



ESCUELAS DE
HOTELERÍA Y TURISMO

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y GESTIÓN AMBIENTAL

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL CON TEMÁTICA
COLONIAL EN EL MUNICIPIO DE RUMIÑAHUI, PARROQUIA SANGOLQUÍ”**

Autor

Mateo Josué Suquillo Hidalgo

Director

Carlos Rene Garrido Cornejo

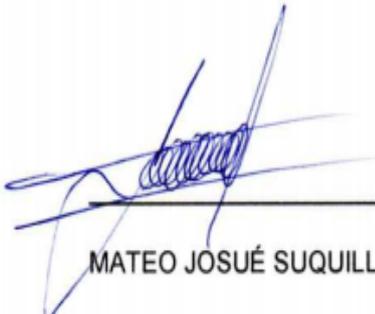
Junio 2021

D.M. de Quito – Ecuador

CERTIFICACIÓN

Yo, MATEO JOSUÉ SUQUILLO HIDALGO declaro bajo juramento que los criterios emitidos en el plan de investigación, contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas aquí descritas son de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



MATEO JOSUÉ SUQUILLO HIDALGO

Yo, CARLOS RENE GARRIDO CORNEJO, certifico que conozco al autor del presente trabajo de investigación, siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

CARLOS RENE
GARRIDO
CORNEJO

Firmado digitalmente por
CARLOS RENE GARRIDO
CORNEJO
Fecha: 2021.06.12 21:14:46
-05'00'

CARLOS RENE GARRIDO CORNEJO

Director de la Tesis

Agradecimiento

“El ganador nunca desiste, y si te dan agradece, la vida es así de simple”

Primeramente, quiero agradecer a mi padre celestial Dios, que gracias a sus bendiciones he podido culminar mi carrera con éxito.

A mis padres Miguel Suquillo y Paulina Hidalgo, que, gracias a su esfuerzo y apoyo brindado, he podido lograr cada uno de mis sueños y metas propuestas. Gracias por ser mi inspiración de triunfo, porque sin el apoyo de ustedes nada de esto sería posible.

A Carlos Garrido mi tutor de tesis, y todos los profesores que fueron parte de este hermoso camino universitario, gracias por toda su paciencia, y apoyo brindado dentro de mi proceso académico.

Gracias a mis compañeros, profesores por tantas enseñanzas y hermosas experiencias vividas dentro de esta etapa.

Gracias a todas estas personas por ser parte de este nuevo logro.

Dedicatoria

Quiero dedicar este nuevo logro a mis padres y a Dios.

Gracias por todas sus enseñanzas, valores y sobre todo gracias por su amor y bendiciones hacia a mí.

Ustedes son mi motivo de seguir adelante y tener esa hambre de victoria siempre, porque esto recién comienza.

INDICE

I.PLAN DE INVESTIGACIÓN	1
II.INTRODUCCIÓN	1
III.TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
IV.PLANTEAMIENTO, FORMULACIÓN, SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	2
V. OBJETIVOS.....	3
VI. JUSTIFICACIÓN.....	4
VII. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	5
VIII. MARCO TEÓRICO	7
1. CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN.....	13
1.1. La parroquia urbana de Sangolquí.....	19
1.1.1. Ubicación.....	19
1.1.2. Historia	20
1.1.3. Aspecto socio cultural.....	21
1.1.4. Aspecto económico	22
1.1.4.1. Empleo	22
1.1.4.2. Actividades económicas	23
1.2. Situación turística del cantón Rumiñahui	24
1.2.1. Superestructura	26
1.2.2. Demanda.....	29
1.2.3. Infraestructura	29
1.2.3.1. Servicios básicos.....	29
1.2.3.1. Transporte	30
1.2.3.2. Caminos	31
1.2.3.3. Servicios.....	32
1.2.4. Atractivos.....	35
1.2.5. Equipamiento.....	37
1.2.6. Comunidad receptora	38

1.3.	Análisis DAFO	39
2.	CAPITULO II. DIAGNÓSTICO	40
2.1.	Macroentorno (Análisis Pestal)	40
2.1.1.	Factores políticos	40
2.1.2.	Factores económicos.....	41
2.1.3.	Factores sociales.....	45
2.1.4.	Factores tecnológicos.....	46
2.1.5.	Factores ambientales	49
2.1.6.	Factores legales	52
2.2.	Microentorno.....	56
2.2.1.	Poder de negociación de los proveedores	57
2.2.2.	Rivalidad entre competidores	58
2.2.3.	Amenaza de nuevos competidores.....	59
2.2.4.	Amenaza de productos sustitutos	59
2.2.5.	Poder de negociación de los clientes.....	60
2.3.	Aplicación de instrumento a visitantes del cantón Rumiñahui	60
2.3.1.	Objetivo	60
2.3.2.	Determinación de la población y del tamaño de muestra.....	60
2.3.3.	Resultados	65
2.3.4.	Perfil de cliente	74
3.	CAPÍTULO III.PROPUESTA.....	75
3.1.	Aspectos operativos	75
3.1.1.	Localización.....	75
3.1.2.	Temática del hostel.....	76
3.1.2.1.	Elementos	76
3.1.2.2.	Vegetación	78
3.1.2.3.	Decoración	78
3.1.2.4.	Elementos decorativos	79
3.1.3.	Misión y visión	81
3.1.4.	Recursos humanos.....	81
3.1.5.	Estructura organizacional	82

3.1.6.	Funciones.....	83
3.1.6.1.	Gerencia.....	83
3.1.6.2.	House Keeping.....	84
3.1.6.3.	Alimentos y bebidas.....	85
3.1.6.4.	Recepción	86
3.2.	Aspectos técnicos.....	87
3.2.1.	Procesos	87
3.2.2.	Proceso de reservas.....	88
3.2.3.	Proceso de alojamiento	90
3.2.4.	Proceso de compras.....	92
3.2.5.	Proceso de inventario	94
3.3.	Aspectos económicos.....	95
3.3.1.	Inversiones	96
3.3.1.1.	Inversión en construcción	96
3.3.1.2.	Inversión en mobiliario y equipos.....	97
3.3.1.3.	Capital de trabajo	100
3.3.1.4.	Inversión inicial	101
3.4.	Financiación de la inversión.....	102
3.5.	Costos	103
3.6.	Gastos.....	104
3.6.1.	Remuneración personal.....	104
3.6.2.	Gastos comerciales	105
3.7.	Depreciación de activos.....	106
3.8.	Ingresos.....	106
3.9.	Política de precios	106
3.10.	Plan de ventas.....	107
3.11.	Estado de resultados	108
3.12.	Balance de situación Inicial.....	109

3.13.	Valoración del plan de negocios	109
3.13.1.	Valor Actual Neto (VAN)	110
3.13.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	110
	CONCLUSIONES.....	112
	RECOMENDACIONES	114
4.	Bibliografía	115
5.	Anexos	131

Índice de tablas

Tabla 1. Población económicamente activa	22
Tabla 2. Actividades económicas	23
Tabla 3. Superestructura	27
Tabla 4. Transporte	30
Tabla 5. Vías principales	31
Tabla 6. Abastecimiento	32
Tabla 7. Conectividad.....	33
Tabla 8. Nivel de educación	34
Tabla 9. Empresas turísticas	37
Tabla 10. Comunidad receptora	39
Tabla 11. Uso de redes sociales	47
Tabla 12. Software de gestión hostelera	48
Tabla 13. Requisitos hostel dos estrellas	54
Tabla 14. Análisis de microentorno	56
Tabla 15. Sector hostelero de Sangolquí.....	58
Tabla 16. Establecimientos de dos estrellas en Rumiñahui	61
Tabla 17. Tipo de visitante establecimientos dos estrellas en Rumiñahui.....	63
Tabla 18. Administraciones zonales	64
Tabla 19. Selección de ubicación	75
Tabla 20. Requerimientos de puesto gerente	83
Tabla 21. Requerimientos de puesto personal de limpieza.....	85
Tabla 22. Requerimientos de puesto cocinero.....	85
Tabla 23. Requerimientos mesero.....	86
Tabla 24. Requerimientos de puesto recepcionista	87
Tabla 25. Caracterización de proceso de reserva	88

Tabla 26. Caracterización del proceso de alojamiento	90
Tabla 27. Caracterización del proceso de compras.....	92
Tabla 28. Caracterización proceso de inventario.....	94
Tabla 29. Inversión de construcción	97
Tabla 30. Equipamiento habitaciones.....	97
Tabla 31. Equipamiento cafetería.....	98
Tabla 32. Equipamiento cocina	98
Tabla 33. Equipamiento recepción	99
Tabla 34. Equipamiento lavandería	99
Tabla 35. Otros de alojamiento y limpieza	99
Tabla 36. Sistema de seguridad.....	100
Tabla 37. Capital de trabajo	100
Tabla 38. Inversión Inicial.....	101
Tabla 39. Aporte de socios.....	101
Tabla 40. Recursos de terceros.....	102
Tabla 41. Financiamiento	102
Tabla 42. Costos	103
Tabla 43. Estructura de costos fijos y variables.....	103
Tabla 44. Planilla de pagos mensual a empleados.....	104
Tabla 45. Planilla mensual del empleador	104
Tabla 46. Proyección anual de los gastos por recursos humanos	105
Tabla 47. Gastos comerciales	105
Tabla 48. Gastos servicios básicos	105
Tabla 49. Precio de Venta del Servicio.....	107
Tabla 50. Plan de ventas.....	107
Tabla 51. Proyección de ingresos	108

Tabla 52. Estado de Resultados Proyectado Anual.....	108
Tabla 53. Balance de Situación	109
Tabla 54. Flujo de Caja Libre Proyectado Anual.....	109

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación	19
Figura 2. Cobertura de servicios básicos.....	30
Figura 3. Análisis DAFO	39
Figura 5. Producto Interno Bruto	41
Figura 6, Contribución del turismo al PIB	42
Figura 7. Ocupación y tarifas sector de alojamiento	43
Figura 8. Tasa de alojamiento	44
Figura 9. Generación de empleo por alojamiento	44
Figura 10. Generación de empleo por ciudad.....	45
Figura 11. Edad de los encuestados	65
Figura 12. Género de los encuestados.....	66
<i>Figura 13. Género</i>	<i>66</i>
Figura 14. Instrucción de los encuestados	66
Figura 15. Ingresos de los encuestados	67
Figura 16. Aceptación del servicio.....	68
Figura 17. Elementos relevantes	68
Figura 18. Áreas requeridas	69
Figura 19. Servicios requeridos	70
Figura 20. Precio	70
Figura 21. Frecuencia	71
Figura 22. Ubicación	72
Figura 23. Promoción	72
Figura 24. Comunicación.....	73
Figura 25. Factores de compra	74
Figura 26. Ubicación Hostal San Miguel.....	76

Figura 27. Casa colonial con techumbre de vigas	77
Figura 28. Cromática de textiles	79
Figura 29. Propuesta de habitación.....	80
Figura 30. Estructura organizacional por departamentos	82
<i>Figura 31. Estructura organizacional por departamentos</i>	<i>82</i>
Figura 32. Estructura organizacional	82
Figura 33. Proceso de reserva	89
Figura 34. Proceso de alojamiento.....	91
Figura 35. Proceso de compras.....	93
Figura 36. Proceso de inventario.....	95

RESUMEN

Las características geográficas del Ecuador, permiten al país contar con una serie de atractivos que motivan tanto el turismo externo, como interno. Actividades que requieren de productos y servicios como el de alojamiento. Por lo tanto, el presente trabajo plantea como objetivo proponer un plan de negocios para la creación de un hostel con temática colonial en el municipio de Rumiñahui en la parroquia Sangolquí. Para este fin, se plantea una investigación con enfoque cualitativo, tipo descriptivo, que emplea como herramienta el uso de un modelo de encuesta aplicado a los visitantes de los atractivos turísticos de Sangolquí, cuyos resultados permitieron identificar el perfil del cliente, quienes son hombres y mujeres de la ciudad de Quito, con edades entre 25 a 45 años, dispuestos a pagar por noche de alojamiento entre \$30 y \$40, presentan preferencia por la decoración del lugar y servicios como parqueadero, alimentación y que sea *pet friendly* y desean recibir información a través de redes sociales. Para esto, se plantea la construcción de un hostel dos estrellas con estilo colonial del siglo XVIII, que cuenta con 896 m² de construcción distribuidos entre subsuelo, planta baja, primer piso, segundo piso y tercer piso. Lo cual necesita una inversión inicial de \$288,330.16, que con una demanda aproximada de 2,767 personas al año y una tasa de crecimiento promedio del 6.3% anual genera un Valor Actual Neto negativo de -67,722.41 y una Tasa Interna de Retorno de -35,31%, por lo que el proyecto no es viable.

PALABRAS CLAVE: PLAN DE TURISMO / HOSTAL DOS ESTRELLAS / ESTILO COLONIAL / FACTIBILIDAD

ABSTRACT

The geographical characteristics of Ecuador allow the country to have a series of attractions that motivate both foreign and domestic tourism. Activities that require products and services such as lodging. Therefore, the objective of this work is to propose a business plan for the creation of a hostel with a colonial theme in the municipality of Rumiñahui in the parish of Sangolquí. For this purpose, a research with a qualitative approach, descriptive type, is proposed, which employs as a tool the use of a survey model applied to visitors of the tourist attractions of Sangolquí, whose results allowed identifying the customer profile, who are men and women from the city of Quito, aged between 25 and 45 years, willing to pay per night of accommodation between \$30 and \$40, have a preference for the decoration of the place and services such as parking, food and that it is pet friendly and wish to receive information through social networks. For this purpose, the construction of a two-star hostel in 18th century colonial style is proposed, with 896 m² of construction distributed among basement, first floor, second floor, second floor and third floor. This requires an initial investment of \$288,330.16, which with an approximate demand of 2,767 people per year and an average growth rate of 6.3% per year generates a negative Net Present Value of -67,722.41 and an Internal Rate of Return of -35.31%, making the project unfeasible.

KEYWORDS: TOURISM PLAN / TWO-STAR HOTEL / COLONIAL STYLE / FEASIBILITY / FEASIBILITY

I.PLAN DE INVESTIGACIÓN

II.INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país con un enorme potencial turístico, gracias a las características geográficas privilegiadas con que cuenta, por lo que posee diferentes atractivos, que motivan la visita de ciudadanos nacionales y extranjeros. Por lo tanto, la actividad turística, es un eje fundamental para el desarrollo económico del país contribuyendo al 2,2 % del PIB durante el año 2019 generando empleo y el dinamismo de otras actividades relacionadas como el de alimentación, alojamiento, guianza, entre otros.

En lo referente a la actividad de alojamiento y alimentación, se registran a nivel nacional cerca de 5,000 hostales 20,000 empresas prestadoras de alimentos y bebidas, lo que representa un total de 477,382 fuentes de trabajo, beneficiando de manera directa a los pobladores de las localidades en donde se encuentran los distintos atractivos turísticos.

Sin embargo, el crecimiento permanente del turismo tanto interno como externo, demanda la necesidad constante de productos y servicios como el alojamiento, por lo que es importante considerar la factibilidad de instalación de este tipo de negocios. Para lo cual, se considera los aspectos técnicos, operativos y económicos, que permitan anticipar posibles escenarios y los ingresos económicos que estos pueden generar, precautelando de esta manera, las inversiones a realizarse.

Desde esta perspectiva, se plantea un plan de negocio sobre la creación de un hostel con temática colonial en la ciudad de Rumiñahui, para lo cual se parte de la identificación de fuentes teóricas que permitan abarcar el fenómeno turístico y de alojamiento desde un enfoque técnico, que facilite la comprensión y el desarrollo de los elementos más relevantes en la puesta en marcha del negocio tales como la superestructura, la demanda, la infraestructura, los atractivos, el equipamiento y la comunidad receptora.

Luego, se realiza un análisis de factores de macro, y micro entorno para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto. Así también, se requiere el análisis de la demanda como base para la propuesta de los aspectos organizativos del hostel, infraestructura, productos, precios, canales, procesos. Cuyos requerimientos financieros en comparación con los ingresos esperados, pueden determinar la conveniencia o no de la puesta en marcha del hostel.

III.TEMA DE INVESTIGACIÓN

Plan de negocios para la creación de un hostel con temática colonial en el Municipio de Rumiñahui, parroquia Sangolquí

IV.PLANTEAMIENTO, FORMULACIÓN, SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

4.1. Planteamiento del problema

El interés de los empresarios hosteleros, sean privados, familiares o comunitarios, es principalmente aprovechar el espacio físico disponible, lo que incluye las edificaciones existentes, a fin de desarrollar diversos proyectos empresariales. El turismo es uno de los sectores económicos que requiere este tipo de proyectos e intervenciones.

A lo largo de las pasadas décadas, se dio un importante crecimiento del turista amante de la cultura, cada vez más comprometido con la historia de las sociedades. Esto genera una importante oportunidad para el sector turístico en general, y el hostelero en particular.

Sangolquí, parroquia del cantón Rumiñahui, cuenta con varios atractivos naturales y culturales, y es reconocida principalmente por sus cascadas y parques donde estas se ubican: Mollinuco, Pita, Vilatuña, entre otras. Además, el hornado es un plato renombrado y reconocido por los visitantes de todo el territorio nacional. Cuenta con una importante planta turística, y los establecimientos de hospedaje buscan satisfacer las necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros, contando con los servicios más importantes (Ecuador turístico, 2016).

En la actualidad, esta parroquia cuenta con 33 establecimientos de hospedaje, entre hoteles, hostales y hosterías (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2019). De estos, ninguno tiene una propuesta de tipo histórico-colonial. Esto genera una deficiencia que podría ser cubierta con el presente proyecto, tomando en cuenta el interés del turista cultural (nacional y extranjero) por contar con distintas alternativas de hospedaje. Por lo que, en este estudio, se analizan los diferentes aspectos relacionados con la temática planteada. Para ello, se presentan a continuación los objetivos, preguntas, justificación, la viabilidad y la evaluación de las deficiencias encontradas en el reconocimiento del problema.

4.2. Formulación del problema

Falta de diversidad en las alternativas de alojamiento en establecimientos de dos estrellas del cantón Rumiñahui.

4.3. Sistematización del problema

Pregunta general

¿Es necesario un plan de negocios para la creación de un hostel con temática colonial en el municipio de Rumiñahui, parroquia Sangolquí?

Preguntas específicas

- ¿Cuál es la situación del sector turístico en el cantón Rumiñahui desde un enfoque teórico?
- ¿Cuál es la situación del macro y micro entorno del sector de alojamiento en el cantón Rumiñahui?
- ¿Cuáles son las necesidades del cliente potencial de un hostel en el cantón Rumiñahui?
- ¿Cuáles son los aspectos operativos, técnicos y económicos de un modelo de negocio de un hostel temático colonial?

V. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Proponer un plan de negocios para la creación de un hostel con temática colonial en el municipio de Rumiñahui, parroquia Sangolquí.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una contextualización del sector turístico en el cantón Rumiñahui desde un enfoque teórico para determinar su actual situación.
- Realizar un diagnóstico situacional del macro y micro entorno del sector de alojamiento en el cantón Rumiñahui para determinar la viabilidad de la puesta en marcha de un hostel.

- Identificar las necesidades del cliente potencial de un hostel en el cantón Rumiñahui mediante la aplicación de un modelo de encuesta.
- Proponer un modelo de negocio de un hostel temático colonial basada en aspectos operativos, técnicos y económicos para determinar su factibilidad financiera.

