que esto puede acarrear muchos más problemas no mencionados.

De igual manera se puede observar que 542 personas migran por situaciones laborales de la parroquia.

Por otra parte podemos observar que en los últimos años se han incrementado los embarazos en adolescentes estando en 54 casos registrados en el año 2010, lo cual no debe llevara a pensar como uno de los temas prioritarios a ser atendidos por la junta.

1.8.10. Atractivos turísticos.

Este lugar es considerado como zona turística, por su paisaje natural (esta limitado por los ríos Yanuncay y Tomebamba). Sus habitantes se dedican principalmente a la agricultura, floricultura, cestería, piscicultura, y a la administración de restaurantes que ofrecen a los turistas comida típica: carnes asadas, mote pillo, papas con cuero, borrego a la barbosa, etc.

En le Bio-corredor Yanuncay - San Joaquín – Soldados, se puede apreciar pintorescos poblados y paisajes de gran belleza.

1.8.11. Fiestas Populares.

1.8.11.1. Fiesta a La Virgen María Auxiliadora. (24 de Mayo).

En esta parroquia las fiestas en honor a su patrona, la Virgen María Auxiliadora son celebradas el 24 de Mayo, pero la celebración de esta fiesta se extiende durante todo ese mes.

En la parroquia hay dos imágenes de la Virgen María Auxiliadora, una pequeña para las velaciones y para las procesiones alrededor de la plaza los fines de semana, exceptuando el día domingo que es la procesión mayor y es cuando es llevada la imagen grande de la patrona, a la cual durante estos días se le viste con sus mejores trajes.

Durante todo ese mes la imagen pequeña de la Virgen recorre las casas de distintas familias donde se hacen velaciones y rezos a los que acuden muchos devotos. El día sábado usualmente se destina a la presentación de grupos de danza folklórica y de artistas contratados o invitados. En el centro parroquial se observan bazares, se organizan competencias deportivas, castillos, vacas locas y se concluye con el tradicional baile popular.

Día de Fiesta: El día domingo es la fiesta grande; la misa campal es celebrada a medio día y luego viene la procesión en la que la imagen grande de la Virgen es cargada en andas y acompañada por fieles que entonan cánticos y niños que lanzan chagrillo. En la tarde, el festejo es similar al del día anterior.

1.8.11.2. Fiesta de Parroquialización. (7 De Febrero).

Se celebra el 7 de febrero de cada año, con una duración de 2 semanas, en las cuales se programan una serie de actos en conjunto con los establecimientos educativos tales como: exposiciones fotográficas y de arte, periódicos murales, programas deportivos, etc. El desfile cívico que se realiza el día domingo cuenta con la presencia de estudiantes, de los miembros de la asamblea parroquial y del público en general. Al final se realiza un almuerzo comunitario.

1.8.12. Acceso.

Vehículo privado. Buses interparroquiales cada 15 minutos.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial que permite y facilita la obtención de datos y resultados que de una u otra forma serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para de esta manera hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

En el presente proyecto de factibilidad para la creación de la Hostería Medieval Party en la Parroquia rural San Joaquín de la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, el estudio de mercado que se realizó consistió en un análisis de los factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, publicidad existente en el mercado, precios, canales de compra, perfil del visitante actual y potencial, entre otros, para de esta manera conocer a cabalidad que es lo que en verdad aprecian los consumidores a la hora de elegir un lugar para hospedarse.

2.1. NOMBRE DE LA HOSTERÍA EN PROYECTO.

“Medieval Party” (“Fiesta Medieval”)

Este nombre hace referencia a la temática de la hostería, y a su vez le agrega un elemento relacionado a lo que todos buscan en un viaje de placer y relajación que es la fiesta.

2.2 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Esta empresa innovadora es un nuevo concepto en el mercado hotelero en Cuenca y en el Ecuador y probablemente en la región andina. Se trata de una hostería temática, que será llevado al extremo, siguiendo una línea en su diseño y decoración consistente con el tema que hace referencia, en este caso la Época Medieval.

Se dice que será llevado al extremo porque se reproducirá fielmente tal cual fue la época medieval y la tecnología moderna será inexistente.

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. OBJETIVO GENERAL

Efectuar un estudio de mercado para determinar las necesidades de la población, el segmento de mercado, precios, la oferta, la demanda potencial y la demanda insatisfecha.

2.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analizar los servicios que ofertan los complejos turísticos para satisfacer las necesidades de los turistas locales.
- Analizar la oferta existente en la ciudad de Cuenca.
- Establecer la demanda que existe en el mercado objetivo.
- Determinar la demanda insatisfecha existente en el lugar que se va a realizar el proyecto.
- Establecer un segmento de mercado para determinar los diferentes grupos de clientes que van acudir al complejo turístico.

2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El universo de compradores, lo que llamamos mercado, que son los que demandan un producto o servicio, no es homogéneo ni tienen iguales intereses, ni el mismo poder adquisitivo y puede estar conformado por miles y hasta millones de personas. Por lo tanto para diseñar un producto que

realmente satisfaga necesidades hay que segmentar el mercado en subconjuntos.

La segmentación de mercado es el proceso de subdividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing, es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.

Nuestro trabajo inmediato será identificar el tipo de cliente perfecto al cual dirigir y dar a conocer nuestro nuevo concepto en hospedaje y esté dispuesto a vivir una nueva experiencia, obtener un buen servicio, pagar por el mismo y sentirse satisfecho.

2.4.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Se refiere a los criterios que ya están establecidos en el campo del marketing para agrupar o relacionar el mercado en su universo que va a ser segmentado.

Este es un punto crucial en la estrategia de marketing que va a ser adoptada, ya que de una correcta segmentación depende el éxito de toda una empresa.

Hemos considerado tomar en cuenta las siguientes variables para el presente proyecto.

**CUADRO No. 5
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN**

CRITERIO DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTO DE MERCADO
VARIABLE GEOGRÁFICA TURISMO Nacional Internacional Zona	Guayaquil, Quito Turistas extranjeros San Joaquín (Parroquia rural)
VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Edad Educación Ingresos	Edad de los turistas que visitan Cuenca Nivel de Educación Nivel de ingresos económicos.
VARIABLE CONDUCTUAL	
Preferencias	Sus gustos son tradicionalistas o algunas veces prefieren nuevas experiencias
VARIABLE SOCIO-ECONÓMICA	
Nivel Económico	Medio Alto

Fuente: observación directa
Elaborado por Juan Carlos Pesántez.

VARIABLE GEOGRÁFICA.

Se dividió al mercado en dos grandes grupos: turistas nacionales y turistas de origen extranjero, y a su vez se subdividió el primer grupo según las diferentes ciudades emisoras de turistas en el caso de los nacionales y los principales

países emisores para el caso de los extranjeros, así tenemos el siguiente cuadro estadístico:

CUADRO No. 6

ARRIBOS INTERNACIONALES ECUADOR 2005-2011							
Indicador	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Arribos	859.888	840.555	937.487	1.005.297	968.499	1.046.968	1.128.000
Variación Anual		-2,20%	11,50%	7,20%	-3,70%	8,10%	8%
TACC			4,20%				

Fuente: Anuario entradas y salidas internacionales INEC
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez C:

CUADRO No. 7
ORIGEN DE LOS TURISTAS QUE RECIBIÓ CUENCA
EN EL AÑO 2011

NACIONALES	52.000	26%
EXTRANJEROS	148.000	74%
TOTAL	200.000	100%

Fuente: F.M.T.P.C.
Elaborado por Juan Carlos Pesántez.

VARIABLE DEMOGRÁFICA

Por la naturaleza del proyecto, como se lo planteó al inicio del capítulo, esta hostería es para descansar y desconectarse del mundo, al no haber ningún aparato moderno que utilice electricidad ni baterías, no es para todas las edades, sino para un segmento específico del mercado. Además se segmentará el mercado por nacionalidad de los turistas extranjeros que visitan Cuenca y por las ciudades de origen para los turistas nacionales por lo tanto se tomarán en cuenta las variables: edad, nivel educativo y status socio-económico.

CUADRO No. 8
ORIGEN DE LOS 148.000 TURISTAS EXTRANJEROS QUE
VISITARON CUENCA DURANTE EL 2011

PAIS	CANTIDAD	%
EUA	35.520	24%
COLOMBIA	28.120	19%
PERÚ	22.200	15%
ESPAÑA	8.880	6%
ALEMANIA	2.960	2%
UK	2.960	2%
FRANCIA	2.960	2%
OTROS	44.400	30%
TOTAL	148.000	100%

Fuente: F.M.T.P.C.
 Elaborado por Juan Carlos Pesántez.

CUADRO No. 9
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITARON
CUENCA DURANTE EL 2011

CIUDAD	CANTIDAD	%
GUAYAQUIL	16.640	32%
QUITO	10.920	21%
LOJA	7.800	15%
MACHALA	6.240	12%
OTRAS CIUDS.	10.400	20%
TOTAL	52.000	100%

Fuente: F.M.T.P.C.
 Elaborado por Juan Carlos Pesántez.

Los visitantes nacionales que están llegando hasta el destino Cuenca, poseen una amplia distribución de edad aunque en su mayoría se concentran en mercados jóvenes entre 18 y 39 años (el 64% de los respondientes está en este rango de edad). El nivel de educación que poseen es medianamente alto (aunque inferior al mostrado por visitantes potenciales), el 37% ha terminado una carrera de tercer nivel (universitaria) y el 41% al menos ha terminado el bachillerato.

Los visitantes extranjeros actuales de Cuenca son mayoritariamente turistas jóvenes entre 18 y 39 (57% de las mediciones hechas por la Fundación Turismo para Cuenca). Estos mercados, con baja capacidad de expendio (en comparación con mercados como Galápagos por ejemplo), poseen un nivel de educación alto (53% ha terminado una carrera superior) y provienen básicamente de los países señalados en el cuadro No. 8

VARIABLE CONDUCTUAL

Los visitantes que llegan actualmente a Cuenca están motivados principalmente por la naturaleza y la visita a ciudades y museos y en menor grado por la historia y arqueología.

En esta variable se trata de establecer a través de sus preferencias si el turista que visita Cuenca es un consumidor conservador o se atreve a experimentar algo nuevo.

VARIABLE SOCIO-ECONÓMICA

En esta variable, se trata de identificar el estrato socio-económico de las personas que serán potenciales usuarios del proyecto.

2.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Se refiere a la procedencia de la información que producto de la investigación de mercado va a aportar con datos relevantes sobre el lugar donde se va a asentar el proyecto, las fuentes pueden ser de dos clases: primarias y secundarias.

2.5.1. FUENTE DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Es el material de primera mano como por ejemplo hechos, datos o información adquiridos por medio de la experiencia, investigación o información relativa a un fenómeno que se desea conocer.

2.5.1.1. Encuesta

La encuesta es un estudio de observación en el cual el investigador busca recaudar datos de información por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación ni influye en él.

Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

Las encuestas presenciales.- son realizadas por personal, cuidadosamente seleccionado para garantizar la correcta administración de la información recogida, por lo que son las más fiables.

Las encuestas telefónicas.- permiten una gran rapidez en la obtención de los datos a un bajo coste, estas tienen algunas desventajas tales como: no pueden emplearse materiales de apoyo, las preguntas deben ser cortas sencillas para evitar interrupciones.

Las encuestas postales.- se recolecta la información mediante un cuestionario que se envía y se devuelve por correo, es decir no hay entrevistador. Este tipo de encuesta tiene muchas ventajas debido a que tiene un rápido acceso a personas ocupadas y/o lejanas, flexibilidad en el tiempo para completar el cuestionario, bajo grado de error de respuesta.

2.5.1.2 Entrevista

La entrevista es un acto de comunicación oral o escrito que se establece entre dos o más personas (el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados) con el fin de obtener una información o una opinión, o bien para conocer la personalidad de alguien. Este método de investigación resulta ser muy efectivo

para recaudar información importante para llegar a conclusiones en diferentes ámbitos de las ciencias.

2.5.2 FUENTES DE INVESTIGACIÓN SECUNDARIAS

Son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad que no tiene porqué coincidir con la nuestra, no obstante sirve como valiosa información estadística o metodológica en la que nos apoyamos para llegar a las conclusiones en nuestro proyecto.

Para lograr nuestros fines, tomaremos como fuente de investigación secundaria la que encontramos en la página Web del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), Ministerio de Turismo y la Fundación Municipal Turismo para Cuenca para de esta manera obtener datos referentes al universo de visitantes tanto nacionales como extranjeros que hacen turismo en la provincia del Azuay y la ciudad de Cuenca.

Como referencia se tomará en los cálculos para el estudio de mercado un crecimiento turístico anual del 8 % para la ciudad de Cuenca.

Como lo demuestran los cuadros que anteceden el presente párrafo, la cantidad de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca durante el año 2011 es de 200.000 personas entre nacionales y extranjeros, de esta manera tenemos ya una idea de cual va a ser nuestro segmento de mercado. Para establecer

esto vamos a trabajar estas cifras proporcionadas por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca.

2.6. TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

Cuando nos referimos al tamaño de la población estamos hablando del total de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad en el año 2011, en base a estas cifras se va a hacer el estudio para establecer la factibilidad o no de implementar la Hostería y descubrir si hay alguna necesidad no satisfecha adecuadamente para diseñar el producto en base a esto y asegurar el éxito. Para lo cual tomaremos como universo:

2.6.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen el grupo de individuos extraídos de una región o lugar, para el respectivo estudio, de esta manera, la información extraída representará lo más fehacientemente las preferencias de dicha población.

CUADRO No. 10
LUGARES DONDE SE REALIZARÁ EL ESTUDIO DE MERCADO

PROVINCIAS	CANTONES	ÁREAS	PERFIL
Guayas	Guayaquil	Urbana	Turistas Nac. potenciales
Pichincha	Quito	Urbana	Turistas Nac. potenciales
Imbabura	Otavalo	Urbana	Turistas Ext. potenciales
Azuay	Cuenca	Urbana/rural	Turistas Nac. y Ext. actuales

Fuente: F.M.T.P.C.

Elaborado por Juan Carlos Pesántez.

2.6.2 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Debido a la inexistencia o variabilidad de datos existentes acerca del número efectivo de visitantes (turistas y excursionistas) a los diferentes sitios de muestreo, en todos los casos se aplicó la fórmula sobre poblaciones finitas superiores a 200.000 individuos (Lang et al 1997). Esta es una fórmula ampliamente probada por expertos mercadólogos para exitosos proyectos que hoy en día están en marcha.

Calculo.- La cifra oficial de turistas nacionales y extranjeros que visitaron Cuenca en el 2011 fue de 200.000 personas y se espera para este año 2012 un incremento del 15.475 %, según proyecciones hechas por la FMTPC. Entonces:

$$200.000 * 15.475\% + = 230.950$$

Para el año tenemos una proyección de 230.950 turistas que arribarán a la ciudad, es decir que este será nuestro universo para trabajar en el cálculo del tamaño de la muestra.

La información primaria recolectada mediante las encuestas permitirá determinar cuál será la demanda insatisfecha al que se buscará captar con la apertura de la Hostería.

La formula estadística que utilizaremos tiene algunos aspectos tales como:

Parámetro.- es el número que se obtiene a partir de los datos de una distribución estadística y que sirve para sintetizar alguna característica relevante de la misma. Conociendo los valores de algunos parámetros, aunque se desconozcan los datos de la distribución, se adquiere una idea suficientemente clara de ella.

Nivel de precisión.- es la diferencia máxima permisible entre la estadística de la muestra y el parámetro de la población.

Nivel de confianza.- es el rango en el que se encuentra el parámetro de la población real y el intervalo de confianza.

LA FORMULA ESTADÍSTICA ES:

$$n = \frac{(N * Z^2 * PQ)}{((N - 1) * E^2 + Z^2 * PQ)}$$

Simbología:

- **n** = Tamaño de la muestra
- **z** = Valor de z critico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza del 95% que es igual a 1.9635
- **P** = Probabilidad de ocurrencia 0.60
- **Q** = Probabilidad de no ocurrencia 0.40
- **E** = Error admisible 5%
- **N** = Población o universo 230.950 habitantes

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA

$$n = (230.950 \times (1.96)^2 \times (0.60 \times 0.40)) / ((230.950 - 1) \times (.05)^2 + (1.96)^2 \times (0.60 \times 0.40))$$

n = 368 encuestas

Este resultado quiere decir que debemos recoger una muestra por medio de una encuesta a 368 turistas potenciales y actuales, con un margen de error del 5% y una credibilidad del 95%.

Las encuestas se llevaron a cabo en los siguientes sitios de muestreo:

CUADRO No. 11
LUGARES DONDE SE REALIZARÁN LAS ENCUESTAS

PROVINCIA	CIUDAD	SITIO DEL MUESTREO	ENCUESTADO	NÚMERO DE ENCUESTAS		PORCENTAJE
				NACIONALES	EXTRANJEROS	
Guayas	Guayaquil	Malecón 2000, Las Peñas Mall del Sol, City Mall	Turistas nacionales potenciales	62	_____	16 %
Pichincha	Quito	Parques Metropolitanos y la Carolina, Centro histórico	Turistas nacionales potenciales	61	_____	17 %
Imbabura	Otavalo	Feria de Otavalo	Turistas extranjeros potenciales	_____	92	25 %
Azuay	Cuenca	Casco colonial, PN Cajas San Joaquín, Museo de las Conceptas	Turistas nacionales actual y extranjeros actuales	61	92	17 % 25 %
TOTAL				184	184	100%

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

2.6.3 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Escogeremos muy cuidadosamente las preguntas a formular, las mismas que serán concretas y exigirán una respuesta definitiva (preguntas cerradas). Y

tambien preguntas donde el encuestado debera elegir la respuesta que mas crea conveniente (pregunta abierta). Esto nos permitira conocer la posible demanda que tendra la hosterfa. (Ver anexo1).

2.6.4 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Consiste en ordenar y codificar la información recopilada en la investigación de mercado, para esto nos apoyaremos en la tecnología que nos ofrece Microsoft Corporation, a través de su programa Excel, el cual utilizaremos para codificar y mostrar los datos a través de cuadros estadísticos.

REPRESENTACIÓN TABULAR Y GRAFICA DE LA INFORMACIÓN

Llevaremos los resultados a cuadros para facilitar su proceso y posteriormente a gráficos para hacer las primeras interpretaciones. Cada pregunta lleva asociado un cuadro y un gráfico.

Para el presente trabajo vamos a usar el método de tabulación para variables cualitativas. Con el fin de obtener una información lo más cercana posible de los futuros usuarios de la hostería, se realizaron 368 encuestas, a los encuestados se los dividió en dos grupos:

CUADRO No. 12

ENCUESTAS A TURISTAS ACTUALES EN CUENCA		%
Nacionales	61	17%
Extranjeros	92	25%
Total	153	42%

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

CUADRO No. 13

ENCUESTA A TURISTAS POTENCIALES DE CUENCA		%
Nacionales		
Guayaquil	62	17%
Quito	61	16%
Extranjeros		
Feria de Otavalo	92	25%
Total	215	58%

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

NÚMERO DE ENCUESTADOS:

368 personas (100%).

FECHA DE LA ENCUESTA:

Desde 17 de septiembre hasta el 3 de octubre del 2012

ENCUESTAS A TURISTAS NACIONALES ACTUALES EN LA CIUDAD DE CUENCA

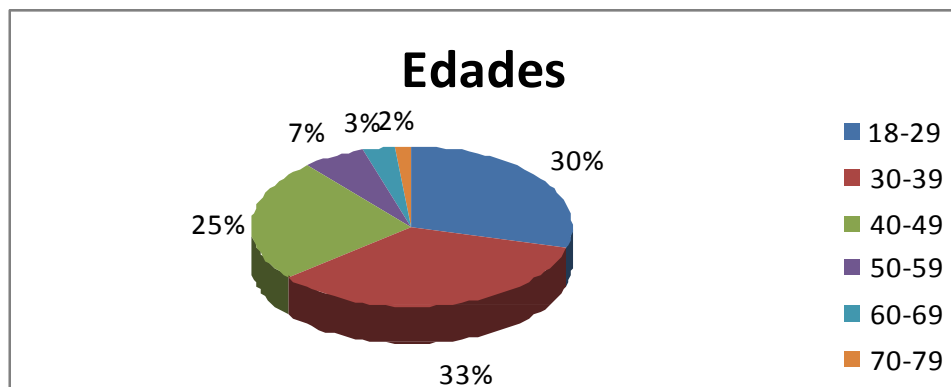
¿Cuál es su edad?

TABLA No. 1

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	18-29	18	29,51	29,51
	30-39	21	34,43	63,94
	40-49	15	24,59	88,53
	50-59	4	6,56	95,09
	60-69	2	3,27	98,36
	70-79	1	1,64	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 1



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Los turistas nacionales que encontramos en Cuenca son gente joven en su mayoría, el 34%, se encuentra en el rango de 30 a 39 años, mientras que con un 30% se encuentran entre 18 y 29 años, un pequeño porcentaje pertenece a la tercera edad.

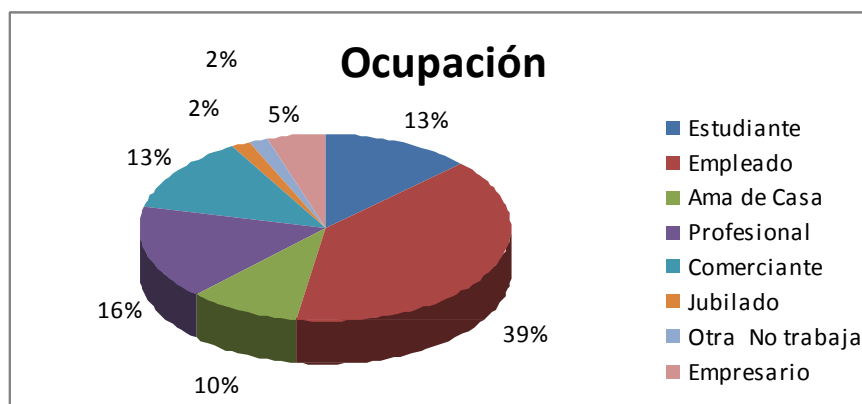
2.- ¿Cuál es su ocupación?

TABLA No. 2

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Estudiante	8	13,11	13,11
	Empleado	24	39,34	52,45
	Ama de Casa	6	9,84	62,29
	Profesional	10	16,39	78,68
	Comerciante	8	13,11	91,79
	Jubilado	1	1,64	93,43
	No trabaja	1	1,64	95,08
	Empresario	3	4,92	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No.2



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Según lo manifestado por los encuestados, el 73.77%, tienen ingresos económicos fruto de una actividad laboral, solo el 26.23% declaró no ejercer ninguna actividad económicamente remunerada.

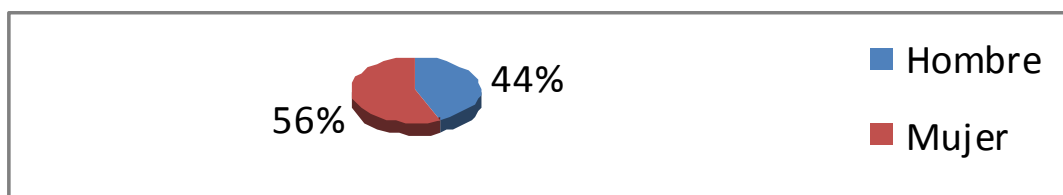
3.- ¿Cuál es su género?

TABLA No. 3

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Hombre	27	44,26	44,26
	Mujer	34	55,74	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 3



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Como veremos más adelante, la mayoría de los turistas que encontramos, viajan en familia o grupos de amigos, lo que justifica que la presencia del sexo femenino sea mayoritaria.

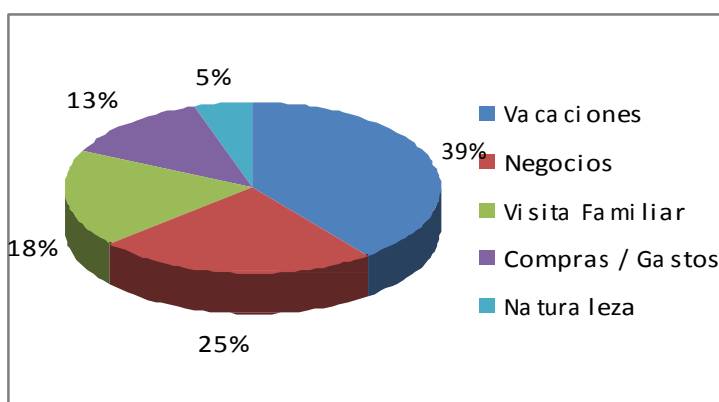
4.- Motivos por los cuales visita la ciudad de Cuenca

TABLA No. 4

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Vacaciones	24	39,34	39,34
	Negocios	15	24,59	63,93
	Visita Familiar	11	18,03	81,96
	Compras	8	13,11	95,07
	Naturaleza	3	4,92	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 4



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Según esta muestra la gran mayoría de los visitantes de Cuenca, 75.41, vienen con fines de entretenimiento y diversión, solo un 24.59 % viene por una razón distinta (negocios).

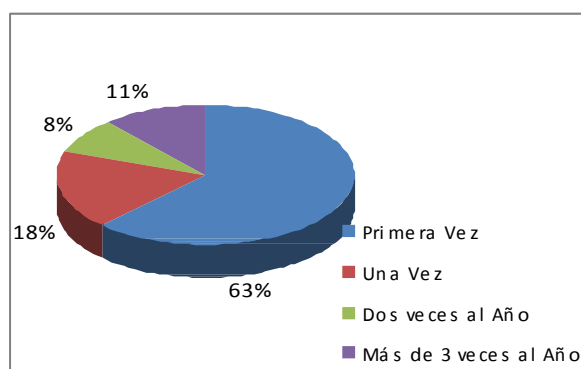
5.- ¿Con que frecuencia viaja a Cuenca?

TABLA No. 5

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Primera Vez	38	62,30	62,3
	Una Vez al año	11	18,03	80,33
	Dos veces al Año	5	8,20	88,53
	Más de 3 veces al Año	7	11,48	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No.5



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La gran mayoría de los encuestados 62.30%, visitaban Cuenca por primera vez, mientras que un importante porcentaje afirmaron que visitaban la ciudad al menos una vez al año.

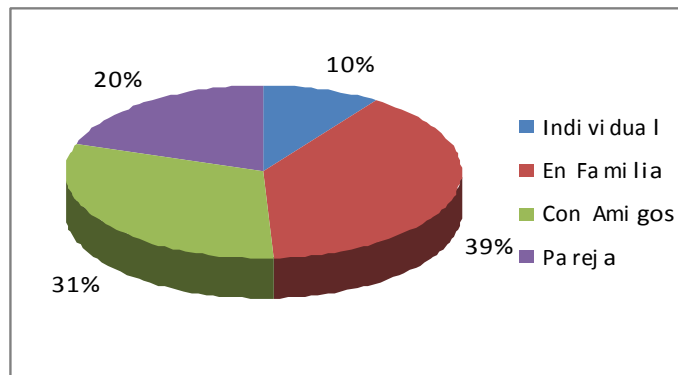
6.- ¿Con quien realiza la visita?

TABLA No. 6

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Individual	6	9,84	9,84
	En Familia	24	39,34	49,18
	Con Amigos	19	31,15	80,33
	Pareja	12	19,67	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 6



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

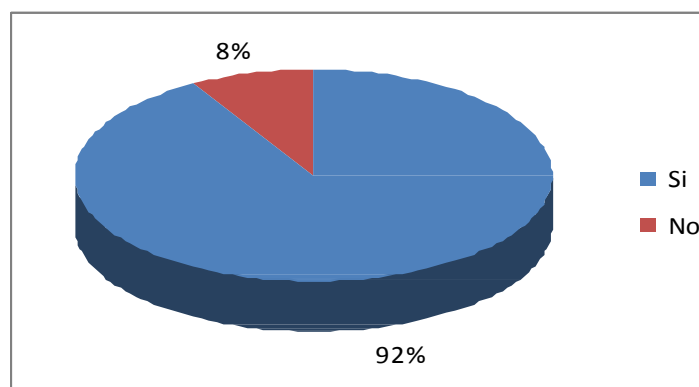
7.- ¿Los servicios de hospedaje que hay en la zona han cubierto sus expectativas?

TABLA No. 7

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	56	91,80	91,8
	No	5	8,20	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 7



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La conclusión a la que podemos llegar es que la mayoría de los turistas encuestados creen que recibieron el servicio por el cual pagaron, independientemente de la categoría del hotel, solo una minoría no está conforme o cree que debió recibir un mejor servicio por lo que pagó.

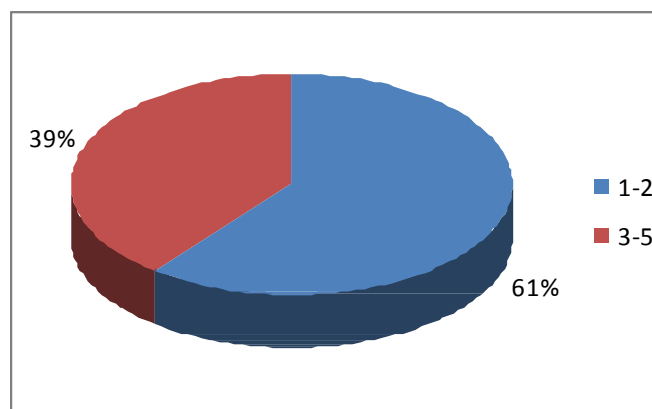
8.- ¿De cuántos días será su estadía en su actual lugar de alojamiento?

TABLA No. 8

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	1-2 noches	37	60,66	60,66
	3-5 noches	24	39,34	100
	6-8 noches	0	0,00	
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 8



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La mayoría de las personas que hacen turismo en la ciudad se quedan un promedio de tres días y dos noches, a excepción de aquellas que visitan familiares o que realizan negocios, que tienen estancias más prolongadas.

Los turistas nacionales generalmente, según las evidencias recolectadas, tienen un período de permanencia corto en el destino, a diferencia de los turistas extranjeros como veremos más adelante.

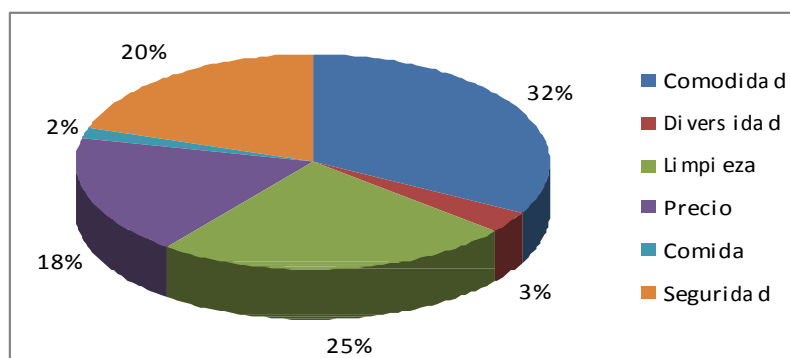
9.- ¿Cuáles de las siguientes características considera importante al momento de escoger un lugar de alojamiento?

TABLA No.9

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Comodidad	20	32,79	32,79
	Diversión	2	3,28	36,07
	Limpieza	15	24,59	60,66
	Precio	11	18,03	78,69
	Comida	1	1,64	80,33
	Seguridad	12	19,67	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 9



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Los criterios más importantes a la hora elegir un hospedaje para los turistas internos que visitan Cuenca son en su orden la comodidad, la limpieza y la seguridad, todo esto analizada desde la perspectiva económica: el precio, que pesa mucho (18.03%) en la elección.

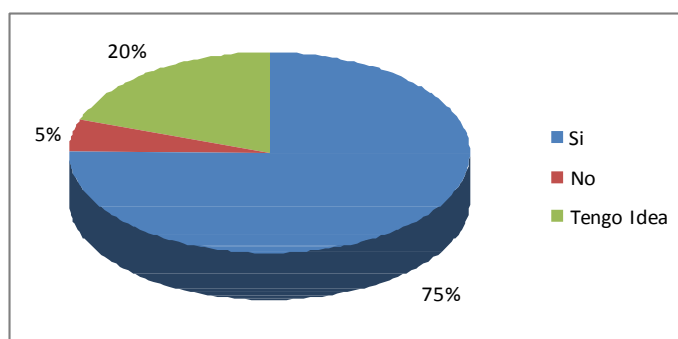
10.- ¿Sabe usted lo que es una hostería con temática de carácter Medieval?

TABLA No. 10

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	46	75,41	75,41
	No	3	4,92	80,33
	Tengo Idea	12	19,67	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No.10



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Como podemos ver solo un escaso 4.92% de los participantes de la encuesta dijo no saber lo que sería una hostal de temática medieval, lo que nos indica que la mayoría sabe o al menos tiene idea de lo que se trata.