VI. JUSTIFICACIÓN

Este plan de negocios es un proyecto hostelero turístico que busca complementar un negocio familiar, vinculado al transporte turístico. Esta investigación es conveniente, por cuanto, además, permitirá la generación de plazas de empleo, según lo indicado anteriormente, mejorando los ingresos de familias de la población local. Además, dinamizará la economía, al generar demanda de bienes y servicios necesarios para su funcionamiento. También aportará al Estado y el municipio con el pago de los tributos respectivos.

Un factor importante en el desarrollo de esta idea es la cercanía al DM de Quito, específicamente el Centro Histórico, tomando en cuenta el tipo de visitante que tiene interés en este destino. Este proyecto pretende satisfacer las necesidades de los visitantes, ofreciendo a los visitantes una alternativa cercana de hospedaje, con todos los servicios, así como la formación de alianzas estrategias con instituciones públicas (GAD Rumiñahui, Ministerio de Turismo) y privadas (agencias de viajes, empresas de transporte turístico) y con otros servicios de hospedaje locales. Esto se logrará mediante un adecuado estudio de mercado que permita conocer la factibilidad y precios que el mercado pagaría por un hostel de este tipo, entre otras actividades necesarias.

Tiene relevancia social, sobre todo por la generación de empleos, según se mencionó anteriormente, pero también por la valorización de las propiedades inmobiliarias en el sector donde se ubicará, incrementando su plusvalía.

En cuanto a sus implicaciones prácticas, permitirá la aplicación de lo aprendido durante la formación profesional, a un caso empresarial definido y determinado. Además, por el proceso mismo de investigación, los conocimientos se verán fortalecidos y ampliados. También se espera tener una comprensión clara del interés de los visitantes por un establecimiento de estas características, con el diseño y aplicación de los instrumentos de investigación correspondientes.

Respecto al valor teórico del estudio, además de aplicar los conceptos y categorías relacionados con el objeto de investigación, se evaluará la validez de los mismos en el

contexto seleccionado. Para ello, se consultarán estudios nacionales y extranjeros sobre la misma temática, a fin de seleccionar los conocimientos pertinentes para la propuesta.

Por último, respecto a la utilidad metodológica, se descarta la creación de nuevas técnicas o estrategias metodológicas, pero se adaptarán los instrumentos existentes al objeto de estudio seleccionado.

VII. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Tipo de Investigación: esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, para una mejor cobertura y colección objetiva de la información, a través de la medición estadística de la aceptación e interés por la propuesta del estudio, este enfoque ayudará en la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

El tipo de investigación es descriptivo, considerando que este tipo de estudios, bajo un enfoque cuantitativo, permiten especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

Este tipo o alcance de investigación se utilizará para tener una exposición determinada y específica de los elementos involucrados en el desarrollo de la propuesta. Del mismo modo al ser una investigación descriptiva/cuantitativa también proporciona la capacidad de verificar los cambios en la perspectiva respecto a un tema determinado y su incidencia dentro del mercado.

7.2. Métodos de Investigación: los métodos a utilizarse para desarrollar el presente trabajo investigativo son el deductivo e inductivo, que se presentan a continuación:

Método Inductivo. Este método se basa en la inducción. La siguiente cita contiene la explicación básica sobre el particular:

La inducción se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general. Esto implica pasar de los resultados obtenidos de observaciones o experimentos (que se refieren siempre a un número limitado de casos) al planteamiento de hipótesis, leyes y teorías que abarcan no solamente los casos de los que se partió, sino a otros de la misma clase; es decir generaliza los resultados (pero esta generalización no es mecánica, se apoya en las formulaciones teóricas existentes en la ciencia respectiva) y al hacer esto hay una superación, un salto en el conocimiento al no quedarnos en los hechos particulares sino

que busquemos su comprensión más profunda en síntesis racionales (hipótesis, leyes, teorías) (Ruiz, 2007, p. 18).

Se eligió este método por cuanto se inició con la observación y el razonamiento de casos particulares, lo cual llevó a conocimientos generales, que permitieron la formación de la hipótesis, investigación de leyes científicas y demostraciones, particularmente dentro del caso de investigación al ser un plan de negocio para la implementación de un hostel con una temática muy detallista, era necesario conocer lo general de teorías, ubicaciones, tasas, mercado, demanda hotelera y muchos datos amplios indispensables para desarrollar y parametrizar la propuesta.

Método Deductivo. Se aplicará este método considerando que “La deducción es el método que permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares” (Ruiz, 2007, p. 20).

Este método inició con el análisis del conocimiento de los hechos para llegar a lo particular, basado en la información existente en bibliografía y hechos primarios de la organización estudiada, llegando a la particularidad de la creación eficiente de un hostel con temática colonial, considerando que es una manera eficaz para promover el turismo dentro del cantón rescatando la cultura y la historia del lugar.

Además, permite utilizar los datos encontrados con el método inductivo para conocer de manera detallada los elementos necesarios y la situación del hotelería dentro del cantón Rumiñahui, datos financieros, equipamiento, cobertura, localización, entre otros.

7.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: se recabará la información en centros de viaje y turismo y como fuente principal el GAD del cantón, por ser el responsable de la promoción del turismo, por tanto, de las herramientas investigativas tradicionales (encuesta, entrevista, observación directa), así como la revisión del material bibliográfico existente (libros, revistas, publicaciones digitales, bases de datos), y la visita a las instituciones relacionadas.

Encuesta: es una de las técnicas de recolección de información más usadas. Conceptualmente, la encuesta es un “instrumento de observación formado por una serie de preguntas formuladas y cuyas respuestas son anotadas por el empadronador” (Tamayo y Tamayo, 2017).

Se elaborarán encuestas a través de un cuestionario, a ser aplicado a turistas en Rumiñahui y habitantes de Quito que podrían trasladarse a Rumiñahui.

Observación: es una técnica de recolección de datos. Las ciencias sociales, así como aquellas vinculadas al estudio del comportamiento humano, el comercio y el turismo, la emplean con bastante frecuencia (Ander-Egg, 2015).

Se puede afirmar que la observación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación. En este caso específico, se visitará la parroquia rural de Rumiñahui las veces que sea necesario para identificar tanto el punto más apropiado para desarrollar el estudio, situar el hostel propuesto y conversar con los habitantes del lugar, en busca de las mejores opciones del futuro hospedaje integrado al contexto natural.

7.4. Fuentes de información

Fuentes Secundarias: entre estas fuentes se cuentan: libros, revistas, periódicos, tesis y proyectos de grado o maestría con temas afines al de este estudio, así como todo documento digital que se halle disponible en internet y enciclopedias multimedia, entre otras.

Fuentes Primarias: son los grupos humanos, lugares y otras fuentes de las cuales es posible obtener de forma directa la información que se requiere para el estudio. En este caso, son los pobladores y los turistas que visitan la parroquia de Rumiñahui, los habitantes de la ciudad de Quito y los especialistas en hotelería y ecología que colaboren con el estudio.

Se utilizarán ambas fuentes, posibilitando el desarrollo del estudio. Tanto las fuentes primarias como las secundarias proporcionarán los datos específicos de la oferta y demanda, además de clientes potenciales y necesidades insatisfechas del hotelería y el turismo en el sector.

Con los datos obtenidos, y luego de aplicar las encuestas y entrevistas, se procederá a la clasificación, tabulación, elaboración de gráficos, los cuales posibilitarán el análisis e interpretación de la información, obtenida con la guía de los objetivos formulados.

VIII. MARCO TEÓRICO

Gurría (2017, p. 55) identifica los siguientes componentes que distinguen un servicio de hospedaje de otros servicios turísticos:

1. Recepción y atención al huésped desde su entrada al establecimiento;

2. Una habitación o conjunto de ellas que le permita privacidad, facilidad para descansar, dormir y asearse en el ámbito más adecuado de sus necesidades;
3. Facilidades de comunicación directa e indirecta;
4. Acceso al servicio de alimentos y bebidas y las áreas de distracción;
5. Posibilidad de obtener asistencia médica en caso de emergencia;
6. Seguridad para el huésped y sus pertenencias.

Por tanto, el establecimiento propuesto debe cumplir estos requisitos básicos, además de otros sobre los que se explicará oportunamente, a fin de operar y brindar sus servicios al turista que visita Rumiñahui.

8.1. Orígenes del hospedaje y la hostelería

Al remontar en la historia, se ve que el hombre viene siendo un turista por naturaleza incluso desde sus orígenes, pues los primeros grupos de individuos humanos eran nómadas conocidos por buscar mejores lugares para subsistir, exploraban los territorios desconocidos como impulso natural del hombre de todos los tiempos (Correa, 2015).

Pero, la necesidad de alimentarse generó la opción de la agricultura y así obligó al hombre a asentarse en un solo lugar, entonces el hombre dejó de viajar para alimentar su cuerpo y empezó a hacerlo para satisfacer sus hambres de alma, y se inició el turismo religioso que ha sido desde entonces el que mueve más masas alrededor del mundo (Correa, 2015).

Con este tipo de turismo surgió el primer edificio construido específicamente para alojar a viajeros el Teonidaion en Olimpia, construido en el siglo IV A.C; el edificio medía 74 x 80 metros y en él dormían los participantes de los juegos olímpicos, y, fuera de los santuarios los viajeros tenían que dormir en campamentos o alojarse en casas particulares, acogiéndose a la generosidad de sus moradores (Correa, 2015).

El resultado del aumento de turistas fue el surgimiento de establecimientos comerciales donde pudieron pasar la noche y alimentarse, entonces los primeros reglamentos de la actividad surgieron en Europa en el siglo XV, debido a que por hospedarse se otorgaban los precios más bajos no a los más necesitados, si no a los más poderosos, debido a que lo que daba renombre a las hosterías era que alguien importante o un personaje noble se hubiere hospedado en ellas (Burbano & Ortiz, 2015).

El desarrollo de los establecimientos de hospedaje está estrechamente relacionado al desarrollo del transporte que era lo que hacía posible el viaje, inicialmente era la fuerza humana, seguido de los caballos que tiraban de carretas, el viento que impulsaba los veleros; estos paulatinamente fueron reemplazados con máquinas de vapor, el ferrocarril, los grandes buques y finalmente el motor de combustión que hizo posible el automóvil, el avión y los jets (Correa, 2015).

A cada salto en el desarrollo del transporte, ha seguido un salto en el desarrollo del hospedaje, la venta fue evolucionando y cambiando de nombre a posta, posada, albergue, mesón, hostel y finalmente hostel que hoy es la palabra conocida de manera universal (Boella, 2001).

8.2. Origen y definición de hostel

La palabra “hostal” proviene del latín medieval “hospitale”. Estos se derivan también de las voces españolas hospital, hospitalidad, hostel, hospicio, etc. (Altamirano, 2015).

En su definición más simple, un hostel es un establecimiento comercial que proporciona alojamiento temporal al viajero, regularmente ofrece también alimentación y en algunos casos ambientes de recreación y servicios personales como spas y entre otras. Dentro de la misma línea la Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes, lo definió de un modo más sutil y carismático: se trata de un lugar de descanso o depresión, un lugar de diversión o donde se puede encontrar prisionero dentro de cuatro paredes; un lugar de grandes banquetes o de gran soledad (Altamirano, 2015).

8.3. Hostel colonial

El hostel con diseño arquitectónico colonial es un alojamiento con historia que invita a conocer los atractivos de un lugar gracias a su ubicación céntrica y preferencial, con una decoración moderna y agradable, incluyen climatización, televisor, caja fuerte, escritorio y baño con secador de cabello, entre otros (Cest, 2015).

Existen estilos decorativos que siempre están de moda, tendencias que van y vienen cada cierto tiempo. Algunas, que siempre están presentes, en mayor o menor medida y una de esas tendencias, uno de estos estilos que nunca pasan de moda es el colonial. Pero esta tendencia está cambiando va de lo ordinario o común hacia lo más moderno y actualizado (Cest, 2015).

8.4. La industria del hospedaje

Desde los inicios de la humanidad las personas han necesitado desplazarse de un lugar a otro por diferentes motivos, la movilidad humana ha estado ligada principalmente a fuerzas sociales como las guerras de conquista, el intercambio de bienes y el transporte de mercancías, por lo cual, es muy probable que el alojamiento comercial tenga su origen en esas circunstancias (Correa, 2015). La industria del hospedaje comienza con los primeros desplazamientos del hombre, cuando las largas distancias y los medios utilizados obligaban a los viajeros a pasar la noche en lugares seguros, donde además tuvieran comida.

8.5. Historia y evolución de la industria del hospedaje en Ecuador

La industria del hospedaje, es un factor esencial en el potencial turístico de un pueblo, por esto cada gobierno instaura como una de sus estrategias de mandato el impulso hacia el turismo con programas y eventos que desarrollen el ensamblaje de establecimientos de alojamiento y hosteleros que atiendan las exigencias de una demanda cada vez más diversificada y exigente (Altamirano, 2015).

Dentro de esa línea en el Ecuador, el turismo es el sector que más potencial ofrece a la economía del país, ya que representa el 4.2 % del PIB, equivalente a 680 millones de dólares al año. Este servicio está directamente relacionado con la oferta del hospedaje que el país brinda, por esta razón en los últimos años, el servicio hostelero en el Ecuador se ha ido incrementado debido al alto movimiento turístico (Altamirano, 2015).

El gobierno conjuntamente con el Banco Nacional de Fomento, implementa un departamento que brinda asesoría respecto al área turística con el objetivo primordial de incrementar las inversiones en las actividades que al turismo concierne siendo estas: alojamiento, alimentación, agencias de viajes, puesto que es el sector que representa la mayoría de recursos financieros al país (Altamirano, 2015).

Según la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (OPTUR), las entradas y salidas de turistas en nuestro país se han incrementado considerablemente en el año 2013 con respecto al año 2012 (Altamirano, 2015).

8.6. Ingreso de extranjeros al Ecuador

En el mes de agosto del año 2017 llegaron al país 112.576 extranjeros. Comparado con el año anterior, existe un importante aumento de visitantes, ya que en agosto del año 2018 ingresaron un total de 106.368 visitantes (Boella, 2001).

8.7. Salida de Ecuatorianos

Durante el mes de agosto del año 2017 salieron del país 126.286 personas, comparado con el año anterior existe un aumento en la salida de personas del Ecuador ya que en agosto del año 2018 salieron un total de 113.659 ecuatorianos (Altamirano, 2015).

Esto permite concluir, que el sector turístico en el país evoca un importante flujo de ingresos económicos para esta actividad ya que, por la diversificación de actividades relacionadas con el sector, así como la creación de fuentes de empleo directo e indirecto, es uno de los agentes de movilidad de capitales, que en conjunto significan un importante pilar del desarrollo socioeconómico del país (Altamirano, 2015).

8.8. Antecedentes Históricos del hospedaje en el Ecuador

En el Ecuador la expansión de la industria del hospedaje, se remonta a los tiempos del imperio incaico, donde se recorrían grandes distancias a pie llevando los mensajes, lo que les tomaba largos periodos de tiempo (Correa, 2015).

En la época colonial con la llegada de los españoles, los indígenas fueron obligados a realizar todo tipo de actividades, entre éstas las de brindar alojamiento y alimentación a los españoles, a partir de aquí comienzan a destacarse algunos indígenas que se dedicaban a este tipo de servicios (Altamirano, 2015).

A principios del siglo XIV, con el desarrollo de las ciudades de Quito y Guayaquil, los primeros albergues donde llegaban los huéspedes e ilustres personajes eran casas particulares o pensiones humildes, que con el paso del tiempo se convirtieron en hospedajes. La mayoría de estos nuevos hospedajes se ubicaron en zonas estratégicas como puertos, estaciones de trenes y entradas a las ciudades (Correa, 2015).

En 1862, se inaugura en la ciudad de Quito el Hostal Europa ubicado en la plaza de San Francisco, este hostal fue destruido en un incendio y reconstruido en 1900. En el mismo año de 1862, se creó también el Hostal Francia que se ubicaba en las calles del Comercio (Pichincha) y Senado (Sucre). En 1965, se inicia la construcción del Hostal

Colon, la gran demanda del hostel no abastecía, por lo que se arrendo el hostel Zumag, que actualmente pertenece a la cadena Hilton (Correa, 2015).

Durante la última, década han aparecido en la ciudad de Quito una serie de establecimientos de alojamiento como es el caso del Swiss Hotel, el Radisson, Marriot, Sheraton, entre otros.

De tal manera, se ve que el hostel, como otros servicios de hospedaje, tiene la finalidad de prestar servicios de alojamiento, alimentación y servicios complementarios al público en general, y con un número mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).

1. CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN

El turismo es un fenómeno dinámico, que se adapta y transforma acorde a las características del momento o del lugar, si se analiza la situación de este sector a nivel mundial en los últimos cinco años, se observa que en el 2015 se registró un total de 1.186 millones de turistas lo cual representa un incremento del 4,6% en comparación al año anterior, lo cual representó un desafío frente a situaciones de la época como atentados terroristas, variabilidad en el precio del petróleo y crisis económicas, sin embargo se generó un aumento de visitantes del 6%, en Asia y América, un 5% en Europa, mientras en Oriente medio solo creció en un 2% y en África decayó un 3% por los niveles de violencia. Como principales destinos internacionales se encuentran China, Estados Unidos y Reino unido favorecidos por sus economías (Organización Mundial del Turismo, 2016).

Para el año 2016, la llegada de turistas internacionales se incrementó en un 3,9% lo que representa un total de 1235 millones de personas a nivel mundial. Pese a los resultados positivos a nivel general, algunos países escalaron en posicionamiento como destinos turísticos siendo Francia, Estados Unidos, España y China los que ocupan los primeros lugares. Las principales características de este crecimiento se basaban en el abaratamiento del transporte aéreo, mejoramiento de la conectividad y una mayor demanda de movilización. Mientras que, como elementos negativos, la inseguridad debido al terrorismo afectó a Oriente Medio originando un decrecimiento del 4%, mientras que Asia creció en un 9%, África en un 8%, América 3% y Europa 2% (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Durante el año 2017, se generó un crecimiento del 7% en la llegada de turistas a nivel mundial, representando un total de 1326 millones de personas, este hecho se dio gracias al mejoramiento de las condiciones de seguridad de aquellos destinos afectados por actividades terroristas y el crecimiento económico mundial lo que aumentó la demanda de la necesidad de viajar. Este crecimiento fue del 8% para Europa, 6% para Asia y el Pacífico, América 5%, África 9% y Oriente Medio con un 13%. Los cinco principales destinos a nivel general fueron Francia, España, Estados Unidos, China e Italia (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Al 2018, el número de turistas internacionales llegó a un total de 1400 millones de personas, en donde Oriente medio creció en un 10%, África 7%, Asia y Europa 6%, mientras que América bajo un 3% debido a los desastres naturales sobre todo en centro América como los Huracanes Irma y Marina. De manera general, el turismo creció un 6% un valor superior al proyectado del 3.7%, lo cual demuestra la importancia de este

sector a nivel mundial como eje dinamizador de la economía (Ministerio de Turismo , 2019).

La situación del sector turístico al 2019, presentó un incremento del 4% llegando a un total de 1500 millones de turistas a nivel mundial, sin embargo, este crecimiento se vio afectado considerablemente al año 2020, en donde de manera general las llegadas de turismo internacional decrecieron en un 22%. A nivel regional, esta contracción fue mayor en Asia con -35%, seguido por Europa con un -19%, luego América con un -15%, África -12% y Oriente Medio con -11%. Los panoramas a futuro para el sector turístico se plantean en que la demanda interna se recupere antes que la demanda internacional y que esta se dinamice conforme se eliminen las medidas de restricciones, siendo la región de Asia y Pacífico la primera en recuperarse (Organización Mundial de Turismo, 2020).

En el contexto nacional, Ecuador es uno de los países que cuenta con un enorme potencial respecto al sector turístico, gracias a las características geográficas privilegiadas con que cuenta el país, posee diferentes atractivos, pues dispone de “4 regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía. Su diversa, pero a la vez compacta geografía, la excelente red vial y sus aeropuertos, brindan la oportunidad de recorrer este territorio en relativamente pocos días” (Loor, Alonso y Pérez, 2018, p.99). Entre los recursos que tiene el Ecuador, se mencionan:

1.800 especies de orquídeas, 1.640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos... 49 áreas protegidas, 11 Islas e islotes, 14 bosques, 30 volcanes, 14 cerros, 5 cañones, 17 cavernas y cuevas, 158 cascadas, 68 ríos, 96 playas, 44 lagunas y lagos. (Ministerio de Turismo del Ecuador , 2015, p.8)

Por lo que se cuenta con un gran potencial turístico, que da lugar a diferentes productos turísticos, entre los que se encuentran el turismo de sol y playa en donde destacan las playas verdes y la ruta del sol, el turismo comunitario, turismo cultural en donde por ejemplo se encuentra Quito como patrimonio de la humanidad; parques temáticos como el de Guayaquil; ecoturismo con sus parques nacionales, reservas ecológicas y bosques; turismo de deporte y aventura como los realizados en Baños o Galápagos; turismo de salud, por ejemplo a través de aguas termales, chamanismo o Vilcabamba; agroturismo en donde se realizan rutas por ejemplo del café, cacao, banano, flores; convenciones y congresos especialmente en las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca; turismo de cruceros en Manta o en el Río Napo (Ministerio de Turismo, 2007).

Sin embargo, dentro de estos productos se clasifican acorde a cinco criterios: unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta, dando lugar a los denominados productos estrella entre los que se encuentran las Islas Galápagos. Productos A, en donde está ciudades de Quito y Cuenca, Parque Nacional Yasuní, Reserva Cuyabeno, Parque Nacional Sangay, Otavalo, Parque nacional Cotopaxi, Avenida de los volcanes, Napo Wildlife Center, reserva ecológica Kapawi y Bosque nublado de Mindo. Además, se clasifican más de 34 productos de tipo B en donde se encuentran reservas, parques y ciudades (Ministerio de Turismo, 2007).

Pese a la gran cantidad de productos turísticos que se posee, se enfrenta a diversos problemas, por ejemplo, en el sector de la Amazonía, existen amenazas medio ambientales como la explotación petrolera, deforestación, caza y pesca ilegal. Además de no contar con estudios de impacto de la actividad turística ni investigaciones de capacidad de carga, ni análisis de factibilidad en la elaboración de proyectos. Tampoco existen sistemas de manejo de desechos adecuados. Otros problemas son el control insuficiente de las áreas protegidas, poca señalización turística, la falta de un programa de seguridad alimentaria y poca capacitación de recursos humanos (Ministerio de Turismo, 2007).

Mientras en otras regiones como la Sierra, hay problemas como los flujos migratorios y la pobreza que generan situaciones de inseguridad. Además, existe falta de acceso a crédito para las empresas turísticas. Existen también problemas de contaminación ambiental del aire sobre todo en la ciudad de Quito y por agroquímicos y plástico por las empresas florícolas. Por otra parte, en la Costa, existe la falta de interés en planes de manejo ambiental, así como la falta de estudios de capacidad de carga, pocos operadores en parques nacionales, ausencia de ordenamiento territorial, sistema de accesibilidad deficiente. En el caso de Galápagos, se evidencia la falta de coordinación entre la empresa privada y la población en general, lo que ocasiona que los pobladores no sean conscientes de la fragilidad de sus ecosistemas y desconozcan el potencial de sus recursos turísticos (Ministerio de Turismo, 2007).

De manera general puede afirmarse que el sector turístico ecuatoriano presenta varias debilidades como la agresión hacia los atractivos, falta de servicios básicos, malas condiciones de la red vial, pues algunos destinos turísticos no cuentan con facilidades de ingreso por vía terrestre debido a la mala condición de algunas carreteras de segundo orden (Macías, 2014).

Otra falencia es la falta de capacitación turística a nivel operacional, lo cual puede incurrir en la dificultad por lograr un desarrollo sustentable que contemple el cuidado de

su patrimonio natural, puesto que algunas empresas y emprendimientos turísticos locales no han sido capacitados respecto a la importancia de cuidar los ecosistemas, y por ello, varias de sus actividades se realizan de forma riesgosa para el medio ambiente (Prieto, 2011). Por otra parte, la falta de regulación o planificación de la actividad turística puede ocasionar efectos negativos como la visita masiva de turistas, daños en el atractivo o deterioro de la calidad de la experiencia turística (Castillo, Martínez y Vásquez, 2015).

Se evidencian también como amenazas, la cercanía al país vecino de Colombia afecta la imagen del país a nivel internacional en materia de seguridad, además existen políticas de países como Perú, Colombia, Venezuela, Brasil o Costa Rica enfocados a captar turistas que pueden visitar Ecuador, además de ser destinos más económicos.

En cuanto a la importancia de este sector, es fundamental para el desarrollo económico, ya que como lo evidencian cifras presentadas por el Ministerio de Turismo, entre “el año 2002 y 2013, las visitas internacionales pasaron de 682.962 a 1’366.269 (tasa de crecimiento anual del 6.51%) lo que significa un incremento de ingresos de US\$ 449 a US\$ 1.251,3 millones en el rubro de turismo” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 11). Al año 2019, estas cifras representaron la llegada de 2’107.692 de visitantes extranjeros, y contribuyó con el 2.2% del PIB del país con un monto de 2.287 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2020).

Esta actividad genera empleo y dinamiza diversos sectores, pues en el país existen alrededor de 5000 hostales y 20 mil empresas de alimentos y bebidas, que facturan un aproximado de \$2.887 millones de dólares al año (El Universo, 2020). De esta manera, se generó al 2019 un total de 477 382 puestos de trabajo relacionados con las actividades de alojamiento y alimentación, lo cual beneficia a los pobladores de una localidad perciben ingresos económicos por la oferta de sus servicios y productos al turista, o al relacionarse con empresas que gestionan la actividad turística.

Con respecto las características de los visitantes de los atractivos turísticos del Ecuador, estos se identifican acorde a su origen en externos e internos, los primeros provienen especialmente de cinco países, en donde el 29,43% proviene de los Estados Unidos, el 18,19% es de Colombia, el 10,20% de Perú y el 7,98% de España (Ministerio de Turismo, 2020). En donde es importante diferenciar las motivaciones de viaje y los intereses de los turistas, según la encuesta de Perfiles de Turismo Internacional del 2017, entre las motivaciones de visita destacan las vacaciones en un 60%, seguido por un 21% que viene por negocios y un 12% por visitas a familiares o amigos, mientras

que, en cuanto a intereses, tienen preferencias por los aspectos culturales seguido por el ecoturismo (Sahic, 2019).

Estos datos difieren de aquellos encontrados en el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador del 2014, pues este menciona que los productos turísticos más comercializados en el Trade Internacional, se encuentra en primer lugar los circuitos turísticos en un 46%, seguidos por el ecoturismo en un 26%, luego está un 13% caracterizado por cruceros a las Islas Galápagos y un 7% está relacionado con el turismo cultural (Ministerio de Turismo, 2017), por lo que se estima que estas tendencias se han modificado durante los últimos años.

De manera más específica, en cuanto a motivación se identifican diferentes tipos de turistas, por ejemplo, el turista de vacaciones, que es de género masculino con una edad promedio de 36 años, visita en su mayoría la provincia de Pichincha con una estadía de 11 noches y un gasto de US\$ 1,299.6. Luego se encuentra el turista de negocios, de género masculino en su mayoría que visita las provincias de Pichincha y Guayas con un promedio de estadía de 4 días y un gasto de US\$ 1,059.9. Otro tipo de turista, es el interesado en cultura, que es de género masculino con una edad de 40 años que visita la provincia de Pichincha con una estadía de 7 noches y un gasto de US\$ 869.8 (Ministerio de Turismo, 2018).

Mientras que en lo que respecta al turismo interno, destacan como destinos las ciudades de Galápagos, Quito, Guayaquil, Cuenca y Otavalo (Ministerio de Turismo, 2018). En cuanto a su comportamiento, es importante considerar que el desplazamiento de los turistas internos está sujeto a la estacionalidad, pues existe una temporada alta entre los meses de diciembre a abril en donde se visitan las playas del país aprovechando la temporada de sol. Pero existe también una temporada baja entre los meses de mayo a noviembre, que también presenta un movimiento hacia la costa por el avistamiento de ballenas. Existe también una tendencia de viaje de fines de semana, caracterizado por un tiempo de pernoctación de una a dos noches, en puentes vacacionales de dos a tres noches y vacaciones un promedio de 7 noches, siendo el principal destino de alojamiento las casas de familiares o amigos.

En cuanto a la gestión turística en el país, se considera las actividades realizadas desde la época republicana, en donde mandatarios como García Moreno promocionaba al país a través de sus acercamientos con el gobierno francés o mediante obras de infraestructura como el inicio de la construcción del ferrocarril. Por otra parte, Eloy Alfaro continuó con este proceso a partir del fortalecimiento de la vialidad, el comercio y las comunicaciones. Ya en 1930 Isidro Ayora promulgó el primer reglamento de ingresos

de turistas al país, mientras que por otra parte se promocionaba al país a través de sus delegaciones diplomáticas y se empezaba a declarar áreas y especies protegidas (Clavijo & Buscán, 2012).

En 1938 se crea la Ley de Turismo que exigía el uso de una cedula al turista para ingresar al país. En 1940 empieza a operar la primera línea aérea ecuatoriana SEDTA y primera agencia de viajes Ecuadorian Tours, mientras que en 1950 aparece Metropolitan Touring y Turis Mundial en 1956. En el gobierno de Galo Plaza se crea la primera oficina de turismo, luego Velasco Ibarra tomó esta iniciativa para crear la Dirección de Turismo del Estado como dependencia del Ministerio de Economía. En 1957 se crea Ecuatoriana de Aviación como empresa privada. En 1964 se crea la Corporación Ecuatoriana de Turismo y se busca realizar las primeras visitas a las islas Galápagos, pero no existían los operadores necesarios para llevar a cabo este proyecto. Sin embargo, pese los grandes esfuerzos estatales, el manejo turístico del país en esta época estaba concentrada en el sector privado (Caiza & Molina, 2012).

Por otra parte, Prieto (2011), considera que el manejo de políticas públicas en materia de turismo en Ecuador se manifiesta en dos momentos: el primero a mediados del siglo XX con un turismo orientado al mercado internacional con un Estado responsable de la infraestructura y promoción del turismo. Y una segunda etapa en donde se debate el papel del Estado y surgen otros actores como operadores, comunidades y gobiernos locales dando apertura al turismo comunitario y el ecoturismo.

A partir del 2010, el Ministerio de Turismo a través del proyecto: “Plan de Marketing Turístico del Ecuador” implementó acciones para promocionar el turismo interno, reforzando el trabajo y la estructura de los negocios existentes, la creación de nuevos empleos, además de capacitar a las empresas respecto a calidad en el servicio que se debe brindar al turista, además de aumentar los arribos internacionales de visitantes de todo el mundo. (Ministerio de Turismo, 2015).

Al año 2019, se determinan varios hitos e importancia fundamental para el posicionamiento del turismo como una de las principales fuentes de ingresos para el país, el primero es la actualización de la Ley de Turismo que data del 2002, en donde se requiere enfocar al derecho constitucional al descanso y al ocio. Otro punto es la “Estrategia de Promoción Ecuador” enfocado en acciones comunicacionales y promocionales a nivel internacional y nacional. Otro es la marca país: Ecuador ama la vida, como estrategia de posicionamiento. (Ministerio de Turismo, 2019). Por otra parte, el Sistema de Inteligencia de Mercados y Estadísticas para disponer de información clara y oportuna sobre oferta y demanda turística. Finalmente, al concluirse en el 2020

el PLANDETUR, se promueve el Plan Nacional de Turismo 2030 elaborado por el Ministerio de Turismo se determina para los próximos 10 años los lineamientos de la gestión turística ecuatoriana (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019), en donde destaca un enfoque descentralizado por el cual los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel provincial, municipal y parroquial poseen competencias sobre su gestión turística siendo “una oportunidad primordial para el despunte de la planificación turística local en los territorios...e integrar las dimensiones económica, social, ambiental, territorial, cultural e institucional” (Larrea, 2019, p.1)

Ademas se impulsa la incorporación de actividades comunitarias que resultan atractivas para el turista nacional e internacional, puesto que a través de las mismas se promociona y difunde prácticas ancestrales pluriculturales que históricamente han sobrevivido en el tiempo. Dichas actividades les permiten además a las comunidades, obtener ingresos económicos que los invierten en la promoción y mejoramiento de estas actividades, así como para solventar las necesidades de su núcleo familiar (Cabanilla y Garrido, 2018).

1.1. La parroquia urbana de Sangolquí

Se plantea como tema de esta investigación, la creación de un hostel en la parroquia urbana de Sangolquí, para lo cual, es necesario analizar sus principales características como su ubicación, historia, aspectos socioculturales, económicos y turísticos.

1.1.1. Ubicación

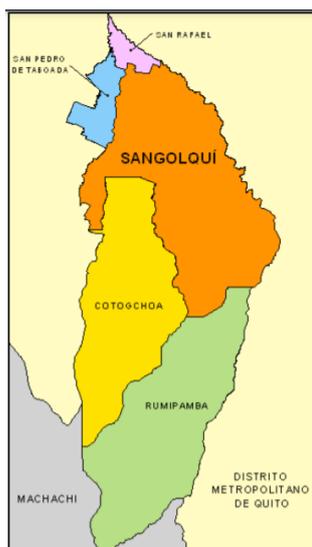


Figura 1. Ubicación. La figura ilustra la ubicación de la parroquia urbana de Sangolquí. Tomada de Bravo (2006).

El cantón Rumiñahui está ubicado al sur de la provincia de Pichincha, limita al norte con la urbanización la Armenia del Cantón Quito, al sur con el volcán Pasochoa y el cantón Mejía, al este, con el cantón Quito y al Oeste con el cantón Quito también y el río San Pedro de Cuendina y al Noroeste limita con el río San Pedro el Tingo (Municipio de Rumiñahui, 2020).

1.1.2. Historia

Se considera que la palabra Sangolquí, proviene de dos palabras quichuas: *sango* que significa manjar de dioses y *qui* que significa abundancia, por lo tanto, significaría “abundancia del majar de los dioses” La historia de este lugar se remonta a la época aborígen, pues durante la conquista Inca esta zona estaba dividida en 6 señoríos que llevaban el nombre de Uyumbicho, Anán Chillo (Amaguaña), Urin Chillo (Sangolquí), El Inga, Pingolquí y Puembo (Tipán, 2019).

Durante la conquista, los españoles habían considerado este lugar por su clima favorable y la riqueza de su tierra, por lo que buscaron su conquista con fines agrícolas en el siglo XVI. Tras lo cual, se encontraron con algunos asentamientos indígenas, aunque su población se hallaba dispersa, pero tuvieron una fuerte resistencia por parte de los curacazgos de Guayasamín y Quimbalombo, que eran seguidores de Atahualpa. Finalizada la conquista se repartió estas tierras como encomiendas, dando lugar a las reducciones de indios de “Uyumbicho, Pintag, Alangasí, Sangolquí (Urin Chillo) y Amaguaña (Anan Chillo)” (Flores, 2016, p.13). Lo que para el año 1600 Sangolqui ya era un gran productor agrícola de maíz, trigo, papas y cebada.

Después de la conquista, los dos principales asentamientos Anán Chillo y Urin Chillo tomaron el nombre de sus caciques Amaguaña y Zangolquí en donde este último fue nombrado alcalde de la zona en 1554, a la vez que este sector pasó a ser propiedad de los Jesuitas en 1767, que una vez expulsados, posteriormente fue adquirido por Juan Pío Montufar, Marqués de Selva Alegre en 1785, de quien el cantón lleva su escudo “El Escudo del Cantón Rumiñahui perteneció al Marqués de Selva Alegre, Juan Pío Montufar, prócer de la independencia y presidente de la Junta Patriótica de 1809” (Loachamin, 2015, p.5) quien vivía en los que hoy es la hacienda Bolivia en el barrio Selva Alegre cuyo nombre también es un su honor.

En 1938 es nombrado cabecera cantonal de Rumiñahui, impulsado por sus pobladores “el general Alberto Enríquez Gallo, jefe Supremo de la República, firmó el decreto que ascendió a la parroquia Sangolquí a la categoría de cantón, con el nombre de Rumiñahui, en homenaje al general inca defensor de la invasión española” (Jácome y Clavijo, 2018, p.32).

1.1.3. Aspecto socio cultural

Los aspectos socioculturales se mencionan en el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial del cantón Rumiñahui 2015, en donde se indica que sus principales elementos son la población, distribución territorial, auto identificación, la educación, la salud y las organizaciones sociales (GADM Rumiñahui, 2015, p.89).

Por otra parte, Calderón, Chirinos, López, y Pereira (2003) mencionan que los aspectos socioculturales de un lugar se basan en “el conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social que comparten una historia y un territorio común” (p.168). Estos aspectos se manifiestan a través del lenguaje, la religión, costumbres, instituciones y como se reconocen los unos a los otros, y parte de la identificación de personas, grupos, instituciones o sectores sociales (Montero, 2003).

Por lo tanto, se parte de la caracterización de su población que responde a los datos del Censo Poblacional del 2010 que menciona un total de 85.852 personas. Sin embargo, en el Plan de Ordenamiento Territorial del GADM de Rumiñahui, se encuentran diversas proyecciones al año 2020 e incluso al año 2024, en donde se observa que la población se concentra en el sector urbano en un 88.6%, con una población de 102. 355 habitantes y se proyecta al 2024 un crecimiento del 25% para el sector urbano y del 12.6% para el área rural. Estos datos sirven de base para la aplicación de instrumentos de investigación acorde a los objetivos planteados, por ejemplo, si se desea caracterizar a la población de Rumiñahui conviene aplicar instrumentos como encuestas o entrevistas en la zona urbana que es donde se concentran sus pobladores. Por otra parte, si se requiere elaborar un perfil de turista se lo puede hacer en alguno de sus atractivos que están ubicados en las zonas rurales.

Por otra parte, según Flores (2016) en su trabajo denominado “Influencia del maíz en la construcción identitaria de Sangolquí “hace una relación entre este producto y la construcción de la identidad del sangolquileño, pues menciona que en la época colonial la actividad agrícola del sector hizo que Sangolquí fuese llamado el granero de Quito gracias a la riqueza de su tierra y el clima que posee. Actualmente, la población posee una especie de apego a este producto, tanto así que el Cantón Rumiñahui cuenta con un monumento al choclo y lo festeja cada año el 8 de agosto mediante las Fiestas del Maíz.