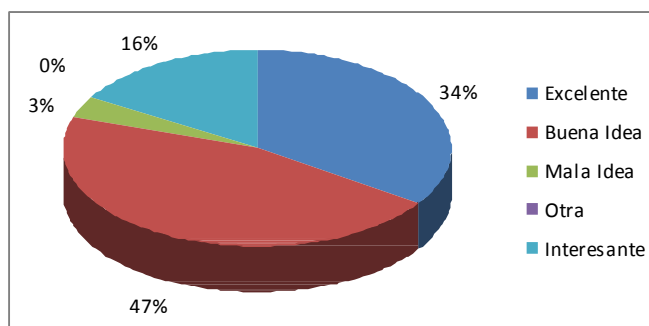
11.- ¿Que le parece la idea de una Hostería de temática medieval, donde se recree el ambiente de hace 800 años y se viva, de acuerdo a la época, a la luz de las velas, sin aparatos eléctricos pero con excelente servicio y confort?

TABLA No. 11

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Excelente	21	34,43	34,43
	Buena Idea	28	45,90	80,33
	Mala Idea	2	3,28	83,61
	Interesante	10	16,39	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 11



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Esta pregunta es muy importante, ya que mide el nivel de conocimiento de la gente referente a una hostería temática, que es la base de la propuesta que tenemos. Para la mayoría la idea es un acierto, pues el 96.72 opinó desde que es una idea excelente, muy buena, hasta interesante. Solamente a dos personas les pareció una mala idea, lo que es una muestra innegable de la expectativa que despierta el proyecto.

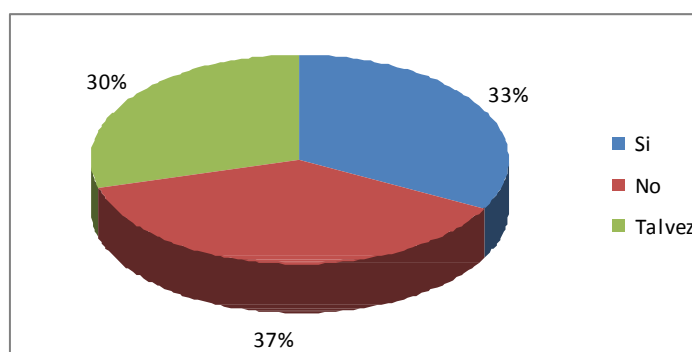
12.- ¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

TABLA No. 12

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	20	32.79	32.79
	No	18	29.51	62.3
	Talvez	23	37.70	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 12



Fuente y Elaboración:

Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Esta quizá es la más directa e importante de las preguntas del cuestionario, pues el resultado es decisivo para saber la intensidad de elección de los huéspedes y saber como será la acogida del proyecto. La intensidad es abrumadoramente positiva entre un sí y un talvez con un 70.49% y la negativa de 18 personas que representan un 29.51%. Las personas que respondieron talvez,

solo nos recuerdan que la difusión y publicidad del proyecto serán cruciales para el éxito del mismo.

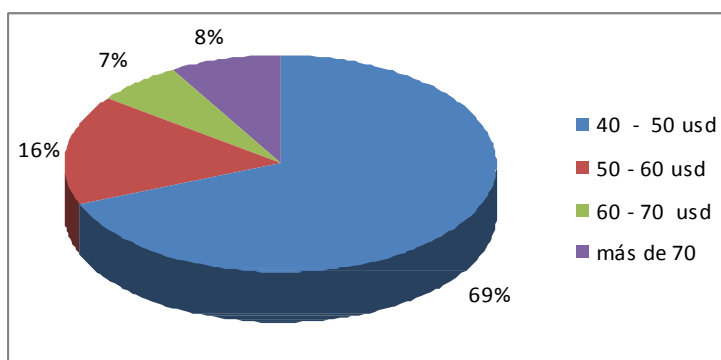
13.- ¿En caso de alojarse en una hostería temática con las características mencionadas anteriormente, cuanto estaría dispuesto a pagar por persona?

TABLA No. 13

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	40 - 50 USD	42	68,85	68,85
	50 - 60 USD	10	16,39	85,24
	60 - 70 USD	4	6,56	91,8
	más de 70	5	8,20	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 13



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Los turistas nacionales consideran muy importante el costo de su hospedaje, la mayoría busca más por menos. Esto nos indica que debemos

prestar mucha atención a los detalles, para no solamente satisfacer una necesidad sino también marcar una diferencia en cuanto a calidad de servicio.

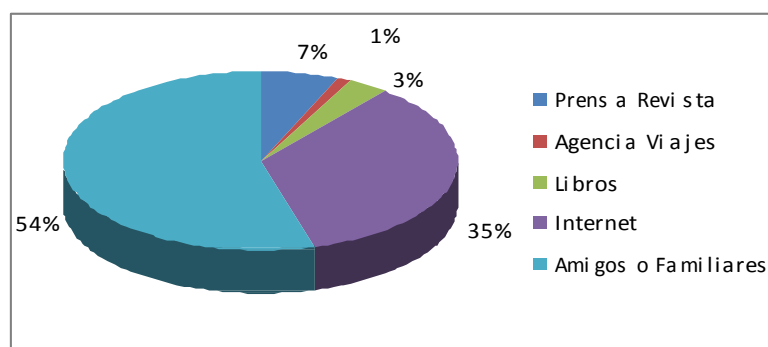
14.- Indique la fuente de información elegida para reservar un sitio de alojamiento

TABLA No. 14

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Prensa Revista	6	6,52	6,52
	Agencia Viajes	1	1,08	7,6
	Libros	3	3,26	10,86
	Internet	32	34,78	45,64
	Amigos o Familiares	50	54,35	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 14



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La respuesta dada por nuestros entrevistados a esta pregunta es contundente, nos refleja cuán importante es lograr que cada visitante se vaya satisfecho, porque se convierten en verdaderos embajadores o detractores del destino que visitan, dependiendo de la experiencia que tengan.

La mayoría de los turistas nacionales que están visitando actualmente Cuenca, es decir el 54.35%, lo hacen por recomendaciones de amigos o familiares que ya visitaron el destino. Sin embargo la Internet sigue siendo un importante canal de venta, ocupando el segundo lugar con el 34.78%.

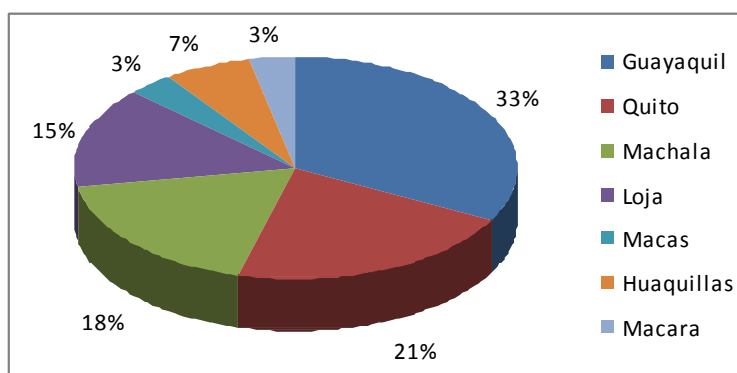
15.- ¿Cuál es su ciudad de origen?

TABLA No. 15

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Guayaquil	20	32,79	32,79
	Quito	13	21,31	54,1
	Machala	11	18,03	72,13
	Loja	9	14,75	86,88
	Macas	2	3,28	90,16
	Huaquillas	4	6,56	96,72
	Macara	2	3,28	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 15



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Guayaquil es durante el transcurso de todo el año, ya sea temporada alta o baja, el mas grande proveedor de turistas para Cuenca. Luego tenemos que Quito también aporta un importante número de visitantes, Machala está en el tercer lugar. Tenemos visitantes de las demás provincias que van por placer o negocios, pero son más bien por temporadas y no son constantes durante todo el año como las tres primeras nombradas.

ENCUESTAS A TURISTAS EXTRANJEROS ACTUALES EN LA CIUDAD DE CUENCA

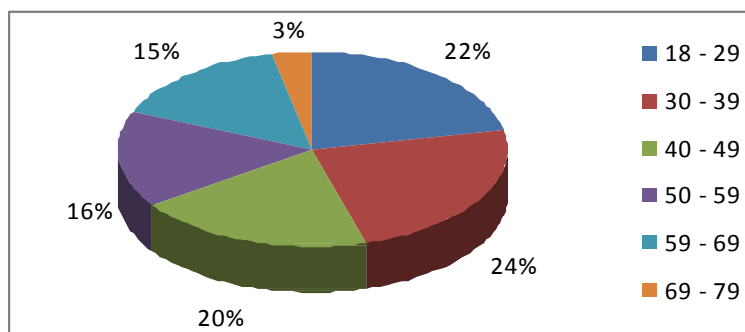
1.- ¿Cuál es su edad?

TABLA No. 16

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	18 - 29	20	21,74	21,74
	30 - 39	22	23,91	45,65
	40 - 49	18	19,56	65,21
	50 - 59	15	16,30	81,51
	59 - 69	14	15,22	96,73
	69 - 79	3	3,27	100
	TOTAL	92	100,00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 16



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Los turistas extranjeros que encontramos en Cuenca, son mayoritariamente jóvenes, entre 18-49 años de edad, 65.21% del total, pero a diferencia de los nacionales, las personas del rango 50-79 años representan un importante 35% y son generalmente las que tienen mayor poder adquisitivo.

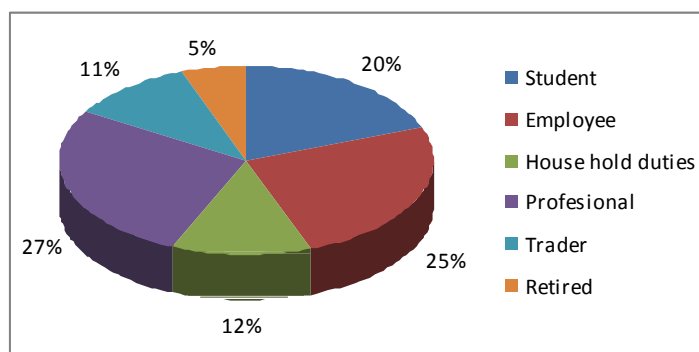
2.- ¿Cuál es su ocupación?

TABLA No. 17

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Estudiante	18	19,56	19,56
	Empleado	23	25,00	44,56
	Ama de casa	11	11,96	56,52
	Profesional	25	27,17	83,69
	Comerciante	10	10,87	94,56
	jubilado	5	5,44	100
	TOTAL	92	100,00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO 17



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

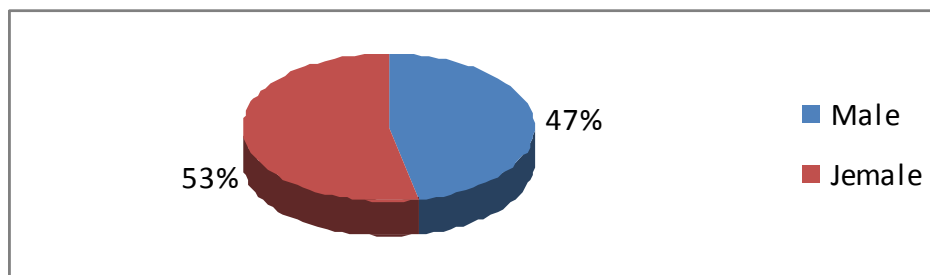
3.- ¿Cuál es su género?

TABLA No. 18

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Hombre	43	46,73	46,73
	Mujer	49	53,27	100
	TOTAL	92	100,00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 18



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

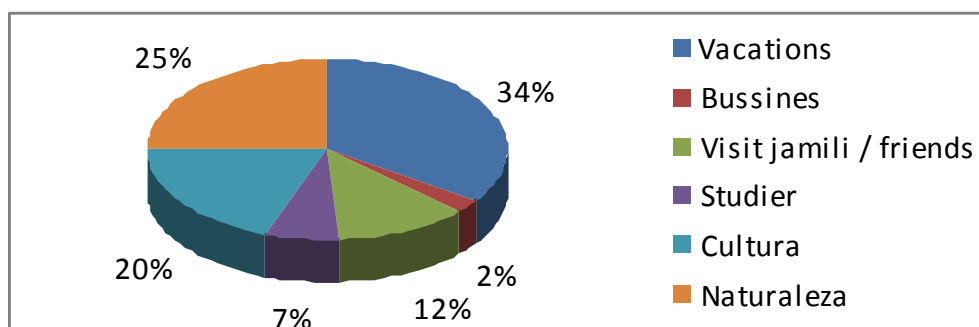
4.- Motivos por los cuales visita la ciudad de Cuenca

TABLA No. 19

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Vacaciones	32	34,78	34,78
	Negocios	2	2,17	36,95
	Visitar familia/amigos	11	11,96	48,91
	Estudios	6	6,52	55,43
	Cultura	18	19,57	75
	Naturaleza	23	25,00	100
	TOTAL	92	100,00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 19



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

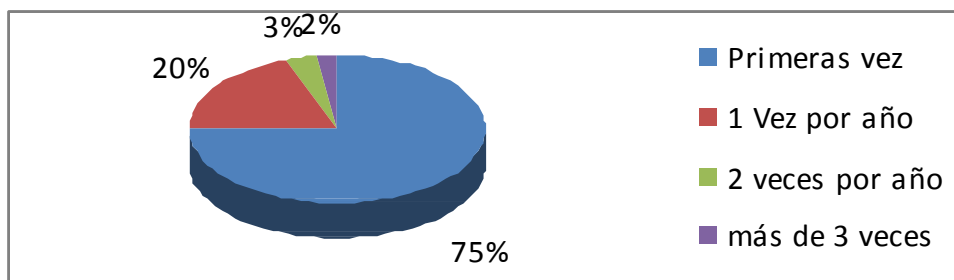
5.- ¿Con que frecuencia viaja a Cuenca?

TABLA No. 20

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Primeras vez	69	75	75
	1 Vez por año	18	19,57	94,57
	2 veces por año	3	3,26	97,83
	más de 3 veces	2	2,17	100
	TOTAL	92	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 20



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La gran mayoría visita el destino por primera vez, el 75%, pero vemos que un importante número de extranjeros, el 25%, mantienen vínculos con la ciudad ya sea por comercio o familiares, que los obligan a visitarla al menos una vez por año.

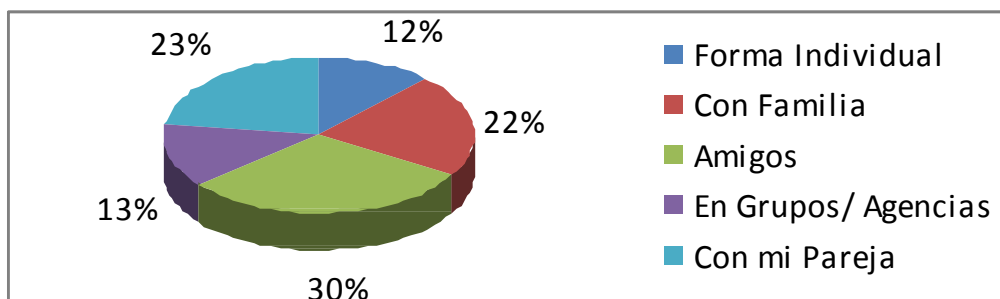
6.- ¿Con quién realiza la visita?

TABLA No. 21

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Forma individual	11	11,96	11,96
	Con familia	20	21,74	33,7
	Amigos	28	30,43	64,13
	En grupos/ agencias	12	13,04	77,17
	Con mi pareja	21	22,83	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 21



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

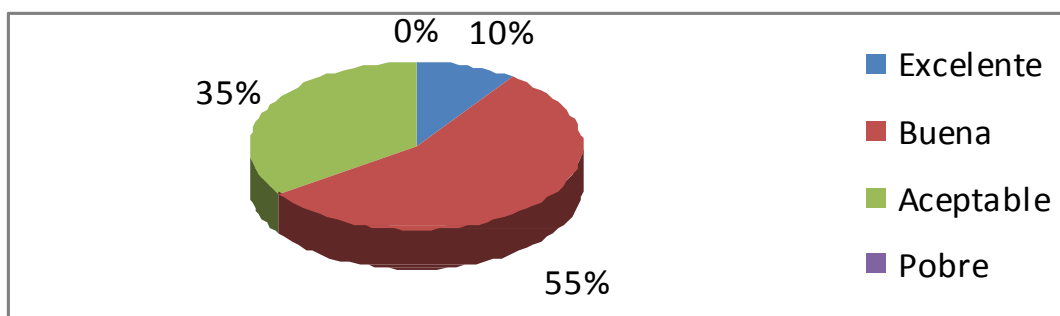
7.- ¿Cómo describe el servicio recibido por parte del hotel?

TABLA No. 22

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Excelente	9	9,78	9,78
	Buena	51	55,43	65,21
	Aceptable	32	34,78	100
	Pobre	0	0	
	TOTAL	92	100,00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 22



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Independientemente de la categoría del hotel que eligieron para hospedarse, los turistas extranjeros estuvieron en su totalidad satisfechos con el servicio que recibieron. Es decir que encuentran consistencia entre lo que pagaron y recibieron a cambio.

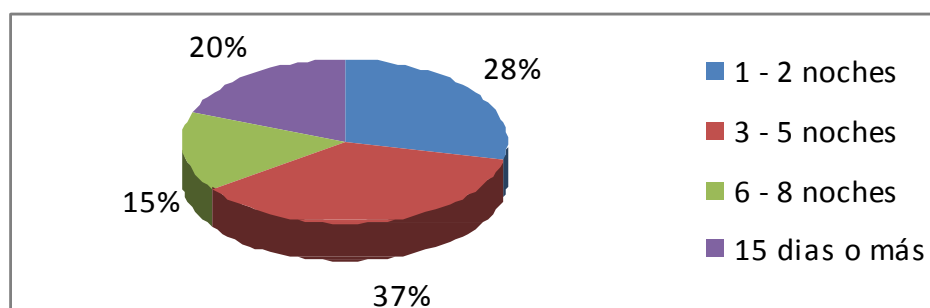
8.- ¿Cuántos días pasará en el hotel?

TABLA No. 23

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	1 - 2 noches	26	28,26	28,26
	3 - 5 noches	34	36,96	65,22
	6 - 8 noches	14	15,21	80,43
	15 días o más	18	19,57	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 23



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

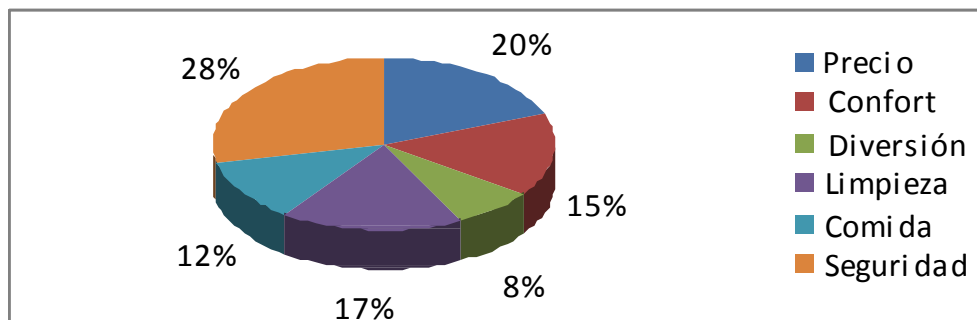
9.- ¿Cuáles de las siguientes características considera importante al momento de escoger un lugar de alojamiento?

TABLA No. 24

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Precio	18	19,57	19,57
	Confort	14	15,21	34,78
	Diversión	7	7,61	42,39
	Limpieza	16	17,39	59,78
	Comida	11	11,96	71,74
	Seguridad	26	28,26	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 24



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La prioridad número uno para los extranjeros es la seguridad, buscando siempre un balance entre el precio y el aseo del lugar.

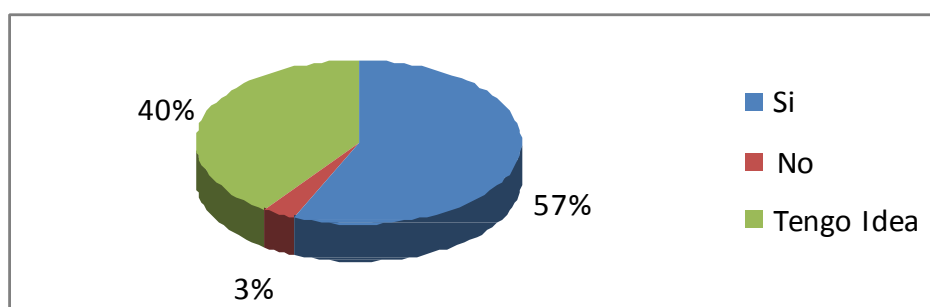
10.- ¿Sabe usted lo que es una hostería con temática de carácter Medieval?

TABLA No. 25

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	52	56,52	56,52
	No	3	3,26	59,78
	Tengo Idea	37	40,22	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 25



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

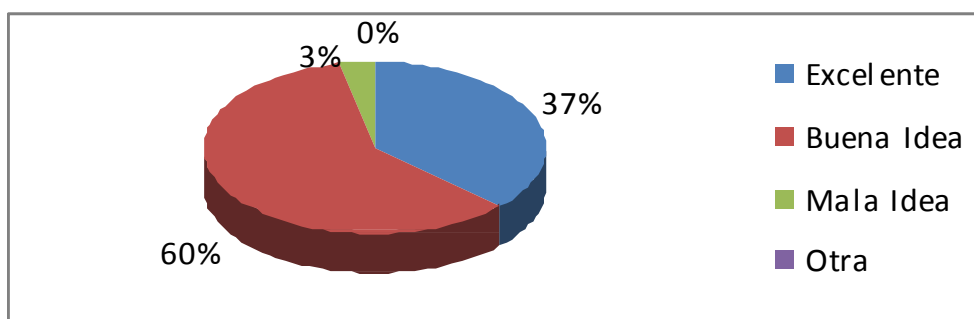
11.- ¿Que le parece la idea de una Hostería de temática medieval, donde se recree el ambiente de hace 800 años y se viva, de acuerdo a la época, a la luz de las velas, sin aparatos eléctricos pero con excelente servicio y confort?

TABLA No. 26

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Excelente	34	36,95	36,95
	Buena Idea	55	59,78	96,73
	Mala Idea	3	3,26	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 26



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Las respuestas dadas a esta pregunta son cruciales para definir la viabilidad de nuestro proyecto. Afortunadamente las mismas son alentadoras, pues abrumadoramente las respuestas fueron favorables respaldando la idea de la hostería, que precisamente se basa en su temática medieval.

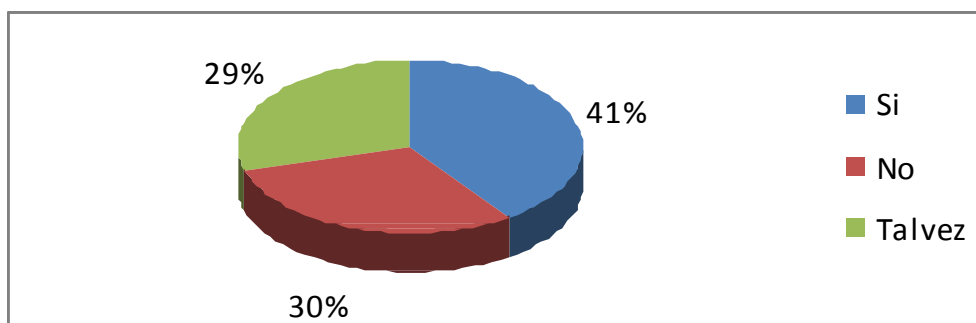
12.- ¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

TABLA No. 27

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Sí	37	40.21	40.21
	No	28	30.44	70.65
	Talvez	27	29.35	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 27



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Al igual que los turistas nacionales que encontramos en Cuenca, los turistas extranjeros tienen una buena predisposición al proyecto, pues la mayoría sí se hospedaría o talvez sí lo haría, con un nivel de rechazo tan bajo como el 15% frente al 85%.

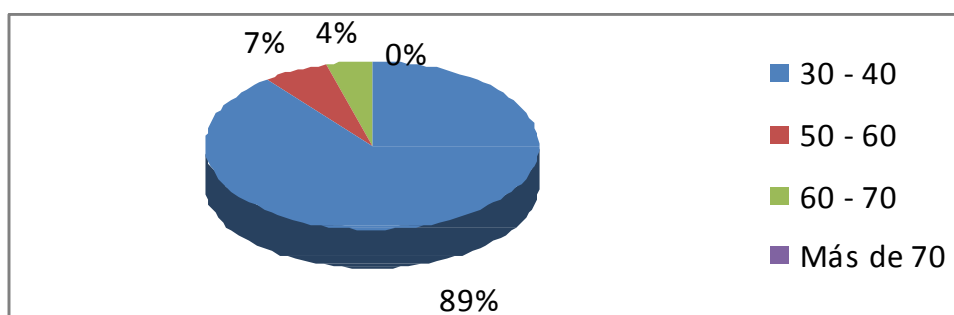
13.- ¿En caso de alojarse en una hostería temática con las características mencionadas anteriormente, cuanto estaría dispuesto a pagar por persona?

TABLA No. 28

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	30 - 40	82	89,13	89,13
	50 - 60	6	6,52	95,65
	60 - 70	4	4,34	100
	Más de 70	0	0	
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 28



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

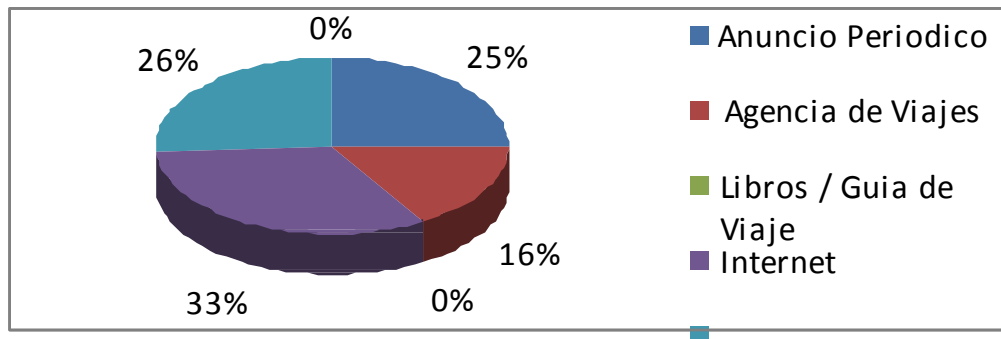
14.- Indique la fuente de información elegida para reservar un sitio de alojamiento

TABLA No. 29

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Reportajes / diarios	23	25	25
	Agencia de Viajes	15	16,3	41,3
	Libros / Guía de Viaje		0	41,3
	Internet	30	32,6	73,9
	Amigos	24	26,1	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 29



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: La Internet es también para los turistas extranjeros que encuestamos en la ciudad de Cuenca una importante fuente de consulta al momento de decidirse por un destino turístico. Los comentarios y experiencias de amigos y conocidos ocupa el segundo lugar y el enfoque que le dan los reportajes de prensa causa también un impacto positivo que hace el destino más atractivo y por consiguiente que sea elegido para desarrollar la actividad turística.

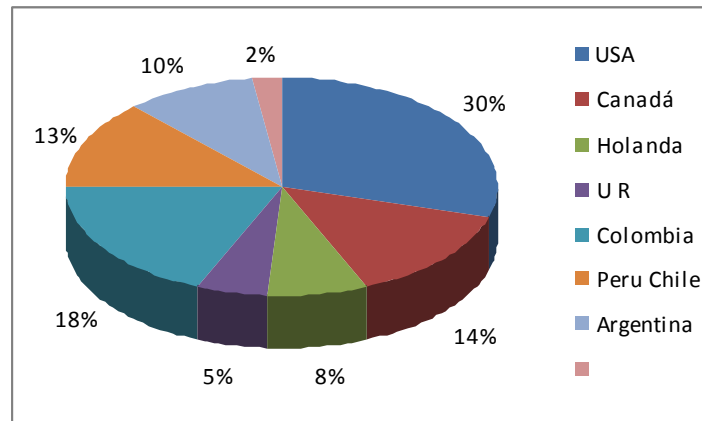
15.- ¿Cuál es su país de origen?

TABLA No. 30

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	USA.	27	29,35	29,35
	Canadá	13	14,13	43,48
	Holanda	7	7,61	51,09
	UK.	5	5,43	56,52
	Colombia	17	18,48	75
	Perú	12	13,04	88,04
	Chile	9	9,78	97,82
	Argentina	2	2,17	100
	Total	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 30



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Con pequeñas variaciones a lo largo del año dependiendo de la temporada, USA sigue siendo consistentemente el principal emisor de turistas hacia el Ecuador y en este caso particular hacia la ciudad de Cuenca. Generalmente esta clase de turistas van desde los que realizan la actividad con bajo presupuesto hasta los que vienen con ilimitados recursos. Colombia también hace un importante aporte, a lo largo de todo el año a diferencia de los argentinos, chilenos y europeos que tienen sus temporadas bien definidas en el año.

ENCUESTAS A TURISTAS NACIONALES POTENCIALES (REALIZADA EN QUITO Y GUAYAQUIL)

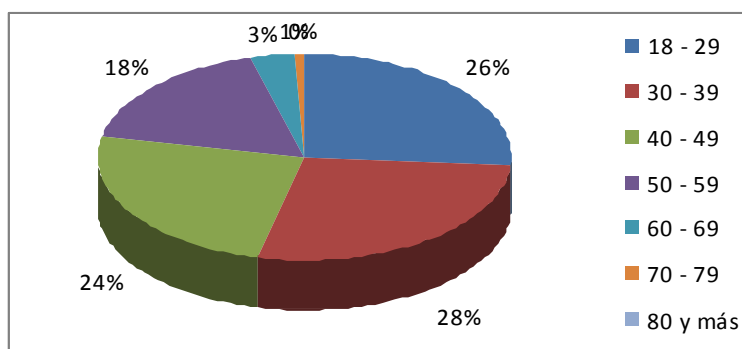
1.- ¿Cuál es su edad?

TABLA No. 31

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	18 - 29	32	26,01	26,01
	30 - 39	34	27,64	53,65
	40 - 49	30	24,39	78,04
	50 - 59	22	17,89	95,93
	60 - 69	4	3,25	99,19
	70 - 79	1	0,81	100
	80 y más	0		
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 31



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

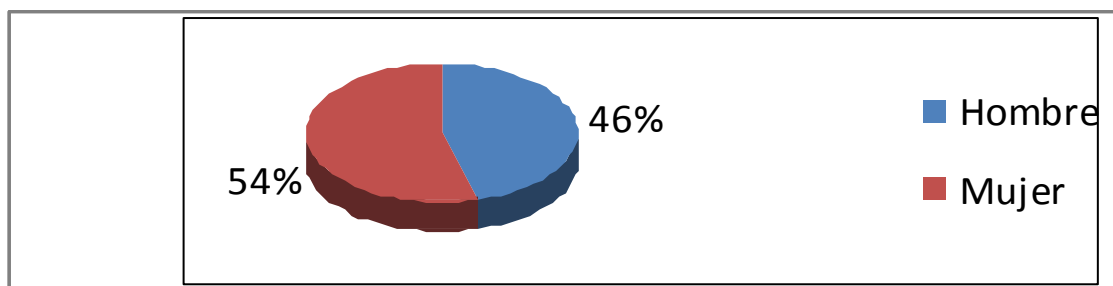
2.- Género

TABLA No. 32

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Hombre	56	45,52	45,52
	Mujer	67	54,47	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 32



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

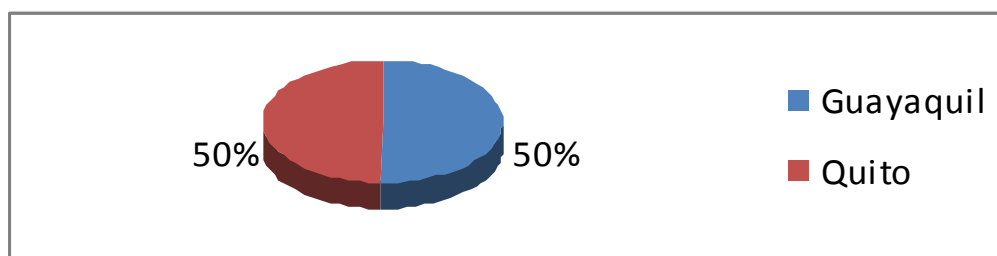
3. ¿Cuál es su ciudad de origen dentro del Ecuador?

TABLA No.33

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Guayaquil	62	50,41	50,41
	Quito	61	49,59	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 33



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Análisis: Para esta muestra se encuestó a 62 personas en la ciudad de Guayaquil y 61 en la ciudad de Quito, para tener una idea más realista de los que piensan los turistas potencialmente interesados en visitar la ciudad de Cuenca.