Como resultado de dichos antecedentes, a partir de la presencia de haciendas aparece el denominado Chagra, cuyo simbolismo es un referente cultural del sector.

El chagra es el encargado de cuidar el ganado y cultivar las tierras, pero principalmente está dedicado a las faenas ganaderas. Es, en suma, la esencia del mestizaje, unión de español e indígena, que logró hacer suyas y traducir a su propia versión vital las tradiciones, pasiones y destrezas que hace quinientos años trajeron consigo los conquistadores españoles. Como ellos, el chagra es, ante todo, un hombre de a caballo. (Corral y Serrano, 1993, p.180)

Por lo tanto, se considera que el chagra es producto del mestizaje y de un sistema feudalista, en donde la actividad agrícola da lugar al apareamiento del mayordomo de hacienda, que posteriormente tendrá acceso a la propiedad de la tierra y reconocimiento social así como estereotipos. Las principales características del chagra son la vestimenta en donde destaca el uso de ponchos, zamarros, sombrero. Como características culturales Ruiz (2013) menciona que son alegres, trabajadores, fantasiosos, extrovertidos, románticos, fiesteros, poseen gusto por el licor, leales con el patrón, además de tener gusto por las corridas de toros y las peleas de gallos, actividades que se mantienen y son observables durante las fiestas del cantón.

1.1.4. Aspecto económico

Como aspectos económicos se considera la situación de acceso a empleo de los habitantes del cantón, así como el tipo de actividades y se las relaciona con el sector turístico como posibles prestadores de bienes y servicios al visitante. Para este fin se revisa el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, en donde se abordan los siguientes datos.

1.1.4.1. Empleo

El 59,81% de la población total del cantón está en edad económicamente activa, de los cuales el 88% se concentra en el área urbana, el 95.9% se encuentran ocupados y solo un 4.10% están desocupados. Se mantiene tendencias similares para el área rural.

Tabla 1.

Población económicamente activa

Categoría	Urbana		Rural	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Ocupados	35890	95,9%	4739	96,5%
Desocupados	1534	4,10%	172	3,5%
Total población activa	37424	100%	4911	100%

Nota: La tabla refleja la población económicamente activa del cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

Por lo tanto, se observa que los pobladores del cantón Rumiñahui en su mayoría poseen trabajo, siendo el sector rural el que más nivel de ocupación tiene, en parte puede darse por las actividades agrícolas que desarrollan. Por lo cual es importante identificar cuales con las principales actividades desarrolladas en el cantón, lo cual se realiza a continuación:

1.1.4.2. Actividades económicas

En cuanto a actividades económicas, según datos del Censo de Población y Vivienda del 2010, el 24% de pobladores se dedican a actividades de comercio al igual que al área de la construcción, seguido por un 20% que realiza actividades de manufactura.

Tabla 2.

Actividades económicas

Actividad	1990	2001	2010	%
Comercio	2348	4506	7951	24%
Manufactura	3859	4969	6638	20%
Construcción	2348	4506	7951	24%
Enseñanza	0	1400	2287	7%
Sector público	5757	1599	2164	6%
Transporte	806	1525	2164	6%
Administración de hogar	0	1829	2093	6%
Restaurantes y hostales	0	642	2069	6%
Administración	0	0	1728	5%
Actividades profesionales	0	0	1720	5%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1225	1701	1696	5%
Total	15710	22206	33357	

Nota: La tabla menciona las principales actividades de la población del cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

Por lo tanto, en el contexto turístico se observa que solo el 6% presta servicio de alojamiento u oferta alimentos y bebidas, lo cual es un dato interesante considerando que Sangolquí es conocido por su gran oferta gastronómica sobre todo el hornado. Por lo tanto, puede asumirse que este tipo de actividad esta concentrada en ciertos puntos de la ciudad pero no representa un valor significativo con respecto al total poblacional.

Si se considera la tasa de crecimiento del 6% para el sector de restaurantes y hostales, se puede estimar una proyección de 3705 personas relacionadas con estas actividades al año 2020, Se observa también el número de establecimientos de

alojamiento y alimentos registrados en el cantón mediante la revisión del Plan de Turismo de Rumiñahui 2020, en donde se encuentra un total de 334 establecimientos, lo que da un promedio de 11 fuentes de empleo por cada negocio instalado (GADM Rumiñahui, 2020).

Según la Organización Mundial del Trabajo, el sector de la hostalería, restauración y turismo genera representa el 3% del empleo a nivel mundial y crea 1.5 plazas de empleo indirecto por cada puesto de trabajo directo. No obstante, las características de este tipo de trabajo presenta algunas dificultades por ejemplo que estos trabajadores reciben un 20% menos de ingresos comparados con trabajadores de otras ramas, principalmente a causa de la contratación de trabajadores no calificados, altos niveles de rotación de personal acorde a temporadas, contratación de migrantes indocumentados (Organización Mundial de Trabajo, 2020). Por lo tanto, se evidencia la importancia que la puesta en marcha de un hostel puede generar en el canton Rumiñahui, en cuanto a la generación de empleo, sin embargo se debe considerar si existe la demanda necesaria para hacerlo.

1.2. Situación turística del cantón Rumiñahui

Para el análisis de la situación turística del cantón Rumiñahui, se considera que existen diversas fuentes de información como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Rumiñahui 2012-2025, actualizado al año 2019, el Plan de Desarrollo Turístico del cantón Rumiñahui 2020, la página Institucional del Municipio de Rumiñahui, la página Web “Rumiñahui Destino Turístico” del Departamento de Turismo del Municipio de Rumiñahui actualizada al año 2020, el libro “Rumiñahui 80 años de cantonización” del Municipio de Rumiñahui, el Censo de Población y Vivienda 2010 y el reporte del Estado de la Red Vial Estatal Nacional del Ministerio de Obras Públicas.

Sin embargo, se considera que para fines académicos estos datos deben responder a algún tipo de estructura o metodología, por lo que se consideran diversos aportes, por ejemplo, el de Molina (1991), quien define a un sistema turístico como el conjunto de elementos orientados a conseguir un objetivo común y que está conformado por seis aspectos que son:

- La Superestructura: actores públicos y privados
- Demanda: turistas nacionales e internacionales
- Infraestructura: aeropuertos, carreteras, servicios
- Atractivos: naturales y culturales
- Equipamiento: hostales, restaurantes, agencias de viaje

- Comunidad receptora: residentes asociados al turismo (Molina, 1991).

Otro autor como Cuervo (1967) considera al sistema turístico como un medio de comunicación humana, el cual está compuesto por:

- Medios de comunicación (transporte)
- Establecimientos de alojamiento
- Establecimientos de alimentación y bebidas
- Agencias de viaje
- Guías de turismo
- Fabricantes de artículos de consumo del turista
- Artesanos de objetos típicos
- Centros de diversión

Al comparar el sistema de Molina (1991) con el de Cuervo (1967), se observa que, pese a tener diferentes clasificaciones guardan similitud en ciertos elementos, tal es el caso de las “agencias de viaje, establecimientos de alojamiento, alimentación y bebidas” que Molina los agrupa y los denomina como equipamiento. O los denominados “medios” que son considerados dentro de infraestructura. Sin embargo, existen diferencias en cuanto a “atractivos, superestructura y comunidad receptora”, que Cuervo (1967) no los considera, los cuales se estima que son más relevantes que los aspectos de “artesanos, centros de diversión” que guardan menor relación con la instalación de un hostel.

Por otra parte, Leiper (1990) , considera un sistema turístico basado en cinco elementos:

- Origen del viajante
- Tránsito del viajante
- Destino del viajante
- El turista
- Industria del turismo

En donde se observa, que los tres primeros elementos tienen un contexto geográfico, mientras que Cuervo (1967) y Molina (1991) no consideran de manera específica la región de tránsito del visitante, aunque Molina lo puede abordar en el análisis de la demanda y el “destino” lo puede asumir en el componente denominado “atractivo”. Los otros elementos de Leiper como el llamado “industria” abordan los aspectos considerados dentro de “equipamiento e infraestructura” mencionado por Molina y “establecimientos” indicados por Cuervo. Sin embargo, en el caso de la puesta en marcha de un hostel en la ciudad de Sangolquí, elementos como la identificación del

lugar de origen del visitante o la zona de tránsito puede ser un limitante, pues en el sector de alojamiento pueden existir tipos de clientes que provengan de diversas localidades, en donde tiene mayor relevancia las motivaciones de dicho alojamiento.

Otro es el sistema turístico de Beni (2001), que aborda tres conjuntos:

- Relaciones ambientales
- Organización estructural
- Acciones

Entre los sistemas turísticos de Molina (1991) y de Beni (2001) se identifican varias semejanzas, pues Beni aborda la “superestructura e infraestructura” al igual que Molina en la parte de “organización estructural”. De igual manera lo hace en el conjunto de acciones, en donde se analiza la oferta de bienes y servicios turísticos, la demanda de los mismos, el mercado, empresas productoras de bienes y servicios turísticos, y la distribución.

Por lo tanto, tras analizar los aportes de distintos autores, se identifica que los sistemas más convenientes para el análisis turístico de una localidad en el contexto de la creación de un hostel son los de Molina y Beni, que además poseen elementos comunes. Sin embargo, Molina posee una clasificación de 6 elementos a diferencia de Beni que posee tres, lo cual facilita la investigación, la presentación y análisis de datos.

Por otra parte, para no dejar de considerar los elementos que Beni aborda dentro de las llamadas “relaciones ambientales” como los aspectos culturales, sociales o económicos y que no son mencionados por Molina. Se resolvió mantener esta información desde un contexto más general como parte de la caracterización del cantón Rumiñahui, en donde además se consideran aspectos como la ubicación e historia del lugar como elementos introductorios.

Finalmente, el desarrollo del sistema turístico de Molina (1991) permite alcanzar tres objetivos principales: contribuir a la evolución individual de los actores involucrados, incentivar el desarrollo económico y social de la localidad y brindar un adecuado servicio de descanso y recreación al visitante (Panosso y Lohmann, 2012). Por lo tanto, se parte del análisis turístico del cantón Rumiñahui, considerando el primero de los elementos, la superestructura:

1.2.1. Superestructura

Molina (1991), menciona que la superestructura está compuesta por los actores privados y públicos del lugar, Por otra parte, Godínez (2013) la define como “aquel

soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, éstas pueden ser nacionales e internacionales y que funcionan con el objetivo de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos” (p.3). Desde este enfoque puede considerarse las diferentes instituciones del cantón Rumiñahui relacionadas con el turismo, por ejemplo el Municipio que tiene competencias turísticas y su Dirección de Turismo que ejecuta estas funciones. Mientras, Varisco (2013) agrega que a más de los organismos gubernamentales, los actores que provienen del sector privado surgen a partir de las diferentes empresas asociadas al turismo , pero además identifica una tercera fuente que es la sociedad, en donde se encuentran asociaciones, sindicatos, gremios, etc.

Además, el elemento de infratesructura es abordado por Beni (1991) con el término denominado organización estructural. Por lo tanto, acorde al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Rumiñahui se mencionan diferentes actores públicos, mismos que se presentan en dos grupos: actores centralizados y descentralizados, además se muestran y los actores privados de la localidad y sociales del lugar, sin embargo, en el contexto de la presente investigación, se abordan únicamente los relacionados con la actividad turística, los cuales se indican en la siguiente tabla.

Tabla 3.

Superestructura

Tipo	Actor	Funciones
Públicos centralizados	Gobierno Nacional	Está a cargo de la rectoría, planificación, regulación, control y gestión del sector turístico a nivel nacional.
	Ministerio de Turismo	Es el responsable de la regulación, planificación, gestión, promoción y control de la actividad turística en Ecuador.
	Ministerio de Cultura y Patrimonio	Tiene como función promover y proteger las expresiones culturales, así como salvaguardar la memoria social y patrimonio cultural.
	Ministerio de Transporte y Obras Públicas	Es el encargado de implementar planes, programas, políticas que garanticen un transporte seguro y competitivo.

	Empresas públicas	Son entidades estatales con autonomía financiera, administrativa que tienen diferentes actividades en sectores como transporte, comunicación, servicios, etc.
Públicos descentralizados	GAD Provincial de Pichincha	Posee las facultades de planificación, regulación y gestión a nivel provincial.
	GADM de Rumiñahui	Planificación, regulación, control y gestión de las actividades turísticas a nivel cantonal.
	Dirección de Turismo	Maneja estadísticas turísticas. Diseña, desarrolla, evalúa productos turísticos. Promociona los atractivos turísticos. Controla establecimientos turísticos.
	GAD parroquiales de Cotogchoa, Rumipamba, San Pedro de Taboada, San Rafael y de Selva Alegre	Posee las facultades de gestión como la promoción del turismo comunitario, promocionar el turismo, realizar campañas de concienciación, canalizar los requerimientos de los prestadores de servicios turísticos.
Privados	Asociaciones de transporte, agencias de turismo, establecimientos de alojamiento, alimentación y recreación.	Prestan servicios y productos relacionados con la actividad turística del visitante.
Sociales	No se evidencian actores sociales relacionados con turismo	

Nota: La tabla indica los principales elementos de la superestructura del cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

Como actores privados, se encuentran diferentes empresas relacionadas con la actividad turística, entre las que se encuentran las asociaciones de comerciantes como proveedores de productos y servicios al turista y de transporte como medio de

movilización para llegar a los atractivos turísticos, tal como lo considera Cuervo (1967) quien menciona como parte de un sistema turístico a los comerciantes de recuerdos, artículos de viaje, bienes de consumo, artesanos, además de los denominados medios de comunicación como el servicio de transporte. Mientras que, como actores sociales relacionados con turismo, no se hallan evidencias.

1.2.2. Demanda

El segundo elemento de un sistema turístico según Molina (1991) es la demanda, elemento considerado también por Cuervo (1967) y Beni (2001) en su elemento denominado “acciones”. Dicha demanda se analizará dentro del capítulo destinado a identificar la factibilidad del proyecto.

1.2.3. Infraestructura

El tercer elemento analizado según el modelo de sistema turístico de Molina (1991) es la infraestructura, entendida como los servicios con que cuenta un lugar, sus carreteras, etc. Para Varisco (2013) esta infraestructura “es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y, en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo” (p.68). Es decir, la infraestructura permite conectar al emisor del producto turístico y al receptor que es el turista, por lo que los elementos más importantes en el contexto turístico es el transporte y la calidad de vías.

Este elemento, es mencionado por Cuervo (1967), de manera individual como transporte y vialidad. Mientras que Beni (2001) lo aborda dentro de la “organización estructural”. Puede decirse entonces, que se refiere al conjunto de obras, bienes o servicios que posee un territorio para responder a las necesidades turísticas. Según Covarrubias (2015) a menudo esta infraestructura está a cargo del Estado a través de sus diferentes instituciones y abarcan los siguientes aspectos:

- Servicios básicos
- Transportes: puertos, aeropuertos, autobús.
- Caminos: rutas existentes, estado
- Servicios: comercio, salud, educación, comunicaciones (Covarrubias, 2015, p.1).

1.2.3.1. Servicios básicos

Según datos el Municipio de Rumiñahui, el alcance de servicios básicos es positivo, ya que el 93% de la población tiene acceso a agua potable, el 99% cuenta con energía

eléctrica y el 64% posee servicio de recolección de basura, lo cual es un aspecto importante para la oferta hostelera pues garantiza un buen servicio al visitante.

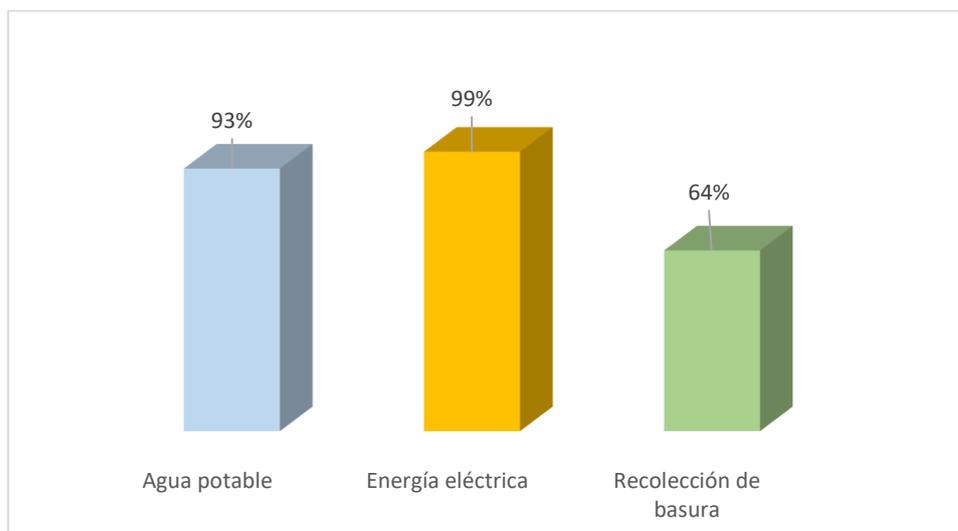


Figura 3. Cobertura de servicios básicos. La figura explica el nivel de cobertura de servicios básicos en el cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

La importancia de los servicios básicos dentro de la actividad turística es fundamental, pues está directamente relacionada con la calidad de la prestación de alojamiento y alimentación, pues garantiza la seguridad en la salud del visitante en el caso de agua potable o recolección de basura que puede convertirse en focos de infección o contaminación. En el caso del acceso a energía eléctrica está asociado al confort del turista, así como la comunicación.

1.2.3.1. Transporte

En cuanto a transporte, existen diversas cooperativas y rutas, que facilitan movilizarse desde diferentes lugares a la parroquia de Sangolquí, en especial desde la ciudad de Quito. A continuación, se detallan las principales cooperativas, así como sus rutas:

Tabla 4.

Transporte

Cooperativa	Rutas
Marco Polo	Quito-Sangolquí-Jatapungo- Sangolquí Quito-Sangolquí-Loreto
Los Chillos	Quito-Sangolquí Chaupitena

	Quito- Sangolquí-Cotogchoa
Condorvall	Quito-Sangolquí-San Vicente
	Quito-Sangolquí-Los Tubos
	Quito-Sangolquí-Rumiloma
Turismo	Quito- Sangolquí
	Quito- Las Valvinas
Vingala	Quito-Sangolquí
Libertadores del Valle	Quito- Fajardo
Amaguaña	Amaguaña-Sangolquí
	Quito-Tambillo-Amaguaña
Trans Capelo	Sangolquí- Miranda Bajo
Termasturis	Sangolquí- La Merced
	Sangolquí- Guangopolo
Calsig	Triangulo- San Fernando
	Sangolquí-Loreto
	Sangolquí-Rumipamba
	Sangolquí-Patagua

Nota: La tabla indica las diferentes cooperativas de transporte en el cantón Rumiñahui. Adaptado de GADM Rumiñahui (2015).

Se observa que existen diferentes alternativas de movilización, no obstante, se puede afirmar que estas rutas son utilizadas en su mayoría por los habitantes del cantón Rumiñahui, ya que como lo menciona Díaz (2018) la mayoría de visitantes a la parroquia urbana de Sangolquí u otros destinos del cantón se movilizan en auto propio, por lo que un factor de mayor relevancia para el turista es la estructura vial y la calidad de sus vías, los cuales se analizan en el siguiente punto.

1.2.3.2. Caminos

Las características de viabilidad del cantón Rumiñahui, se basa en tres tipos de vías: avenidas, calles colectoras y secundarias de adoquín que cubren el 65% del territorio, predominan las vías de tipo II (calles de una vía), lo cual perjudica la movilidad interna, además no se da prioridad al peatón.

Las vías que conectan a Rumiñahui con otras localidades son las siguientes:

Tabla 5.

Vías principales

Avenida	Conexión	Estado
Vía Ilaló	Conocoto-Tingo	Regular
Troncal distrital	Amaguaña-Pifo	Regular
Vía Ontaneda	Conocoto-Av. Simón Bolívar	Buena
E 35	Aeropuerto de Quito- Rumiñahui	Buena
Calle Panzaleos	Av. Mariana de Jesús- Troncal Metropolitana	Regular
Autopista Rumiñahui	General El Trébol- Rumiñahui	Buena
Boulevard Santa Clara	San Rafael-Sangolquí	Regular
Av. General Enríquez	El Triángulo-Sangolquí	Regular
Av. Mariana de Jesús	Capelo- Pacha	Mala

Nota: La tabla menciona las vías principales con que cuenta el cantón Rumiñahui y su estado. Adaptado de Ministerio de Transporte y Obras Públicas (2019).

En cuanto al estado de sus vías la mayoría se encuentra en un estado aceptable, pero destaca el problema de movilidad, ya que existen diversos embotellamientos sobre todo a horas pico que ralentizan el tiempo de viaje de otras localidades a la ciudad (GADM Rumiñahui, 2015).

Por lo tanto, los visitantes que deseen visitar el cantón Rumiñahui pueden experimentar molestias debido al tráfico dentro de la ciudad de Sangolquí, sobre todo en el sector del Triángulo. Hay que considerar también que este fenómeno se agudiza los fines de semana, feriados o fiestas en donde las autoridades cierran las calles para organizar los diferentes desfiles que se organizan en esas fechas.

1.2.3.3. Servicios

Comercio

Se refiere a los negocios o comercios locales donde el turista puede abastecerse de productos o servicios de su interés. Se identifican los siguientes establecimientos.

Tabla 6.

Abastecimiento

Tipo	Comercio	Servicios
Reparación de vehículos, automotores y motocicletas	255	
Transporte por vía terrestre		30
Actividades de alojamiento		14
Servicio de alimento y bebida		533
Telecomunicaciones		168
Servicios financieros		44
Asesoría jurídica		30
Agencias de viajes		6
Actividades administrativas		23
Atención de salud		143
Actividades deportivas y recreativas		18
Reparación de computadores y efectos personales		164
Otros servicios personales		208

Nota: La tabla indica la característica de los establecimientos relacionados con el turismo en el cantón Rumiñahui. Adaptado de GADM Rumiñahui (2015).

Se observa que los establecimientos que abundan en el sector son los de alimentación, en donde destaca la oferta de platos típicos como el hornado que es un elemento gastronómico característico de Sangolquí, pero además se ofertan otras alternativas como el cuy, yahuarlocro, seco de chivo, gallina entre otros. En cuanto al alojamiento, se registran apenas 14 establecimientos, lo cual guarda relación con la demanda de este servicio. En cuanto a agencias de viaje se identifica un dato de interés, pues según el PDOT de Rumiñahui del 2015 se registra 6 de este tipo de establecimientos, sin embargo, según el Plan de Desarrollo Turístico de Rumiñahui del 2020 se identifican un total de 28 empresas entre operadoras y agencias, lo cual se explica por un incremento de estos establecimientos en los últimos cinco años, lo que refleja el crecimiento del sector turístico.

Comunicaciones

En cuanto a comunicaciones o conectividad, se cuenta con un 51,6% de acceso a telefonía fija, pero esta se concentra en el área urbana. Mientras que el 90% posee internet en todo el territorio.

Tabla 7.

Conectividad

Red	Porcentaje de cobertura	Nota
Telefonía fija	51,6%	Se concentra en el área urbana
Acceso a internet	90%	Se encuentra disperso

Nota: La tabla menciona las características de conectividad del cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

La importancia de este elemento, es la necesidad del turista de mantenerse comunicado, pues actualmente no solo necesita obtener información, sino que desea compartir sus experiencias, es decir requiere compartir con sus amigos y allegados el lugar en el que se encuentra, así como las actividades que realiza. Es tan importante este factor, que se afirma que el “54% de los viajeros cancela su reservación en un hostel cuando este no ofrece una buena conectividad” (ITNOW, 2019). Por lo tanto, al existir un 90% de acceso a internet, se considera que este es un punto positivo para el desarrollo turístico y el sector de alojamiento.

Educación

El papel de la educación en una población es importante, pues desde los lineamientos contenidos en la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador, el componente humano está caracterizado por la formación que tenga con respecto al ámbito turístico y la capacidad de respuesta a los requerimientos del visitante por parte de los prestadores de servicios, población en general y los funcionarios públicos (Ministerio del Turismo, 2017).

Tabla 8.

Nivel de educación

Nivel	Total	Porcentaje
Primario	20158	25,69%
Superior	19876	25,33%
Secundario	18733	23,88%
Bachillerato	7657	9,76%
Educación Básica	5435	6,93%
Postgrado	1948	2,48%
Ninguno	1682	2,14%
Se ignora	1060	1,35%

Pos bachillerato	1012	1,29%
Preescolar	600	0,76%
Centro de Alfabetización	295	0,35%
Total	78456	100%

Nota: La tabla refleja el nivel de educación de los pobladores del cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

El nivel educativo del componente humano de la localidad se concentra en tres segmentos, el primero está caracterizado por un 25% tuvieron acceso al nivel primario, en segundo lugar, se encuentra las personas que tuvieron acceso a educación superior y en tercer lugar se encuentra el nivel secundario. Otros niveles de educación poseen porcentajes menores.

Salud

Otro aspecto considerado es el acceso a salud y sus principales características, pues dentro el contexto turístico este servicio es importante para la seguridad de los visitantes. En cuanto a infraestructura de salud, se cuenta con los siguientes establecimientos:

- 1 hospital
- 4 centros de salud
- 1 sub centro de salud
- 1 hospital Básico del IESS
- 3 sub centros de salud privada

1.2.4. Atractivos

El cuarto elemento del sistema turístico mencionado por Molina (1991) son los atractivos turísticos, que también son considerados por Beni (2001) en su elemento denominado “acciones”, de manera similar son mencionados por Leiper (1990) en su elemento “destino”. En el caso del cantón Rumiñahui, estos se obtienen a partir de la información encontrada en el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Rumiñahui actualizado al año 2020, en donde se menciona que estos atractivos son “aprobados por el Ministerio de Turismo” (GADM Rumiñahui, 2020, p.64), y responden al proceso de levantamiento, registro, ponderación y jerarquización como competencia de los GADs municipales y es “evaluado por las Coordinaciones Zonales y aprobado por las oficinas técnicas de matriz MINTUR” (Ministerio del Turismo, 2017, p.7) y considera

criterios de accesibilidad, planta turística, actividades, conservación de atractivo, políticas y regulaciones, salud e higiene y seguridad.

Por lo tanto, se mencionan los siguientes atractivos naturales, de los cuales siete se concentran el sector rural, mientras que Sangolquí solo cuenta con uno de ellos, la cascada Kimsa, los demás son los siguientes:

- Bosque Cedrillos
- Cascada Cóndor Machay
- Cascada Las Gemelas
- Cascada Nido de Curiquingue
- Cascada Sueño de Novia
- Cuevas del Arcoiris
- Vertiente los Saucos (GADM Rumiñahui, 2020).

Manifestaciones culturales

Por otra parte, se menciona también manifestaciones culturales, que son las siguientes:

- Fiesta del Maíz y Turismo
- Mausoleo Juan Salinas
- Mercado Turismo
- Monumento Aya Huma
- Parque el Ejido
- Parque el Turismo
- Toros populares
- Centro Cultural Villa Carmen
- Centro Comercial River Mall
- Hornado
- Iglesia San Juan Bautista
- Monumento al Colibrí
- Parque Alegría
- Pileta Santa María
- Plaza Central de Sangolquí
- Quinta Bolivia (GADM Rumiñahui, 2020).

No existen datos sobre la situación particular de cada uno de estos atractivos en cuanto a su estado, pero el Municipio define de manera general diversos problemas que

enfrentan a los mismos, por ejemplo, en el caso de las cascadas pese a que los senderos se encuentran en perfectas condiciones y reciben mantenimiento anual, el acceso a las mismas se encuentra en estado regular, por lo que afirma que se debe mejorar. Por otra parte, el estado de los parques es óptimo a excepción del parque el Ejido que se encuentra en estado de deterioro (GADM Rumiñahui, 2020).

Además a partir de la formación de mesas de trabajo entre las autoridades y la sociedad civil, prestadores de servicios turísticos y líderes barriales, se identifican otros problemas que afectan a los atractivos turísticos del cantón, entre los cuales destacan el aumento de la fauna urbana, desorden en la feria de Sangolquí, inseguridad, aumento de las ventas ambulantes, presencia de alcohólicos y drogadictos en parques, trabajo infantil, mendicidad, desorganización vehicular, falta de puntos de información turística (GADM Rumiñahui, 2020).

1.2.5. Equipamiento

Con respecto al quinto elemento que se refiere al equipamiento, Molina (1991) se refiere a todos aquellos negocios o locales que prestan servicios u ofertan productos a los turistas, por lo tanto, destacan los hostales, restaurantes, agencias de viaje u otros. Se abordan todos aquellos, a excepción de los de alojamiento que se analiza en el análisis de factibilidad del negocio.

En cuanto a restaurantes, existe un total de 300 establecimientos entre cafeterías, restaurantes y fuentes de soda.

Con respecto a empresas turísticas, el Plan de desarrollo Turístico de Rumiñahui, menciona que existe un total de 28 empresas que operan como agencias de viaje y están reconocidas por el Ministerio de turismo, y son las siguientes:

Tabla 9.

Empresas turísticas

Establecimiento	CLASIFICACIÓN
Mundo Valle	Agencia de viajes internacional
Turisvalle	Agencia de viajes internacional
Metro los Chillos Metrochillos	Agencia de viajes internacional
Puyo Travel	Operador turístico
Tambo de Urin Chillo	Operador turístico
Latintrails	Operador turístico
Aero Ticket Express	Agencia de viajes internacional
Sol Caribe	Agencia de viajes mayorista
Todo Tour	Agencia de viajes internacional

Viaja Conmigo	Agencia de viajes dual
Voyagers Travel	Agencia de viajes internacional
Journeyfleet	Operador turístico
Tu Destino Travel	Agencia de viajes dual
Cumbretoursa S.A.	Agencia de viajes dual
Galaper Galápagos Y Perú Agencia De Viajes	Operador turístico
Alejandra Travel	Operador turístico
Classtravel Novavistatours Cia. Ltda.	Agencia de viajes internacional
Expeditions Alive	Operador turístico
Em Travel	Agencia de viajes dual
Viajes Inti Pampa Expeditions	Operador turístico
Vip Tourism Services	Agencia de viajes dual
Conociendo Al Mundo	Agencia de viajes internacional
Iguana Viajes Cía. Ltda.	Operador turístico
Cg Travel	Agencia de viajes dual
Check In Viajes Y Turismo	Agencia de viajes dual

Nota: La tabla menciona las principales agencias de viajes del cantón Rumiñahui. Tomado de GADM Rumiñahui, 2015.

Se observa que existen diversas agencias de viajes cuyas funciones son ofertar paquetes turísticos a los pobladores del cantón Rumiñahui, quienes a través de estas empresas pueden realizar viajes fuera y dentro del país, sin embargo, es importante mencionar que la visita de los atractivos naturales del cantón no requieren en su mayoría de agencias, pues son frecuentados en su mayoría por los mismos pobladores, quienes por la facilidad de llegar a estos destinos lo hacen de manera independiente.

1.2.6. Comunidad receptora

Hace referencia a las personas que están asociadas a la actividad turística

Este subsistema puede considerarse el más reciente en cuanto a su incorporación en los estudios del sistema turístico. La población local, que no participa de manera directa en el resto de los subsistemas, tiene fundamental importancia para el desarrollo local. (Varisco, 2013, p.69)

Por lo que la actividad turística va adquiriendo importancia como eje de desarrollo económico local que a partir del aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales impulsa el crecimiento de restaurantes, hostales, hosterías y alternativas de recreación, así como proyectos “en sus diversas modalidades, turismo agropecuario, ecológico, cultural, de guianza y de aventura” (GADM Rumiñahui, 2020, p.39).

Por lo tanto, se estima a la población general del cantón según datos del Censo Nacional de Vivienda del 2010, así como las respectivas proyecciones.

Tabla 10.

Comunidad Receptora

Sector	2010	2014	2020	2024
Urbano	75080	87237	102355	128166
Rural	10772	11706	13078	14726
Total	85852	98943	115433	142892

Nota: La tabla menciona los datos de la población local considerada como comunidad receptora. Tomado de GADM Rumiñahui (2015).

1.3. Análisis DAFO

Una vez realizado el análisis de los diferentes componentes del sistema turístico de Molina (1991) y el análisis de documentos como el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Rumiñahui, se identifican las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del cantón Rumiñahui en el ámbito turístico.



Figura 4. Análisis DAFO. La figura indica las principales debilidades, amenazas, fortaleza y amenazas del sector turístico del cantón Rumiñahui. Elaboración propia.

2. CAPITULO II. DIAGNÓSTICO

2.1. Macroentorno (Análisis Pestal)

2.1.1. Factores políticos

Los aspectos políticos en Ecuador en materia de turismo, se manifiestan a través de cinco políticas transversales que abarcan el manejo del sector turístico. La primera de ellas tiene que ver con el desarrollo de un marco regulatorio, en donde se busca que la oferta de servicios turísticos en el país cumpla con estándares de calidad y brindar así la seguridad necesaria al turista. En este contexto, se impulsa el fortalecimiento del marco regulatorio y hacerlo cumplir a través de acciones como la expedición de normativa faltante, procesos de socialización, control de establecimientos y control de cumplimiento de normativa. Por otra parte, esta política también busca generar un sistema de calidad turística mediante certificación, criterios de calidad, coordinación entre actores públicos y privados, convenios interinstitucionales, emisión de normas técnicas de calidad y socialización (Ministerio de Turismo, 2017).

Otra política relacionada con el manejo del turismo, es la que tiene que ver con el mejoramiento del clima de negocios de naturaleza turística a través de incentivos que impulsen su desarrollo. Los lineamientos de esta política se basan en la disminución del sector informal a partir de la generación de una línea básica de informalidad, creación de canales de información, diseño de estrategias, campañas de concienciación y control. Dentro de esta política, se impulsa además el desarrollo de infraestructura y servicios turísticos mediante convenios interinstitucionales, apoyo técnico a emprendimientos, diagnóstico de productos existentes, propuestas de conservación, benchmarking y propuestas de valor. Además, se consideran otros lineamientos como la certificación de calidad, el impulsar la competitividad de aeropuertos y la generación de incentivos como la exoneración, deducción y devolución de impuestos. Finalmente, esta política impulsa un sistema de inteligencia de mercados basado en indicadores y modelos predictivos (Ministerio de Turismo, 2017).

Una tercera política, es la articulación entre actores turísticos y otras entidades para fomentar el desarrollo del sector, en donde se busca alcanzar diversos objetivos como: impulsar estrategias de seguridad turística mediante la coordinación entre actores, socialización, implementación del Plan de Asistencia Turística y empoderamiento en el sector privado. Fortalecer una planificación turística participativa para el desarrollo de destinos y productos. Fortalecer la infraestructura terrestre, marítima y fluvial.

Desarrollar infraestructura en TICs. Generar fuentes de financiamiento para el sector turístico (Ministerio de Turismo, 2017).

La cuarta política de gestión turística en el país, se refiere al talento humano en donde se busca su capacitación y formación para el desarrollo turístico. Por lo que se impulsa programas alineados al sistema nacional de cualificaciones y capacitación profesional. Además de la creación de institutos, becas y pasantías (Ministerio de Turismo, 2017).

Finalmente, la quinta política estatal en gestión turística se enfoca a la promoción y posicionamiento del país como destino turístico, para lo cual se desarrollan: canales de información, campañas de concienciación, diseño e impulso de un Plan de Marketing Turístico, promoción de la calidad de servicios turísticos con la finalidad de convertir al Ecuador no solo como un destino turístico sino como destino de inversión (Ministerio de Turismo, 2017).

2.1.2. Factores económicos

Se parte del análisis de como el turismo contribuye a la economía ecuatoriana, para ellos se analiza el Producto Interno Bruto, entendido como la totalidad de productos y servicios de un país en un determinado periodo. Para este fin, se consulta la información proporcionada por el Banco central del Ecuador durante los últimos 4 años, obteniéndose lo siguiente:

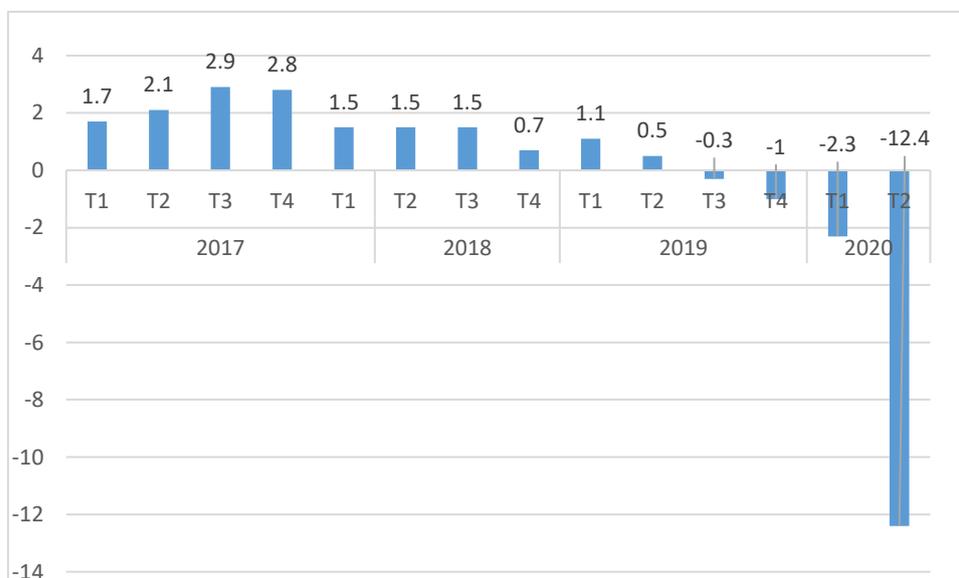


Figura 5. Producto Interno Bruto. Refleja la cantidad de bienes y servicios del país en un año. Tomado de Banco Central del Ecuador (2020).

Durante el año 2017 se observa un comportamiento ascendente del PIB, sin embargo este decreció a inicios del año 2018, pero de manera global se presentó resultados

positivos a final del año gracias a un mayor gasto de consumo final del gobierno y las familias. Mientras que para el 2019 el PIB se incrementó en un 0.1% debido a un mayor volumen de exportación, mayor gasto final de los hogares y una disminución de importaciones. Sin embargo al 2020 se presentó un decrecimiento del 12,4% debido a una disminución de la inversión, las exportaciones, del gasto final del gobierno y las familias. Sin embargo, este panorama fue menor al experimentado por otros países de la región. Frente a esto el FMI prevé un crecimiento del 6.3% para el país a finales del 2021, poniendo como condición la superación de la emergencia sanitaria a nivel mundial (Angulo, 2020), lo cual tendrá una afectación directa en el sector turístico y por lo tanto en la actividad de alojamiento.