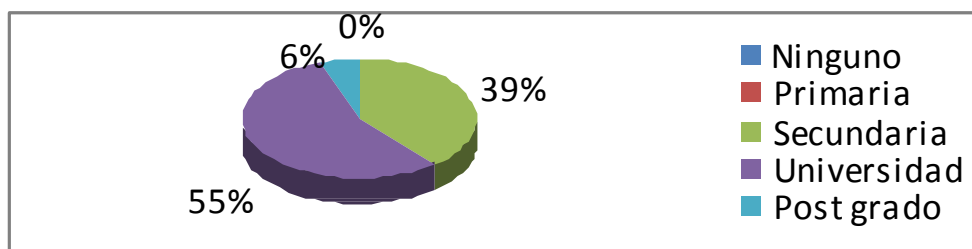
4. ¿Cuál es el máximo nivel de educación que ha completado?

TABLA No. 34

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Ninguno	0		
	Primaria	0		
	Secundaria	48	39,02	39,02
	Universidad	68	55,28	94
	Post grado	7	5,69	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 34



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

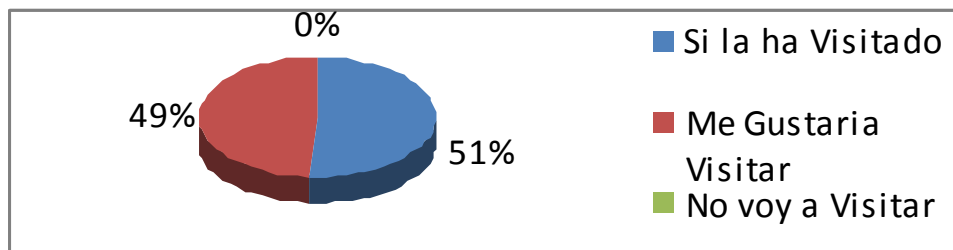
5. ¿Ha visitado o tiene la intención de visitar la ciudad de Cuenca?

TABLA No. 35

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si la ha Visitado	63	51,22	51,22
	Me Gustaría Visitar	60	48,78	100
	No voy a Visitar Cuenca	0		
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 35



Fuente y

Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

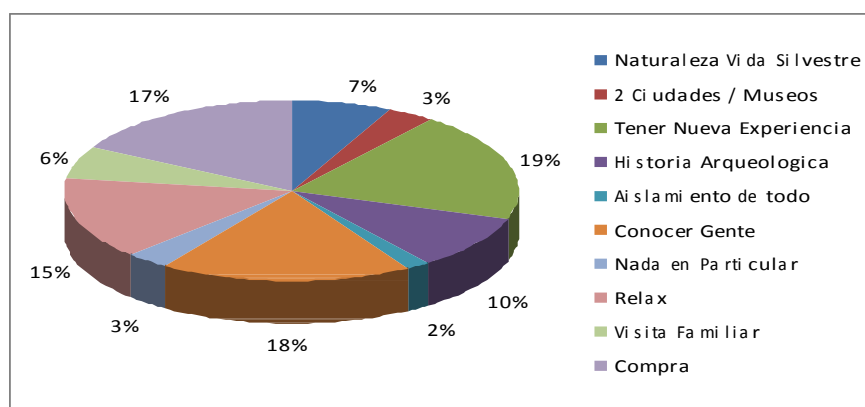
6.- ¿Cuáles son las razones que tiene para visitar un destino en particular?

TABLA No. 36

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Naturaleza Vida Silvestre	9	7,32	7,32
	2 Ciudades / Museos	4	3,25	10,57
	Tener Nueva Experiencia	24	19,51	30,08
	Historia, Arqueología	12	9,76	39,84
	Aislamiento de todo	2	1,63	41,47
	Conocer Gente	22	17,89	59,36
	Nada en Particular	4	3,25	62,61
	Relax	18	14,63	77,24
	Visita Familiar	7	5,69	82,93
	Compra	21	17,07	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 36



Fuente y elaboración: Juan Carlos Pesantez.

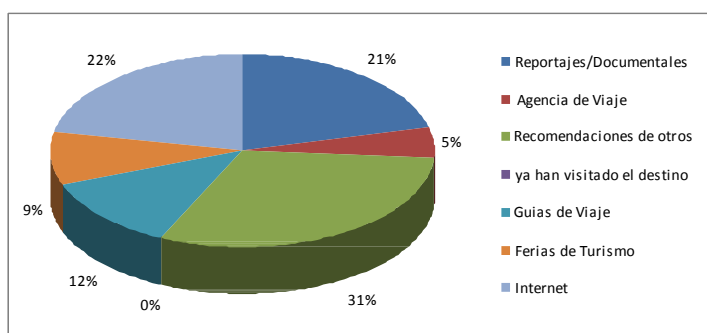
7.- ¿Qué le incentiva a UD. a escoger un destino de viaje?

TABLA No. 37

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Reportajes/Documentales en TV / diarios / revistas	26	21,13	21,13
	Anuncios en buses	0	0	21,13
	Agencia de Viaje	6	4,88	26,01
	Recomendaciones de otros	38	30,9	56,91
	ya han visitado el destino			
	Guías de viaje	15	12,19	69,1
	Ferias de turismo	11	8,94	78,04
	Internet	27	21,95	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 37



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

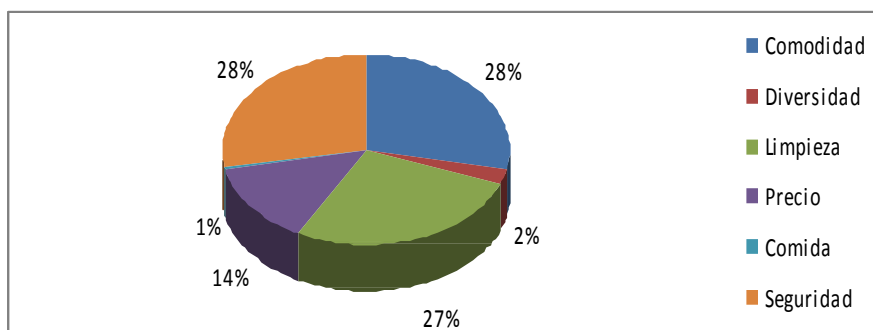
8.-Cuales de las siguientes características considera importantes al momento de escoger un lugar de alojamiento.

TABLA No. 38

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Comodidad	35	28,45	28,45
	Diversidad	3	2,44	30,89
	Limpieza	33	26,83	57,72
	Precio	17	13,82	71,54
	Comida	1	0,81	72,35
	Seguridad	34	27,64	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 38



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

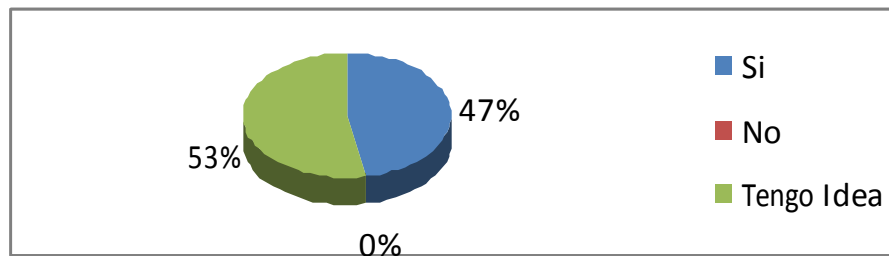
9.- ¿Sabe usted lo que es una Hostería Temática de carácter Medieval?

TABLA No. 39

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	58	47,15	47,15
	No	0	0	47,15
	Tengo Idea	65	52,85	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 39



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

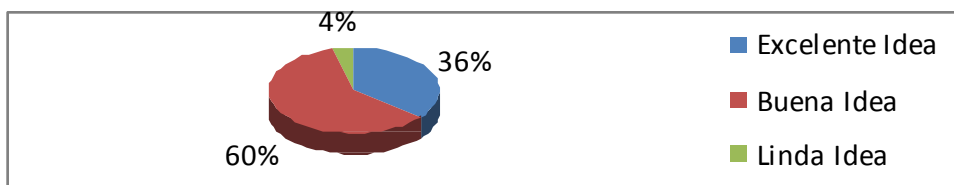
10.- ¿Que le parece la idea de una Hostería de temática medieval, donde se recree el ambiente de hace 800 años y se viva, de acuerdo a la época, a la luz de las velas, sin aparatos eléctricos pero con excelente servicio y confort?

TABLA No. 40

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Excelente Idea	44	35,77	35,77
	Buena Idea	74	60,16	95,93
	Mala idea	5	4,06	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 40



Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Fuente y

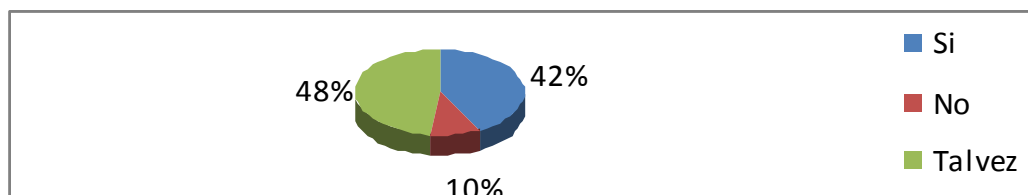
11.- ¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

TABLA No. 41

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	52	42,28	42,28
	No	12	9,76	52,04
	Talvez	59	47,96	100
	TOTAL	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 41



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

12.- ¿En caso de alojarse en una hostería temática considera Ud. que es más conveniente el sistema Todo incluido?

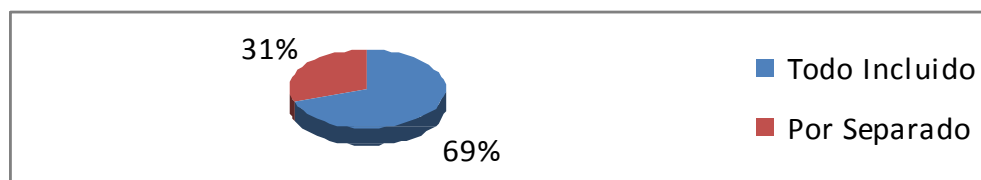
TABLA No. 42

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Todo Incluido	85	69,11	69,11
	Por Separado	38	30,89	100
	Total	123	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 42

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.



ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS POTENCIALES (REALIZADA EN OTAVALO)

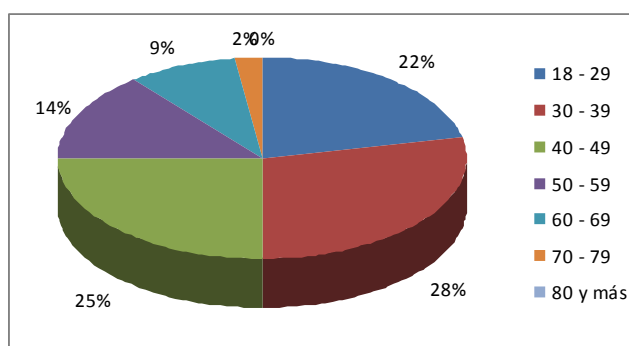
1.- ¿Cuál es su edad?

TABLA No. 43

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	18 - 29	20	21,74	21,74
	30 - 39	26	28,26	50
	40 - 49	23	25	75
	50 - 59	13	14,13	89,13
	60 - 69	8	8,7	97,83
	70 - 79	2	2,17	100
	80 y más	0	0	
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 43



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

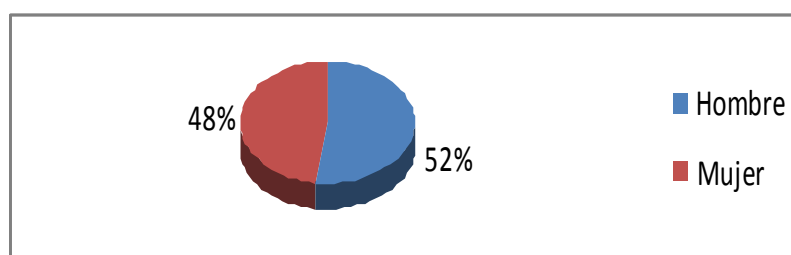
2.- Género

TABLA No. 44

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Hombre	48	52,17	52,17
	Mujer	44	47,83	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 44



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

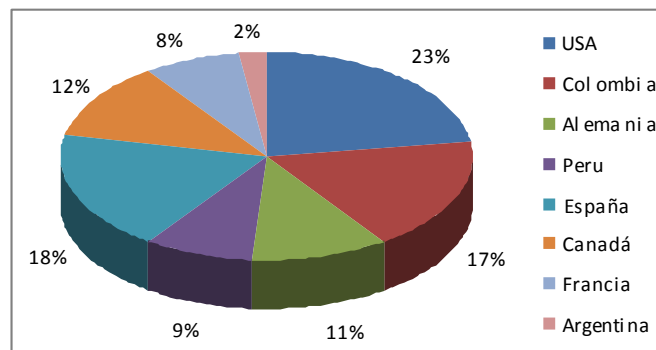
3. ¿Cuál es su país de origen dentro?

TABLA No. 45

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	USA	21	22,83	22,83
	Colombia	16	17,39	40,22
	Alemania	10	10,87	51,09
	Perú	8	8,69	59,78
	España	17	18,48	78,26
	Canadá	11	11,96	90,22
	Francia	7	7,61	97,83
	Argentina	2	2,17	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 45



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

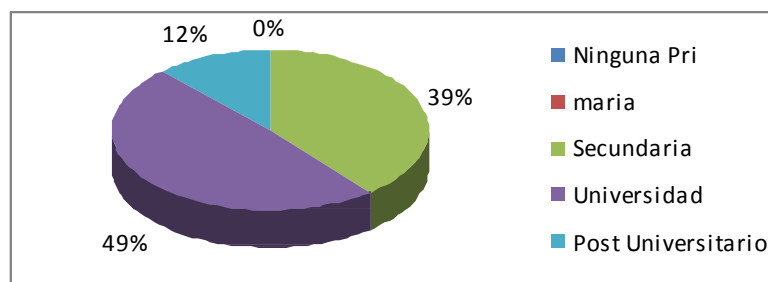
4. ¿Cuál es el máximo nivel de educación que ha completado?

TABLA No. 46

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Ninguna			
	Primaria			
	Secundaria	36	39,13	39,13
	Universidad	45	48,91	88,04
	Post Universitario	11	11,96	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 46



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

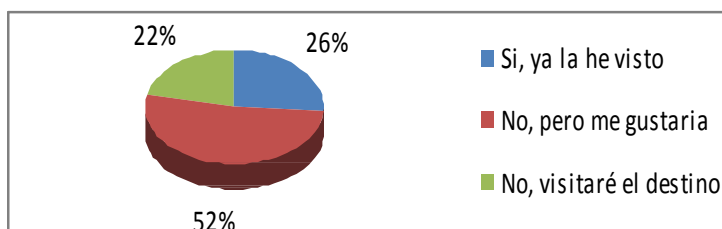
5. ¿Ha visitado o tiene la intención de visitar la ciudad de Cuenca?

TABLA No. 47

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si, ya la he visto	24	26,09	26,09
	No, pero me gustaría	48	52,17	78,26
	No, visitaré el destino	20	21,74	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 47



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

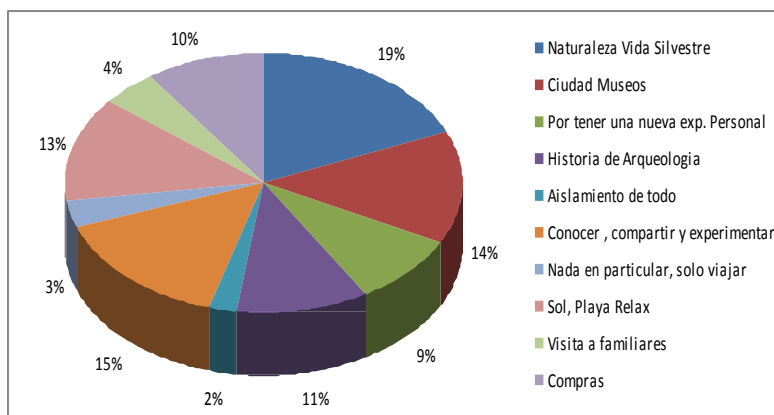
6.- ¿Cuáles son las razones que usted tiene para visitar un destino en particular?

TABLA No. 48

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Naturaleza Vida Silvestre	17	18,48	18,48
	Ciudad Museos	13	14,13	32,61
	Por tener una nueva exp. Personal	8	8,69	41,3
	Historia, Arqueología	10	10,87	52,17
	Aislamiento de todo	2	2,17	2,17
	Conocer , compartir y experimentar	14	15,22	69,56
	Nada en particular, solo viajar	3	3,26	72,82
	Sol, Playa Relax	12	13,04	85,86
	Visita a familiares	4	4,35	90,21
	Compras	9	9,78	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 48



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

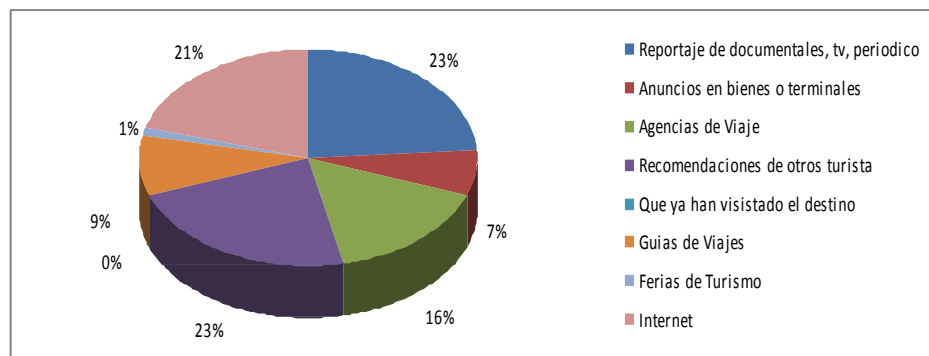
7.- ¿Qué le incentiva a UD. a escoger un destino de viaje?

TABLA No. 49

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Reportaje de documentales, tv, periódico	22	23,91	23,91
	Anuncios en bienes o terminales	6	6,52	30,43
	Agencias de Viaje	15	16,3	46,73
	Recomendaciones de otros turista	21	22,83	69,56
	Que ya han visitado el destino			
	Guías de Viajes	8	8,7	78,26
	Ferias de Turismo	1	1,09	79,35
	Internet	19	20,65	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 49



Fuente y

Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

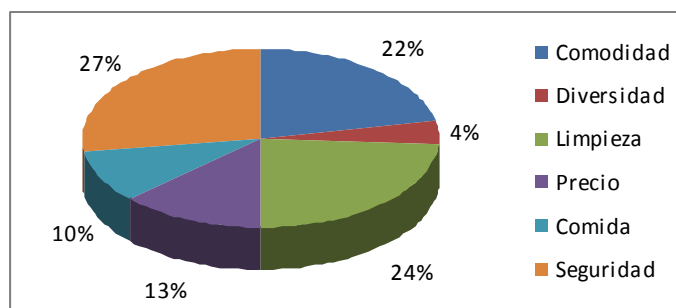
8.-Cuales de las siguientes características considera importantes al momento de escoger un lugar de alojamiento.

TABLA No. 50

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Comodidad	20	21,74	21,74
	Diversidad	4	4,35	260,9
	Limpieza	22	23,92	50,01
	Precio	12	13,04	63,05
	Comida	9	9,78	72,83
	Seguridad	25	27,17	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 50



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

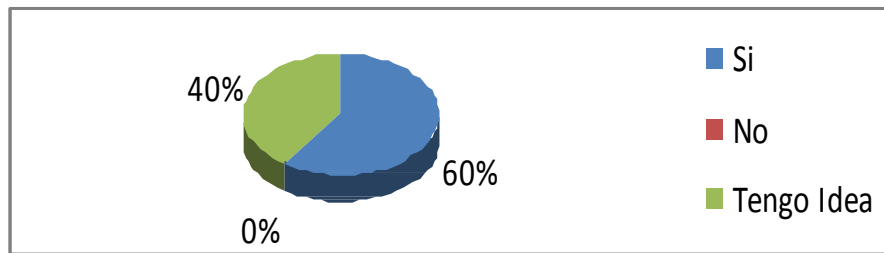
9.- ¿Sabe usted lo que es una Hostería Temática de carácter Medieval?

TABLA No. 51

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	55	59,78	59,78
	No	0		59,78
	Tengo Idea	37	40,22	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 51



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

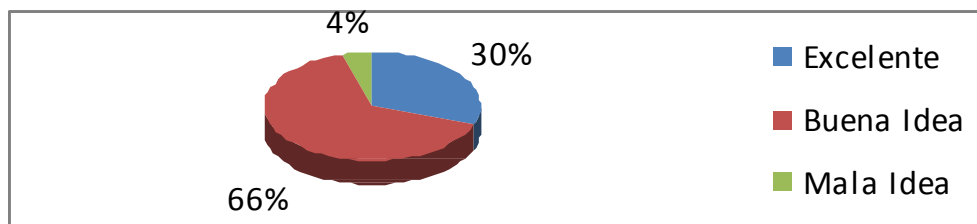
10.- ¿Que le parece la idea de una Hostería de temática medieval, donde se recree el ambiente de hace 800 años y se viva, de acuerdo a la época, sin tecnología pero con excelente servicio y confort?

TABLA No. 52

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Excelente	28	30,43	30,43
	Buena Idea	60	65,22	95,65
	Mala Idea	4	4,35	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 52



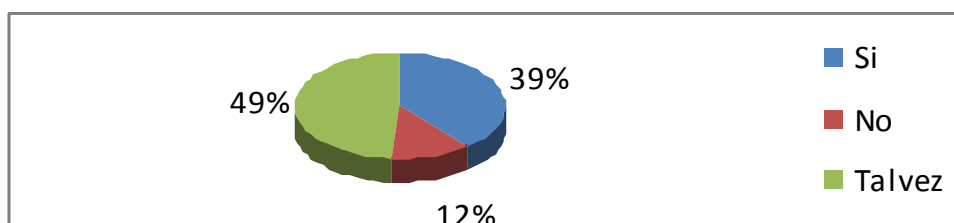
11.- ¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

TABLA No. 53

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	36	39,13	39,13
	No	11	11,96	51,09
	Talvez	45	48,91	100
	TOTAL	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 53



Fuente y

Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

12.- ¿En caso de alojarse en una hostería temática considera Ud. que es más conveniente el sistema Todo incluido en un mismo precio (hospedaje, comidas, bebidas, entretenimiento) o cree que es mejor pagar todo por separado.

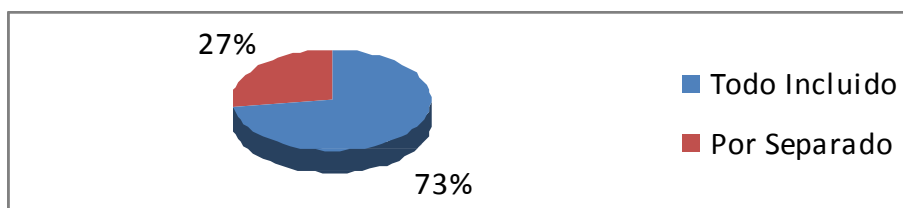
TABLA No. 54

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Todo Incluido	67	72,83	72,83
	Por Separado	25	27,17	100

	Total	92	100.00	
--	-------	----	--------	--

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

GRÁFICO No. 54



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

2.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende como demanda la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

Mediante el estudio de mercado realizado hemos demostrado que existe potencialmente un gran mercado para la industria de la hospitalidad en la ciudad de Cuenca que no ha sido atendido con criterios de variedad e innovación pertinentes. Si bien es cierto que la oferta hotelera es abundante, no ha habido innovación en el sector.

2.7.1. DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

Es la cantidad real de personas que actualmente visitan el destino Cuenca y consumen los bienes y servicios que se ofertan en ese mercado.

Según las estadísticas proporcionadas por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca (F.M.T.P.C), en el año 2011 la demanda real fue de 200.000 visitantes de los cuales el 74% (148.000) fueron internacionales y el 26% (52.000) nacionales. Es decir que la demanda real actual es de 200.000 visitantes que buscan hospedaje y entretenimiento en la ciudad.

Además la demanda real está dada por la opinión favorable a la pregunta 11 de los 153 visitantes (61 nacionales y 92 extranjeros) que fueron encuestados mientras se encontraban ejerciendo actividades turísticas en la ciudad de Cuenca que fue del 37,25%. que dice:

¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

Para determinar la demanda real y las proyecciones que haremos más adelante no tomaremos como afirmativas las respuestas que contabilizamos bajo la variable talvez, ya que serán tomadas en cuenta como futuros clientes potenciales.

CUADRO No. 14
DEMANDA DEL SERVICIO TURISTAS NACIONALES ACTUALES

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
VÁLIDOS	Si	20	32.79	32.79
	No	18	29.51	62.3
	Talvez	23	37.70	100
	TOTAL	61	100	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

CUADRO No. 15
DEMANDA DEL SERVICIO TURISTAS EXTRANJEROS ACTUALES

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE
			VÁLIDO	ACUMULADO
VÁLIDOS	Sí	37	40.21	40.21
	No	28	30.44	70,65
	Talvez	27	29,35	100
	Total	92	100.00	

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

Demanda actual= 200.000 * 37,25% (nivel aceptación)

Demanda actual= 74.500 personas

La demanda actual para el proyecto es de 74.500 personas que se hospedarían en la hostería Medieval Party.

De igual manera la demanda en miles de dólares se va a considerar el valor que estarían dispuestos mayoritariamente a gastar en el hospedaje y según los encuestados estarían dispuestos a pagar un promedio de 45 USD. diarios, teniendo en cuenta que se quedan un promedio de 2 noches estaría dispuestos a pagar 90 USD. y la demanda actual es de 74.500 personas, entonces tenemos que gastan anualmente 6.705.000 USD.

2.7.2. DEMANDA PROYECTADA

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero se espera que en algunas semanas, meses o años lo sea.

La demanda proyectada se la realiza en función de las siguientes variables; tasa de crecimiento anual de visitantes al destino y la inflación anual. La proyección de la demanda futura debe establecerse como mínimo para los próximos cinco años.

Como ya explicamos al inicio de capítulo, no hay datos estadísticos oficiales sobre los visitantes de Cuenca, sin embargo para hacer la presente proyección usaremos el estimado por la F.M.T.P.C. sobre el aumento de turistas para el año 2012 que es del 15.39%.

CUADRO No. 16
DEMANDA PROYECTADA

AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO	ARRIBO DE TURISTAS
2012	15,39%	230.780
2013	15,39%	266.690
2014	15,39%	307.960
2015	15,39%	355.616
2016	15,39%	410.648

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

2.8. DEMANDA INSATISFECHA

Es la cantidad de consumidores o potenciales consumidores que no se sienten satisfechos con el producto y/o servicio recibido o en su defecto no han accedido a este o el producto o servicio no ha logrado cubrir a cabalidad la demanda.

CUADRO No. 17
DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	DIFERENCIACIÓN EN VALOR	DEMANDA INSATISFECHA
2012	230.780	37.25	85.966
2013	266.297	37.25	99.196
2014	307.280	37.25	114.462
2015	354.570	37.25	132.077
2016	409.139	37.25	152.404

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio del estudio de mercado podemos determinar que sí existe una demanda insatisfecha, esto lo comprobamos al obtener una respuesta positiva por parte del los turistas a la pregunta de que si se hospedarían en una hostería con temática medieval en un porcentaje del 37.25%. El proyecto ocupará un espacio jamás llenado por ninguna empresa de hospitalidad, que es el del segmento de hoteles temáticos bajo el concepto “all inclusive”.

2.9. MARKETING MIX.

Una característica esencial de los servicios es su intangibilidad, los clientes requieren de algún elemento tangible que les facilite la comprensión de la naturaleza del servicio que esperan recibir.

Es por eso que para el posicionamiento de la hostería se trabajará con valiosas herramientas que nos permitirá implementar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos.

Estas herramientas son conocidas como la mezcla ampliada del marketing de servicios llamadas las 8 P"s que se mencionan y cuya estrategia se describe a continuación:

1. Producto (product)
2. Plaza (place)
3. Promoción (promotion)
4. Precio (price)
5. Personas (people)
6. Evidencia física (physical)
7. Proceso (process)
8. Productividad (productivity)

2.9.1 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

La mezcla de marketing comienza por el producto y su estrategia, es decir la oferta, que es el núcleo de la mezcla de marketing.

La suma de todos los productos y servicios que se ofertarán es la Hostería Medieval Party.

GRÁFICO No. 55

VISTA EXTERNA DE LA HOSTERÍA MEDIEVAL PARTY



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez.

Análisis del Nombre.

El nombre de la hostería está en idioma inglés, porque se considera a esta lengua el idioma universal, es el lenguaje del comercio, la ciencia y tecnología y el lenguaje de la globalización por antonomasia.

El nombre se compone de dos partes: la primera, “Medieval”, hace referencia a la línea argumental de su temática y que define a una época, a su decoración, a la tecnología moderna inexistente y al estilo de vestir del personal que labora en ella. Este aspecto va a ser tomado muy en serio.

La segunda parte del nombre “Party” se refiere al espíritu de hospitalidad, amistad y calidez que imperará y contagiara a los huéspedes, ya que queremos que durante su permanencia se sientan como que están en una fiesta en la que son los invitados de honor.

ESLOGAN

Es la frase que identificará a la hostería en el contexto comercial y será la expresión resumida de la idea que queremos vender a los consumidores en las estrategias publicitarias que se emprenderán para promocionar la empresa como una extensión del nombre de la misma.

HOSTERÍA MEDIEVAL PARTY

MEMORIAS SIN TIEMPO

En la estrategia de producto que ofertará la hostería, que en este caso son servicios, se han presentado los siguientes:

Servicio de habitaciones.

- Se ofrecerán habitaciones cómodas para un máximo de 66 personas, sin aparatos modernos de los que disfrutamos en nuestra vida cotidiana, ya que no habrá electricidad, solo se hará una excepción con la luz que será de la red pública para cumplir con normas de seguridad contra incendios que exige

el gobierno local y agua caliente para comodidad de nuestros huéspedes, las habitaciones contarán con un diseño y decoración medieval y estarán distribuidas de la siguiente manera:

CUADRO No. 18
INVENTARIO DE HABITACIONES

CANTIDAD	TIPO DE HABITACION	CAPACIDAD	DETALLE
14	Matrimonial	28	1 cama de 2 ½ plazas, chimenea, baño completo
10	Doble	20	2 camas de 1 1/2 plaza, chimenea, baño completo
4	Triple	12	3 camas de 1 plaza, chimenea, baño completo
1	Familiar	4	1 cama de 2 1/2 plazas, 2 camas de 1 plaza, chimenea, baño completo
1	Suite	2	1 cama de 3 plazas, chimenea, baño completo, mini bar
30		66	

Fuente: Observación directa

Elaborado por Juan Carlos Pesántez

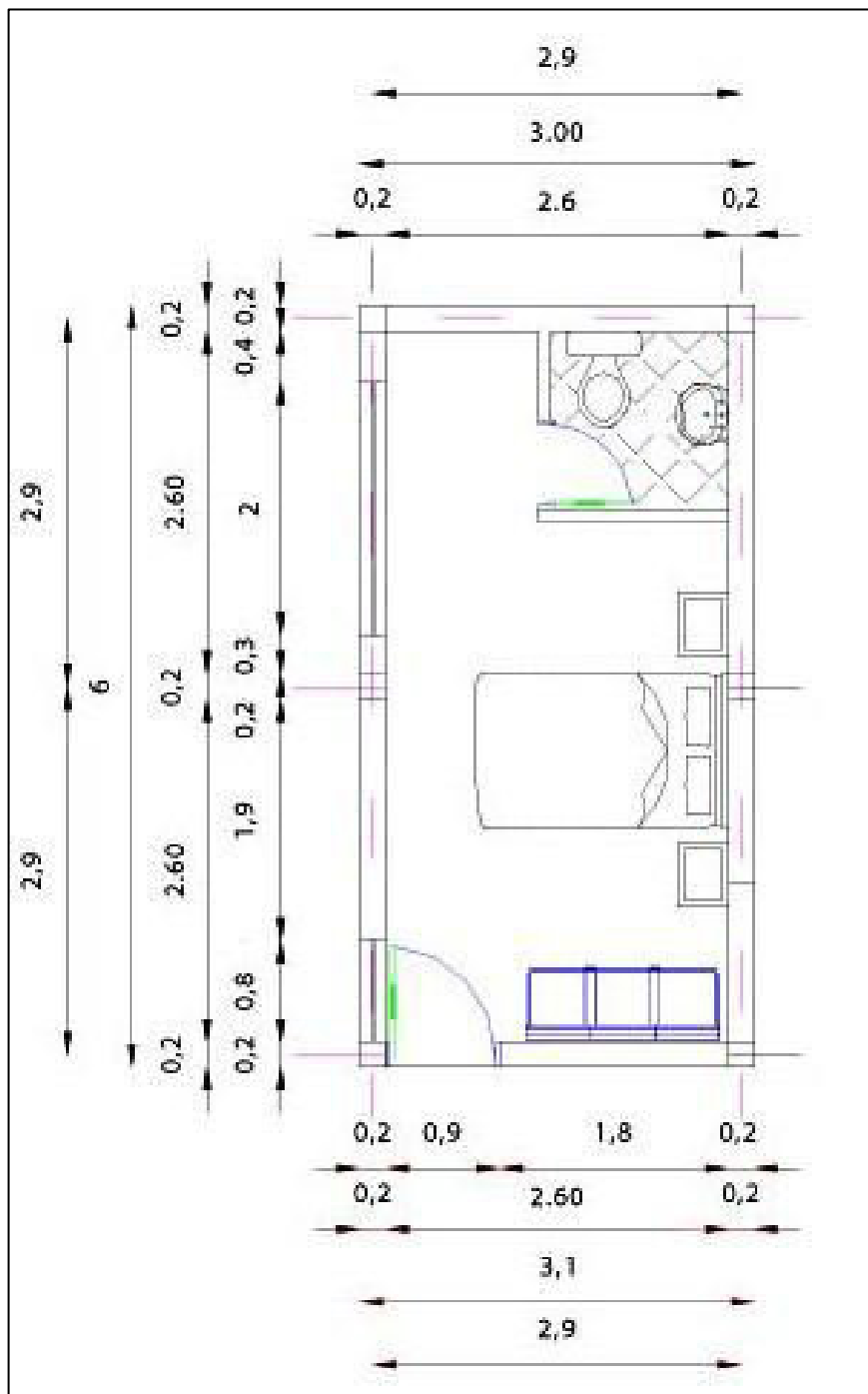
Dimensiones de las habitaciones.