De manera más específica, las contribuciones del sector turístico al PIB ecuatoriano muestra las siguientes variaciones:

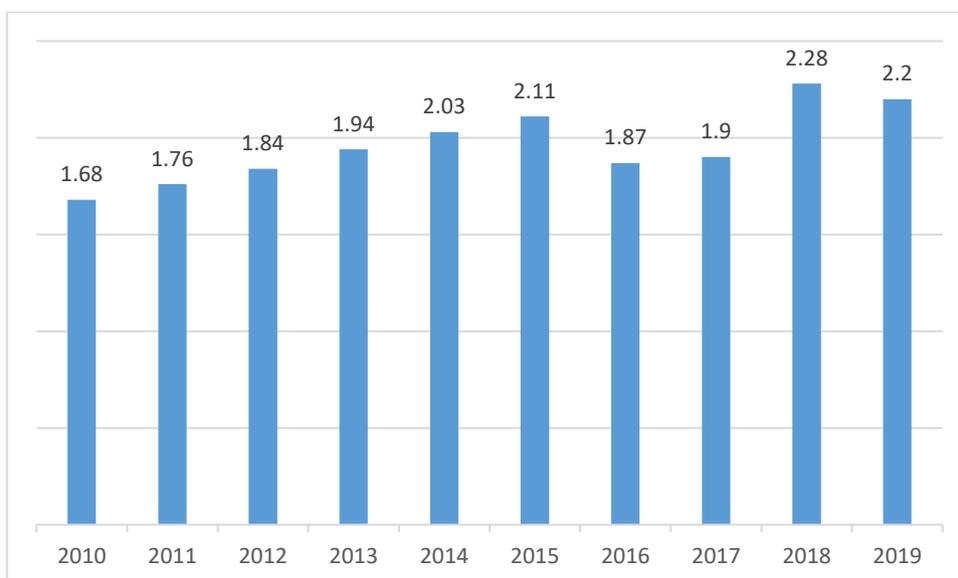


Figura 6. Contribución del turismo al PIB. La figura indica como el sector turístico contribuye al PIB ecuatoriano. Tomado de Banco Central del Ecuador (2020).

Se observa que durante los últimos años, la contribución del sector turístico al PIB ecuatoriano ha aumentado constantemente gracias al incremento del precio del petróleo y el acceso a financiamiento externo, no obstante durante el periodo 2016-2017, se experimentó un retroceso ocasionado por una fuerte caída del precio del petróleo a nivel mundial, mientras que a nivel local, un desastre natural como el terremoto del 2016 en el sector de Manabí, afectó al sector turístico ecuatoriano sobre todo en infraestructura, lo que provocó una contracción del sector, sin embargo, a partir del 2018 el sector turístico ha ido mejorando gracias al recuperación económica a nivel mundial así

como políticas locales como la cielos abiertos que facilitan el ingreso de turistas, no obstante este crecimiento volvería a experimentar una contracción por las manifestaciones de octubre (Ministerio de Turismo, 2020).

Dentro de este panorama turístico, se encuentra el sector de alojamiento en donde tras revisar los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo se evidencia la siguiente información para establecimientos de dos estrellas:

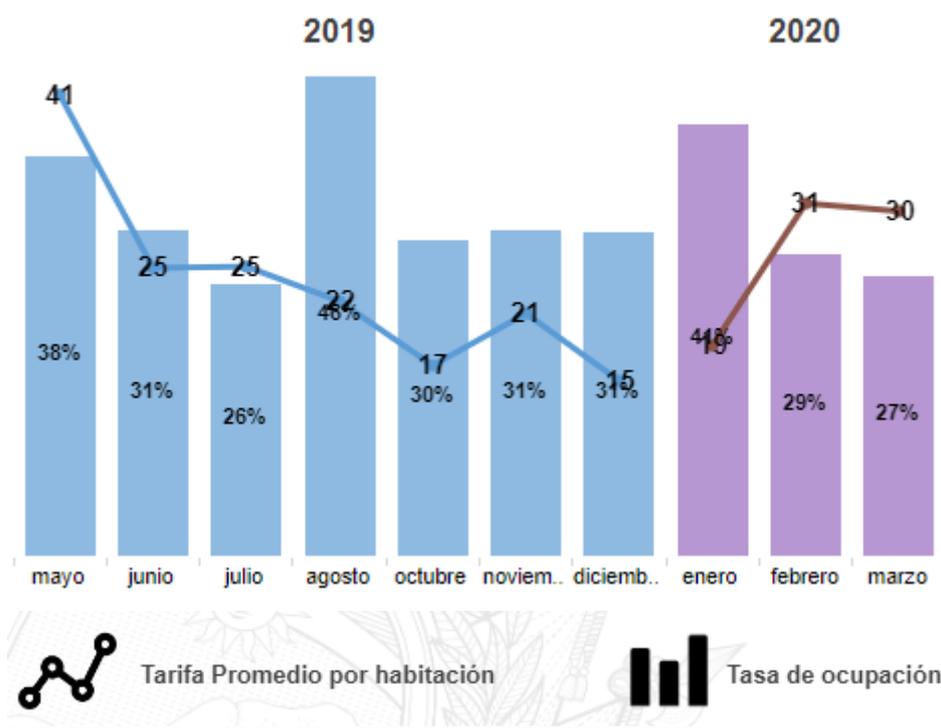


Figura 7. Ocupación y tarifas sector de alojamiento. Se menciona la evolución de la tasa de ocupación hostelera y las tarifas para establecimientos de dos estrellas. Tomado de Ministerio de Turismo (2020).

Se observa, que durante el año 2019 al mes de agosto la tasa de ocupación fue la más alta, no obstante, con una tarifa promedio de \$22, la cual durante el resto del año disminuye hasta su punto más bajo en diciembre de \$15. En lo que respecta al primer trimestre del 2020, se observa un incremento en la tasa de ocupación del 41% con una tarifa de \$18, no obstante, al incrementarse este valor la tasa de ocupación disminuye.

Sin embargo, en el mes de marzo del año 2020 atravesamos por una pandemia sanitaria a nivel mundial lo cual afecto drásticamente al sector de alojamiento ya que estamos con una tasa de alojamiento del 9% a enero 2021 (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2021).

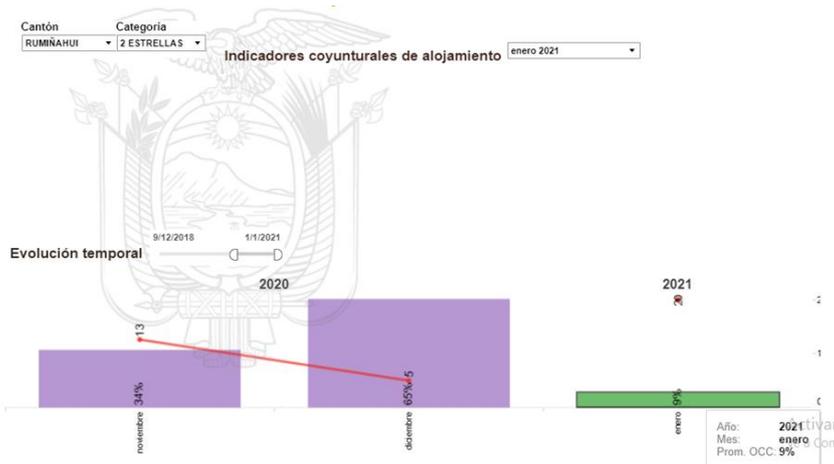


Figura 8. Tasa de alojamiento, se indica la tasa de alojamiento a enero del 2021. Tomado de Ministerio de turismo (2021).

Por otra parte, la actividad hostelera también contribuye a la generación de empleo, pues desde el 2013 este sector creó 354.485 plazas que representó el 5.3% del empleo total, valor que se fue incrementando hasta llegar al año 2018 a un total de 491.698 fuentes de empleo y representar un 6.3% del empleo total en el país.

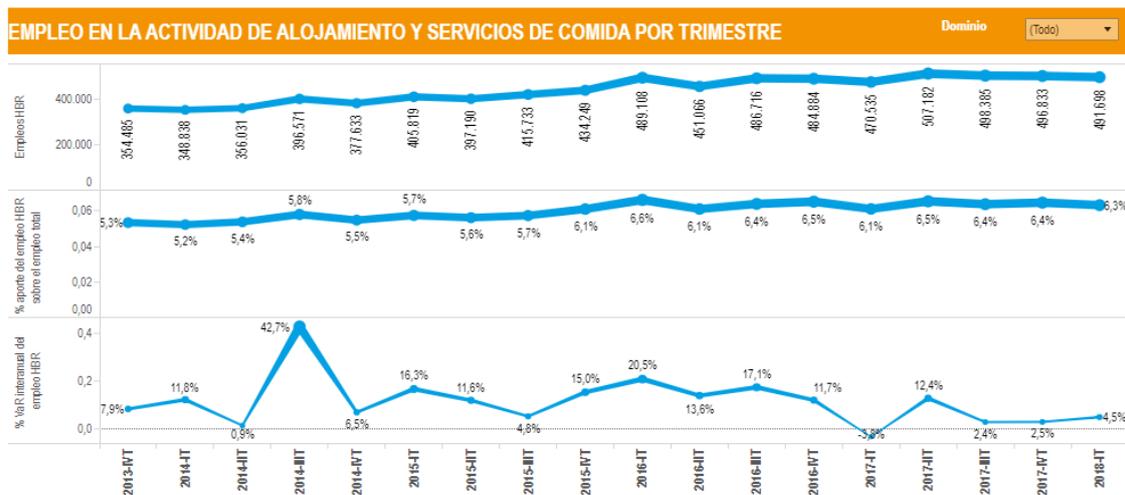


Figura 9. Generación de empleo por alojamiento. Se indica cuanto empleo se genera en los últimos años en el sector de alojamiento y alimentación. Tomado de Ministerio de Turismo (2020).

A nivel de ciudades, Guayaquil es la que más fuentes de empleo es la que registra, seguido por Quito y Cuenca. Tal como se lo aprecia en la siguiente gráfica:

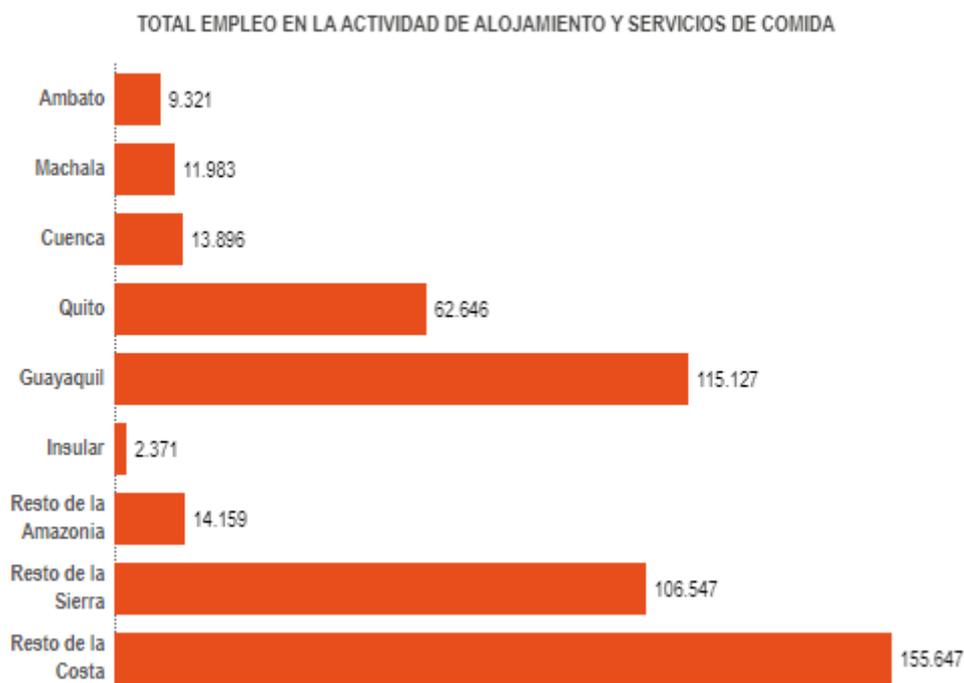


Figura 10. Generación de empleo por ciudad. Se indica la generación de empleo por ciudad. Tomado de Ministerio de Turismo (2020).

Mientras que en lo que respecta al cantón Rumiñahui no existe información por parte del Ministerio de Turismo, no obstante el Municipio de Rumiñahu menciona de manera general que el sector de restaurantes y hostales representa un total de 2.069 plazas de trabajo con una tasa de incremento del 6% anual (GADM Rumiñahui, 2020).

2.1.3. Factores sociales

Desde un enfoque sociocultural, se parte del hecho de que la actividad turística en general produce cambios en el entorno, es decir afecta significativamente los residentes de un lugar. Para Picornell (2015), dichos cambios producen afectaciones en dimensiones como sus formas de vida, sus valores, la seguridad, las relaciones familiares, dinámicas colectivas, aspectos morales, expresiones políticas y su cultura. En la actividad de alojamiento, estos fenómenos pueden darse a nivel de la relación entre el huésped y el personal del hostel, o entre el visitante y entorno social del atractivo turístico, en donde a partir de su origen pueden darse fenómenos como xenofobia, racismo o marginación (Picornell, 2015). No obstante, se considera que el origen principal de los visitantes del cantón Rumiñahui son de la ciudad de Quito, por lo tanto, no existen diferencias significativas a nivel cultural.

Por otra parte, Santo (2015) menciona que la interacción entre visitante y sociedad receptora experimenta diversas etapas que empiezan con la euforia ante la expectativa

de la llegada del visitante, posteriormente esta se va convirtiendo en apatía a medida que pasan los días y se habitúa a su presencia. Sin embargo, si la relación no es positiva se puede usar a una fase de irritación que de no tratarse deriva en antagonismo y declive en la relación social. También se menciona que estos fenómenos pueden verse agravados por la cantidad de visitantes que puede generar estrés social en la medida que se sobrepase la capacidad de atención, lo que a su vez puede generar acciones destructivas en el lugar.

En el caso de Sangolquí, los visitantes interactúan con la sociedad receptora dependiendo del tipo de interacción, pues en el caso del turista que visita los atractivos naturales como cascadas, este interactúa con el personal responsable de dichos atractivos, los cuales se muestran atentos e interesados en atender de manera oportuna al visitante. En el caso del servicio de hospedaje, desde el Ministerio de Turismo y el Municipio de Rumiñahui se impulsa programas de capacitación a las empresas de alojamiento, como es el caso del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), a fin de mejorar la calidad de atención al visitante (Ministerio de Turismo, 2029). En cuanto al servicio de alimentación, el turista busca adquirir platos típicos de la zona como el hornado en los diferentes establecimientos que existen en el mercado o en la calle Enrique Garcés, en donde es recibido afectuosamente por las vendedoras, quienes usan todo tipo frases originales para llamar la atención del turista (Gavilanez, 2016), lo cual contribuye al fortalecimiento de las relaciones de empatía entre visitante y comunidad receptora.

2.1.4. Factores tecnológicos

Con respecto a los factores tecnológicos, el desarrollo actual incide directamente en diversos sectores como el turístico. Según Vidal (2019), los más relevantes son los siguientes:

Tecnología móvil: el desarrollo de dispositivos móviles con acceso a internet facilita al visitante a acceder a información sobre establecimientos de alojamiento, por lo cual las empresas aprovechan este hecho para diseñar perfiles digitales a través de redes sociales, páginas web, blogs para poder comunicarse mejor con sus clientes. Por otra parte, surgen aplicaciones de reservas de alojamiento como Booking, Tripadvisor, Trivago, Hostals Combined, Agoda, Kayak entre otros.

En cuanto a la situación local con respecto a tecnología móvil se observa lo siguiente:

Tabla 11.

Uso de redes sociales

Perfil	Hombres	Mujeres	Total
Posee celular activado	4 848 437	4 797. 590	9 646. 026
Posee celular smartphone	3 699.739	3 707. 965	7 407. 704
Utiliza redes sociales	3 484.504	3 496.393	6 980.896

Nota: se menciona como la población ecuatoriana usa redes sociales mediante sus dispositivos móviles. Tomado de INEC (2020).

En una población de más de 17 454.555 ecuatorianos el 55,3% posee celular activado, en donde el 42.4% afirma que es smartphone y el 40% menciona usarlo para revisar redes sociales.

Realidad aumentada: esta tecnología se ha incorporado en el sector turístico para mostrar un cliente potencial un destino turístico, las instalaciones de un camarote o la habitación de un hostel sin necesidad de que el cliente deba trasladarse físicamente a este lugar. En el contexto ecuatoriano puede observarse esta tecnología en establecimientos como la Casona de la Ronda Hostel Boutique o en hostales Decameron.

Internet de las cosas: denominada IoT, se refiere al uso de dispositivos inteligentes conectados por internet, esta tecnología permite al huésped controlar a través de aplicaciones la temperatura de su habitación, equipos de audio y video, cortinas etc. En Ecuador, los sistemas domóticos no son nuevos, aunque no son muy comunes, pero son utilizados en diferentes sectores como el hostelero, residencial o educativo como el caso de la Escuela Politécnica del Ejército en donde su empleo permite reducir el consumo energético (Gómez, 2018).

Big Data: se refiere al uso de datos para la toma de decisiones. En el sector hostelero se emplean para identificar nichos de mercado y definir sus características y necesidades para poder ofertar un mejor servicio. Para este fin, se analizan variables como gastos, aceptación, datos demográficos, origen, tiempo de estadía, preferencias, hábitos de consumo entre otros. El uso de Big Data en Ecuador, aun es limitado y se concentra en empresas grandes, ya que su gestión conlleva actualmente costos elevados (Líderes, 2019).

Softwares de gestión hostelera: Otro aspecto relevante en el sector hostelero, es el uso de programas especializados para su gestión, tales como:

Tabla 12.

Software de gestión hostelera

Programa	Características	Costo
CloudBeds	Software de Gestión Hostalera Motor de Reservas sin comisión Informes Y Análisis	\$160 mensuales
Soft Pms Cloud	Gestión de Reservas y Huéspedes Reservas ilimitadas Tarifas programadas y manuales Venta de Extras por puntos de venta Múltiples Usuarios Y Roles Facturas - Voucher 2 tipos de Reportes disponibles Ayuda por manual y videos online Estadísticas	\$1 por habitación
Hostalogix	Sistema de reservas, sistema de facturación, sistema de ventas, reportes, aplicación móvil	90 mensuales
Clerk	Software de gestión, motor de reservas, Channel manager	184 mensuales

Nota: Se mencionan los principales softwares de administración hostelera ofertados en Ecuador. Tomado de Google.com (2020).

En el caso de la hostelería ecuatoriana, no se evidencia información específica sobre el tipo de software empleado por cada establecimiento, puesto que es información reservada de cada empresa, sin embargo, se analiza la información presentada por empresas dedicadas a la prestación de servicios tecnológicos como Telalca. S.A, quien presta el servicio de administración, monitoreo, gestión de servicios cloud, y soporte de plataformas de gestión hostelera. Menciona que sus principales clientes son Howard Jhonson, Hostal Palace, Le Parc Hostal, Mercure Hostals, Nh Collections, Radisson, Wyndham Hotl Group, Sheraton, Akros Hostal, Arahua, Hostal Continental, Hostal Finlandia, Holliday Inn, entre otros. Sin embargo, según Trejo (2015), en el contexto nacional el uso de tecnologías disminuye considerablemente a partir de establecimientos de cuatro estrellas, por lo que en el caso de hostales dos estrellas como el propuesto se considera casi inexistente, por lo que su uso puede ser un factor diferenciador.

Tras realizarse un estudio de campo para determinar el perfil de cliente, se procedió a visitar los establecimientos de alojamiento de dos estrellas ubicados en el cantón Rumiñahui acorde a los datos proporcionados por el Municipio de Rumiñahui. Mediante observación se evidencia que ninguno de estos establecimientos utiliza un software especializado para la gestión de sus actividades, ya que el registro de huéspedes se lo hace de manera manual en recepción mediante la petición de cédula y el llenado a mano de datos en una hoja impresa para el registro de entrada y salida. La mayoría de

establecimientos no emiten factura y en caso de hacerlo estas también son llenadas a mano.

2.1.5. Factores ambientales

La actividad turística genera diversas afectaciones al medio ambiente, según Aguera (2014) estas pueden manifestarse de tres formas: la primera mediante la construcción de infraestructura para la dotación de servicios como el de alojamiento, alimentación u otros. Estas construcciones requieren del consumo de energía y generan residuos que contaminan el ambiente. El segundo tipo de afectación, se manifiesta en el desarrollo de actividades por parte del turista, pues pueden generar basura, dañar la flora y fauna y el atractivo en sí. El tercer tipo, se refiere a la cantidad de visitantes en un lugar, lo cual se denomina carga turística, la cual mientras más grande sea, más afectaciones produce a nivel físico, económico, cultural y contribuye además a reducir la calidad de experiencia turística en los visitantes.

Por lo tanto, se observa que una de los principales efectos de la actividad turística es la relacionada con el impacto que la actividad hostelera tiene en el medio ambiente, lo cual se manifiesta en el consumo de agua energía eléctrica, alimentos, generación de basura que termina contaminando el aire, fuentes de agua, suelo que a su vez puede afectar a la flora y fauna del lugar (López, Calderón, & López, 2010).

Por otra parte, Arciniegas (2015) menciona que los hostales en Ecuador no muestran mayor interés en las afectaciones ambientales de su actividad económica pues muestran como prioridad su desarrollo económico a partir del uso de recursos, pero no presentan ningún sistema orientado a optimizar su utilización, lo cual genera afectaciones ambientales en el entorno.

Sin embargo, es importante considerar que las afectaciones al ambiente no solo se producen en la prestación del servicio de alojamiento, sino que se evidencian desde el momento de su construcción, pues altera el valor paisajístico del lugar donde se construye, afecta al uso del suelo, en el caso de que este antes no hubiera poseído algún tipo de construcción o que se encuentre cercano a algún ecosistema. Posteriormente, en el proceso de construcción se genera contaminación auditiva por la generación de ruido, contaminación del aire por emisión de polvo, contaminación del suelo por la producción de escombros, contaminación del agua por vertimiento de sustancias tóxicas (Rivas, 2017).

No obstante, es en la etapa de funcionamiento donde los hostales ocasionan mayores afectaciones al ambiente, lo cual se incrementa exponencialmente acorde al

tamaño del hostel y su capacidad de alojamiento, entre los principales elementos contaminantes o que afectan al medio ambiente se mencionan los siguientes:

- Producción de residuos sólidos como papel, cartón, plástico, vidrio., entre otros.
- Consumo de agua por uso de lavandería, piscinas, hidromasajes, etc.
- Consumo de energía eléctrica por iluminación, calefacción, artefactos eléctricos.
- Emisión de contaminantes al aire como producto de sistemas de calefacción, calderas, chimeneas, aerosoles, ambientadores.
- Vertimiento de aguas residuales (Franco, 2020).

Para evitar estas afectaciones, en el país se maneja un marco normativo que parte desde la Constitución en donde en su Art 71, se plantea que:

La naturaleza o Pachamama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Por lo tanto, se establece que toda actividad realizada en el territorio ecuatoriano, debe respetar la naturaleza u causar afectación a sus ecosistemas, por lo tanto, la puesta en marcha de un hostel debe cumplir este requerimiento.

Por otra parte, en el Art 72, se menciona:

La naturaleza tiene derecho a la restauración, esta será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

Es decir, si una actividad productiva causa daño al ambiente, se tiene la obligación de restauración, así como indemnizar a las personas que puedan verse afectadas.

Para este fin, la Ley de Gestión Ambiental de Ecuador menciona que:

Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio (Congreso Nacional del Ecuador, 2004).

Por otra parte, se menciona la Ley de Turismo, en donde en su Art 3, se indica como un principio la conservación de los recursos naturales, así como los culturales del país. Mientras en que en su Art 4, se hace referencia al uso racional de los recursos

(Congreso Nacional del Ecuador, 2002). Por lo tanto, la actividad hostelera debe regirse a estos principios y procurar el cuidado y uso responsable de recursos.

Mientras tanto, el Reglamento de Alojamiento Turístico, el cual está alineado con el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y equilibrado ecológicamente, menciona como disposiciones generales, que todo establecimiento turístico que se encuentre en un área protegida debe regirse a más del presente reglamento a las disposiciones de la autoridad ambiental respectiva. Además, se indica que en caso de carecer de un sistema de alcantarillado, los establecimientos deben contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales en el caso de hostales de 4 a 5 estrellas, y para establecimientos de 4, 3 o 2 estrellas se debe contar con pozo séptico (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016).

En el caso del Municipio de Quito, este se refiere al cuidado ambiental a través de la ordenanza metropolitana reformativa del código municipal, referente al régimen administrativo de turismo y de las tasas por licencia única anual de funcionamiento de las actividades de turismo y por las facilidades y servicios turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito, en donde se menciona como una infracción grave el hecho de que un establecimiento produzca daños al medio ambiente (Municipio de Quito, 2009).

En el ámbito del cantón Rumiñahui, el problema de la producción de desechos sólidos se ve atenuado por el mejoramiento del sistema de recolección de basura en los últimos años y que abarca un 96.09% de cobertura. En cuanto a la producción de aguas residuales, estas son controladas mediante el sistema de alcantarillado que posee una cobertura del 94%. De manera general el Municipio de Rumiñahui considera que toda actividad turística debe ser aliada del cuidado de los recursos y preservación de los atractivos naturales sin descuidar la satisfacción de las demandas del visitante (GADM Rumiñahui, 2020).

Se considera también, los lineamientos indicados en la ordenanza 12 del Municipio de Rumiñahui, en donde cataloga los desechos de los establecimientos de alojamiento como servicios especiales. Se menciona los lineamientos mínimos en la gestión de desechos, como:

- Depositar los desechos en los contenedores específicos proporcionados por el municipio
- Mantener un área libre de 10 metros del punto donde se recolecta los desechos.
- Tener un número adecuado de contenedores de basura

- Colocar los contenedores de basura en lugares visibles (GAD Rumiñahui, 2014).

2.1.6. Factores legales

El Estado ecuatoriano, a partir de la Constitución del 2008, promulga una nueva estructura estatal que otorga mayores facultades a los gobiernos locales, para lo cual se crea el Sistema Nacional de Competencias con carácter progresivo para asignar competencias en materia de turismo. Es importante considerar que en la Constitución anterior a la del 2008 la entrega de estas facultades se daba mediante convenio directo entre el Gobierno Central y el Gobierno local, pero a partir del 2008 se lo hace de manera general para todos los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs), en donde si un GAD no posee las capacidades para adquirir la competencia asignada, se impulsa un proceso de fortalecimiento institucional hasta que pueda asumir estas funciones (Sevilla, 2017).

En el caso del cantón Rumiñahui, estas competencias están definidas por la actividad de planificación a través del impulso de planes, programas turísticos lo que favorecen la visita de turistas a una localidad. Así también deben elaborar el plan cantonal de turismo, en donde se definen los lineamientos más relevantes del cantón en cuanto a infraestructura, servicios, atractivos. El Municipio tiene también la función de regulación a través de la emisión de ordenanzas, resoluciones, regulación de horarios e impulso de organizaciones asociativas las cuales inciden directamente en las actividades de un hostal. Otra función es la de control, que se manifiesta en el cumplimiento de la normativas nacional y cantonal, la emisión de licencias de funcionamiento y la aplicación de sanciones (Consejo Nacional de Competencias, 2016).

En el caso de Rumiñahui, la descentralización de competencias turísticas se da a través del segundo convenio de descentralización celebrado el 10 de septiembre del 2002 (Sevilla, 2017). Las dificultades de asumir dichas competencias es que las autoridades no comprendían en su totalidad el dimensionamiento de estas facultades, además no se poseía personal calificado para estas funciones, por lo que se requeriría de la asesoría de gobierno central para capacitar a los funcionarios del municipio. Actualmente, la experiencia ha llevado al Municipal de Rumiñahui a contar con una estructura organizacional definida al igual que funciones claras y establecidas, lo que permite una gestión ordenada del turismo.

Con respecto a la normativa jurídica necesaria para colocar un establecimiento, el Ministerio de Turismo indica a través del Reglamento de Alojamiento Turístico que todo

establecimiento de alojamiento debe cumplir un proceso de registro, inspección e identificación, en donde se deben cumplir los siguientes aspectos:

- Escritura de constitución
- Nombramiento de representante legal
- RUC
- Cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Contrato de arrendamiento de local o certificado de gravámenes
- Inventario de activos fijos
- Pago uno por mil de activos fijos
- Nombre acorde a Ley de propiedad intelectual y búsqueda fonética (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016).

Por otra parte, en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui se necesita tramitar la Licencia Única de Funcionamiento, para lo que se necesita cumplir los siguientes requisitos:

- Formulario de licencia única de funcionamiento
- Uso de suelo actualizado
- RUC
- Patente año en curso
- Cédula y papeleta votación
- Contrato de arrendamiento actualizado
- Registro o licencia ambiental
- Plan de Contingencia (Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui, 2020).

En cuanto a los lineamientos indicados en la Ley de Compañías, el hostel con temática colonial responde a la figura legal de compañía limitada que acorde al marco legal nacional se define como:

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada (Codificación de la Ley de Compañías, 1999,p.17).

Por otra parte, como requisitos para su constitución se mencionan los siguientes:

- Copias de cedula de identidad y papeleta de votación de los socios

- Detalle de aportación por socio
- Reserva de denominación
- Cuenta de integración de capital
- Reservación de nombre en la Superintendencia de Compañías
- Elaboración de minuta
- Solicitud de aprobación a la Superintendencia de Compañías
- Publicación de escritura en un periódico de la ciudad
- Patente municipal
- Inscripción de la escritura y resolución en el registro mercantil
- Registro Único de Contribuyentes
- Inscripción de nombramiento del representante legal
- Autorización de la superintendencia de compañías para usar la cuenta de integración de capital.

En cuanto al proceso de categorización de establecimientos de alojamiento, está definido por el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo, quien mediante agentes especializados inspecciona el proyecto hostelero y registran sus principales características, mismas que definirán la categoría del establecimiento.

Posteriormente, ya en operación de actividades se debe realizar un proceso de registro en el portal web <http://siete.turismo.gob.ec> en donde se ingresa todos los servicios que dispone el hostel para su categorización. Acorde a los lineamientos del Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo del Ecuador, se definen las siguientes características para un hostel dos estrellas:

Tabla 13.

Requisitos hostel dos estrellas

Aspecto	Descripción
Requisitos generales	Lámparas de emergencia, salidas de emergencia, extintores, mangueras. Mapa de ubicación y evacuación por habitación y piso Política de horarios de atención Procesos de evaluación de satisfacción de servicio Si posee música ambiental esta debe estar dentro del lugar Tener contenedores de desechos en áreas de uso común Tener áreas de fumadores

	Facilidad para personas con discapacidad
	Letreros de uso eficiente de recursos
	Identificación de pisos y habitaciones
	Identificación de áreas de huéspedes y servicios
	Horarios de ingresos y salidas en recepción
	Personal uniformado
	Exhibir licencia de funcionamiento
	Exhibir el tarifario rack anual
	Exhibir número ECU 911
	Mínimo una cámara de seguridad
	Sistema de auxilio con organismo de seguridad
	Trampas de grasa en cocina
	Señalización de instalaciones de 110v y 220 v
Infraestructura	Infraestructura adaptada a personas con discapacidad
	Iluminación natural o artificial
	Ventilación natural o mecánica
	Suministro permanente de agua potable
	Revestimientos en áreas de aseo o alimentos para evitar microorganismos
	Elementos antideslizantes en pisos
	Áreas de uso común y/o múltiples
	Si posee área de fumadores deben ajustarse a requisitos de normativa
	Área de recepción
	Área de separación y almacenamiento de desechos sólidos.
	Área de almacenamiento de ropa de cama, toallas, etc.
	Bodega para utilería y productos de limpieza
	Bodega para productos de mantenimiento
Servicios	Agua potable 24 horas
	Custodia de equipaje
	Internet en áreas comunes
	Botiquín
	Recepción 24 horas
	Guardianía
	Servicio de limpieza
	Plancha a disposición del huésped

		Plan de seguridad
Cuartos de baño	de	En áreas comunes deben estar identificados por género En habitaciones deben tener: inodoro, lavamanos, espejo, tomacorriente, basurero, dispensador de jabón, jabón líquido, dispensador de toallas o seca manos, dispensador de papel higiénico, papel higiénico, dispensador de desinfectante de manos, gel desinfectante, iluminación, cartilla de limpieza.
Habitaciones		Mínimo 5 habitaciones Iluminación central con interruptor junto a puerta Cama, colchón, protector, sábanas, cobija, cubrecama, edredón, almohada, protector de almohada, velador, basurero Ventilación natural o mecánica Dos tomacorrientes Teléfono Informativo con políticas, horarios y números de emergencia Agua para consumo

Nota: se menciona los requisitos básicos para un establecimiento de alojamiento de dos estrellas. Tomado de Ministerio de Turismo del Ecuador (2015).

2.2. Microentorno

Para el análisis del microentorno existen diversas metodologías, las cuales responden a las características del objeto de estudio, se mencionan las principales y se realiza un análisis comparativo entre las mismas:

Tabla 14.

Análisis de microentorno

Metodología	Descripción	Observación
Análisis FODA	Es una herramienta que analiza los factores externos e internos de una organización.	Se usó para el análisis de microentorno se basa en dos elementos las debilidades y fortalezas. No obstante, su determinación no responde a ningún lineamiento o clasificación, lo cual presenta importante información, pero con datos dispersos.
Benchmarking	Es un proceso en donde se analiza la situación de una empresa en	La información organizacional, logística y económica de otros establecimientos de alojamiento es confidencial, por lo que los

		contraste con los resultados de un trabajo de campo son elementos de su bastante deficientes.	
		competencia	
5	M de Ishikawua	Es un análisis que aborda cinco aspectos: máquina, método, mano de obra, medio ambiente y materia prima	Su uso se aplica para organizaciones en funcionamiento, y sirve para diagnosticar problemas y sus causas. Su uso es más recurrente en empresas manufactureras que en de servicios.
7	s de Mackinsey	Es un modelo de diagnóstico basado en 7 elementos: estilo, personal, sistemas, estrategia, estructura, habilidades, valores	Se emplea para determinar cómo los componentes de una empresa están alineados o no con la planificación estratégica.
5	fuerzas de Porter	Analiza el microentorno de una empresa a partir de las relaciones con cinco factores.	Su uso permite diagnosticar la situación de la empresa frente a competidores directos e indirectos, proveedores clientes y la relación entre competidores. Presenta un análisis objetivo de cómo la empresa se proyecta en el mercado en base a sus características.

Nota: se describen las metodologías más relevantes para análisis de microentorno de una empresa. Elaboración propia

Por lo tanto, al tratarse de un plan de negocios se considera conveniente la utilización de las cinco fuerzas de Porter, ya que es más fácil analizar las condiciones de clientes, proveedores y competencia y enfocarlas a las características del proyecto de negocio, lo cual sirve de base para el desarrollo de estrategias.

Por otra parte, los resultados obtenidos, permite identificar los factores internos de la empresa que sirven de base para la elaboración de un análisis FODA, cuyos factores externos ya fueron analizados en el análisis del macroentorno.

Por lo tanto, se considera el análisis Porter (2008) que abarca aspectos como el poder de negociación de proveedores, clientes, competidores, productos sustitutos.

2.2.1. Poder de negociación de los proveedores

Se entiende por poder de negociación de los proveedores a la capacidad que tienen estas empresas para vender sus artículos, productos, insumos o servicios a una empresa, es decir, que poder tiene el proveedor sobre sus clientes. En el caso de proveedores escasos se dice que ellos tienen un alto poder de negociación, pues

poseen productos casi exclusivos por lo que ellos fijan los precios y escogen a quien vender o no. Por el contrario, cuando existen muchos proveedores, su poder de negociación es bajo, ya que el cliente puede seleccionar al que más le convenga (Porter, 2008). Es importante considerar que el negocio requiere de dos tipos de proveedores, los primeros encargados de la construcción y adecuación del hostal, cuyas características se detallan en la parte de inversiones. Por otra parte, se consideran aquellos proveedores de insumos, así como de alimentos, ya que según lo que menciona el reglamento de alojamiento turístico, los hostales pueden ofertar el servicio de alimentos y bebidas (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016). El detalle de proveedores puede consultarse en el anexo 5.

Estos proveedores se encuentran dentro del sector de Rumiñahui, no obstante, existe la posibilidad de contratar empresas de la ciudad de Quito debido a que no existe una distancia considerable con la capital, por lo que el poder de negociación de los proveedores es bajo.

2.2.2. Rivalidad entre competidores

Se refiere al nivel de competitividad que existe entre las empresas de un sector determinado (Porter, 2008). Según el Ministerio de Turismo el cantón Rumiñahui cuenta con distintos establecimientos de alojamiento, entre los cuales se mencionan los siguientes:

Tabla 15.

Sector hostelero de Sangolquí

Actividad	Categoría	Establecimientos	Habitaciones	Camas
Hostal	2 estrellas	4	51	82
Hostería	5 estrellas	1	22	40
	3 estrellas	7	105	212
Hotel	3 estrellas	2	36	54
	2 estrellas	4	48	96
	1 estrella	15	193	274
Total		33	455	758

Nota: se indican los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento en el cantón Rumiñahui. Tomado de Ministerio de Turismo el Ecuador (2019).

Dentro de la categoría de establecimientos de dos estrellas, se encuentran apenas cuatro lugares, pero su capacidad de alojamiento es de 82 camas. Si se considera el

total de establecimientos se considera un total de 33 negocios, por lo que se estima que el nivel de rivalidad entre competidores es alto. Por lo tanto, se observa que el servicio de alojamiento por sí solo no garantiza superar a la competencia, por lo que el uso de una temática colonial puede ser un factor importante de diferenciación.