Habitación Matrimonial.

Dimensiones 6 m. x 3 m. = 18 m².

Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

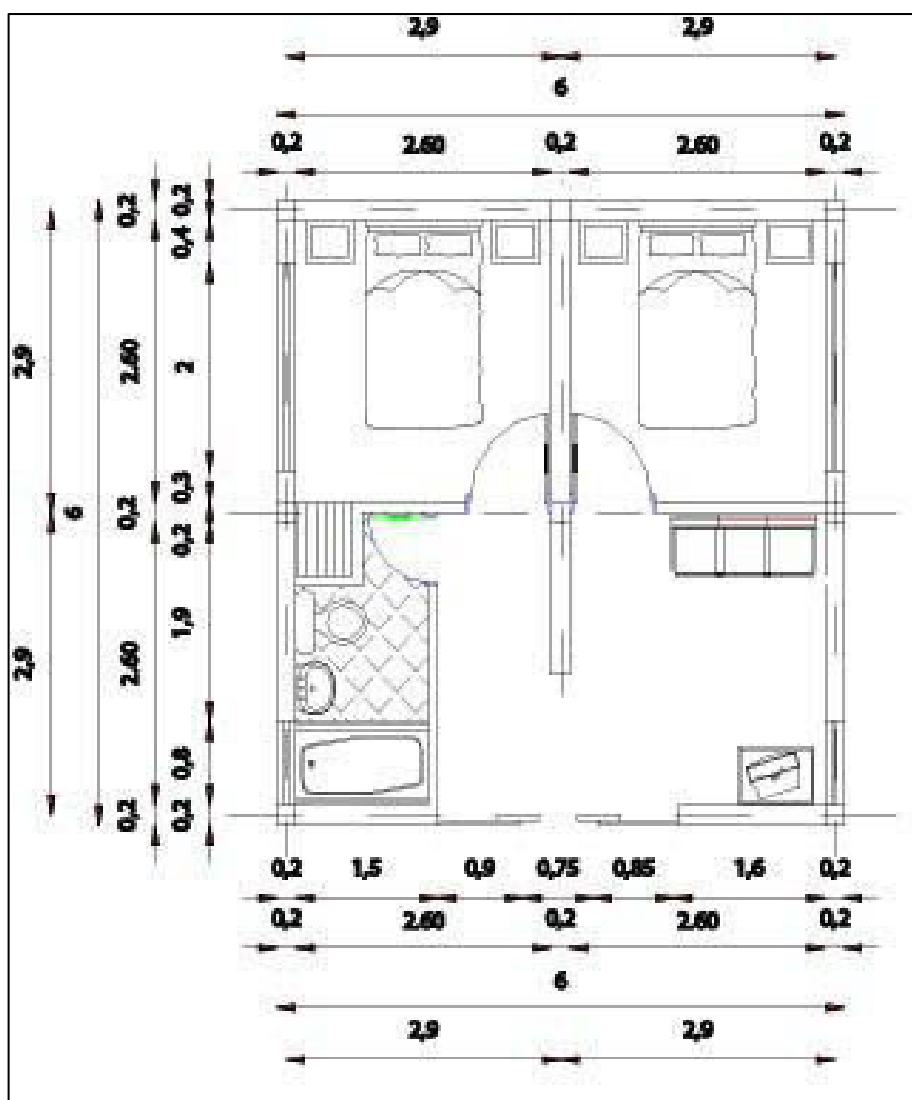
GRÁFICO No. 56
HABITACIÓN MATRIMONIAL



Habitación Doble.

Dimensiones 6 m. x 6 m. = 36 m²

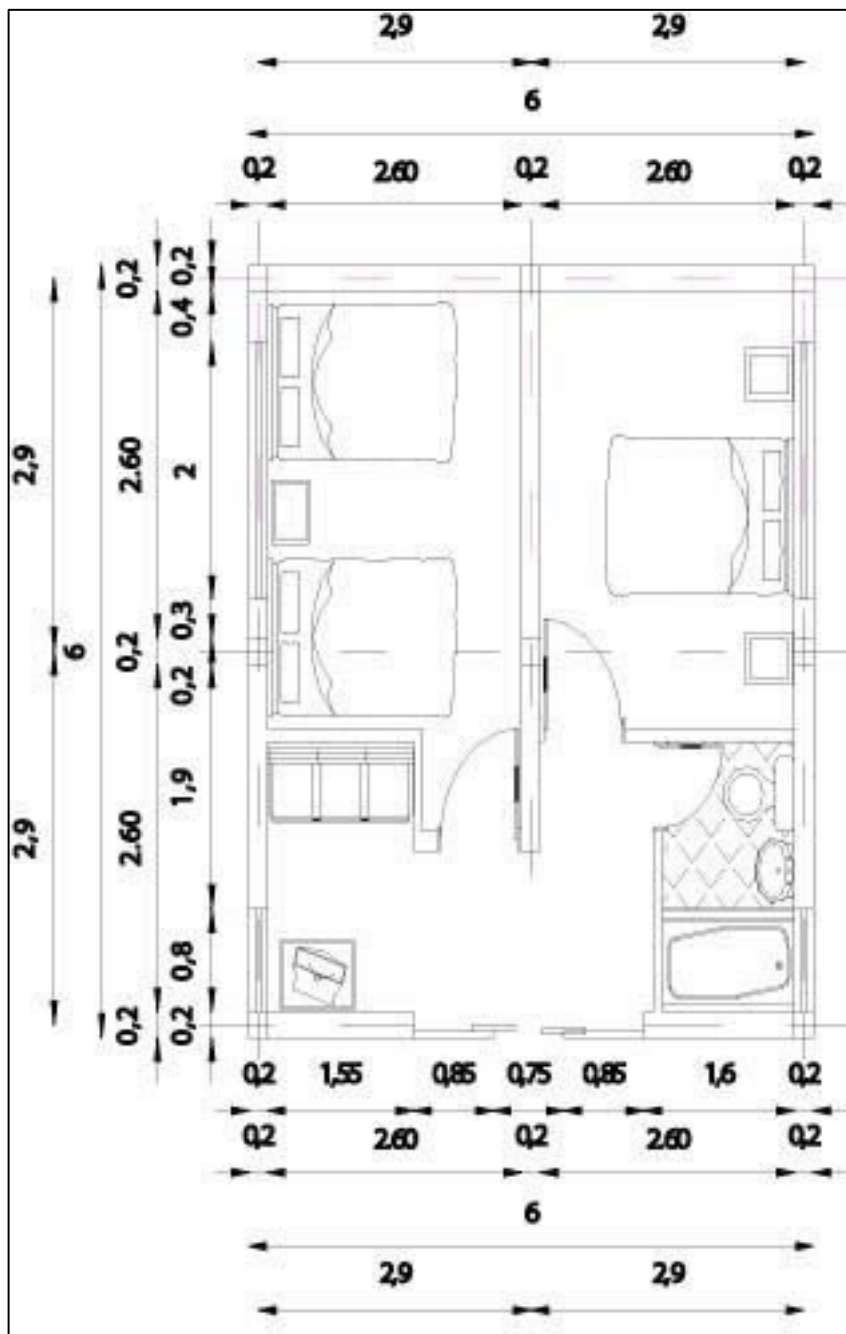
GRÁFICO No. 57
HABITACIÓN DOBLE



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Dimensiones 6 m. x 6 m. = 36 m²

GRÁFICO No. 58 HABITACIÓN TRIPLE

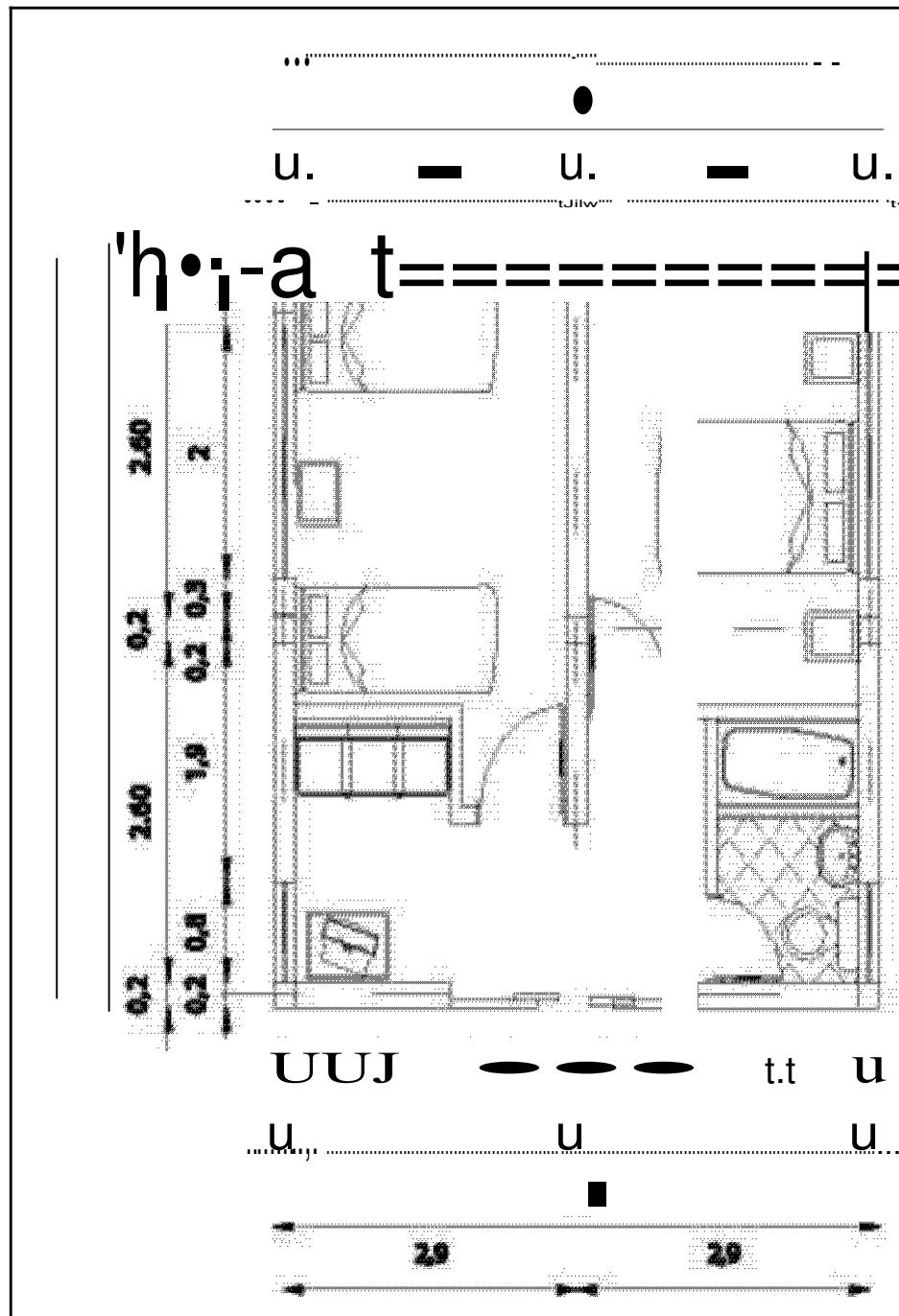


Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Habitación Familiar.

Dimensiones 6 m. x 6 m. = 36 m²

GRAFICO No. 59 HABITACION FAMILIAR



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesantez

Dimensiones 6 m. x 6 m. = 36 m2

Architectural floor plan of a two-story apartment. The plan shows a living area with a fireplace, a dining area, a kitchen, a bathroom, and two bedrooms. Dimensions are provided for various sections. A scale bar indicates 0.5m. The plan is oriented with 'u' (ulaz) at the top and 'd' (dodatni prostor) at the bottom.

156

GRÁFICO No. 61
VISTA INTERIOR DE UNA HABITACIÓN DOBLE



GRÁFICO No. 62
VISTA INTERIOR DE UNA HABITACIÓN MATRIMONIAL



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Bar “La Taberna”. Atenderá todas las noches con música en vivo con artistas locales que tocarán música latinoamericana, habrá bebidas alcohólicas servidas en jarras y vasos de barro.

GRÁFICO No. 63
VISTA INTERIOR DEL BAR “LA TABERNA”



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Restorán Round Table. Será tipo buffet, los alimentos serán preparados y presentados con calidad y estilo, siguiendo la temática de la hostería. Cada día se servirá un tipo definido de alimentos un día comida ecuatoriana, otro italiana, mexicana etc.

GRÁFICO No. 64
VISTA INTERIOR DEL RESTAURANTE



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

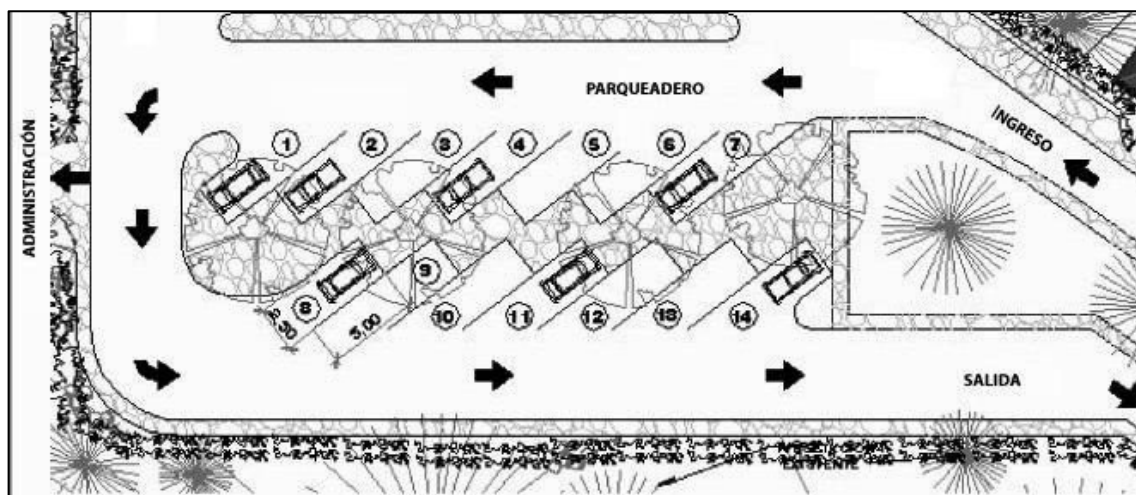
GRÁFICO No. 65
EJEMPLO DE CÓMO SE SERVIRÁN LOS ALIMENTOS



Fuente: World wide web
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Parqueadero. Para los huéspedes que llegan en carro, tendrán un lugar seguro para guardar sus vehículos en un lugar previsto para ello, fuera de la propiedad, ya que en el interior no está permitido ningún vehículo motorizado.

GRÁFICO No. 66
PARQUEADERO DE LA HOSTERÍA MEDIEVAL PARTY.



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

Piscina interior. Se ofrecerá una piscina interior, especialmente diseñada para la hostería en concordancia con la temática. Para comodidad de nuestros huéspedes contará con agua temperada y estará en un lugar que simulará una cueva medieval, de esta manera se hará más dramática la experiencia del visitante.

GRÁFICO No. 67
RECREACIÓN DE UNA ALBERCA MEDIEVAL



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesantez

Huertos y establos. El huésped conocerá por su cuenta como se producen y elaboran los productos que consume en la hostería de manera completamente artesanal. Sin duda alguna será una experiencia única de la que será parte activa ya que podrá participar del proceso e incluso adquirir los productos que ayudaron a elaborar y cosechar como queso, huevos, vegetales orgánicos, mermeladas, jugo de frutas naturales, etc. para que los comparta con familiares y amigos de regreso a casa. También habrá caballos a disposición para los que quieran montarlos y dar un paseo.

GRÁFICO No. 68
VISTA GENERAL DEL ESTABLO



Fuente: Ing. Jessica Ayala
Elaborado por: Juan Carlos Pesantez

Actividades recreativas y de integración. Romper esquemas y brindar servicios realmente innovadores será nuestra ventaja competitiva, por lo que estaremos permanentemente orientados a lograr una integración e interacción entre los huéspedes y el talento humano de la hostería mediante variadas actividades recreativas que se planificarán para cada día como por ejemplo cabalgatas, circuitos turísticos a pueblos aledaños, obras de teatro a cargo de actores locales, mañanas deportivas, fiesta de integración, para de esta manera lograr que la experiencia de hospedaje del cliente vaya más allá de eso y se creen lazos emotivos de amistad y camaradería.

2.9.2. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

En la estrategia de distribución están implícitas decisiones sobre donde y cuando debe entregarse y a través de que canales (físicos o digitales) el producto o servicio. Rapidez, comodidad y conveniencia son factores claves para la entrega eficaz del servicio. La meta de la distribución es tener la certeza de que los productos lleguen en condiciones de uso a los lugares designados, cuando se necesitan. Para el proyecto “Medieval Party”, las estrategias que se utilizarán serán:

- ▣ Ingresar a la Asociación de Hoteles del Ecuador y por medio de una página Web muy bien ilustrada y con un mensaje claro llegar tanto a turistas locales como extranjeros
- ▣ Establecer alianzas estratégicas con agencias de turismo nacionales quienes luego de una inspección rigurosa calificarán la calidad del servicio propuesta y a cambio de una comisión darán a conocer la hostería.
- ▣ Asistir a reconocidas feria de turismo que se realizan a nivel nacional e internacional para exponer el sinnúmero de atractivos turísticos con que cuenta Cuenca y promocionar la hostería como el lugar ideal para hospedarse y disfrutar de ellos.
- ▣ Dar a conocer la hostería a través de los medios de comunicación tales como: radio, prensa escrita, televisión, folletos, catálogos, etc.
- ▣ La publicidad se realizará en los medios televisivos de cobertura nacional a través de canje publicitario.

- La promoción a nivel internacional se la hará mediante convenios con reconocidos portales de internet que se especializan en ventas on line como Hotels.com, booking.com, expedia.com, hoteldo.com

2.9.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.

Tres elementos claves se agrupan en esta estrategia que va dirigida directamente a los turistas actuales y potenciales de la hostería: informar, persuadir, actuar. La podríamos llamar comunicación educativa, destacando en las mismas los beneficios del servicio, lugar donde y cuando recibirlo y como participar en el proceso. Los medios son diversos usualmente todos aquellos aplicados al marketing en general siempre que promuevan la participación y el involucramiento. La estrategia de comunicación estará basada en las siguientes acciones:

- Dar a conocer el producto con dípticos, trípticos, guías turísticas y carpetas informativas.
- Entrega de información sobre la hostería a las personas que visitan la ciudad de Cuenca.
- Crear portafolios con información de la hostería que serán enviadas a empresas del sector.
- Creación de una página Web de la hostería dando a conocer los paquetes promocionales que enfatizen el descanso placentero. Además, la creación de la página Web posibilitará las relaciones internacionales.

- ▢ Con la ayuda de “links” en páginas Web principales del sector como por ejemplo: Municipio de Cuenca y en páginas turísticas de la ciudad.
- ▢ Negociación con agencias de viaje para facilitar la atracción del turismo a nuestra hostería.
- ▢ Realización de eventos culturales sociales dentro de la hostería.
- ▢ Crear una cartera de clientes.
- ▢ Enviar muestras de los productos que se generan dentro de la propia hostería.
- ▢ Ofrecer descuentos del 10% a los clientes usuarios de determinadas tarjetas de crédito.
- ▢ Ofrecer descuentos a grupos

2.9.4. ESTRATEGIA DE PRECIO.

El precio representa una importante arma competitiva y resulta fundamental para la organización como un todo, porque multiplicado por el número de unidades vendidas, es igual al ingreso total de la hostería.

El precio que se fijará estará basado en una serie de parámetros tales como: inversión, competencia, tipo de servicio, etc.

Para determinar los precios de los servicios que se ofrecerán a los huéspedes se consideraron varios factores entre los que podemos señalar costos y gastos del

proyecto, capacidad económica de nuestro mercado objetivo y precios establecidos por la competencia directa e indirecta.

En lo referente al alojamiento, que incluye desayuno, el precio de las habitaciones que se detallan a continuación, están de acuerdo al mercado y guardan coherencia a lo que los clientes están dispuestos a pagar según el estudio de marketing que se realizó y se muestra en el capítulo 2.

CUADRO No. 19
ESTRATEGIA DE PRECIO

TIPO	PRECIO POR HABITACIÓN.
SIMPLE	60
DOBLE	89
TRIPLE	112
MATRIMONIAL	135
SUITE	150

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los proveedores de estos están dispuestos a vender a un determinado precio según lo determine la ley de la oferta y demanda.

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor.

La oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de oferta son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes.

La nueva hostería se encuentra dentro del mercado de competencia perfecta o libre mercado, pues entrará a competir directamente con todas las empresas de hospitalidad existentes en Cuenca, para ello deberá dar a conocer lo que ofrece por medio de los canales publicitarios adecuados para el tipo de usuarios que desea atraer.

OFERTA ACTUAL DEL SERVICIO

Es la oferta real, es decir la cantidad de productos y/o servicios que actualmente se encuentran disponibles para ser consumidos. Para el estudio se ha tomado en cuenta los hoteles boutique que siguen una línea argumental en su decoración, que serían los que competirían directamente con nuestra hostería. En Cuenca existen los siguientes:

CUADRO No. 20

HOTELES QUE COMPETIRAN CON EL PROYECTO MEDIEVAL PARTY EN LA CIUDAD DE CUENCA.				
NOMBRE	DIRECCIÓN	SERVICIO	PRECIO	
MORENICA DEL ROSARIO (temática vernácula)	Gran Colombia 10-65 E/ General Torres y Padre Aguirre	*12 Habitaciones *Café & Bar *Eventos (30 personas) *Mirador Triple + 1 pax \$ 114 *Galería Antigua	Simple Doble Triple	\$ 55 \$ 75 \$ 95
HOSTERÍA CABALLO CAMPANA (hacienda colonial)	Sector Huizhil vía Misicata Baños	*28 has. De bosque *12 habitaciones *2 Suite de Lujo *4 Cabañas de 2 Plantas *Restorán *4 salones / eventos hasta para 2500 personas *Canchas deportivas *Toboganes *Juegos infantiles *Sala de Juegos *Internet Wi-Fi	Simple Doble Triple Suite Familiar Cabaña 4 pax	\$ 63 \$ 94 \$ 105 \$ 121 \$ 148
HOTEL BOUTIQUE CARVALLO	Gran Colombia 9-52 y Benigno Malo	*Habitaciones *Eventos *Restaurant *Internet Wi-Fi	Simple Doble Jr. Suite Master Suite	\$ 134,20 \$ 134,20 \$ 183,00 \$ 244,20
HOTEL BOUTIQUE SANTA LUCÍA	Antonio Borrero 8-44 y Sucre	*Desayuno Buffet *Cocktail de bienvenida *Parqueadero *valet parking / conserjería 24 horas Trattoria novecento *Restaurant Tradicional Inti *Lounge Moshi Moshi *Internet Wi-Fi	Simple Doble Triple	\$ 98,00 \$ 122,00 \$ 155,99
HOTEL BOUTIQUE MANSIÓN AL CÁZAR	Bolívar 12-55 y Tarqui	*11 Habitaciones *3 Suites *Sala de Televisión *sala de Lectura *Parqueo Privado *Internet Wi-Fi	Simple Doble Suite	\$ 122,00 \$ 201,30 \$ 268,40

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesantez.

2.9.5. PROCESOS.

Procesos eficaces son necesarios para garantizar que el servicio sea rápido y oportuno creando valor real. Procesos mal diseñados derivan en un servicio lento, ineficiente, burocrático, convirtiendo al proceso general en una experiencia decepcionante, atentando también contra la moral de los empleados y disminuyendo sus niveles de productividad. Es por eso que prestaremos especial atención al detalle y entrenaremos al personal para que pueda redireccionar rápidamente los procesos en caso de alguna eventualidad para que de esta manera brindar el servicio impecable que será un sello de la empresa.

Los procesos se diseñarán de acuerdo a la dinámica de cada departamento de la hostería y se rediseñarán para mejorarlos y agilizarlos, estarán claramente definidos y conocidos por todo el personal implicado en el mismo.

2.9.6. ENTORNO.

Este aspecto de la mezcla ampliada del marketing de servicios es nuestra fortaleza y nuestra razón de ser ya que nuestra hostería es temática, por lo tanto la decoración de las áreas donde se recibe a los huéspedes y se otorga la experiencia de servicio recibirá un tratamiento cuidadosamente analizado y procesado pues lo que se busca es impactar e impresionar al cliente y en base a esto tendrá una idea de lo que será la experiencia de servicio que recibirá y rebasará sus expectativas. Si esto se da, es decir cuando el cliente abandona la

hostería y reconoce que todo el tiempo se sintió que vivía en otra época, habremos cumplido nuestra misión.

A lo largo de todo el proyecto se ha hecho referencia de este aspecto, sin embargo lo reiteramos: Una vez que el huésped se ha registrado, puede ingresar a la propiedad donde estará la hostería, que será una fiel representación de cómo vivía la gente hace 800 años.

2.9.7. Personal

En servicio que recibirán los huéspedes está implicada la interacción con las personas prestadoras del servicio, es decir el talento humano de la hostería. Por lo tanto la formación del personal es determinante en este proceso. Un requisito indispensable para formar parte de la nómina de la hostería, más importante que la experiencia, será la vocación de servicio. Considero que sin esta virtud absolutamente nadie puede trabajar en este maravilloso mundo de la hotelería y el turismo. Teniendo esta característica, el entrenamiento, la capacitación constante y la motivación que da laborar en un ambiente libre de discriminación y donde impere el respeto y el puntual cumplimiento de nuestras obligaciones patronales tendremos colaboradores motivados y por consiguiente productivos. Todo este contexto garantiza la eficiente entrega del servicio y la consecuente satisfacción del cliente haciendo más intensa la experiencia.

GRÁFICO No. 69
EJEMPLO DE CÓMO VESTIRÁ EL PERSONAL



Fuente: World wide web
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

2.9.8. Productividad (y calidad).

Ambos elementos se consideran unidos, pues la productividad busca el mejor resultado al menor costo y la reducción del costo debe no afectar la calidad del servicio a entregar la cual siempre será evaluada desde la perspectiva del cliente. En estos elementos han sido de gran apoyo también los avances tecnológicos facilitando el proceso y brindando mayor valor a los bienes y servicios apreciados por los clientes. El hecho de producir orgánica y artesanalmente la mayoría de los vegetales, lácteos, mermeladas, frutas, etc., que se consumirán en la hostería es un plus importante que eleva la calidad del servicio y aumenta la productividad al controlar el costo y obtener importantes ingresos extras por la venta de dichos productos a los mismos huéspedes y localmente con una marca propia.

El hecho de ser una hostería de temática medieval y al no tener mayor consumo de energía eléctrica también es un importante ahorro de costos, ahorro que se reinvertirán en aumentar la productividad.

2.10. ANÁLISIS F.O.D.A.

Para determinar las Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del proyecto se realizó el siguiente análisis FODA:

FORTALEZAS

- Primera hostería temática de este tipo en la región
- El lugar de emplazamiento un sector rural a 15 minutos de Centro Histórico de Cuenca.
- Producirá orgánicamente los alimentos que se servirán en la hostería.
- Cercanía a muchos centros turísticos alrededor de Cuenca
- Habitaciones debidamente equipadas
- Precios accesibles
- Personal profesional y especializado.

OPORTUNIDADES.

- Realizar circuitos turísticos a la ciudad de Cuenca y otros atractivos turísticos
- Desarrollo turístico de las parroquias aledañas
- Incremento de turistas a la zona

- Inexistencia de temporadas bajas para la presencia de turistas

DEBILIDADES

- Falta de imagen en el mercado
- Ningún posicionamiento en el mercado

AMENAZAS

- Crecimiento lento del mercado
- Falta de mantenimiento en las vías de acceso a la parroquia
- Fenómenos Naturales.
- Aparecimiento de competidores directos en la parroquia

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

Es un elemento indispensable en la evaluación de la inversión del proyecto, en el que se analizan los componentes básicos que tienen que ver con la ingeniería del producto y servicio que ofertará la hostería Medieval Party, para lo cual se realizará la descripción detallada con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para su viabilidad. Por ello será importante analizar el tamaño óptimo de la planta, el cual deberá justificar la producción y el número de clientes que tendrá, con el afán de no arriesgar la creación de infraestructura que no esté soportada por la demanda.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales y la máxima rentabilidad económica. Además de definir el tamaño de un proyecto de la manera descrita, en otro tipo de aplicaciones existen indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía.¹

¹ Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina, Quinta Edición Pág. 92

CUADRO Nº 21
DEMANDA INSATISFECHA CAPTADA POR EL PROYECTO

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	TOTAL DEMANDA INSATISFECHA CAPTADA PARA EL PROYECTO	CAPACIDAD INSTALADA
2012	230.780	25	57.695	66
2013	266.297	25	66.574	66
2014	307.280	25	76.820	66
2015	354.570	25	88.642	66
2016	409.139	25	102.285	66

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

La participación que va a tener la hostería es del 25% de la demanda insatisfecha del mercado dando como resultado el tamaño del proyecto. Para el año 2013 de 57.695 personas al año.

3.1.1 CAPACIDAD INSTALADA

Nos indica el tope de nuestra producción con los recursos disponibles, no siempre se refiere a la cantidad de producto obtenido, sino también a la cantidad de materia prima procesada.

En el caso de la Hostería Medieval Party, su capacidad instalada será para 66 personas en una ocupación total, con esa capacidad se atenderá a la porción del mercado que busca un servicio como el brindado por nosotros.

Teniendo este dato, la hostería deberá tener los suficientes recursos e implementos necesarios para poder atender a los usuarios con calidad.

De toda la capacidad instalada habrá una ocupación mínima permanente, fuera de temporada alta del 60%, para de esta manera optimizar recursos y cubrir costos.

3.2. MACROLOCALIZACIÓN.

El proyecto se desarrollará en la Parroquia San Joaquín, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay.

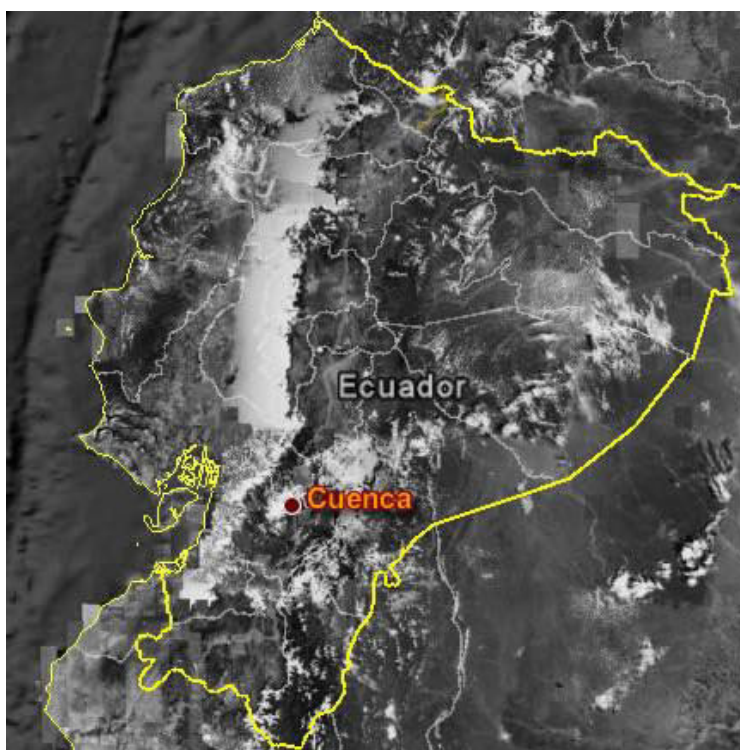
Se eligió esta parroquia debido al gran desarrollo que experimenta gracias en gran parte por las remesas que envían los migrantes. Se considera un lugar ideal, ya que el ambiente, pese a encontrarse prácticamente integrado a Cuenca, es netamente campestre.

Para el presente proyecto, buscar la ubicación más conveniente para el Complejo Hotelero resultó muy sencillo, lo difícil fue la elección del terreno. Estando la bella ciudad de Cuenca rodeada de sobrios parajes naturales y verde campiña, cualquier lugar es turístico, porque siempre hay algo bello que admirar, sino el paisaje, la quietud y paz que se puede sentir en medio de la naturaleza.

La parroquia rural San Joaquín, ubicada estratégicamente al norte de la ciudad de Cuenca, está a tan solo 4 Km. del centro colonial de la ciudad y ha experimentado

en los últimos años una importante expansión urbanística, comercial y turística. Esta es una parroquia netamente agrícola, como parte del paisaje se pueden observar amplias zonas de cultivo de hortalizas, frutas y verduras, por lo que el

GRÁFICO No. 70 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Microsoft Encarta 2007
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

abastecimiento permanente a bajo costo de estos insumos está garantizado, además cuenta con amplias y remodeladas vías de acceso y tiene una cobertura de servicios básicos del 100%, la Parroquia es además muy visitada por su tradicional gastronomía, famosa por las carnes asadas de res y cerdo, que atrae turistas nacionales y extranjeros, San Joaquín es además un lugar apacible con

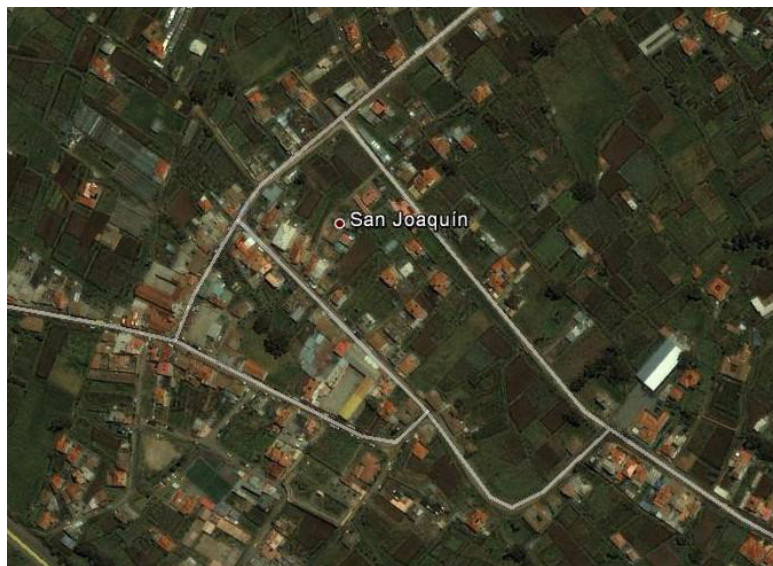
una tasa de delincuencia muy baja y no se registra crímenes violentos ni otras clases de delitos que son comunes en las grandes ciudades.

3.3 MICROLOCALIZACIÓN

La ubicación exacta del proyecto será en la Parroquia San Joaquín, Vía Isauro Rodríguez, atrás del Cuenca Tennis y Golf Club. Se accede fácilmente al lugar, ya sea en transporte público o particular.

Figura.

GRÁFICO No. 71
MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Microsoft Encarta 2007
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

3.4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El proyecto estará construido, dentro de una propiedad de 7 hectáreas, rodeada de árboles frutales y sembríos de caña, la propiedad será autosustentable por lo que habrá establos de vacas, caballos, huertos y elaboración de lácteos, para consumo interno y para la venta tanto para los huéspedes como para el mercado interno, lo que se constituye en un atractivo más que sin duda alguna gustará mucho al cliente.

La hostería estará basada en la época medieval. Es decir, que será construida con materiales artesanales y materia prima tomada de la naturaleza, apenas transformada por el hombre., esta temática provocará en la hostería un ambiente bucólico medieval, que invitará a la paz y sosiego, disfrutando de las cosas sencillas de la vida.

Los empleados deberán usar uniformes especiales como los que usaban los aldeanos en los tiempos medievales con sus respectivos nombres que los identifica bordado de manera artesanal.

El hecho de que la temática de la hostería se traslade a la época medieval, no quiere decir que se va a descuidar la decoración ni los detalles, al contrario, se prestará especial atención a la ambientación, esta será artesanal y de buen gusto cuidando mucho el estilo, por más sencillo que el objeto sea.

La capacidad de hospedaje de la hostería será de 30 habitaciones, dotadas de las comodidades básicas que existían hace 800 años como baño privado y agua caliente.

Cabe indicar que la energía eléctrica se reducirá a las áreas administrativas internas del hotel, la cocina, luces de emergencia, luz en los corredores y en las habitaciones, esto para cumplir con las normas de seguridad que exige el gobierno. Se usará velas y candelabros únicamente donde sea legal hacerlo y no comprometa la seguridad de la hostería ni ponga en peligro la integridad física de nuestros huéspedes.

No habrá en lo posible ningún aparato eléctrico en la recepción a vista de los huéspedes, y será regla del hotel no usar equipos modernos como celulares, Ipods, MP3, etc., para que la experiencia de sus vacaciones sea única y diferente, que es lo que se busca.

3.5. INFRAESTRUCTURA

La planta hotelera, es decir la estructura física donde operará la hostería tomará en cuenta la importancia de la conservación del patrimonio histórico, de esta manera su construcción será completamente terminada de adobe, con paredes anchas, pisos de madera artesanal, puertas rústicas de madera y hierro, ventanas igualmente de madera y vidrio, todo esto diseñado por un equipo de arquitectos con amplia experiencia en la construcción usando este tipo de materiales.

Todo el mobiliario será de madera maciza, hierro, cobre, piedra, y barro, evitando a toda costa material moderno como plástico, MDF, formica, telas sintéticas, etc., los cuales producirían contaminación visual debido al concepto que tendrá la hostería. La decoración será completamente artesanal, es decir se utilizarán muebles, materiales, mantelería, cristalería, propias de la época medieval.

Dentro del diseño de los planos de la hostería, la distribución física ha sido una tarea minuciosamente estudiada. Todos los planos y demás especificaciones técnicas han sido realizados de acuerdo a las exigencias de la Municipalidad de la ciudad, Ministerio de Turismo y demás instituciones que tienen que ver con el proyecto hotelero.

3.6. INSTALACIONES Y SERVICIOS.

El turismo es cada vez menos sinónimo de hotel y más de diversión, por eso hemos abandonado los viejos patrones en los que los huéspedes tenían que buscar la forma de entretenerse por su cuenta y pagaban de manera independiente la habitación, los alimentos, las bebidas y los traslados, muchas veces sin siquiera conocer el lugar donde están realizando la actividad turística.

Los mercados se diversifican y se expanden, por que la gente tiene necesidad de nuevas experiencias; en consecuencia en el proyecto se ha implementado el concepto all inclusive, en el cual un precio fijo incluye todos los gastos adicionales además de la habitación como son: desayuno, almuerzo, cena, bebidas y la

mayoría de los entretenimientos y actividades disponibles, de esta manera se simplifica el proceso para los turistas y tienen la tranquilidad de saber que todos sus gastos están cubiertos. El proceso se inicia cuando el huésped, que ya a contratado y pagado previamente por el servicio llega a la propiedad, en la entrada de la misma hay una sala de recepción, donde se registra, deja sus maletas, si llegó en auto, se parquea el auto en el lugar asignado, ya que en el interior de la propiedad no se admiten automotores. Luego es transportada en carreta tirada por caballos hasta el hotel, donde es recibida con muchas atenciones por el personal y llevada a su habitación, una vez que se instale, estará lista para el almuerzo buffet y podrá empezar a hacer uso de las instalaciones y actividades, las cuales se describen de la siguiente manera.

Parqueadero. El parqueadero se ubicará aproximadamente a 150 m de la edificación principal de la hostería en donde existirá disponibilidad para aproximadamente 20 vehículos, una vez que los clientes salgan de sus vehículos y se registren en la hostería serán trasladados en una carroza tirada por caballos hasta la recepción de la hostería donde inmediatamente serán trasladados a sus habitaciones.

Administración. Esta área se ubicará al ingreso de la Hostería y se encuentra conformada de la siguiente manera:

Counter y Recepción Lugar que se destinará para dar la bienvenida, realizar el check in, check out y custodia de llaves, este lugar será atendido con personal

Oficina Administración.- Lugar destinado para la administración y manejo contable de la Hostería.

[illegible]

183

Hospedaje

La Hostería Medieval Party tendrá la capacidad de recibir a 66 personas, distribuidas en 30 habitaciones con todo el confort y comodidad, clasificadas de la siguiente forma: 14 matrimoniales, 10 dobles, 4 triples, 1 familiar y 1 suite para dos personas. Habrá servicio a la habitación, para ello el huésped llamará a la recepción desde su habitación, mediante un mecanismo que consiste en halar una cuerda, la misma que repica una campana a la recepción en el número de su habitación.

Restaurante

En la hostería habrá un restaurante, el cual tendrá un horario definido tanto para desayuno, almuerzo y cena, el mismo que se detalla a continuación.

Desayuno: 7:00 am – 10:00 am

Almuerzo: 12:00 pm – 2:00 pm

Cena: 7:00 pm – 10:00 pm

La capacidad máxima de restaurante será de 66 personas distribuidas de la siguiente manera:

Siete mesas para 4 personas

Cinco mesas para 6 personas.

Cuatro mesas para 2 personas.

El servicio será tipo buffet tanto para el desayuno como para el almuerzo, habrá un tipo de comida diferente cada día. Se servirá comida nacional y los platos más representativos de la gastronomía española, italiana, mexicana, argentina, china e italiana. Por la noche será más formal y habrá un menú específico para cada día, constará de una entrada, sopa, ensalada, opciones de platos fuertes como carnes o mariscos y pastas. Los alimentos se servirán en vasijas y platos de barro, con cucharas pequeñas de palo, sin cubiertos, y las servilletas serán de tela al igual que los manteles, la iluminación será en el centro de cada mesa con velas, y el salón estará iluminado por candelabros.

Bar “La Taberna”, noches con música en vivo.

En vista de que la energía eléctrica estará restringida a los huéspedes, el entretenimiento en el bar, que será conocido como taberna, será en vivo, con artistas locales, que tocarán instrumentos de cuerda como guitarra, e instrumentos andinos como charango y de viento como el rondador y la flauta y entonarán música nacional y del folklore latinoamericano, al igual que canciones de diferentes géneros con ese toque característico andino donde se podrá bailar y departir alegremente. Para beber, se servirá preferentemente vino, pero siempre habrá a disposición cerveza, whisky y ron.

Capacidad: 64 personas.

Ocho mesas de 6 personas de tipo sala

Cuatro mesas de 4 personas.

Huerto y establo

Para el huésped interesado en las “actividades agropecuarias”, será de interés, visitar los huertos orgánicos y la Sala de Ordeño y Alimentación de Vacas en producción; así como las áreas de crianza de terneras. Dentro de las instalaciones, será posible conocer las mangas de trabajo y vacunación para los animales. Muy cercano a esto se encuentra el establo, donde descansan y se alimentan a los caballos.

Actividades recreativas

Las actividades que se pueden realizar dentro y fuera de las instalaciones del campamento serán variadas:

Por la mañana se harán actividades previamente planificadas para cada día de la semana, como cabalgatas, una obra de teatro, realizada por actores locales, visitas guiadas a los pueblos aledaños al campamento para comprar artesanías, un circuito turístico a la ciudad de Cuenca para visitar sus principales atractivos, reuniones de integración.

Dentro de las instalaciones los huéspedes pueden recorrer la propiedad y ayudar en la elaboración de diferentes productos que se fabrican de modo completamente artesanal y sin ayuda de la tecnología moderna, como por ejemplo: molienda de caña de azúcar, cultivo de hortalizas orgánicas, elaboración de mermelada, quesos, etc. Por la noche también habrá actividades de entretenimiento como fogatas, peñas, concurso de talentos.

3.7. POLÍTICAS DE SERVICIO, SEGURIDAD Y RESTRICCIÓN PARA EL USO DE LA HOSTERÍA.

En este campo se establecerán las normas, reglas y demás procedimientos en los diferentes aspectos de la operación de la hostería.

Horario de atención:

El hotel atenderá las 24 horas en 2 jornadas de trabajo completas de 8 horas y una nocturna, en la cual un número limitado de empleados estará de guardia, para atender cualquier eventualidad.

Restricción para uso de la Hostería:

Para garantizar la seguridad del turista, la administración de la Hostería Medieval Party, tiene como principal política el establecer normas y planes de seguridad interna que ayuden a disminuir riesgos en el desplazamiento de los visitantes,

parqueadero de vehículos, atención de emergencias, entre otros. Para eso se va a realizar un trabajo en equipo con el Cuerpo de Bomberos de Cuenca, quienes aportarán con capacitación, y personal de socorro cuando el caso lo amerite. La Hostería estará abastecida con equipos como; extintores, tanque de oxígeno, y todos los implementos básicos para proporcionar primeros auxilios; es así que se contará con los estándares de seguridad necesarios para brindar un servicio de calidad a todos los visitantes y empleados de la misma. Además el huésped debe tener en cuenta todas las normas que se exige internamente, para realizar un trabajo conjunto logrando mejores resultados; y entre las principales restricciones tenemos:

- El uso de la piscina será desde 08:00 hasta 20:00
- No se admitirán visitas a las habitaciones.
- No se permitirá fumar dentro de las habitaciones.
- La hora de check out será a las 14:00; en caso de que el huésped se exceda de la hora establecida se cobrará un recargo por el atraso.

3.8. MARCO LEGAL.

La Base legal que posee el Ecuador, establece que se debe obtener varios permisos para que los establecimientos hoteleros funcionen legalmente.

Es necesario que los planos de la Hostería sean revisados y aprobados por El Ministerio de Turismo o la Dirección Regional correspondiente.

- | | |
|---|--|
| 1. Registro y Licencia anual de funcionamiento. | 8. Permiso de la Superintendencia de Policía |
| 2. Solicitud de Registro- Ministerio de Turismo. | 9. Certificado de registro turístico – Tesorería Municipio |
| 3. Inscripción en la Cámara Provincial de Turismo | 10. Certificado de Planta turística- Municipio |
| 4. Patente Municipal del año en curso | 11. Permiso de Higiene |
| 5. Registro Único de Contribuyente | 12. Permiso Bomberos |
| 6. Escritura de constitución | 13. SAYCE |
| 7. Registro en la Página WEB del IESS | 14. Permiso de Salud |

Inscripción del representante Legal.

Esta inscripción se la realizará en el Registro Mercantil, el representante legal de la empresa tiene la potestad de realizar cualquier tipo de trámite legal y contratos que sean necesarios. Adquiere los derechos y obligaciones de la empresa.

Registro Único de Contribuyente.

El RUC se obtiene en las oficinas del SRI, ubicadas en el centro de la Ciudad de Cuenca, esta institución nos asignará un número para el control del pago anual del Impuesto a la Renta y para la declaración del impuesto al valor agregado (IVA), estar registrado es sumamente importante para el funcionamiento normal y legal de la Hostería.

Registro en la Página Web del IESS.

El Instituto ecuatoriano de seguridad Social (IESS) nos asignará un clave para acceder al portal Web, con el propósito de llevar un control a los empleados por orden de dependencia y sus legítimas aportaciones.

Impuesto a la sociedad de Autores y Compositores ecuatorianos.

Este impuesto se pagará anualmente según la categoría del Establecimiento. Se presentará la cédula de identidad del propietario, el RUC, y la categorización otorgada por CAPTUR

Inscripción a la Cámara Provincial de Turismo.

Este es un requisito muy importante, ya que es obligación de la Hostería afiliarse a CAPTUR, ya todas las empresas que se derivan de la rama de turismo es

indispensable que realicen su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo del domicilio principal. En este caso, si existe esta entidad en la Provincia.

Permiso Superintendencia de Policía.

Para la obtención de este permiso es necesario presentar: copia de la cedula de identidad del propietario, certificado de propiedad y el numero de RUC.

Es necesario tener este permiso para el inicio del funcionamiento, caso contrario esta entidad la clausuraría.

Escritura de Constitución.

Para la inscripción de la escritura de constitución es necesario presentar: Razón Social, Objeto, Domicilio de la empresa, La suma de los aportes por entregarse, nombre de los socios autorizados para obrar, administrar o firmar por la misma.

Nombre, domicilio y nacionalidad de los socios que la conforman.

Según la ley de compañías, debe ser aprobada por el juez de lo civil provincial, este deberá ordenar la publicación del acto dentro del término de 15 días, contados a partir de la fecha en la cual se celebró dicha escritura, deberá ser publicada una sola vez en el periódico de mayor circulación en el domicilio de la empresa.

Registro y Licencia anual de funcionamiento.

Para la obtención de este requisito es necesario: pedir una solicitud de registro en la Regional de Turismo, la cual se debe entregar adjuntando los siguientes documentos: Copia del RUC, lista de precios firmada por el interesado, copia del título de propiedad, copia del certificado de escritura pública de constitución, nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil, en el caso de persona jurídica.

Patente Municipal.

Este requisito se obtiene en el Municipio de la ciudad de Cuenca, este permiso se basa en los activos que la Hostería posee, la Patente Municipal se la renueva cada año en base al crecimiento de los activos.

Permiso de Bomberos.

Para la obtención de este permiso es necesario presentar una solicitud de inspección a nombre del primer jefe del cuerpo de bomberos del lugar, en este caso el trámite se realizara en la ciudad de Cuenca, luego de la recepción de esta solicitud se nos dará la fecha de la inspección, una vez realizada esta inspección el encargado de realizar la inspección elaborará un informe en el caso de no haber ningún problema se emitirá el permiso correspondiente.

3.9. ORGANIZACIÓN GENERAL DE LA HOSTERÍA.

Recursos Humanos

Esta empresa será un lugar que brindará oportunidad de trabajo a toda persona capacitada para hacerlo bajo un criterio de igualdad y equidad, sin discriminación de ninguna clase ni privilegio alguno relativo a raza, edad, sexo, religión ni ninguna otra condición que prohíbe la constitución y leyes de la República del Ecuador.

Por lo tanto se otorgará solicitudes de empleo a quien lo solicite. No se pedirá a los solicitantes foto, ni fecha de nacimiento, ni atributos físicos especiales. El único criterio que se tomará en cuenta es la capacidad para desenvolverse de la manera más óptima en el puesto solicitado, en base a experiencia y preparación. La diversidad será una fortaleza de la empresa, y será un factor importante en la selección. Para ciertas áreas de la hostería se necesitan habilidades especiales, que serán un requisito. En fin, los requisitos generales para los aspirantes a laborar en la hostería serán los siguientes:

Requisitos Generales del Recurso Humano.

- Experiencia, será un plus, pero no indispensable
- Disciplinado, responsable y honesto
- Vocación de servicio
- Orientado a satisfacer las necesidades del cliente
- Capacidad de trabajar en equipo

- Proactivo
- Criterio para solucionar problemas que se presenten
- Capacidad para trabajar bajo presión

Requisitos Específicos del Recurso Humano.

Recepcionista

- Estudios superiores en Turismo y Hotelería
- Experiencia, preferible
- Perfecto dominio del idioma inglés y español, hablado y escrito
- Manejo de utilitarios
- Excelente capacidad para la comunicación

Administrador

- Título superior en carreras como hotelería, turismo, etc.
- Experiencia en el campo, preferible
- Perfecto dominio del idioma inglés, un tercer idioma será un plus
- Don de mando, capacidad para organizar grupos de trabajo
- Excelente vocabulario y expresión oral y escrita para que logre una excelente comunicación con el personal y huéspedes.
- Habilidades comerciales (reportes, informes de fin de mes, etc.)
- Capacidad y habilidad para resolución y manejo de conflictos tanto con el cliente interno como externo de la hostería.

Habilidades

- Habilidad para usar la autoridad de forma efectiva y responsable.
- Habilidad para comprender a los miembros de su equipo, admitiendo sus diferencias personales.
- Comunicación fluida y siendo asertivo manejando excelentes medios de comunicación.

Contador

- Profesional en el área de Contaduría Pública.
- La persona que aspire a desempeñar el cargo deberá ostentar altas calidades morales y profesionales.
- Tres años de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de contabilidad.
- Organizado y con excelentes destrezas para la comunicación.

Habilidad para:

- Aplicar métodos y procedimientos contables.
- Preparar informes técnicos.
- Analizar la información contable.
- Tratar en forma cortés al público en general.
- Realizar cálculos numéricos con precisión y rapidez.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional.

Ama de llaves

- Organizada y proactiva
- Don de mando
- Experiencia en manejo de personal

Chef Ejecutivo

- Título superior en gastronomía
- Experiencia, preferible
- Don de mando
- Capacidad para organizar grupos de trabajo
- Será el responsable de implementar las normas de calidad de la hostería.
- Capacidad para alcanzar las metas de rendimiento del departamento de A&B
- Criterio para seleccionar y administrar personal.

Horario de trabajo:

La hostería tendrá tres jornadas de trabajo completas de 8 horas incluyendo una nocturna, en la cual un número limitado de empleados estará de guardia, para atender cualquier eventualidad.

Las jornadas de trabajo se dividirán de la siguiente manera:

- | | |
|-------------------|---------------------|
| Primer turno: | 6:00 am – 2:00 pm |
| Segundo turno: | 2:00 pm – 10:00 pm |
| Turno de guardia: | 10:00 pm – 6:00 a.m |

Todos los empleados deberán llegar 15 minutos antes de que empiece su turno, para que de esta manera inicien sus labores a tiempo.

Presentación e Higiene del Personal.

Los empleados deberán usar uniformes especiales como los que usaban los aldeanos en los tiempos medievales con sus respectivos nombres que los identifica bordado de manera artesanal.

GRÁFICO No. 73
VESTIMENTA DEL PERSONAL

Fuente:
Microsoft Encarta 2007
Elaborado por:
Juan Carlos Pesántez



Normas de presentación para el personal Femenino.

- El Uniforme, debe llevarlo de acuerdo a los estándares del campamento:
limpio, bien cuidado, sin manchas.
- Maquillaje, debe ser mínimo, muy discreto

- No está permitido en ninguna área el uso de accesorios como cadenas, anillos, brazaletes, pulseras broches, etc.
- Las uñas deben estar cortas y sin pintar.
- Cabellos debe estar sencillamente recogido y usar solamente los accesorios que complementan el uniforme, y que han sido otorgados por la empresa
- Todos los empleados deben llevar en un lugar visible la placa con el nombre que los identifica

Normas de presentación para el personal Masculino.

- Vestimenta: Debe usar de manera impecable el uniforme que le fue hecho a la medida durante toda su jornada de trabajo.
- Cabello: debe estar limpio y peinado todo el tiempo, en caso de usar cabello largo, debe estar recogido en un moño sencillo.
- Uñas, cortas y limpias.
- Debe usar el calzado proporcionado por la empresa y mantenerlo en buen estado.
- Deberá llevar todo el tiempo la placa con el nombre que le fue proporcionada

3.10. SERVICIOS BASICOS

La cobertura de servicios básicos en la zona donde se ubicará la hostería como luz, agua potable, teléfono, deshecho de aguas residuales, es prácticamente del

100%, estos servicios de muy buena calidad son brindados por eficientes empresas públicas. Internamente la hostería contará con todos los servicios básicos, aunque estarán restringidos para los huéspedes, solamente se les brindará los más elementales, SS.HH y agua caliente, para garantizar que la experiencia sea lo más cercana posible con la temática del hotel.

3.11. EQUIPAMIENTO.

Comprende todos los activos fijos o tangibles, terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos (equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina), que se puede tocar y diferidos o intangibles gastos de constitución, que no se pueden tocar necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

A continuación se identificará los requerimientos totales para cada una de las áreas del proyecto. Los valores corresponden a cotizaciones realizadas en el año 2012. El tamaño del edificio se lo diseñó en base al número de habitaciones, es este caso 30, y en la parte donde funcionará la administración del hotel en base al número de personas que laborarán en ella.

CUADRO No. 22 TERRENO

DESCRIPCIÓN	EXTENSIÓN	VALOR UNIT.	VALOR
	HAS	USD	TOTAL
Terreno	7 Has	4.000 USD	28.000 USD

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 23
EDIFICIO, INSTALACIONES Y TRÁMITE.

PRODUCTO	VALOR UNITARIO	IVA	TOTAL
Estructura	170.232	20.428	190.660
Mampostería	6.812	818	7.630
Pisos	5.295	635	5.930
Revestimiento de paredes, cielo raso	6.473	777	7.250
Trabajos de carpintería	12.054	1.446	13.500
Agua potable	2.500	300	2.800
Instalaciones de redes eléctricas, telefónicas	2.152	258	2.410
Desalojo de materiales de construcción	893	107	1.000
Tramites legales de construcción	2.054	246	2300
	TOTAL	25.714	240.000

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 24
MUEBLES Y ENSERES.

CANTIDAD	PRODUCTO	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA (12%)	TOTAL
1	Colchón de 3 plazas	321,4	321	39	360
15	Colchones de 2 1/2 plazas	156,3	2344	281	2625
20	Colchones de 1 1/2 plazas	136,6	2732	328	3060
14	Colchón de 1 plaza	88,4	1238	149	1386
4	Juego de sala	803,6	3214	386	3600
30	Ropero	178,6	5357	643	6000
1	Cama de madera de 3 plazas	514,3	514	62	576
15	Camas de 2 1/2 plazas	428,6	6429	771	7200
20	Camas de 1 1/2 plazas	192,9	3857	463	4320
14	Camas de 1 plaza	160,7	2250	270	2520
81	Veladores	80,4	6509	781	7290
2	Cama cuna	98,2	196	24	220
92	almohadas	8,0	739	89	828
100	candelabros	26,8	2679	321	3000
3	juegos de sábanas 3 plazas	60,0	180	22	202
30	juegos de sábanas de 2 1/2 plazas	44,6	1339	161	1500
40	juego de sábanas de 1 1/2 plazas	40,2	1607	193	1800
28	Juego sábanas de 1 plaza	35,7	1000	120	1120
3	Protector de colchón de 3 plazas	25,0	75	9	84
30	Protector de colchón de 2 1/2 plazas	13,4	402	48	450
40	Protector de colchón de 1 1/2 plazas	17,9	714	86	800
28	Protector de colchón de 1 plaza	17,9	500	60	560

3	Edredón de 3 plazas	53,6	161	19	180
30	Edredón de 2 1/2 plazas	40,2	1205	145	1350
40	Edredón de 1 1/2 plazas	26,8	1072	129	1200
28	Edredón de 1 plaza	22,3	625	75	700
75	Toalla de baño	13,4	1004	121	1125
75	Toallas de mano	6,3	469	56	525
80	Alfombras de baño	3,6	286	34	320
3	Carros de camarera	67,0	201	24	225
3	Baldes para trapear	35,0	105	13	118
10	Mesas para la terraza	107,1	1071	129	1200
60	sillas para la terraza	31,3	1875	225	2100
300	servilletas de tela	2,5	750	90	840
150	Jarras cerveceras	7,1	1071	129	1200
150	Vasos para agua	4,5	670	80	750
150	Copas para vino	3,6	536	64	600
150	Cazuelas para sopa	5,4	804	96	900
150	Cazuelas para plato principal	6,3	938	113	1050
150	cucharas de madera	0,2	33	4	38
140	Platos pequeños	3,8	536	64	600
14	Mesas redondas	107,1	1500	180	1680
60	Sillas restaurante	41,7	2500	300	2800
6	Ollas de barro c/ tapa	10,7	64	8	72
6	Cacerolas de barro	10,0	60	7	67
6	Sartenes de aluminio	7,0	42	5	47
6	Cernidores de malla	3,5	21	3	24
6	Bowles	3,6	24	3	27
6	Cucharetas	2,0	12	1	13,44
6	Cucharones	3,0	18	2,16	20
3	Espátulas sólidas	4,0	12	1	13,44
3	Espátulas	4,0	12	1	13,44
3	Espumadoras	5,0	15	2	17
1	Rallador	7,0	7	1	7,84
2	Moldes para freír huevos	4,0	8	1	8,96
1	Ablandador de carne	25,0	25	3	28
1	Juego de cucharas medidoras	3,0	3	0	3,36
1	Balanza digital	79,0	79	9	88,48
6	Tablas para picar	22,0	132	16	148
60	Saleros pimenteros	3,0	180	22	202
100	Consomeras con orejas	6,0	600	72	672
20	Jarras	16,0	320	38	358
	TOTAL				70.832

Fuente: Observación directa.
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 25
MAQUINARIA Y EQUIPOS.

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
1	Lavadora industrial	2.018	2.018	242	2.260
1	Máquina de cocer	113	113	13,6	127
1	Secadora industrial	1.413	1.413	169	1.582
1	Microonda Industrial	411	411	49	460
1	Plancha Industrial	795	795	95	890
1	Pelador de papas	438	438	52	490
3	Licuadora	72	215	26	240,83
1	Licuadora Industrial	375	375	45	420
1	Exprimidor industrial	241	241	29	270
1	Rebanadora	446	446	54	500
1	Lavadora de platos	1.321	1.321	159	1.480
2	Batidora de mano	29	57	7	64
1	Calentador de alimentos	393	393	47	440
1	Máquina de hielo	1.518	1.518	182	1.700
1	Congelador horizontal	1.250	1.250	150	1.400
2	Cafetera eléctrica	116	232	28	260
1	Batidora industrial	339	339	41	380
1	Molino de carne	768	768	92	860
1	Generador eléctrico de emergencia	1.518	1.518	182	1.700
	TOTAL				15.523

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 26
SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía eléctrica	Kw.	200	0.09	180	2.160
Agua	M3	1000	0.08	80	960
Teléfono	Minuto	1000	0.07	70	840
Teléfono celular	Plan mensual			50	600
Internet	Hora	150	0.60	90	1.080
Total				371	5.640

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 27 REMUNERACIONES.

Personal	Salario base	Aporte patronal IESS 12,50%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Costo mensual para empleador	Costo anual
Gerente General	1.284,80	156,1	107,07	26,77	53,53	1.628,27	19.693,41
Contador	963,6	117,08	80,3	26,77	40,15	1.237,53	14.734,68
Jefe de RR.HH	963,6	117,08	80,3	26,77	40,15	1.237,53	14.734,68
Chef Ejecutivo	963,6	117,08	80,3	26,77	40,15	1.237,53	14.734,68
Jefe de recepción	963,6	117,08	80,3	26,77	40,15	1.237,53	14.734,68
Recepcionista 1	481,8	58,54	40,15	26,77	20,08	627,33	7.527,96
Recepcionista 2	481,8	58,54	40,15	26,77	20,08	627,33	7.527,96
Botones 1	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Botones 2	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Ama de llaves	642,4	78,05	53,53	26,77	26,77	827,52	9.930,24
Camarera 1	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Camarera 2	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Lavandería 1	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Lavandería 2	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Mantenimiento	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Ayudante cocina 1	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Ayudante cocina 2	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Mesero 1	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Mesero 2	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Mesero 3	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Seguridad 1	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
Seguridad 2	321,2	39,03	26,77	26,77	13,38	427,14	5.125,58
TOTAL						14.640,53	175.376,41

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 28
SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Útiles de escritorio	15	180
artículos / limpieza	65	780
TOTAL	80	960

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 29
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS.

DETALLE	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Publicidad internet	150	1.800
Página WEB	70	840
Ferias de turismo	261	3.132
Promociones prensa	75	900
TOTAL	556	6.672

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 30
GASTOS DIFERIDOS

DETALLE	GASTO TOTAL
Gastos de constitución	1.000
Gastos de instalación	5.800
TOTAL	6.800

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CUADRO No. 31
EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
2	Computador	706	1412	169,44	1.581,44
1	Calculadora	80	80	9,6	89,60
1	Teléfono con fax	120	120	14,4	134,40
	TOTAL			193.44	1.805,44

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En este capítulo, se describe el tipo de organización al que pertenece la empresa , también se incluye en este estudio la planeación estratégica que define los lineamientos bajos los cuales operará la hostería Medieval Party. Otro elemento fundamental en este apartado es la integración del talento humano que constituirá la empresa, se muestra la estructura organizacional y se detalla las funciones y responsabilidades que deben cumplir.

4.1. RAZÓN SOCIAL

Es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa. Se trata del nombre oficial y legal que aparecen en los documentos legales que permitieron constituir la como persona jurídica, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones.

La razón Social de la hostería será:

Hostería Medieval Party Cia. Ltda.

4.2. CONSTITUCIÓN JURÍDICA

La hostería, será constituida legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada la misma que requiere necesariamente de una escritura pública y de la aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías.

Dicha entidad ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación de la Provincia, y la posterior inscripción de la escritura en el registro mercantil, en el caso de la hostería será publicada en La Gaceta. Dicha inscripción marca el principio de la existencia de la compañía.

4.3. TRAMITES DE CONSTITUCIÓN.

El Complejo Turístico se constituirá mediante escritura pública previo mandato del Ministerio de Turismo y de la Superintendencia de Compañías y será inscrita en el registro Mercantil.

Dado el primer paso, la aprobación de la escritura de constitución será solicitada a la Superintendencia de Compañías por los administradores o por las personas que hubieren sido designadas en la misma escritura, dentro de treinta días de suscrito el contrato. Si estos no lo hicieran, lo pedirá cualquiera de los socios, a costa del responsable de la omisión.

Si la Superintendencia negare la aprobación de la compañía, los responsables podrán recurrir ante los Tribunales Distritales de lo Contencioso Administrativo. Mediante el recurso de casación, el caso podría ser conocido por la sala especializada de la Corte Suprema de Justicia.

Número de socios.- Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios. Sin embargo si más adelante de constituida la compañía el número de socios excediere los quince, la compañía deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capacidad.- Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar. El menor emancipado autorizado para comerciar puede participar en la formación de esta clase de compañías sin necesidad de autorización especial.

Contenido de la escritura de constitución.- La escritura de constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada debe contener el contrato constituido y el estatuto por el que se regirá la compañía, y en especial lo siguiente:

- ▣ Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales; denominación o razón social si fueran personas jurídicas. En ambos casos su nacionalidad y domicilio.
- ▣ Denominación objetiva o razón social de la compañía.
- ▣ Objeto social debidamente concreto.
- ▣ Duración de la compañía.

- ▣ Domicilio de la compañía.
- ▣ Importe del capital social, con la excepción del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- ▣ Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en número o en especie, el valor atribuido a estas, la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- ▣ Forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.

Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo.- Adicionalmente a estos requisitos, la Ley de Compañías dispone que una Sociedad de Responsabilidad Limitada se afilie a una de las cámaras afín a la rama de actividad que desarrolle la empresa en mención., en el caso de la hostería le corresponde la afiliación a la Cámara Provincial de Turismo, la misma que debe otorgar el certificado de afiliación para la inscripción luego en el Registro Mercantil.

Licencia Única Anual de Funcionamiento.- Es necesario obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual el complejo turístico no podrá realizar sus actividades, para ello el representante legal deberá presentar una solicitud de registro al Ministerio de Turismo, esta entidad realizará una visita de inspección al establecimiento con el fin de comprobar si reúne las condiciones necesarias para su funcionamiento y proceder a su clasificación.

El Servicio de Rentas Internas.- Para iniciar un negocio o una empresa se debe tomar en cuenta lo que manifiesta la Ley de Régimen Tributario Interno, Normas para Obtención y Actualización del RUC de acuerdo a la resolución 0074, tomando en cuenta:

Artículo 1.- Inscripción, en donde manifiesta que están obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes todas las personas naturales o jurídicas que realicen o inicien actividades económicas.

Artículo 8.- Requisitos para la obtención del RUC.- Son requisitos indispensables para la obtención del RUC los siguientes:

- ▣ Personas Naturales: Inscripción:
- ▣ Presentar el original y entregar copia de la cédula de identidad.
- ▣ Fotocopia de la última papeleta de votación.
- ▣ Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono.
- ▣ En caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad o del pasaporte y fotocopia del censo; y,
- ▣ En caso de artesanos calificados la copia de la calificación artesanal.

Además de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, una persona natural que tenga un negocio o empresa, está obligada a llevar Contabilidad cuando sus

ingresos brutos sean de \$ 40,000 (Cuarenta mil dólares) o su capital de \$ 24,000 (Veinte y cuatro mil dólares).

Una vez que se obtenga el RUC, se debe realizar los trámites para obtener la Patente Municipal, en la Oficina de Comprobación y Rentas, en donde se cobra dos tipos de impuestos:

- ▢ Patentes Comerciales, que se cobra a los almacenes, bazares, licorerías, es decir abarca a todos los negocios pequeños.
- ▢ Patentes Industriales, que se cobra a las industrias, fábricas y empresas grandes.

Este Impuesto Mensual de Patentes, se cobra de acuerdo a las atribuciones que le confiere la Ley de Régimen Municipal, en sus artículos 126, 127 y 135 y al Registro Oficial No. 407 de fecha 7 de septiembre del 2001, artículo 1, que dice: Independiente del Impuesto Anual, los establecimientos comerciales, industriales y negocios en general que operen dentro de la jurisdicción del Cantón Latacunga, pagarán el impuesto mensual de patentes, calculados sobre el monto del capital en giro, de acuerdo a la tabla establecida.

Los requisitos que se debe presentar para el pago del Impuesto y para la obtención de la Patente Municipal son:

- ▢ Cuando se trata de Industrias, Fábricas, se debe presentar los estatutos de Constitución.

- ▣ Número del RUC.
- ▣ Cédula de Identidad del representante Legal.
- ▣ Capital con el que cuenta.
- ▣ Dirección de la empresa o negocio.

Es importante aclarar que cuando se trata de empresas grandes, para proceder al cobro del Impuesto de Patentes, lo realizan de acuerdo a los Balances de Comprobación, aprobados por la Superintendencia de Compañías.

El Impuesto de Patentes, se paga en forma trimestral, para mayor facilidad de las personas que tienen su negocio, pago que se lo realiza en la Tesorería del Municipio.

El siguiente paso, se lo realiza en la Dirección de Salud de Latacunga, para obtener el Permiso Sanitario, basado en el Código de la Salud, de acuerdo al Decreto Ejecutivo No. 818 que expide el Reglamento Sustitutivo del Reglamento de Tasas por Control Sanitario y Permisos de Funcionamiento.

Para obtener el permiso Sanitario, deben realizar una solicitud al Director de Salud, quien ordena que se realice una inspección del local y si reúne los requisitos; se extiende el Permiso Sanitario, caso contrario se elabora una ficha en donde se le da a conocer al interesado sobre las recomendaciones y mejoras que debe realizar en la empresa o local comercial.

Requisitos:

El control sanitario se lo realiza respecto a la condición higiénica y técnico-sanitaria siguiente:

- ▣ Instalaciones físicas del local.
- ▣ Materias Primas.
- ▣ Productos en proceso y terminados.
- ▣ Instalaciones, equipos y maquinaria.
- ▣ Personal que tengan Certificados Médicos otorgados por el Laboratorio
Inquieta Pérez. RUC.
- ▣ Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación.
- ▣ Dirección del Local comercial o empresa.

Los Permisos sanitarios son renovados en forma anual, durante los primeros 90 días de cada año, previo el pago de la tasa correspondiente.

Seguido se obtiene el Permiso de Funcionamiento en la Gobernación del Azuay, Intendencia de Policía, el mismo que se otorga a las personas que van a iniciar su actividad económica tomando en cuenta el Acuerdo Ministerial 3310B, aprobado por el Congreso Nacional con fecha 8 de mayo de 1979; con los siguientes requisitos:

- ▣ Visto Bueno del Comisario de Salud (Permiso Sanitario).

- ▢ Número del RUC.
- ▢ Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación.
- ▢ Pago del valor del Permiso de Funcionamiento.
- ▢ Permiso de los Bomberos

Cumplido con estos requisitos, las empresas o locales comerciales, pueden iniciar sus actividades económicas enmarcadas en lo que la Ley manda.

4.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA HOSTERÍA

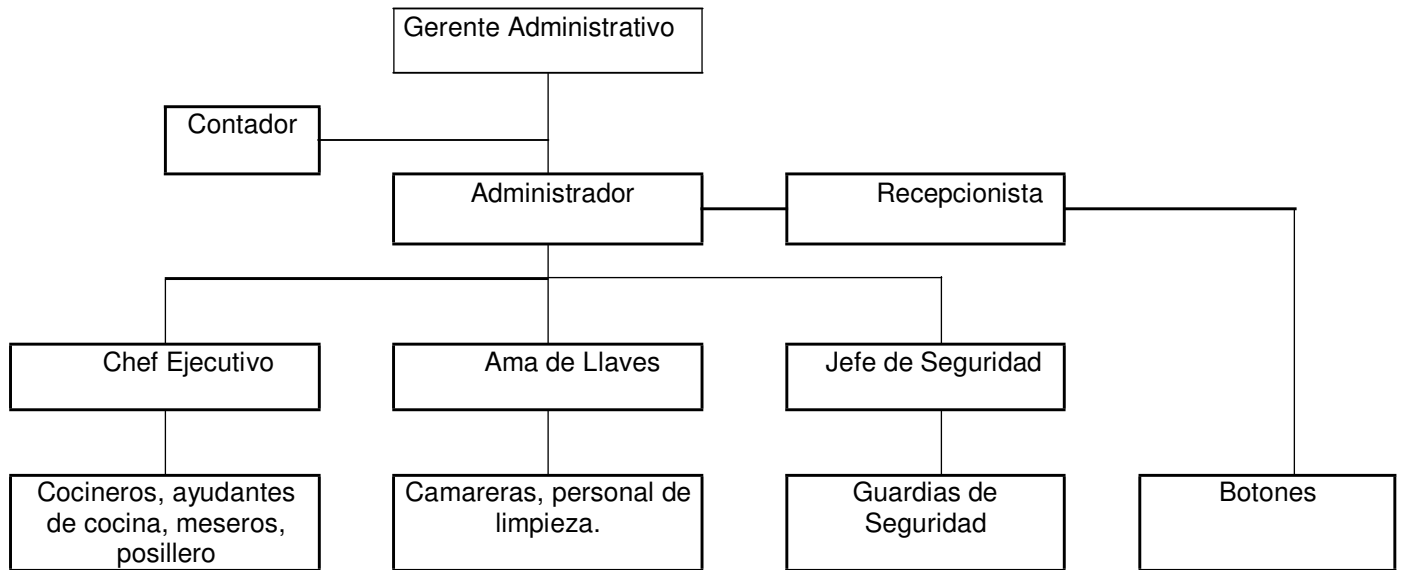
Una estructura organizacional es la forma en que se distribuyen las jerarquías y su área de responsabilidad, las tareas que debe realizar cada área, su comunicación con el resto de la organización.

La forma de representar una estructura es mediante un organigrama.

La hostería Medieval Party tendrá una estructura vertical donde la delegación de la autoridad será de arriba hacia abajo, en donde los lineamientos de la empresa estén en función del nivel directivo y la gerencia.

Esta estructura está reflejada en el manejo de funciones y en la existencia de una especialización ocupacional.

**CUADRO No. 32
ORGANIGRAMA**



Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez

4.5. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

La descripción de funciones es una parte clave del proceso de comunicación en la organización. Todas las personas que participan en la organización deben saber qué se espera de ellas en el desempeño de sus tareas.

La descripción de funciones es indispensable para resolver problemas de superposición de funciones, responsabilidad y autoridad, para que no existan distorsiones en lo referente a la toma de decisiones, así mismo facilita el proceso de capacitación e incorporación del personal.

EL GERENTE

Es el máximo responsable de la prestación eficiente de los servicios y la plena satisfacción de los clientes y huéspedes a través de la aplicación de las políticas operativas e institucionales definidas y la administración de los recursos humanos y materiales de su área. Sus principales funciones son:

- ▢ Establecer las políticas generales para la operación de la hostería.
- ▢ Dirigir y evaluar la gestión de los jefes de cada unidad bajo su dependencia
- ▢ Selección y contratación de recursos humanos.
- ▢ Responsable de la planeación estratégica.
- ▢ Evaluación periódica del desempeño económico y administrativo.
- ▢ Marketing y mercadeo.

EI CONTADOR

Es el encargado de Controlar las operaciones contables y fiscales para presentar información financiera y tributarios de la empresa, así también debe mantener los registros contables al día para proporcionar información contable-financiera veraz y oportuna. Sus principales funciones son:

- ▢ Hacer reporte semanal de cuentas por cobrar.
- ▢ Elaborar cuadros estadísticos de ventas.
- ▢ Llevar registro y control de las siguientes operaciones: *Contabilización y registro de moneda extranjera.

- *Cuadros de depreciación de activos fijos.
- *Control físico de activos fijos (altas y bajas).
- *Revisión y supervisión de gastos para definir los deducibles.
- *Determinar y presentar declaraciones de impuestos mensuales y anuales e informativos al SRI o autoridad que corresponda.

EL ADMINISTRADOR

Es la cabeza visible del hotel y lidera al talento humano que colaborará en la hostería. Sus principales funciones son:

- Planear
- Organizar
- Dirigir
- Motivar
- Liderar
- Delegar
- Controlar

RECEPCIONISTA

La Recepción, realiza sus funciones desde antes que el cliente llegue al hotel, durante su estadía, y hasta que éste se retira del hotel. Sus principales responsabilidades son:

- Hacer el prerregistro de pasajeros y grupos.

- ▣ Asignar habitaciones reservadas.
- ▣ Elaborar listas de grupo y distribuirlas.
- ▣ Registrar huéspedes y grupos.
- ▣ Asignar habitaciones a los walk in.
- ▣ Recibir y entregar mensajes para pasajeros y para el hotel.
- ▣ Autorizar cambios de habitaciones.
- ▣ Llenar requisiciones para Almacén.
- ▣ Controlar llaves de habitaciones.
- ▣ Dar salida a las habitaciones.
- ▣ Verificar reportes de ama de llaves.
- ▣ Atender problemas de los huéspedes.
- ▣ Solicitar trabajos a mantenimiento.
- ▣ Solicitar trabajos al Ama de llaves.
- ▣ Autorizar envíos de camas y cunas extra.
- ▣ Atender el Departamento de Reservaciones, cuando está cerrado.
- ▣ Promover los servicios del hotel.
- ▣ Solicitar servicios médicos cuando el huésped lo requiere.
- ▣ Comentar a su jefe las opiniones de los huéspedes del hotel.
- ▣ Mantener limpia la recepción.

- ▢ Realizar inventario de papelería, folletos y tarifas.
- ▢ Archivar la papelería que ya ha sido utilizada.

AMA DE LLAVES

Es el departamento que se encarga de la limpieza de las habitaciones del hotel, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc., sus principales funciones son:

- ▢ Limpieza y mantenimiento
- ▢ Entrenamiento de personal
- ▢ Pedido, almacenaje, distribución y control de suministros y equipos.

CHEF EJECUTIVO

Es la persona responsable ante el gerente general de la eficiente administración del departamento. Supervisa, programa, organiza, integra, dirige y controla, con la sola limitación de las políticas y normas fijadas, las actividades relacionadas con la preparación, presentación y costo de los alimentos.

Nuestro chef ejecutivo será el administrador de la cocina, sus responsabilidades incluyen el planeamiento, compras, supervisión, enseñanza, preparación y servicio.

Su desempeño será clave para el futuro de nuestro proyecto. Tendrá a su cargo la gran responsabilidad de la producción de la comida que se servirán nuestros

huéspedes. Será además un gerente de compras, maître y cocinero, un administrador porque será responsable de controlar el costo en la producción de alimentos.

JEFE DE SEGURIDAD

Según el estudio de mercado que llevamos a cabo y analizamos en el capítulo 2, cuando un huésped elige el un hotel u hostería, toma en cuenta varios aspectos pero uno de los mayores prioridad es la seguridad del establecimiento. Por este motivo la seguridad para nuestro proyecto es una prioridad absoluta.

El jefe de seguridad será el responsable de proteger la integridad física y material de los huéspedes, talento humano e instalaciones de la propiedad. Sus principales funciones serán:

- Coordina y ejecuta la vigilancia de todas las actividades del hotel.
- Elabora esquemas y actividades de logística y seguridad (preventivas y correctivas)
- Realiza y supervisa actividades de capacitación e instrucción al personal a su cargo.
- Realiza evaluaciones de desempeño.

COCINEROS

- Realizar de manera cualificada, autónoma y responsable, la preparación, aderezo y presentación de platos utilizando las técnicas más idóneas.
- Colaborar en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la cocina.
- Preparar, cocinar y presentar los productos de uso culinario.
- Colaborar en el montaje, servicio y desmontaje de buffets.
- Revisar y controlar el material de uso en la cocina, comunicando cualquier incidencia al respecto.
- Colaborar en la planificación del menú y cartas.
- Colaborar en la gestión de costes e inventarios, así como en las compras.
- Controlar y cuidar de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición.

CAMARERAS:

- Limpia y arregla las habitaciones y los baños.
- Comprueba el buen estado de las instalaciones y del mobiliario
- Cuida el orden de los objetos que depositan los clientes en sus habitaciones.

- Recibe la información adecuada sobre el estado de las habitaciones y preparar el material, maquinaria, productos y utensilios para el comienzo del desarrollo del trabajo.
- Atender al cliente durante su permanencia en el hotel y procesar, si se da el caso, los objetos olvidados por los mismos.
- Finalizar el trabajo con la recogida y limpieza de equipos, materiales, etc., comprobando que quede en perfecto estado, para mantener una buena imagen del área.

GUARDIAS DE SEGURIDAD:

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
- Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados.
- Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
- Poner inmediatamente a disposición de las autoridades competentes a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos, efectos y pruebas de los delitos, no pudiendo proceder al interrogatorio de aquéllos.
- Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- Prestar respuesta inmediata a las alarmas que se produzcan.

BOTONES:

- El botones es el primer y último empleado que tiene contacto con el pasajero en forma personal.
- Al llegar el pasajero: Entrar las maletas y acomodarlas en la habitación correspondiente.
- Durante la estadía del pasajero: Asistir al pasajero con orientación y mandados.
- A la salida del pasajero: Bajar las maletas de la habitación y acomodarlas en la movilidad en que se retira.
- En todo momento debe estar a disposición del Recepcionista o el Conserje, ubicándose en la puerta principal de la hostería, de pie por si es llamado a efectuar alguna tarea.

4.6. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

4.6.1. MISIÓN DE LA HOSTERÍA “MEDIEVAL PARTY”

“Sorprender a nuestros huéspedes gratamente por medio de una experiencia sin igual, en un ambiente que los transportará cientos de años atrás en el tiempo, hasta la Edad Media, basado en un impecable servicio y cordialidad”.

4.6.2. VISIÓN DE LA HOSTERÍA MEDIEVAL PARTY

“Lograr en menos de 5 años reconocimiento regional y mundial por su temática, decoración y calidad de servicio y de esta manera contribuir para lograr hacer del Ecuador una potencia turística a escala mundial”

4.7. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

Son el conjunto de principios y creencias que deben ser parte de la cultura organizacional y que deben regir la manera de conducirse y actuar dentro de la empresa y fuera de esta a todos los que colaboran en ella para de este modo guardar coherencia con los postulados de la visión y misión y lograr su consecución.

Contribuir con la promoción turística de la ciudad de Cuenca y ser un lugar que brinde iguales oportunidades de trabajo, sin ninguna clase de discriminación o preferencia, teniendo siempre presente que la diversidad del talento humano será siempre una de nuestras fortalezas”.

Principios Corporativos de la Hostería Medieval Party

Los principios establecidos en esta empresa están fundamentados en el respeto al derecho ajeno y encaminados a fomentar y mantener la competitividad, la excelencia y calidad en el servicio, tanto a nuestros clientes internos como externos. Buscando siempre prosperar y crecer sin olvidar nuestra responsabilidad con el medio ambiente y la comunidad.

▣ **Idea de Servicio.-** El propósito fundamental del complejo turístico es brindar un servicio de excelente calidad considerando la satisfacción de nuestros clientes como nuestro máximo fin.

- ▣ **Capacitación y desarrollo de empleados.-** La capacitación permanente de todos los miembros del complejo turístico permite que cada uno encuentre en su trabajo crecimiento personal y profesional, es decir que el empleado será parte activa en el desarrollo del complejo y aportará con su talento y espíritu inventivo y creador.
- ▣ **Iniciativa.-** Debemos estimular en el talento humano el espíritu de iniciativa, ofreciendo apertura para que sean ellos los que libremente propongan y ejecuten sus ideas innovadoras en cada una de sus áreas.

Valores Corporativos

Los valores deben ser claros, iguales compartidos y aceptados por todos los miembros y niveles de la organización, para que exista un criterio unificado que compacte y fortalezca los intereses de todos los miembros del complejo; es por esto que los valores que vamos a inculcar a nuestro personal es:

- ▣ Honestidad.
- ▣ Responsabilidad.
- ▣ Trabajo en equipo.
- ▣ Comunicación.
- ▣ Iniciativa.
- ▣ Innovación.
- ▣ Lealtad.

- ▢ Puntualidad.
- ▢ Ser mejores cada día mediante el esfuerzo consciente y constante para lograr el progreso personal y de la patria.

4.7.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos deben ayudarnos a lograr:

- ▢ Los objetivos deseados.
- ▢ Una buena conexión entre el entorno y los recursos de la organización y competencia, esta conexión debe ser factible y apropiada.
- ▢ Desarrollar en la hostería una ventaja competitiva, esta debe ser única y sostenible en el tiempo. En nuestro caso esta será la temática medieval llevada al extremo.
- ▢ Recursos dinámicos, flexibles y capaces de adaptarse a las situaciones cambiantes.

MERCADO

Construir la imagen corporativa en base a la transparencia + eficiencia = credibilidad.

- ▢ Brindar un buen servicio al cliente con una atención amable y personalizada, ya que ellos son nuestra razón de ser.

- Brindar servicios de distracción, entretenimiento, comodidad, en un lugar apartado, amplio, ameno, lleno de paz y tranquilidad, recreado como se vivía hace 800 años; lo que va a permitir que cada vez la hostería tenga mas acogida entre los turistas locales y extranjeros.
- Atraer a los prestadores de servicios incentivándoles al logro de una alta competitividad turística, que indudablemente beneficiará al sector.
- Ingresar a la Asociación de Hoteles del Ecuador para exponer una página Web en el Internet con material publicitario bien diseñado para que los usuarios tanto locales como extranjeros tengan acceso a información sobre los beneficios y servicios que ofrece la hostería, así como también los costos que esto les significará.
- Establecer alianzas estratégicas con agencias de turismo nacionales quienes luego de una inspección rigurosa calificarán la calidad del servicio propuesta y a cambio de una comisión lo darán a conocer al mercado.
- Dar a conocer la hostería a través de los medios de comunicación especializados tales como: revistas editadas por tarjetas de crédito, reportajes turísticos ya se en radio, prensa escrita, televisión, guías de viajeros, etc.

FINANCIEROS

- ▢ Alcanzar un incremento anual en ventas del 10% con la finalidad de garantizar la operación de la hostería y procurarle constantes mejoras.
- ▢ Obtener fuentes de financiamiento con una tasa activa inferior al 12%.
- ▢ Realizar un plan de control financiero mensual.
- ▢ Realizar un permanente análisis de costos y gastos operativos con la finalidad de reducirlos, sin bajar la calidad y de esta manera hacer más rentable el negocio.

ADMINISTRATIVOS

- ▢ Procurar que el recurso humano se involucre con la hostería y de esta manera evitar una alta rotación.
- ▢ Exigir una buena presentación de todo el personal que conforma el complejo turístico.
- ▢ Innovar constantemente.
- ▢ Comprometer a los empleados para lograr el cumplimiento de metas y objetivos de la empresa.

4.7.2 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

- ▢ Fomento y desarrollo del turismo.
- ▢ Adoptar el mejoramiento continuo para garantizar la calidad de los servicios y una permanente innovación de los servicios.
- ▢ Marketing y promoción. No desmayar en la promoción de la hostería a nivel nacional e internacional por medio de los canales apropiados.
- ▢ Formación profesional y capacitación constante por parte del departamento de talento humano
- ▢ Realizar estudios de mercado para determinar cuáles son las tendencias de los consumidores, con la finalidad de cumplir con sus expectativas de calidad y precio para lograr posicionar la hostería en el mercado.
- ▢ Tener el personal capacitado para la debida atención al cliente.
- ▢ Realizar una reducción de costos y gastos innecesarios, con la finalidad de bajar los rubros operacionales.

- ▣ Crear una planificación estratégica a largo plazo para tener más competitividad.

- ▣ Delegar y dar la facultad a cada uno de los empleados para que se sientan involucrados con los objetivos, políticas y estrategias de la hostería.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

En este punto se comprueba lo más importante de la propuesta: ¿Será rentable el negocio? Y por consiguiente ¿ejecutable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos, que se determinaron en los estudios precedentes que se llevaron a cabo.

Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender mas, comprar maquinas mas baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier ajuste en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto.

5.1. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN

5.1.1. INVERSIÓN FIJA

Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto.

Los requerimientos de inversión fija para implementar el complejo turístico son:

- ▣ **Terrenos.-** Este rubro considera el precio del metro cuadrado de terreno ubicado en la Parroquia rural de Cuenca San Joaquín.
- ▣ **Edificios y construcciones.-** Contempla el precio del metro cuadrado de construcción, acabados y terminados de toda la hostería.
- ▣ **Maquinaria y Equipo.-** Incluye el precio total de la maquinaria y equipo necesario para brindar los servicios en el complejo turístico, así como también de los equipos de cómputo.
- ▣ **Muebles y Enseres.-** Se considera el precio total del mobiliario para las instalaciones de la hostería.

5.1.2. INVERSIÓN DIFERIDA

Está constituida fundamentalmente por bienes intangibles que se caracterizan por ser inmateriales, al contrario de los bienes físicos. Son servicios o derechos adquiridos y como tales, no están sujetos a desgaste físico.

De esta forma, la inversión diferida también denominada gastos preoperativos, se refiere a egresos de dinero durante la fase preoperativa del proyecto en bienes o servicios intangibles; es decir, normalmente, no perceptibles por los sentidos humanos y por lo tanto, son financieramente amortizables (ejemplo, gastos de organización de la empresa, estudios experimentales, intereses preoperativos, gastos en estudios de preinversión, diseños de ingeniería, supervisión de obras y otros).

Los rubros que comprenden la Inversión diferida son:

- ▣ **Gastos de Instalación.-** Constituye el costo de mano de obra especializada para la puesta en marcha de los equipos y la asistencia técnica que va a necesitar la hostería
- ▣ **Gastos de Constitución.-** Se refiere a los servicios legales necesarios para la constitución jurídica del negocio

- ▢ **Imprevistos** Este rubro cubre posibles contingencias no previstos en el proyecto.

5.2. CAPITAL DE TRABAJO

Se define así a la liquidez que se reserva para solucionar problemas de funcionamiento normal de la empresa, financiando sus costos operacionales mientras ella no obtenga utilidades. También, comprende todos los inventarios de materiales en proceso y productos en stock.

Es fundamental, calcular adecuadamente el Capital de Trabajo que necesita la empresa para su funcionamiento normal.

Entre los recursos que forman parte de este rubro y que permitirán que la empresa pueda iniciar sus actividades mientras no obtiene utilidades tenemos:

- ▢ **Materia prima.-** Corresponde a un mes de abastecimiento de los insumos básicos para que la operación de la hostería sea posible, como alimentos, bebidas, productos de higiene personal, etc. Para este proyecto este rubro será de 25.635 USD.
- ▢ **Mano de Obra Directa.-** Son las remuneraciones por un mes de trabajo con los respectivos beneficios legales.

Costos Generales de Fabricación.- Incluye los costos mensuales de: mano de obra indirecta, útiles de oficina, materiales y suministros de limpieza, servicios básicos, y la amortización de la inversión diferida.

Gastos administrativos y de ventas.- Corresponde al valor mensual de los sueldos del personal, así como también el valor mensual de la publicidad y propaganda. Las inversiones del proyecto son las siguientes:

**CUADRO No 33
INVERSIÓN TOTOAL INICIAL REQUERIDA**

No	DETALLE	VALOR
1	ACTIVOS FIJOS	
	Terrenos	28.000,00
	Edificios y construcciones	240.000,00
	Maquinaria y equipo	15.039,83
	Muebles y enseres	70.832,00
	SUBTOTAL	353.871,83
	ACTIVOS DIFERIDOS	
	Gastos preoperativos	5.800,00
	Gastos de constitución	1.000,00
	Intereses de preoperación	29.648,06
	Imprevistos (5% activos fijos)	17.693,59
	SUBTOTAL	54.141,65
2	CAPITAL DE TRABAJO	
	Capital de trabajo operativo	4.636,25
	Capital de trabajo adm. y ventas	556,00
	SUBTOTAL	5.192,25
	INVERSIÓN TOTAL (1+2)	413.205,73

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.3. DEPRECIACIONES

Es el proceso para asignar de forma sistemática y racional el costo de un bien de capital a lo largo de su periodo de vida. La depreciación contabiliza la disminución del potencial de utilidad de los activos invertidos en un negocio, ya sea por la pérdida de valor debida al desgaste físico derivado de la utilización habitual del bien -como en el caso de la maquinaria-, por el deterioro que provoca la acción de los elementos -como en el caso de un edificio antiguo o la erosión de la tierra- o debido a la obsolescencia causada por cambios tecnológicos y la introducción de nuevas y mejores máquinas y métodos de producción. Sin embargo, no se trata de reflejar la caída del valor de mercado de los activos.

Los activos fijos se deprecian en línea recta y se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 34
DEPRECIACIÓN, MANTENIMIENTO Y SEGUROS

INVERSIONES						
	DEPREC.	MANT.	SEGUROS	DEPREC.	MANT.	SEGUROS
	%			USD		
Edificio	5.00%	10.00%	5.00%	12.000,00	24.000,00	12.000,00
Muebles y Enseres	20.00%	10.00%	5.00%	14.166,4	7.083,2	3.541,6
Maquinaria y Equipo	20.00%	10.00%	5.00%	3.007,97	1.503,98	751,99
TOTAL				29.174,37	32.587,18	16.293,59

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.4. FINANCIAMIENTO

Para llevar a cabo un proyecto es necesario establecer cómo será financiado; generalmente los recursos provienen de inversiones propias o “fuentes internas” y de créditos en el mercado de capitales o “fuentes externas”. El capital propio proviene del aporte de los inversionistas interesados, en éste caso del sector privado, para eso la empresa se ajusta al marco legal de la ciudad de Cuenca y que estarán determinados en la escritura de constitución de la empresa. El capital prestado a largo plazo puede llegar en diversas formas, las más frecuentes son los créditos concedidos por un banco de inversión o por instituciones de fomento y la colocación de obligaciones y bonos en el mercado.

5.4.1. FINANCIAMIENTO CON APOORTE PROPIO

El financiamiento del proyecto mediante aportes propios asciende a un valor de \$213.205,73 que corresponde al 51,6% del total de la Inversión Inicial; rubro que será desembolsado por los proponentes del proyecto quienes han demostrado su interés por formar parte de este proyecto.

5.4.2 FINANCIAMIENTO MEDIANTE PRÉSTAMOS

La diferencia que corresponde a un 48,4% de la inversión inicial total requerida, esto es \$200.000,00 dólares, será financiada por un crédito de la Corporación Financiera Nacional, que se analizó y es la mejor opción del mercado.

La estructura del financiamiento se detalla de la siguiente manera:

**CUADRO No. 35
FINANCIAMIENTO REQUERIDO EN DÓLARES**

CRÉDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	USD
Monto	200.000,00
Intereses del crédito de largo plazo (anual)	11.15%
Plazo	10 semestres
Período de solicitud de crédito	Preoperacional
Período (semestre) de solicitud del crédito	1

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

**CUADRO No. 36
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

CUOTA FIJA				
MONTO:	200.000,00			
PLAZO	10 (semestres)			
CUOTA	28.805,46			
INTERÉS ANUAL	11.15%			
PERIODO DE PAGO	Semestral			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZACION	CUOTA
1	200.000,00	14.500,00	14.305,46	28.805,46
2	185.694,54	13.462,85	15.342,60	28.805,46
3	170.351,93	12.350,51	16.454,94	28.805,46
4	153.896,99	11.157,53	17.647,93	28.805,46
5	136.249,06	9.878,06	18.927,40	28.805,46
6	117.321,66	8.505,82	20.299,64	28.805,46
7	97.022,02	7.034,10	21.771,36	28.805,46
8	75.250,66	5.455,67	23.349,78	28.805,46
9	51.900,87	3.762,81	25.042,64	28.805,46
10	26.858,22	1.947,22	26.858,22	28.805,46

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.5. PROGRAMA DE INVERSIONES

La programación para la ejecución del proyecto está representada por medio de un Diagrama de Gantt.

El programa ha sido diseñado considerando el Cuadro de la Inversión Inicial Total, con el objeto de identificar el período durante el cual la inversión se efectivizará de tal forma que los recursos no queden inmovilizados innecesariamente en los periodos previstos. Corresponde al año 0 del proyecto y coincide con un tiempo prudencial de seis meses a partir de febrero del 2012, mes en el que se inician los trámites de constitución jurídica de la empresa, hasta finales de julio del 2012 momento en el que ocurre la puesta en marcha de la hostería.

CUADRO No. 37

PROGRAMA DE INVERSIONES

No.	ACTIVIDAD	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
		1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
1	Constitución Jurídica de la Hostería	_____					
2	Adecuación del Terreno		—				
3	Construcción de la Hostería		_____				
4	Acabados finales y Adecuación del				_____		
5	Negociación y compra de equipo						
6	Negociación y compra de mobiliario y enseres				_____		
7	Instalación de equipos, mobiliarios y enseres					—	
8	Selección y contratación de personal					_____	
9	Compra de materia prima					_____	
10	Publicidad y promoción					_____	
11	Puesta en marcha						—

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.6. DETERMINACIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN

Es la recopilación de datos necesarios y la elaboración de presupuestos estimativos de ingresos y gastos que nos permitirán disponer de los elementos básicos para determinar en el campo de la evaluación financiera, la rentabilidad del proyecto y la posibilidad de determinar su punto de equilibrio, es decir, donde la empresa no pierde ni gana.

Costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o que se lo hará en el futuro.

La determinación de los costos surge como consecuencia lógica y fundamental de las actividades propias de la empresa, por lo que se determina la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

El primer elemento del costo total es el costo de producir que tiene tres elementos que son los gastos administrativos, de ventas y financieros.

5.7. COSTOS ANUALES PROYECTADOS

Valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen un costo, sin considerar ninguna ganancia.

El cuadro que a continuación se presenta resume la proyección de los costos totales de producción para los servicios que prestará la hostería a partir del primer año de operaciones. Cada costo ha sido analizado en función de la demanda anual de clientes que se espera visiten la hostería, cuyo crecimiento, de los suministros y servicios; materia prima se proyectan en base al promedio de inflación que para el período 2012 – 2016 según las proyecciones del Banco Central, es de 8.83% anual.

Los cargos por “depreciación y amortización” son costos virtuales, esto es, tienen el efecto de un costo sin serlo, pero para su recuperación se los considera dentro del costo total de operación; este tipo de cargos están autorizados por la propia ley tributaria debiendo observarse sus disposiciones.

El término “depreciación” tiene exactamente la misma connotación que la amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que debido al uso, estos bienes valen cada vez menos, es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, con el paso del tiempo no bajan de precio o se deprecian, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión.

CUADRO No. 38

COSTOS Y GASTOS DEL SERVICIO DE LA HOSTERÍA MEDIEVAL PARTY (EN U.S.D.)

PERÍODO	1	2	3	4	5
Compras	25.635,00	27.898,57	30.362,01	33.042,98	35.960,67
Suministros y servicios	6.600,00	7.182,78	7.817,02	8.507,26	9.258,45
Mantenimiento y seguros	39.039,49	39.039,49	39.039,49	39.039,49	39.039,49
Depreciaciones	29.174,37	29.174,37	29.174,37	29.174,37	29.174,37
Amortizaciones	8.812,25	8.812,25	8.812,25	8.812,25	8.812,25
Remuneraciones	134.904,00	145.696,32	157.352,02	169.940,18	183.535,39
13 Sueldo	11.242,56	12.142,00	13.113,32	14.162,38	15.292,53
14 sueldo	7.067,28	7.632,66	8.243,27	8.902,73	9.615,00
Vacaciones	5.620,56	6.070,20	6.556,00	7.080,28	7.647,00
Aporte patronal	16.391,64	17.703,00	19.119,20	20.649,00	22.301,00
Fondo de reserva (2do. Año Amortizaciones	-	4.362,00	4.711,00	5.087,84	5.494,86
Publicidad y promoción	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00
GASTOS FINANCIEROS	6.672,00	6.672,00	6.672,00	6.672,00	6.672,00
	27.962,85	23.508,04	18.383,88	12.489,77	5.710,03
TOTAL	320.482,00	337.253,68	350.715,83	364.920,53	379.873,04

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.8. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos correspondientes al proyecto están definidos por el volumen de los servicios a ofrecerse de acuerdo al tamaño y a la demanda que se espera tendrá la hostería cada año, y por los precios de los mismos. Los precios serán los estimados en el estudio de mercado, donde se consideró los precios de la competencia, el costo operacional y la calidad del servicio a ofrecerse.

5.8.1. INGRESOS ANUALES PROYECTADOS

Para la proyección de ventas en el primer año de operación de la hostería, estimaremos un promedio de ocupación del 60% y para los años siguientes se calculará un incremento en los ingresos 9% y una ocupación promedio anual del 60%. Se espera que los ingresos representen el 70% por concepto de habitaciones y un 30% por concepto de alimentos y bebidas. Teniendo en cuenta que el desayuno está incluido en el precio de la habitación. Los reajustes a los precios se harán en base a la inflación que se reporte anual.

CUADRO No. 39
INGRESOS ANUALES PROYECTADOS

Ítem	Producto / Servicio	Precio unitario	Unidades vendidas/mes	Total mensual en USD.	Total año en USD.
1	Habitación sencilla	60	20	1.200	14.400
2	Habitación matrimonial	135	280	37.800	453.600
3	Habitación doble	89	120	10.680	128.160
4	Habitación triple	112	60	6.720	80.640
5	Habitación familiar	60	15	900	10.800
6	Suite	128	64	8.192	98.304
7	TOTAL HABITACIONES			65.492	785.904
8	Alimentos	16	990	15.840	190.080
9	Bebidas	9	990	8.910	106.920
	TOTAL				1.082.904

Fuente y elaboración Juan Carlos Pesántez C.

CUADRO No. 40
INGRESOS PROYECTADOS PARA LOS PRIMEROS 5 AÑOS

AÑOS	1	2	3	4	5
Habitaciones	758.032	826.256	900.620	981.674	1'070.025
A & B	324.871	354.110	385.980	420.718	458.582
TOTAL	1'082.904	1'180.366	1'286.600	1'402.392	1'528.607

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.9. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros concentran la información obtenida de las cuentas contables y las clasifica de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados para sentar:

- La situación y el valor real del negocio
- El resultado de las operaciones en una fecha determinada

5.10. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestran los Ingresos y los Gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de una empresa durante un período de tiempo determinado, generalmente un año. Es un estado dinámico, el cual refleja actividad. Es acumulativo, es decir, resume las operaciones de una compañía desde el primero hasta el último día del período estudiado.

En esta parte se presentan los estados de resultado esperados para los próximos años del proyecto; para determinar si la utilidad neta esperada para cada año y los flujos netos de efectivo son valores positivos, lo cual significa que financieramente la inversión se acepta.

El Estado de pérdidas y ganancias, llamado también estado de resultados muestra a nivel de causación, las utilidades producidas por la hostería en el período de

análisis. Básicamente compara ingresos causados con costos y gastos en un período de operación.

En el siguiente cuadro observamos que cada año se va a obtener ganancias beneficiosas para la hostería, lo cual hace rentable al mismo y a su vez es viable el proyecto.

CUADRO No. 41
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PRESUPUESTADO

Cuentas	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	1.082.905,00	1.180.370,00	1.286.606,00	1.402.400,00	1'528.607
Costo de Ventas	207.461,04	228.104,75	246.056,82	265.465,39	286.446,45
Compras	25.635,00	27.898,57	30.362,01	33.042,98	35.960,67
Remuneraciones	134.904,00	145.696,32	157.352,02	169.940,18	183.535,39
13 Sueldo	11.242,56	12.142,00	13.113,32	14.162,38	15.292,53
14 Sueldo	7.067,28	7.632,66	8.243,27	8.902,73	9.615,00
Vacaciones	5.620,56	6.070,20	6.556,00	7.080,28	7.647,00
Aporte patronal	16.391,64	17.703,00	19.119,20	20.649,00	22.301,00
Fondo de reserva (2do. Año	-	4.362	4.711,00	5.087,84	5.494,86
Gastos generales	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	875.444,80	952.265,30	1.040.549,20	1.136.935,00	1.242.160,60
Gastos de Ventas	6.672,00	7.261,14	7.902,30	8.600,07	9.359,45
Gastos Administrativos	24.760,00	24.760,00	24.760,00	24.760,00	24.760,00
UTILIDAD OPERACIONAL.	844.012,80	920.244,16	1.007.887,00	1.103.575,00	1.208.041,20
Gastos financieros	27.962,85	23.508,04	18.383,88	12.489,77	5.710,03
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	816.050,00	896.736,12	989.503,10	1.091.085,30	1.202.660,60
15% Participación trabajadores	122.408,00	134.510,41	148.425,46	163.663,00	180.350,00
UTILIDAD ANTES DE IR.	693.642,46	762.226,00	841.078,00	927.422,60	1.021.981,10
Impuesto a la renta 25 %	173.411,00	190.556,42	210.269,41	231.856,00	255.495,27
UTILIDAD NETA	520.232,00	571.669,29	630.808,23	695.567,00	766.486,00

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.11. BALANCE GENERAL PROFORMA

Representa la situación de los activos y pasivos de una empresa así como también el Estado de su Patrimonio. En otras palabras, presenta la situación financiera o las condiciones de un negocio, en un momento dado, según se reflejan en los registros contables.

El nombre más utilizado para este estado es el de balance general.

Los datos para éste se toman fundamentalmente de los presupuestos de ingresos y gastos de producción, así como del estado de resultados. Se debe hacer un balance de inicio de la empresa, que corresponde al año 0, y luego hacer balances cada 31 de diciembre o cada final del ciclo tributario.

Las divisiones principales del balance son, Activo, Pasivo y Patrimonio:

- El Activo Corriente, que incluye la cuenta Caja-Bancos que corresponde al efectivo por capital de trabajo y utilidades.
- El Activo Fijo dividido en No Depreciables (terrenos) y Depreciables (edificios y construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres).

- Y por otros activos, integrado por los Gastos de Instalación, Gastos de Constitución y la cuenta Fondos (5% del total de los Activos Fijos), efectivo con el que se pueden atender necesidades imprevistas del complejo turístico.

Es preciso señalar que los valores correspondientes a los Activos Depreciables disminuyen anualmente por efectos de la depreciación, mientras que el valor de los Activos Diferidos disminuye a causa de la amortización (20 % en 5 años).

- El pasivo representa las obligaciones totales de la empresa y a su vez está conformado por el Pasivo a Corto Plazo (15% de participación de utilidades a trabajadores); y por el Pasivo a Largo Plazo que corresponde a la cuenta Documentos por Pagar (saldos del capital de la deuda contraída).
- El patrimonio representa la participación de los propietarios en el negocio y resulta de restar del total del activo el pasivo con terceros. El patrimonio también se denomina capital contable o capital social y superávit.

CUADRO No. 42 BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL

ACTIVO CORRIENTE	1	2	3	4	5
Caja-Bancos	587.540,05	634.524,00	688.538,39	747.402,20	811.542,20
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	587.540,05	634.524,00	688.538,39	747.402,20	811.542,20
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS					
Terreno	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00
Edificio	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
Muebles y enseres	70.832,00	70.832,00	70.832,00	70.832,00	70.832,00
Maquinaria y Equipos	15.039,83	15.039,83	15.039,83	15.039,83	15.039,83
(-) Depreciaciones	29.174,37	29.174,37	29.174,37	29.174,37	29.174,37
Gastos de constitución	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Gastos de instalación	5.800,00	5.800,00	5.800,00	5.800,00	5.800,00
(-) Amortización acumulada	10.172,25	10.172,25	10.172,25	10.172,25	10.172,25
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	321.325,21	321.325,21	321.325,21	321.325,21	321.325,21
TOTAL DE ACTIVOS	908.865,26	955.849,21	1.009.863,60	1.068.727,40	1.132.867,20
PASIVO CORRIENTE					
Porción corriente deuda a largo plazo	27.962,85	23.508,04	18.383,88	12.489,77	5.710,03
Cuentas y documentos por pagar proveedores	43.365,80	59.795,50	68.598,14	90.222,09	115.575,12
Gastos acumulados por pagar	36.770,74	47.698,39	55.941,15	67.474,94	77.737,89
Obligaciones bancarias	200.000,00	170.351,93	136.249,06	97.022,02	51.900,87
TOTAL DE PASIVOS	308.099,39	301.353,86	279.172,23	267.208,82	250.923,91
PATRIMONIO					
Capital	5.192,25	5.192,25	5.192,25	5.192,25	5.192,25
Reserva legal	9.734,54	12.025,25	14.576,20	17.417,73	23.327,92
Utilidad retenida	-	-	14.506,53	17.734,30	21.329,28
Utilidad neta	520.232,00	571.669,29	630.808,23	695.567,00	766.486,00
TOTAL PATRIMONIO	535.158,79	588.886,79	665.083,21	735.911,28	816.335,45
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	843.258,18	890.241,00	944.255,44	1.003.120,10	1.067.259,30

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

“Es el método llamado también análisis de costo – volumen – utilidad, sirve para determinar el volumen de ventas en el cual la empresa cubre todos los costos sin ganar ni perder dinero”.

El punto de equilibrio de la empresa definirá el nivel de ventas con el cual se cubren todos los costos de operación fijos y variables, es decir, el nivel en el cual las utilidades totales son igual a cero. A continuación presentamos su formula:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{1 - \text{Costo Variable Total}}{\text{Ingreso por Ventas}}}$$

CUADRO N° 43

PUNTO DE EQUILIBRIO

	COSTOS	1	2	3	4	5
Compras	Variable	25.365,00	27.898,57	30.362,01	33.042,98	35.960,67
Suministros y servicios	Variable	6.600,00	7.182,78	7.817,02	8.507,26	9.258,45
Mantenimiento y seguros	Fijo	39.039,49	39.039,49	39.039,49	39.039,49	39.039,49
Depreciaciones	Fijo	29.174,37	29.174,37	29.174,37	29.174,37	29.174,37
Amortizaciones	Fijo	8.812,25	8.812,25	8.812,25	8.812,25	8.812,25
Remuneraciones	Fijo	134.904,00	145.696,32	157.352,02	169.940,18	183.535,39
Amortizaciones	Fijo	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00
Publicidad y promoción	Fijo	6.672,00	6.672,00	6.672,00	6.672,00	6.672,00
Gastos financieros	Fijo	27.962,85	23.508,04	18.383,88	12.489,77	5.710,03
TOTAL VARIABLES		31.965,00	34.787,51	37.859,25	41.202,22	44.840,38
TOTAL FIJOS		247.924,96	254.262,47	260.794,01	267.488,06	274.303,53
VENTAS		1'082.904	1'180.366	1'286.600	1'402.392	1'528.607
PUNTO DE EQUILIBRIO		255.465,74	254.825,76	254.241,46	253.707,74	253.220,07

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

5.13. FLUJO DE CAJA

Estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada.

Movimiento de dinero dentro de un mercado o una economía en su conjunto.

Es un informe que incluye las entradas y salidas de efectivo para así determinar el saldo final o el flujo neto de efectivo, factor decisivo para evaluar la liquidez de un negocio.

El estado de flujo de efectivo es un estado financiero básico que junto con el balance general y el estado de resultados proporcionan información acerca de la situación financiera de un negocio.

Los estados financieros deben reflejar una información financiera que ayude al usuario a evaluar, valorar, predecir o confirmar el rendimiento de una inversión y el nivel percibido de riesgo implícito.

Los orígenes de caja o fuentes son rubros que aumentan el efectivo de la empresa, y constituyen los valores recibidos por el complejo turístico en un su vida útil por los siguientes conceptos: aportaciones de los inversionistas; utilidad neta; depreciaciones y amortizaciones que no requieren pago en efectivo; saldos anteriores; y el valor remanente en el último año, llamado también valor residual, que es igual a la depreciación de los activos fijos depreciables no causada, es

decir, el valor en libros en el último año de la fase operacional del proyecto, más el valor de los terrenos, y más el capital de trabajo que se tenga invertido en el último año.

Los flujos de efectivo, son rubros que disminuyen el efectivo de la empresa y que corresponden a las erogaciones que se realizan para el normal desarrollo de las actividades de la hostería. Las aplicaciones de efectivo se dan en la inversión fija, en la inversión diferida, en el capital de trabajo y en la amortización del crédito realizado.

En el siguiente cuadro observamos la situación financiera del proyecto el cual nos indica que cada año va aumentando y a su vez hace que el proyecto sea viable debido a que se va obteniendo ganancias cada año.

CUADRO No. 44
FLUJO DE CAJA

Años	1	2	3	4	5
Utilidad operativa	844.012,80	920.244,16	1.007.887,00	1.103.575,00	1.208.041,20
(+) Depreciaciones	29.174,00	29.174,00	29.174,00	29.174,00	29.174,00
(+) Amortizaciones	10.172,25	10.172,25	10.172,25	10.172,25	10.172,25
(-) 15% Participación de trabajadores	122.408,00	134.510,41	148.425,46	163.663,00	180.350,00
(-) 25% I.R.	173.411,00	190.556,42	210.269,41	231.856,00	255.495,27
(-) Inversión de reposición	-	-	-	-	-
(-) Variación del capital de trabajo	-	-	-	-	-
(+) Valor residual de los activos fijos	-	-	-	-	-
(+) Valor residual del capital del trabajo	-	-	-	-	-
FLUJO NETO DE CAJA	587.540,05	634.524,00	688.538,39	747.402,20	811.542,20

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez C.

CAPÍTULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA

Dentro de la evaluación financiera de un proyecto, los criterios aplicables son reglas y normas que ayudan a juzgar la idoneidad y conveniencia de un proyecto; si este no está a la altura de la norma, se rechaza.

Los criterios de decisión son pautas que se expresan en función de la rentabilidad de la empresa o de otra medida de valor con la cual se compara la rentabilidad del proyecto o algún otro aspecto potencial de otro proyecto.

Para expresar la rentabilidad del proyecto se debe saber el flujo de efectivo neto del proyecto, antes de intereses y depreciación pero después del pago de impuesto. El flujo neto de efectivo depende del costo del proyecto, de las entradas y salidas de efectivo subsecuentes, de las fechas en que ocurren, de los años que abarca el proyecto y de su valor en efectivo, son otros factores importantes.

Una vez dominada la formulación de los criterios de decisión, se pueden comparar los proyectos propuestos en términos de un conjunto uniforme de criterios. Dichos criterios facilitan el proceso de selección por parte de quienes han de tomar decisiones, que podrán ser los miembros del comité ejecutivo de la empresa o del consejo de administración.

6.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

Toda empresa para ser formada debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede venir de varias fuentes: de personas físicas (inversionistas), empresas, de inversionistas e instituciones de crédito (bancos), cada uno de ellos tendrán costos asociados al capital que aporten.

Los accionistas de las empresas tienen en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza. Esta tasa se espera que sea por lo menos igual al costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento que ofrecen los bancos por una inversión a plazo fijo.

Dentro de la evaluación financiera es indispensable establecer en primera instancia la Tasa Mínima aceptable de rendimiento (TMAR), ya que la misma establece el rendimiento que desean obtener los accionistas por la inversión realizada en el proyecto.

Para los proyectos de inversión a largo plazo cuya rentabilidad está determinada por los rendimientos futuros, es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de fondos futuros que permitirá expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.

Genéricamente se puede aceptar como la Tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto al porcentaje que se obtiene al sumar la tasa pasiva promedio del sistema financiero del país más un porcentaje de riesgo del negocio. Otros autores

a su vez consideran que la TMAR sería el promedio entre la tasa activa y pasiva del sistema financiero, ya que ese sería el costo del capital.

CUADRO N° 45
TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

COSTO DEL CAPITAL	PORCENTAJE
Promedio tasa pasiva	5.10%
TMAR	5.10%

Fuente: Banco Central de Ecuador
Elaborado por: Juan Carlos Pesántez

6.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El valor presente neto de un proyecto de inversión, no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, es decir, es el equivalente en dineros actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto”.²

Una unidad monetaria de hoy gana intereses, de modo, que el cobro aplazado del dinero debe ser descontado en el valor de los intereses que deja de ganar en el plazo de cobro, o a su vez, descontado a una tasa de actualización correspondiente a la tasa mínima aceptable del proyecto TMAR. Para el inversionista, el disponer de un dinero hoy no es equivalente a disponer de la misma cantidad en uno o varios años, por el hecho de que una unidad hoy, puede reinvertirla y obtener $(1 + i)^n$ después de n años.

² VARELA, Rodrigo. “Innovación Empresarial–Arte y Ciencia en la creación de empresas”. 2da. Edición. Editorial Pearson. Bogotá Colombia. 2001

El VAN mide el valor actual de los desembolsos y de los ingresos, actualizándolos al momento inicial y aplicando un tipo de descuento en función del riesgo que conlleva el proyecto.

Si el VAN obtenido es positivo el proyecto es interesante de realizarlo. Por el contrario, si el VAN es negativo, el proyecto hay que descartarlo.

Fórmula para el cálculo del valor actual neto para la hostería.

$$VAN = - INVERSIÓN INICIAL + \frac{f1}{(1+i)^1} + \frac{f2}{(1+i)^2} + \frac{f3}{(1+i)^3} + \frac{f4}{(1+i)^4} + \frac{f5}{(1+i)^5}$$

Donde:

FN = Flujo de Efectivo Neto

n = Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización (5.10%)

El resultado del Valor Actual Neto es de \$ 75.890,02 lo que indica que el proyecto rinde esa cantidad por sobre lo mínimo exigido, o lo que es lo mismo sobre un VAN =0; nivel en el cual el inversionista no pierde ni gana. Por lo tanto este parámetro demuestra la viabilidad del proyecto, por cuanto su resultado es positivo y mayor que 0.

6.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial de un proyecto.

La TIR es la tasa de descuento que hace que el Valor Presente Neto (VPN) de una oportunidad de inversión, sea igual a cero debido a que el valor presente de los influjos de efectivo es igual a la inversión inicial.

El criterio por emplear cuando se utiliza la TIR para realizar decisiones de aceptación-rechazo es como sigue:

“Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto, de no ser este el caso, se rechaza”.

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

La TIR se calcula empleando el método de tanteo (ensayo y error) o bien, haciendo uso de una calculadora financiera o de una computadora. La determinación de la TIR para una anualidad es considerablemente más sencilla que si se tratase de un flujo mixto de entradas de efectivo por operaciones.

La fórmula empleada para el cálculo de la T.I.R, es la siguiente:

$$TIR = \frac{f1}{(1+d)^1} + \frac{f2}{(1+d)^2} + \frac{f3}{(1+d)^3} + \frac{f4}{(1+d)^4} + \frac{f5}{(1+d)^5}$$

Esto significa que se buscará una tasa (**d**) que iguale a la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que haga el **V.A.N.** igual a cero.

En el presente caso la T.I.R es igual a:

$$T.I.R = 11.95\%$$

La T.I.R tiene un porcentaje del 11.95% es decir es mayor que el costo de oportunidad del dinero que es del 5.10% por consiguiente el proyecto desde el punto de vista es rentable.

CUADRO N° 46
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA

FLUJO DE FONDOS			PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión fija			-288.263,33	0.00	0.00	0.00	-5,000.00	0.00
Inversión diferida			-50.861,23					
Capital de operación			-4.636,25					
Participación de trabajadores				0.00	-16.292,45	-19.361,33	-22.764,11	-26.537,12
Impuesto a la renta				0.00	-23.080,97	-27.428,56	-32.249,16	-37.594,25
Flujo operacional			0,00	146.357,51	168.121,37	192.137,21	218.639,44	247.883,06
ingresos - egresos)				0.00	0.00	0.00	0.00	207.999,98
Valor de recuperación:				0.00	0.00	0.00	0.00	2.500,00
Inversión fija								
Capital de trabajo								
Flujo Neto (precios constantes)			-343.760,91	129.762,00	112.360,10	125.228,76	134.379,78	580.445,18
Flujo de caja acumulativo			-343.760,91	-213.998,91	-101.638,81	23.589,95	157.969,73	738.415,18
TIR precios constantes:		11,95%						

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez

6.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Uno de los criterios tradicionales de evaluación bastante difundido es el del período de recuperación de la inversión, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultada que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa.

Los proyectos que ofrezcan un periodo de recuperación inferior a cierto número de años (n) determinado por la empresa se aceptarán; los que ofrezcan un periodo mayor que el número de años determinado se rechazarán.

Este criterio puede ser aplicable cuando el panorama a largo plazo, más allá de tres años, es muy incierto. En un país política o económicamente inestable, el objetivo principal es la rápida recuperación de la inversión, y las utilidades subsecuentes constituyen casi una sorpresa inesperada. Cuando la empresa atraviesa por una crisis de liquidez y sin posibilidades de obtener recursos adicionales, resulta bastante adecuado.

Su cálculo lo resumimos a continuación:

P.R.I = Año del último flujo de efectivo + Primer flujo de efectivo act. Acumulado positivo

Actualizado acumulado negativo

Inversión inicial total

P.R.I.= 1.07 años

6.5. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Este parámetro de evaluación permite relacionar los ingresos y los gastos actualizados del proyecto dentro del período de análisis, estableciendo en cuántas veces los ingresos superan los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación beneficio costo debe ser mayor a 1.

La relación Beneficio-Costo indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento del mismo.

El proyecto es aceptable debido a que la relación costo beneficio del complejo turístico determina que los beneficios generados dentro del período de análisis son mayores a los costos, es decir se tiene un excedente de 1.22 dólares, por cada dólar que se gaste.

$$B / C = \Sigma \text{Flujo de Fondos} / \text{Inversión}$$

$$B / C = 1.22$$

CUADRO N° 47
EVALUADORES FINANCIEROS

INDICADORES DE RETORNO	RESULTADO	DECISIÓN
Tasa interna de retorno financiero (TIRF)	11.95%	POSITIVO
Valor actual neto (VAN)	75.890,02	POSITIVO
Período de recuperación (nominal)	2.07	POSITIVO
Coeficiente beneficio/costo	1.22	POSITIVO

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez

6.6. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

El análisis de estados financieros es el proceso crítico dirigido a evaluar la posición financiera, presente y pasada, y los resultados de las operaciones de una empresa, con el objetivo primario de establecer las mejores estimaciones y predicciones posibles sobre las condiciones y resultados futuros.

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.

Sus fines son, entre otros:

- Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.
- Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

En definitiva el análisis financiero pone a disposición del administrador los instrumentos necesarios para verificar continuamente el pulso de la empresa y poder así implementar programas correctivos tan pronto se presenten.

Las razones financieras analizadas en el proyecto se dividen en cuatro grupos:

- Razones de Liquidez
- Razones de Actividad
- Razones de Rentabilidad
- Razones de Endeudamiento.

CUADRO N° 48
RAZONES FINANCIERAS

INDICADOR	FÓRMULA	RESULTADO	1	2	3	4	5
1. RAZONES DE LIQUIDEZ							
1.1. Capital Neto de Trabajo	Activo corriente-pasivo corriente	\$	79.823,75	97.385,83	131.449,62	156.462,47	187.072,50
1.2. Índice de Solvencia	<u>Activo circulante</u>	Veces	1.26	1.32	1.47	1.58	1.74
	Pasivo circulante						
2. RAZONES DE ACTIVIDAD							
2.1. Rotación de Activos Fijos	<u>Ventas</u>	Veces	0.75	0.83	0.91	1.00	1.11
	Activos fijos						
2.2. Rotación de Activos Totales	<u>Ventas</u>	Veces	0.56	0.60	0.64	0.69	0.73
	Activos totales						
3. RAZONES DE RENTABILIDAD							
3.1. Margen de utilidad Bruta	<u>Utilidad bruta</u> x100	%	74.34	75.79	77.12	78.34	79.45
	Ventas						
3.2. Margen de Utilidad Operacional	<u>Utilidad operacional</u> x ventas	%	59.84	62.40	64.74	66.88	68.83
	100						
3.3. Margen de Utilidad Neta	<u>Utilidad neta</u> x100	%	29.93	33.52	36.83	39.90	42.74
	Ventas						
3.4. Rendimiento de la Inversión	<u>Utilidad neta</u> x 100	%	16.73	20.10	23.66	27.41	31.33
	Activo total						
3.5. Rendimiento del Patrimonio	<u>Utilidad neta</u> x 100	%	81.30	82.32	73.92	74.21	73.35
	Patrimonio						
3.6. Rendimiento Financiero	<u>Utilidad neta</u> x 100	%	44.97	55.55	67.33	80.46	95.08
	Capital propio						
4. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO							
4.1. Razón de Endeudamiento Externo	<u>Pasivo total</u> x 100	%	79.42	75.58	67.99	63.07	57.29
	Activo total						
4.2. Razón de Endeudamiento Interno	<u>Patrimonio total</u> x 100	%	20.58	24.42	44.19	36.93	42.71
	Activo total						

Fuente y Elaboración: Juan Carlos Pesántez

6.6.1. RAZONES DE LIQUIDEZ

Refleja la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo conforme se vencen. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, es decir, la facilidad con la que paga sus facturas.

Capital de trabajo neto.- son los recursos que una empresa requiere para llevar a cabo sus operaciones sin contratiempos. Se define como el excedente del total de activos corrientes y los pasivos corrientes. El capital neto de trabajo se calcula deduciendo el pasivo corriente del activo corriente.

Índice de Solvencia.- determina el nivel de efectivo con el que la empresa cuenta para cubrir sus deudas a corto plazo, es el verdadero indicador de la liquidez ya que considera la magnitud total de la empresa.

6.6.2. RAZONES DE ACTIVIDAD

Miden la velocidad con que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo. Con respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son generalmente inadecuadas, porque las diferencias en la composición de las cuentas corrientes de una empresa afectan de modo significativo su verdadera liquidez.

Rotación de Activos Fijos.- Determina el porcentaje de las ventas con respecto a los activos fijos utilizados en la producción, mientras más alto sea el resultado, más eficiente es la empresa pues se supone una mayor participación de los activos para producir ventas.

Rotación del Activo Total.- indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas. Mientras más alta sea la rotación del activo, más eficientemente será utilizado éste desde el punto de vista financiero.

6.6.3. RAZONES DE RENTABILIDAD

Atiende al rendimiento que generan las utilidades de la empresa, estas razones miden la eficiencia con la cual la empresa es capaz de generar utilidades, reflejan el desempeño operativo, sus riesgos y el efecto del apalancamiento. Estas medidas permiten evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel de ventas dado, de activos o de inversión de los dueños. Las razones analizadas son las siguientes:

□ **Margen de Utilidad Bruta.-** Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que la empresa pagó sus productos.

Es mejor mientras más altas sean sus utilidades brutas y más bajo el costo relativo de las unidades vendidas, entonces este margen determina el porcentaje hasta el

cual los precios de venta unitarios pueden decrecer para no provocar pérdidas en las operaciones.

- **Margen de Utilidad Operacional.-** Calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos.

Se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas. Cuanto mayor sea, mejor.

- **Margen de Utilidad Neta.-** Esta razón mide la utilidad que esta disponible de cada dólar de venta después de que todos los gastos han sido pagados, incluyendo el costo de ventas, los gastos de ventas, generales y administrativos, la depreciación, el interés, y los impuestos. Es mejor mientras más alto sea el índice del margen de utilidad neta, pues representa los logros de la empresa con respecto a sus ganancias sobre las ventas, caso contrario se debe determinar si los precios están muy bajos o los costos demasiado altos.

- **Rendimiento de la Inversión.-** ha menudo se llama rendimiento de los activos totales, determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles, es mejor mientras más alto sea el rendimiento sobre la inversión.

▣ **Rentabilidad del patrimonio.-** Este índice indica la rentabilidad con respecto al patrimonio de la empresa.

▣ **Rentabilidad Financiera.-** La rentabilidad se evalúa en función del capital propio con el que cuenta la empresa para su funcionamiento.

6.6.4. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

La situación de endeudamiento de la empresa indica el monto de dinero de terceros que se utilizan en el esfuerzo por generar utilidades. Normalmente se pone mayor interés en las deudas a largo plazo, ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo a pagar intereses y finalmente a devolver la suma prestada.

▣ **Endeudamiento Externo.-** Esta razón mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa. Mientras mayor sea este índice mayor será la cantidad de dinero de otras personas, que se está utilizando en generar utilidades para los propietarios.

▣ **Endeudamiento Interno.-** La relación patrimonio - activo total, determinará si la empresa tiene autonomía financiera. El ratio muestra la relación entre el capital invertido por los dueños de la empresa y el total del activo utilizado para generar utilidades.

CAPÍTULO VII.

ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.

Un impacto ambiental es el cambio positivo o negativo sobre el bienestar de la salud humana y del ecosistema, entonces la evaluación está dirigida a identificar y predecir el impacto de las acciones humanas, y a interpretar y comunicar la información acerca de los mismos, para que finalmente sea una base en la toma de decisiones.

“En términos generales podríamos definir al medio ambiente como todo aquello exterior al organismo que lo afecta directamente, en particular, todo aquello que afecta su probabilidad de sobrevivir, multiplicarse y prosperar”

El desarrollo económico no implica necesariamente un aumento del deterioro ambiental, más bien requiere de un uso adecuado de los recursos naturales.

7.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

La creación de una hostería en la Parroquia rural San Joaquín de la ciudad de Cuenca permitirá brindar un servicio de calidad como los turistas nacionales y extranjeros se lo merece, con la finalidad de satisfacer sus necesidades en un lugar apartado, amplio y ameno.

Entonces el proyecto fomentará el turismo y el desarrollo de la ciudad de Cuenca y sus áreas de influencia, así como también la población se verá beneficiada económicamente por la afluencia de turistas y la oferta laboral que habrá.

La Hostería, a más de obtener utilidades que irán en beneficio de la empresa, es crear fuentes de trabajo, permitiendo sumarse al motor del crecimiento económico nacional, ya que estamos seguros que la única salida al subdesarrollo es el trabajo, basado en el aprovechamiento del recurso máspreciado: nuestra gente.

7.2. IMPACTO AMBIENTAL

Se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico.

Técnicamente, es la alteración de la línea de base (medio ambiente), debido a la acción antrópica o a eventos naturales.

EL AIRE.

El complejo turístico como tal no va a contaminar el ambiente, por que no va a tener emisiones de humos que causen daños. Los equipos que se emplearán para brindar los servicios no son ruidosos y no producen gases tóxicos para el ser humano.

EL AGUA.

El agua que se utilizará en las instalaciones del complejo turístico será tratada en la cisterna, utilizando hipoclorito de calcio para purificarla, y así evitar enfermedades. El proyecto cuenta con todos los servicios básicos necesarios para su implementación, sobre todo de una red de canalización ideal para eliminar las aguas servidas, sin contaminar el medio ambiente.

Los productos químicos que se utilizarán para la limpieza de las instalaciones del complejo turístico son detergentes, desinfectantes y desodorizantes permitidos, que no afectan a la salud de las personas y del medio ambiente.

EL SUELO.

El suelo a utilizar para la construcción va a sufrir algunos cambios debido al constante pisoteo de los clientes que acuden a visitarlos pero no tendrán problemas como erosión u otros elementos.

La acumulación de desechos sólidos y basura resultantes de las visitas al complejo turístico contaminan el suelo y el ambiente, por lo que es indispensable colocar recolectores de basura en los lugares de mayor afluencia y emprender campañas de limpieza conjuntamente con la Junta Parroquial de San Joaquín.

CUADRO N° 49
EVALUACIÓN AMBIENTAL

COMPONENTES AFECTANTES	COMPONENTES AFECTADOS	EFFECTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Desechos Sólidos	Entorno	Acumulación de basura	Colocar en los sitios de mayor afluencia, recolectores de basura y emprender campañas de limpieza.
Higienización	Agua	Contaminación	Reciclar los desechos y tener un buen control de desagües para evacuar este proceso y evitar la contaminación de la ciudad.
	Suelo	Contaminación	Realizar un estudio de capacidad de carga en las áreas abiertas de la hostería para determinar el número de visitantes que pueden estar al mismo tiempo en un lugar sin erosionar el suelo.
Vehículos	Aire	Enfermedades pulmonares	Ventajosamente por la naturaleza del proyecto este no será un mayor factor contaminante, ya que dentro de la hostería no se permite ninguna clase de vehículos motorizados.

Elaboración: Juan Carlos Pesántez

CAPÍTULO VIII

8.1 CONCLUSIONES

1. De acuerdo con las actuales estadísticas de visitantes nacionales y extranjeros a la ciudad de Cuenca, y las proyecciones técnicas realizadas para los próximos cinco años, podemos apreciar que son muy alentadoras y presentan un escenario óptimo para la implementación del proyecto, que por nuevo y diferente tendrá mucha acogida, ya que se prevé un aumento sostenido de la demanda.
2. En sendas investigaciones de mercado realizada en las ciudades de Cuenca a turistas nacionales y extranjeros actuales, en las ciudades de Quito y Guayaquil para conocer la opinión de turistas nacionales potenciales y por último la realizada en la ciudad de Otavalo para conocer la opinión de turistas extranjeros potenciales, se estableció que el proyecto tiene una aceptación de más del 70%, y por ende según este estudio el proyecto es totalmente viable.
3. Las estrategias que se utilizaron en el estudio de mercado arrojaron diversos resultados, de esta manera se estableció que la hostería aplicará la mezcla de marketing como son las 4 P's: Producto, Precio, Plaza y Promoción, con el objetivo de lograr un gran posicionamiento en el mercado meta, y llegar a ser competitivos.

4. La inversión inicial requerida para el proyecto en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo asciende a \$ 344.316.81 dólares, de los cuales el 58 % será financiada por los proponentes del proyecto, y el restante 42 % corresponde a un financiamiento del Banco del Pichincha.
5. La tasa Interna de Retorno para el inversionista es del 11.95%, superior al costo de oportunidad que es de 5.10%, el valor actual neto de un proyecto se calcula en base al costo de oportunidad que en este caso es mayor que cero (0), proporcionando un valor de \$75.890,02 dólares, haciendo viable la creación del proyecto.
6. El período de recuperación de la inversión se tardará aproximadamente 2.07 años, tiempo en el cual la compañía recibirá flujos de efectivo que serán iguales al monto invertido.
7. El costo beneficio obtenido es de 1.22, lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se recupera adicionalmente 0.22 dólares, que es un resultado muy favorable para la viabilidad del proyecto.

8.2 RECOMENDACIONES

1. La hostería debe cumplir fielmente los postulados descritos en su misión y asegurarse de que el talento humano comulgue con la idea de que la excelencia en el servicio es una vocación que se la puede perfeccionar y debe

ser entendida como una misión. La publicidad más importante es la que nos da gratuitamente un cliente satisfecho.

2. Establecer estrategias que permitan mantener, desarrollar y mejorar continuamente los servicios ofertados y una constante revisión de los procesos para controlar los costos sin sacrificar la calidad, para de esta manera hacer más rentable el negocio.
3. No descuidar el talento humano y mantener como política corporativa su capacitación constante para alcanzar los objetivos de excelencia y también velar por su bienestar brindándoles un excelente ambiente del trabajo libre de todo tipo de discriminación, violencia o acoso, para de esta manera cumplir con los fines sociales que serán otro aporte de la empresa a la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

1. Baca, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Mc Graw-Hill, México, 1995
2. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Cuenta Satelital de Turismo Ecuador 2011.
3. CHAN Kim W., MAUBORGNE Renée, La Estrategia Del Océano Azul, Editorial Norma S.A., Bogotá Colombia 2008
4. Código de la Salud, Ecuador
5. Contreras, marco. Formulación y evaluación de proyectos. Santafé de Bogotá: UNAD, 2010
6. Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina, Quinta Edición Pág. 92
7. Frank, Robert, Microeconomía y Conducta, Mc Graw Hill, Bogota, 2009.
8. GRAHAM, John, Marketing Internacional, Mc Graw Hill, México 2006.
9. Ley de Régimen Municipal (Cuenca) 2012
10. Ley de Régimen Tributario Interno 2012
11. Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2012 Microsoft Corporation.
Reservados todos los derechos.
12. Nassir Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, México.
13. VARELA, Rodrigo. “Innovación Empresarial–Arte y Ciencia en la creación de empresas”. 2da. Edición. Editorial Pearson. Bogotá Colombia. 2001

INTERNET:

14. www.bce.fin.ec

15. www.cfn.com
16. www.ieeeexplore.ieee.org
17. www.inec.gov.ec
18. www.monografías.com/Estrategias-del-producto
19. www.scielo.org
20. www.turismo.gov.ec
21. www.wikipedia.com
22. www.worldwidescience.org

ANEXOS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

SEDE GUAYAQUIL

FACULTAD DE HOTELERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

ENCUESTA DE OPINIÓN

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES ACTUALES EN LA CIUDAD DE CUENCA

Gracias por acceder a completar esta encuesta, sus respuestas ayudarán a implementar una hostería temática en la ciudad de Cuenca.

1. Edad (años): 18-29 ☐ b. 30-39 ☐ c. 40-49 ☐ d. 50-59 ☐ e. 60-69 ☐ f. 70-79 ☐ g. 80 o más ☐

2. Ocupación.

a. Estudiante	☐	d. Profesional	☐
b. Empleado	☐	e. Comerciante	☐
c. Ama de Casa.	☐	f. Jubilado	☐

g. Otra (especifique) _____

3. Es usted: Hombre ☐ mujer ☐

4. Usted realiza su visita a la ciudad de Cuenca por:

a. Vacaciones	☐
b. Negocios	☐
c. Visitas Familiares	☐

d. Otra (especifique) _____

5. ¿Con qué frecuencia viaja a la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

a. Primera vez	☐	c. Dos veces al año	☐
b. Una vez al año	☐	d. Más de tres veces al año	☐

6. ¿Cómo realiza su visita?

a. En forma individual	☐	d. En grupo organizado por agencia de viajes	☐
b. En familia	☐	e. Otros (especifique) _____	
c. Con amigos	☐		

7. Los servicios de hospedaje que hay en la zona ¿Han cubierto sus expectativas?

Si ☐
No ☐

8. ¿De cuantos días será su estadía en su actual lugar de alojamiento?

a. 1 a 2 noches	☐	c. 6 a 8 noches	☐
b. 3 a 5 noches	☐	d. Otra (especifique) _____	

9. ¿Cuales de estas características considera importante al momento de escoger un lugar de alojamiento?
(Valorar del 1 al 6, dónde 1 es “Más Importante” y 6 es “Menos Importante”)

a. Comodidad			e. Comida		
b. Diversión			f. Seguridad		
c. Limpieza					
d. Precio					

10. ¿Sabe usted lo que es una Hostería con temática de carácter Medieval?

- a. Si ☐
- b. No ☐
- c. Tengo idea ☐

11. ¿Que le parece la idea de una Hostería de temática medieval, donde se recree el ambiente de hace 800 años y se viva, de acuerdo a la época, a la luz de las velas, sin aparatos eléctricos pero con excelente servicio y confort?

- a. Excelente Idea ☐
- b. Buena Idea ☐
- c. Mala Idea. ☐
- d. Otra (especifique)_____

12. ¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

- a. Si ☐
- b. No ☐
- c. Tal Vez ☐

13. ¿En caso de alojarse en una hostería temática con las características mencionadas anteriormente, cuanto estaría dispuesto a pagar por persona?

- a. 40 – 50 Dólares ☐
- b. 50 – 60 Dólares ☐
- c. 60 – 70 Dólares ☐
- d. Más de 70 Dólares ☐

14. Indique la fuente de información elegida para reservar un sitio de alojamiento (marque solo una opción).

- a. Prensa y Revistas ☐
- b. Agencia de Viajes ☐
- c. Libros/guías turísticas ☐
- d. Internet ☐
- e. Amigos o conocidos ☐
- f. Otros (especifique)_____

15. ¿Cual es su ciudad de origen?

Comentarios_____

GRACIAS

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF THE EQUATOR
SEDATED GUAYAQUIL
HOTELERIA's FACULTY CAREER OF ENGINEERING IN HOTEL ADMINISTRATION
PUBLIC-OPINION POLL

Thank you for agreeing to complete this survey, your answers will help to implement a thematic inn in the city of Cuenca.

CURRENT FOREIGNERS VISITORS SURVEY IN THE CITY OF CUENCA

1. How old are you?
18-29 ☐ b. 30-39 ☐ c. 40-49 ☐ d. 50-59 ☐ e. 60-69 ☐ f. 70-79 ☐ g. 80 o más ☐

2.- Profession

- | | |
|---|--|
| a. Student ☐ | d. Professional ☐ |
| b. Employee ☐ | e. Trader ☐ |
| c. Household duties. ☐ | f. Retired ☐ |

3. - Are you: Male ☐ Female ☐

4. - People visit Cuenca for a variety of different reasons. What were these?

- | | |
|--|--------------------------|
| a. Vacations ☐ | ☐ |
| b. Bussines ☐ | ☐ |
| c. Visit family / friends ☐ | ☐ |

d.another _____

5. - How often do you travel to Cuenca?

- | | |
|--|---|
| a. This is my firs time ☐ | c. Twice in the year ☐ |
| b. One time in the year ☐ | d. More than three times ☐ |

- 6.-How many persons are you travelling with?

- | | | |
|---|--|--|
| a. By myself ☐ | d. In Group as tour package ☐ | |
| b. with family ☐ | e. Otros (especifique) _____ | |
| c. friends ☐ | | |

7. - How would you describe the service that you have received from the hotel?

- | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Excelent ☐ | Fair ☐ | |
| Good ☐ | Poor ☐ | |

- 8.- How many days will you spend in your hotel?

- | | | |
|--|--|--|
| a. 1 a 2 nights ☐ | c. 6 a 8 nights ☐ | |
| b. 3 a 5 nights ☐ | d. Other _____ | |

- 9.- Who of the following features considers more important to the moment to choose a place to lodge?. To value from the 1 to 6, where 1 is less important and 6 more importantly

a. Comfort		d. Price	
b. Amusement		e. Food	
c. Cleanliness		f. Safety	

10. Do you know what an inn of medieval subject matter is?

- a. yes ☐
- b. No ☐
- b. I have idea ☐

11 - How looks like to you the idea of an Inn of medieval subject matter, where there enjoys itself the environment of 800 years ago and is lived, in agreement to the epoch, in the light of the candles, without electrical devices but with excellent service and comfort?

- a. Excellent ☐
- b. Good idea ☐
- c. Bad idea ☐
- d. Different idea (describe)_____

12.- Would you lodge at an Inn of this type if it was available in the city of Cuenca or his surroundings?

- a. Yes ☐
- b. Not ☐
- c. Maybe ☐

13.- In case of lodging at a thematic inn with the characteristics mentioned previously, all that would be ready to pay for person?

- a. 40 – 50 Dollars ☐
- b. 50 – 60 Dollars ☐
- c. 60 – 70 Dollars ☐
- d. Más de 70 Dollars ☐

14.- Indicate the source of information chosen to reserve a site of housing (mark only an option).

- | | |
|--|--|
| a. Newspaper or magazine advertisements ☐ | d. Internet ☐ |
| b. Travel agencies in your country ☐ | e. friends, relatives ☐ |
| c. Travel guides / books ☐ | f. Others, specify_____ |

15.-Where you from? Name of the country.

Coments.

THANKS !

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

SEDE GUAYAQUIL

FACULTAD DE HOTELERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

ENCUESTA DE OPINIÓN

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES POTENCIALES EN LAS CIUDADES DE Guayaquil Y Quito

Gracias por acceder a completar esta encuesta, sus respuestas ayudarán a implementar una hostería temática en la ciudad de Cuenca.

1. ¿Cuál es su edad?

18-29 ☐ b. 30-39 ☐ c. 40-49 ☐ d. 50-59 ☐ e. 60-69 ☐ f. 70-79 ☐ g. 80 or more ☐

2.- Es usted: Hombre ☐ Mujer ☐

3. ¿Cuál es su ciudad de origen dentro del Ecuador?

4. ¿Cuál es el máximo nivel de educación que ha completado?

- ☐ Ninguno
☐ Primaria
☐ Secundaria
☐ Universidad
☐ Posgrado o superior

5. ¿Ha visitado o tiene la intención de visitar la ciudad de Cuenca?

- ☐ Si la he visitado
☐ No, no he visitado aun, pero me gustaría visitar el destino
☐ No voy a visitar el destino

6.. ¿Cuáles son las razones que usted tiene para visitar un destino en particular? (por favor escriba el número apropiado para cada respuesta: 1 menos importante, 5 muy importante)

- | | | | |
|---|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| a. Por la naturaleza / vida silvestre | ☐ | g. Nada en particular, solo viajar | ☐ |
| b. Ciudades, museos | ☐ | h. sol, playa / relax | ☐ |
| c. Por tener una nueva experiencia personal | ☐ | i. Visita a familiares | ☐ |
| d. Historia, Arqueología | ☐ | j. Compras | ☐ |
| e. Aislamiento, escapar de todo | ☐ | | |
| f. Conocer gente, compartir experiencias | ☐ | | |

7. Cuando planea un viaje ¿Quién o qué le incentiva a Usted a escoger un destino de viaje? (por favor encierre la opción más adecuada para ud.

- | | |
|---|---|
| a. Reportajes/documentales en TV. Periódicos o revistas | c. Agencias de viaje |
| b. Anuncios en buses o terminales | d. Recomendaciones de otros turistas que ya han visitado el destino |

- e. Guías de viajero
- f. Ferias de turismo

g Internet

8. Cuales de las siguientes características considera importantes al momento de escoger un lugar de alojamiento.

	NADA IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE..
a. Comodidad		
b. Diversión		
c. Limpieza		
d. Precio		
e. Comida		
f. Seguridad		

9. ¿Sabe usted lo que es una Hostería Temática de carácter Medieval?

- a. Si ☐
- b. No ☐
- c. Tengo idea ☐

10. ¿Que le parece la idea de una Hostería de temática medieval, donde se recree el ambiente de hace 800 años y se viva, de acuerdo a la época, a la luz de las velas, sin aparatos eléctricos pero con excelente servicio y confort?

- a. Excelente Idea ☐
- b. Buena Idea ☐
- c. Mala Idea. ☐
- d. Otra (especifique)_____

11. ¿Se hospedaría en una Hostería de este tipo si estuviera disponible en la ciudad de Cuenca o sus alrededores?

- a. Si ☐
- b. No ☐
- c. Tal Vez ☐

12. ¿En caso de alojarse en una hostería temática considera ud. que es más conveniente el sistema Todo incluido en un mismo precio (hospedaje, comidas, bebidas, entretenimiento) o cree que es mejor pagar todo por separado.

- a. Todo incluido ☐
- b. Por separado ☐

Comentarios_____ Gracias!

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF THE EQUATOR
SEDATED GUAYAQUIL
HOTELERIA's FACULTY CAREER OF ENGINEERING IN HOTEL ADMINISTRATION
PUBLIC-OPINION POLL

Thank you for agreeing to complete this survey, your answers will help to implement a thematic inn in the city of Cuenca.

POTENTIAL FOREIGNERS VISITORS SURVEY IN THE CITY OF OTAVALO

2. How old are you?

18-29 ☐ b. 30-39 ☐ c. 40-49 ☐ d. 50-59 ☐ e. 60-69 ☐ f. 70-79 ☐ g. 80 o más ☐

2.- Are you:

Male ☐ Female ☐

3. What is your citizenship (name of country)?

4. What is the highest level of education that you have completed?

- ☐ None
- ☐ Primary
 - ☐ Secondary
- ☐ University
- ☐ Postgraduate

5. Have you visited or will visit the destination of Cuenca?

- ☐ Yes I have visited the destination
- ☐ No, I have not visited yet, but probably I will
- ☐ No, I will not visit the destination

6. Which are the reasons that you have to visit a destination especially?. Please write the number adapted for every response: 1 less importantly, 5 very importantly to.

- | | |
|--|---|
| a. For the nature / wild life? | g. Not especially, only at all to travel? |
| ☐ b. Cities, museums? | ☐ h. the Sun, beach / relaxation? I. |
| ☐ c. For having a new personal experience? | ☐ i. To visit relatives? |
| ☐ d. History, Archaeology? | ☐ |
| ☐ e. And. Isolation, to escape of everything? | j. Do you buy? ☐ |
| ☐ f. People to know, to share experiences? ☐ | |

7. When you plans a trip who or does what stimulate to You to choose a destination of trip? (Please enclose the option most adapted for ud. to.

- | | |
|---|-------------|
| a. Articles / documentaries in TV.
Newspapers or magazines | g. Internet |
| b. Announcements in buses or terminuses | |
| c. Agencies of trip | |
| d. Recommendations of other tourists who already have visited the destination | |
| e. Guides of traveler | |
| f. Fairs of tourism | |

8. Who of the following features considers more important to the moment to choose a place to lodge?. To value from the 1 to 6, where 1 is less important and 6 more importantly.

a. Comfort	
b. Amusement	
c. Cleanliness	
d. Price	
e. Food	
f. Safety	

9. Do you know what an inn of medieval subject matter is?

- a. yes ☐
- b. No ☐
- b. I have idea ☐

10 - How looks like to you the idea of an Inn of medieval subject matter, where there enjoys itself the environment of 800 years ago and is lived, in agreement to the epoch, in the light of the candles, without electrical devices but with excellent service and comfort?

- a. Excellent ☐
- b. Good idea ☐
- c. Bad idea ☐
- d. Different idea (describe) _____

11.- Would you lodge at an Inn of this type if it was available in the city of Cuenca or his surroundings?

- a. Yes ☐
- b. Not ☐
- c. Maybe ☐

12. In case of lodging at a thematic inn do you think that there is more suitable the system all inclusive in the same price (accommodations, food, drinks, and entertainment) or believes that it is better to pay everything separately.

- a. All inclusive ☐ b. Separately? ☐

Coments.

THANKS !

FORMULARIO DE RESUMEN DE TESIS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRAFICO DE TESIS

ESCUELA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

HOTELERAS

TÍTULO: “IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA DE TEMÁTICA MEDIEVAL
EN LA PARROQUIA RURAL SAN JOAQUÍN DE LA CIUDAD DE CUENCA, EN
LA PROVINCIA DEL AZUAY DE NOMBRE „MEDIEVAL PARTY”
”

AUTOR: JUAN CARLOS PESÁNTEZ CASTILLO.

DIRECTOR: Ing. XAVIER MIRANDA AYALA.

FECHA DE ENTREGA DE TESIS:

Día: 4

Mes: FEBRERO

Año: 2013

GRADO ACADÉMICO OBTENIDO:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

No. Págs.: 300
No. Planos: 7

No. Ref. Bibliográfica: 19

No. Anexos: 4

RESUMEN

DESCRIPCIÓN.

El presente trabajo de titulación trata sobre un innovador proyecto en la industria de la hospitalidad, concretamente una hostería, que brindará una experiencia totalmente diferente en cuanto a la oferta existente en el mercado hotelero regional: Se trata de una hostería con temática medieval.

Una hostería temática es aquella que sigue una línea argumental, tanto en el diseño estructural como en la decoración, que sirve de inspiración al tema al que hace referencia, en este caso a aquella época que atravesó la humanidad que fue la Edad Media.

La Edad Media o Medioevo es el período histórico de la civilización occidental comprendido entre el siglo V y el XV. Su comienzo se sitúa en el año 476 con la caída del Imperio romano de Occidente y su fin en 1492 con el descubrimiento de América.

La idea de crear este hostería, que estará ubicado dentro de una propiedad de 7 has. Es poder recrear la vida sencilla del campo en aquella etapa de la

humanidad, donde no había la tecnología ni los avances científicos de los que hoy disfrutamos. Sin embargo la vida era posible y sobretodo apacible.

La misión es “transportar” a los huéspedes, durante su estadía, en el tiempo hasta aquella época, que será recreada tanto en el diseño de la hostería como en su equipamiento a la época medieval.

Comodidades cotidianas a las que se está acostumbrado en las grandes y pequeñas ciudades serán eliminadas y se creará ventaja competitiva en el hecho de no tenerlas y se dará especial cuidado a la calidad de los servicios.

La iluminación será a base de velas, el mobiliario una reproducción lo más fiel posible a la usada en aquella época, el uniforme de los empleados será el que usaban los “siervos” de aquella época, los alimentos serán servidos en vasijas de barro y se usaran solamente cucharas pequeñas fabricadas artesanalmente a base de palo.

Por su puesto que se hará una excepción en lo relativo a seguridad, cocción, preservación de alimentos y limpieza, que se usará lo más moderno en cuanto a equipamiento e insumos.

Aplicando los conocimientos adquiridos en base a los estudios y salidas de campo a lo largo de la carrera, el hotel en el proyecto está ideado a ser autosustentable: en cuanto a los materiales usados en la construcción, que será de barro (adobe), el mobiliario y a los insumos a usarse en el mismo. Todas las verduras, lácteos y derivados se cultivaran orgánicamente en la propiedad de la hostería.

Para el desarrollo del proyecto se pondrá en practica técnicas y herramientas administrativas, una de ellas es factor clave e inicial que conlleva al éxito del proyecto, esto es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como son: publicidad, la competencia existente en el mercado, precios, capacitación del talento humano, forma de plantearse estrategias, etc.

La hostería estará convenientemente ubicada en la ciudad de Cuenca, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 1999 por la UNESCO.

El destino turístico Cuenca es considerado como uno de los más importantes del Ecuador a nivel internacional y ha sido reconocido en varias páginas Web y revistas especializadas de relevancia mundial, tal como se explica en el primer capítulo.

VALORES AGREGADOS, APORTES DE LA TESIS A SU PROFESIÓN, A LA SOCIEDAD:

En el capítulo 2 que trata sobre el estudio de mercado, se realizó un gran trabajo de investigación para tener una clara idea de quienes están visitando Cuenca, porque lo hacen, como lo hacen, donde se están hospedando, con que expectativas vienen y si al momento de irse esas expectativas se cumplieron.

Como valor agregado podemos señalar que las 368 encuestas de opinión que sirvieron como referencia para el desarrollo estratégico del proyecto, se lo dividió en cuatro grupos y fue recogida en 4 ciudades y se lo realizó de la siguiente manera:

1. TURISTAS NACIONALES ACTUALES QUE SE ENCONTRABAN EN LA CIUDAD DE CUENCA (61 PERSONAS, 17%)
2. TURISTAS EXTRANJEROS ACTUALES QUE SE ENCONTRABAN EN LA CIUDAD DE CUENCA. (92 PERSONAS, 25%)
3. TURISTAS NACIONALES POTENCIALES (OPINIONES RECOGIDAS EN LA CIUDAD DE QUITO A 61 PERSONAS, 16%, Y GUAYAQUIL A 62 PERSONAS, 17%)

4. TURISTAS EXTRANJEROS POTENCIALES (OPINIONES RECOGIDAS EN LA CIUDAD DE OTAVALO A 92 PERSONAS, 25%)

Sin duda alguna la tabulación y análisis del resultado de estas encuestas, como se lo muestra en el capítulo 2, son muy reveladores en cuanto a preferencias y el tipo de turistas nacionales y extranjeros que visitan el destino Cuenca.

Esto es un significativo aporte del autor del proyecto para los profesionales en hotelería y para los inversionistas que estén interesados en el sector turístico-hotelero del creciente destino Cuenca, ya que será un material de consulta y una guía para la toma de decisiones. Otro importante aporte para los profesionales del sector turístico es el hecho de descubrir porque ciertos importantes grupos de turistas con alto poder adquisitivo no están visitando el destino, ya que servirá de referencia para impulsar y promocional el destino para de esta manera atraerlos. Los detalles y el análisis se realizan en el capítulo 2.

Como aporte a la sociedad señalaremos, como se demuestra en el estudio y análisis financiero, al ser un proyecto viable es 100% recomendable y por lo tanto ejecutable, creará más de 100 empleos de manera directa e indirecta. Promocionará el turismo en el país y especialmente a esta pintoresca parroquia

rural de Cuenca, atrayendo más inversión, turistas y por lo tanto bienestar y prosperidad. Como se explica en los capítulos 3 y 4, la hostería será un lugar para trabajar libre de discriminación por cualquier causa que prohíben las leyes y la ética, por lo tanto se exportarán estos valores corporativos, lo que será otro aporte a la sociedad.

SUGERENCIAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES:

Para ser siempre competitivos y lograr ser un destino turístico a escala internacional, de tal manera que esta actividad tenga un importante aporte al PIB del país, se recomienda siempre estar al tanto de los gustos y preferencias de los turistas que visitan el destino Cuenca, por medio de estudios de mercado, ya que estos gustos y preferencia son siempre cambiantes y es menester evolucionar armónicamente a la par de ellos para satisfacer las necesidades que se desprenden de estos con excelencia en servicio y atención, sin descuidar el medio ambiente, escenario en el cual se desarrolla toda actividad turística.

La promoción es una importante fuente de atraer visitantes y el enfoque que se le dé a dicha promoción también para de esta manera lograr alcanzar los objetivos y metas, por lo tanto las autoridades involucradas en esta importante misión no

deben descuidar esto. Cuenca ofrece tanto: cultura, arte, naturaleza, deportes extremos, estilos de vida, artesanías, orfebrería, arquitectura colonial, etc., que el enfoque requiere unir fuerzas entre todos los que se dedican al negocio turístico-hotelero para que haya unidad de criterio y por lo tanto de visión.

Finalmente no olvidarse siempre que la capacitación es vital en el maravilloso mundo de la hospitalidad, como futuro profesional en hotelería sostengo que la actitud de servicio es vital para dedicarse a ella, y solo la capacitación constante y la experiencia que se va adquiriendo moldean a un excelente profesional. Nada más simple que eso.

PALABRAS CLAVES:

MATERIA PRINCIPAL: Hostería temática, medieval, Edad Media, ventaja competitiva, Patrimonio Cultural de la Humanidad, Cuenca, destino Cuenca, parroquia rural San Joaquín, Centro Histórico.

MATERIA SECUNDARIA: ETAPA, EMTPC, UNESCO, 1999, 368 encuestas, rural, MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador)

TRADUCCIÓN AL INGLÉS

TITLE: " IMPLEMENTATION OF AN INN OF MEDIEVAL SUBJECT MATTER IN THE RURAL PARISH SAN JOAQUÍN OF THE CITY OF CUENCA, IN THE PROVINCE OF THE AZUAY OF NAME „ MEDIEVAL PARTY „ "

ABSTRACT:

The present work of qualifications treats on an innovative project in the industry of the hospitality, concretely an inn, that it will offer a totally different experience as for the existing offer on the hotel regional market: it is a question of an inn with medieval subject matter.

A thematic inn is that one that follows a plot line, both in the structural design and in the decoration, which uses as inspiration to the topic to which it refers, in this case to that epoch that there crossed the humanity that was the Middle Ages.

The Middle Ages is the historical period of the western civilization understood between the V century and the XV. Its beginning places in the year 476 with the fall of the Roman Empire of West and his end in 1492 with the discovery of America.

The idea of creating this one inn, which will be located inside a property of 7 has. It is to be able to recreate the simple life of the field in that stage of the humanity, where there were neither the technology nor the scientific advances which today we enjoy. Nevertheless the life was possible and a pleasant overcoat.

The mission is "to transport" the guests, during his demurrage, in the time up to that epoch, which will be recreated both in the design of the inn and in his equipment to the medieval epoch.

Daily comforts to which one is accustomed in the big and small cities will be eliminated and competitive advantage will be created in the fact of not having them and one will give special care to the quality of the services. The lighting will be based on candles, the furniture an as faithful as possible reproduction to used in that epoch, the uniform of the employees will be the one that there were using the "serfs" of that epoch, the food will be served in jars of mud and were using only small handcraft-made spoons based on stick.

For its since an exception will be done in the relative thing to safety, boiling, preservation of food and cleanliness, which will use the most modern thing as for

equipment and inputs. Applying the knowledge acquired on the basis of the studies and field exits along the career, the hotel in the project is designed to being autosustainable: as for the materials used in the construction, which will be of mud (adobe), the furniture and to the inputs to be using in the same one. All the

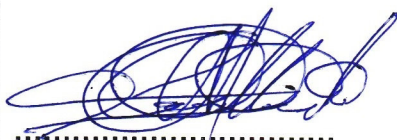
vegetables, lacteal and derivatives were cultivated organically in the property of the inn.

For the development of the project it will put in practice technical and administrative tools, one of them is a key and initial factor that he carries to the success of the project, this is to carry out a market research, as a whole with a series of investigations since they are: advertising, the existing competition on the market, prices, training of the human talent, way of strategies appearing, etc. The inn will be suitably located in the city of Cuenca, declared Cultural Heritage of the Humanity in the year 1999 for the UNESCO.

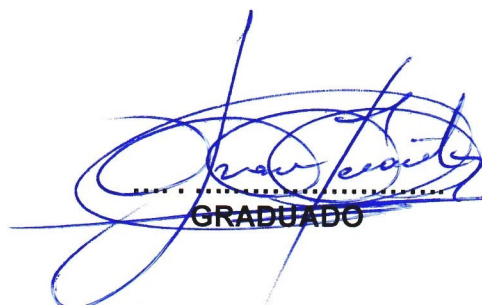
The tourist destination Cuenca is considered to be one of the most important of the Ecuador worldwide and has been recognized in several web pages and specialized magazines of world relevancy, as it explains in the first chapter.

KEYS WORDS:

Hostería temática, Medieval, Edad Media, ventaja competitiva, Patrimonio Cultural de la Humanidad, Cuenca, destino Cuenca, parroquia rural San Joaquín, Centro Histórico, ETAPA, EMTPC, UNESCO, 1999, 368 encuestas, rural, MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador)

FIRMAS:

DIRECTOR



GRADUADO