2.2.3. Amenaza de nuevos competidores

Se refiere a la facilidad con que nuevas empresas pueden ingresar a un mercado específico, para lo cual se consideran las denominadas barreras de entrada, si estas son altas la posibilidad de entrada es baja, si por el contrario estas son bajas, las posibilidades de entrada de empresas competidoras es alta (Porter, 2008). En cuanto a esta amenaza de nuevos competidores, esta se considera baja, ya que según los datos del Ministerio de Turismo para el año 2019 se registraron un total de 33 establecimientos, mientras que para el año 2020 estos se incrementaron a 34 según el Plan de Turismo de Rumiñahui. Además, debe considerarse la tasa de ocupación que a julio era del 7% y 8%, mientras que para agosto fue del 10% al 12% y se espera que suba hasta fin de año al 20%, pero se requiere de una tasa de ocupación del 40% para llegar al punto de equilibrio, por lo que se estima que no se den inversiones en el sector de alojamiento a corto plazo (Obiol, 2020).

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos

Se refiere a la posibilidad de que productos o servicios capaces de suplantar las funciones de otro producto o servicio (Porter, 2008). Dentro del modelo de negocio denominado “Sharing Economy” que se traduce en la dinámica en la que una persona puede usar un activo que pertenece a otra persona. En este contexto aparece Airbnb, definido como un mercado comunitario en donde desde el año 2008 se presta para que personas oferten sus viviendas como destinos de alojamiento a precios más accesibles. Ingresa al Ecuador en el 2010 con 6 reservaciones, para el 2017 representó un total de 6288 habitaciones con mayor frecuencia en la ciudad de Quito, lo cual representa una afectación directa al sector hostelero ecuatoriano (Félix, 2018).

Una de las principales características de este tipo de servicio es que no cumplen con todos los requerimientos que se exige a un hostel por lo que se puede dar una competencia desleal. Por lo que el sector hostelero ecuatoriano exige su regulación (El Telégrafo, 2020). Es así que desde el Ministerio de Turismo en agosto del 2019 se impulsa el Proyecto de Reglamento de Alojamiento en Inmuebles para uso Turístico, la cual fue fuertemente criticada por Airbnb al considerarla una medida restrictiva sin precedentes en la región, además promovió la protesta de aquellas personas que se

dedicaban a esta actividad. Por lo que en septiembre del 2019 el Ministerio de Turismo aceptó revisar dicho reglamento, por lo que hasta la actualidad no ha sido publicado en el Registro Oficial ni tampoco muestra avances para hacerlo (Toranzos, 2020). Por lo tanto, se considera que la amenaza de productos sustitutos es alta.

2.2.5. Poder de negociación de los clientes

Se refiere al nivel de poder que tienen los clientes al momento de adquirir un bien o servicio. Esta relación está definida por diversos factores como el hecho de que una empresa posea un número limitado de compradores específicos, los cuales pueden amenazar con dejar de comprar sino se cumplen sus requerimientos, por lo que se dice que su poder de negociación es alto. Por otra parte, si no existe oferta de otras empresas en el sector, o la empresa posee una gran cantidad de compradores el poder de negociación del cliente es bajo, pues la empresa puede o no venderle (Porter, 2008). Por lo tanto, se estima que el poder de negociación de los clientes es alto, pues tienen varias alternativas de hospedaje en Rumiñahui, así como en la ciudad capital. Por lo que la prestación de servicio de alojamiento requiere de diferenciación y generar el deseo de hospedarse, para lo cual, puede emplearse el concepto de hostel temático, cuya aceptación debe ser medida a través de un instrumento de investigación de mercado como lo es la encuesta, que debe ser aplicada a un segmento específico, cuya estimación se desarrolla a partir de la demanda conocida.

2.3. Aplicación de instrumento a visitantes del cantón Rumiñahui

2.3.1. Objetivo

Determinar las preferencias sobre servicios de alojamiento de las personas que visitan el cantón Rumiñahui.

2.3.2. Determinación de la población y del tamaño de muestra

Para determinar el público objetivo, al cual se aplicará el modelo de encuesta se revisan los datos de establecimientos de alojamiento registrados por el Municipio de Rumiñahui al 2020, en el cual se menciona un total de 34 establecimientos de diversas categorías, por lo que se selecciona aquellos de dos estrellas que corresponden a la categoría de la puesta en marcha del hostel propuesto en este plan de negocios, dando así a lugar a los siguientes establecimientos:

Tabla 16.

Establecimientos de dos estrellas en Rumiñahui

ASPECTOS	ESTABLECIMIENTOS								
	Del River	Sierraluna	Gran Mirador	D'Washo y recepciones	Ruta Cotopaxi	Restaurante La Suite	Vallenovo	Antisana II	
Clasificación Categoría	Hotel Dos estrellas	Hostal Dos estrellas	Hostal Dos estrellas	Hotel Dos estrellas	Hotel Dos estrellas	Hostal Dos estrellas	Hostal Dos estrellas	Hotel Dos estrellas	
Número de habitaciones	26	16	14	8	6	6	12	12	
Número de camas	38	31	30	11	13	10	25	20	
Número de plazas	38	31	30	11	13	10	25	20	
Costo	\$25	\$15	\$16	\$15	\$28	\$22	\$15	\$31	
Servicios									
Parqueadero gratuito	X	X		X	X		X	X	
Parqueadero pagado			X	X					
Bar restaurant	X	X			X	X	X		
Internet	X	X	X	X	X	X	X	X	
Pet friendly	X				X				
Transporte a aeropuerto	X	X							
Sala de reuniones	X								
Lavandería			X		X				
Centro Fitness								X	
Área de juegos					X				
Minimercado					X				
Jardín								X	

Nota: la tabla indica los resultados obtenidos mediante investigación bibliográfica y de campo sobre establecimientos. Adaptado de Gad Rumiñahui (2020).

Se determina por lo tanto realizar una investigación de campo, en donde se acude a aquellos establecimientos y observar que tipo de personas ingresan y salen de sus instalaciones. Para este fin, durante cuatro días del 29 de diciembre al 02 de enero del 2021 se entró a los restaurantes de estos establecimientos, así también, se intentó entablar conversación con el personal del hostel para obtener información sobre el tipo de clientes que alojan. Los resultados obtenidos son los siguientes.

Tabla 17.

Tipo de visitante establecimientos dos estrellas en Rumiñahui

Nombre	Fecha de visita	Horario de visita	Total entrada huéspedes	Total salida huéspedes	Hombres	Mujeres	Niños	Edad aproximada adultos	Origen
Sierra Luna	29/12/2020	11h00am 13h00pm	0	2	1	1	0	25-30	Desconocido
Gran Mirador	29/12/2020	14h00 pm 16h00 pm	0	4	1	2	1	30-40	Venezolano
Del River	29/12/2020	23h00 pm 09h00 am	0	0	0	0	0	-	-
Ruta Cotopaxi	30/12/2020	11h00 am 13h00 pm	0	0	0	0	0	-	-
D'Washo y recepciones	30/12/2020	14h00 pm 16h00 pm	0	4	2	2	0	20-30	Desconocido
Restaurante Suite	La 31/12/2020	11h00 am 14h00 pm	0	1	1	0	0	45	Desconocido
Vallenovo	02/01/2021	10h00am 13h00 pm	0	0	0	0	0	0	-
Antisana II	02/01/2021	14h00pm 16h00 pm	0	0	0	0	0	0	-

Nota: la tabla indica los resultados obtenidos mediante investigación de campo sobre establecimientos. Elaboración propia.

Por lo tanto, se observa que el tipo de visitante de los establecimientos de alojamiento de dos estrellas del cantón Rumiñahui, son hombres y mujeres de 25 a 45 años, cuyo origen es desconocido. No obstante, se pudo entablar conversación con trabajadores del hotel del River y del hostel restaurante la Suite, quienes mencionaron que el origen de los visitantes en su mayoría es de la ciudad de Quito, quienes se hospedan una sola noche y que al parecer tiene motivos de trabajo, aunque también se hospedan parejas en especial los fines de semana que viajan por turismo ya que tienen por destino otras localidades y se quedan en el cantón como lugar de paso.

Los resultados obtenidos sugieren que los habitantes de la parroquia de Sangolquí no requieren alojamiento por encontrarse cerca de sus hogares, mientras que los visitantes de la ciudad de Quito si requieren hospedarse en algún lugar, por lo que la población potencial para el hostel con temática colonial son habitantes de la ciudad capital. Sin embargo, se considera que la población de Quito es demasiado amplia, por lo que se estima aplicar la encuesta con base en sus administraciones zonales.

Tabla 18.

Administraciones zonales

Administración zonal	Población Censo 2010
Eloy Alfaro	453 092
Eugenio Espejo	421 782
Manuela Sáenz	224 608
La Delicia	364 104
Quitumbe	288 520
Los Chillos	166 812
Calderón	162 915
Tumbaco	157358

Nota: se indica los pobladores por administración zonal. Tomado de Distrito Metropolitano de Quito (2012)

Se estima el playón de la Marín como un eje clave que conecta los valles con la ciudad de Quito, por lo tanto, se considera la administración zonal Manuela Sáenz a la cual pertenece y tiene un total de 224 608 habitantes, de la cual se requiere tomar una muestra representativa mediante la siguiente fórmula:

$$N = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza (95%)

P= Proporción real estimada de éxito 50%

Q= Proporción real estimada de fracaso 50%

e= Error 0.05%

$$n = \frac{(1.95^2)(0,5)(0,5)(224\ 608)}{(0,05)^2(224\ 608 - 1) + (1.95^2)(0,5)(0,5)}$$

$$n = 383.5$$

Por lo tanto, se determina aplicar el modelo de encuesta a 384 personas entre hombres y mujeres de 25 a 45 años de la ciudad de Quito. Se estima aplicar el instrumento mediante encuestas físicas en el Playón de la Marín.

2.3.3. Resultados

Se parte de la caracterización de la muestra en cuanto a edad, en donde se buscó acercarse a aquellas personas entre 25 a 45 años de edad, dando por resultado la siguiente distribución:

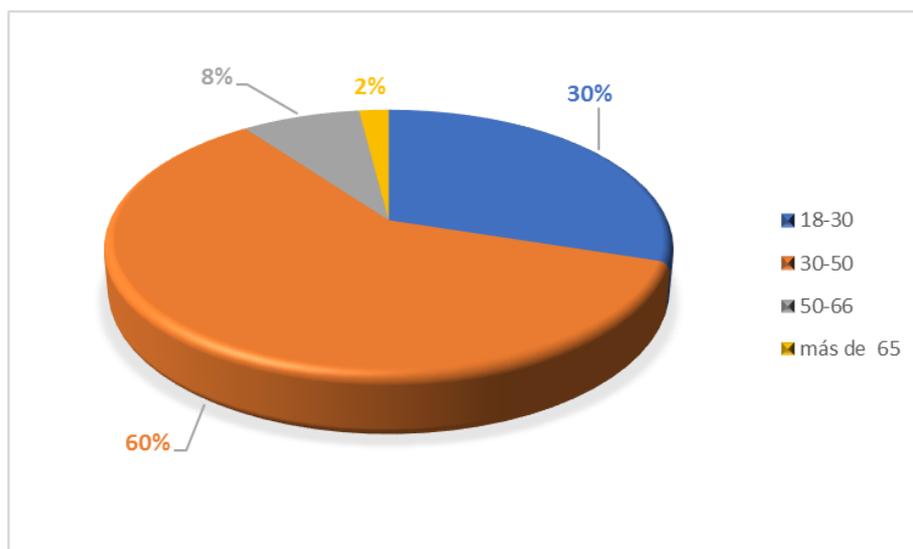


Figura 11. Edad. La figura se refiere a la edad de los encuestados. Elaboración propia

Se observa que el 60% de encuestados están dentro del rango de 30 a 50 años, seguido por un segundo segmento, el cual representa el 30 % de la muestra y son personas entre 18 y 30 años. Finalmente, se identifica dos segmentos minoritarios de personas entre 50 y más de 65 años.

En cuanto a género, se buscó segmentar la muestra de la manera más equitativa posible, dando a lugar la siguiente información:

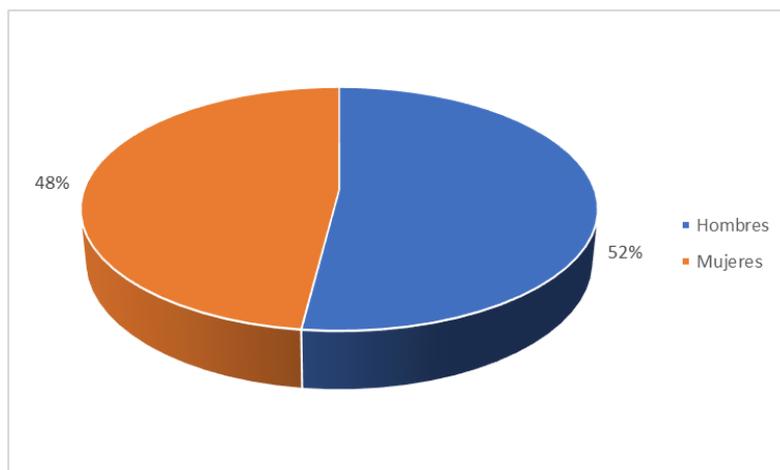


Figura 12. Género. La figura se refiere al género de los encuestados. Elaboración propia

Se observa que el 48% de personas encuestadas son mujeres, mientras que el 52% son hombres.

Otros datos generales, es el nivel de instrucción de los encuestados

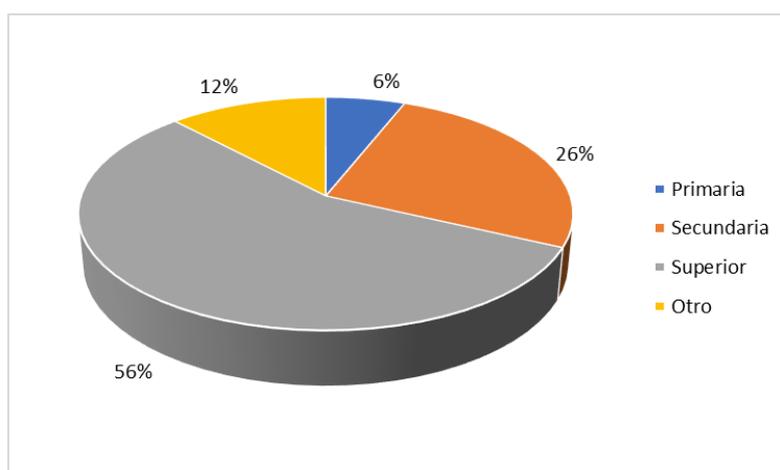


Figura 13. Instrucción. La figura se refiere a la instrucción de los encuestados. Elaboración propia

El 56% de encuestados poseen instrucción superior, mientras que en segundo lugar se encuentra un segmento del 26% constituido por personas con estudios secundarios, por otra parte, un 12% menciona tener otro tipo de estudio y finalmente un 6% indica poseer educación primaria.

En cuanto a ingresos de los encuestados se obtuvieron los siguientes datos:

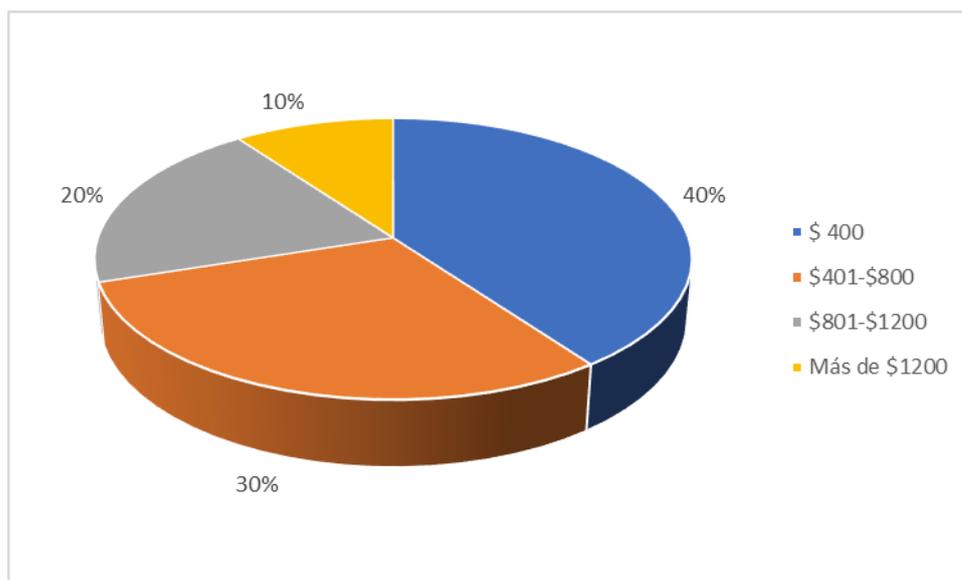


Figura 14. Ingresos. La figura se refiere a los ingresos de los encuestados. Elaboración propia

Se evidencia un segmento mayoritario del 40% correspondiente a personas que ganan \$400 al mes. En segundo lugar, se encuentra un 30% de personas con ingresos entre \$401 y \$800. Otro 20% percibe ingresos entre \$801 y \$1200 y finalmente se encuentra un segmento minoritario del 10% de encuestados que tienen ingresos superiores a \$1200. Puede observarse una correlación entre el nivel de instrucción y el nivel de ingreso, no obstante, puede inferirse también que parte del segmento de personas con estudios superiores posee ingresos de salario básico.

Se procedió a aplicar preguntas a los encuestados, en donde se parte del análisis del factor de aceptación, es decir que tan dispuesto está el visitante a alojarse en un hostel temático colonial, Los resultados muestran lo siguiente:

1. ¿Si existiera un hostel temático colonial en el Cantón Rumiñahui estaría usted interesado en hospedarse en él?

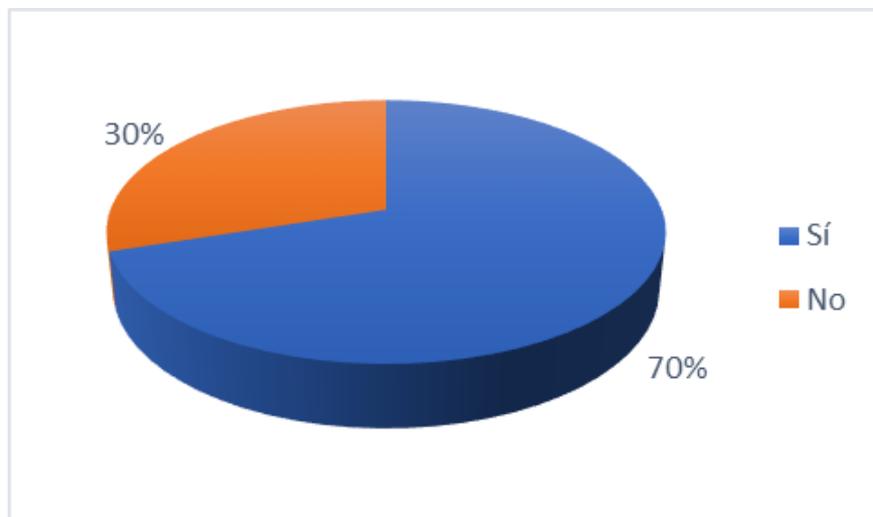


Figura 15. Aceptación. La figura se refiere a la aceptación del servicio. Elaboración propia

Se observa que el 70 % de personas encuestadas muestra interés en alojarse en un establecimiento con temática colonial, mientras que un 30% muestra renuencia a hacerlo. Por lo tanto, se concluye que la puesta en marcha del negocio cuenta con el interés de un segmento considerable de la población.

2. ¿Cuáles de los siguientes elementos cree usted que un hostel temático colonial debe considerar?

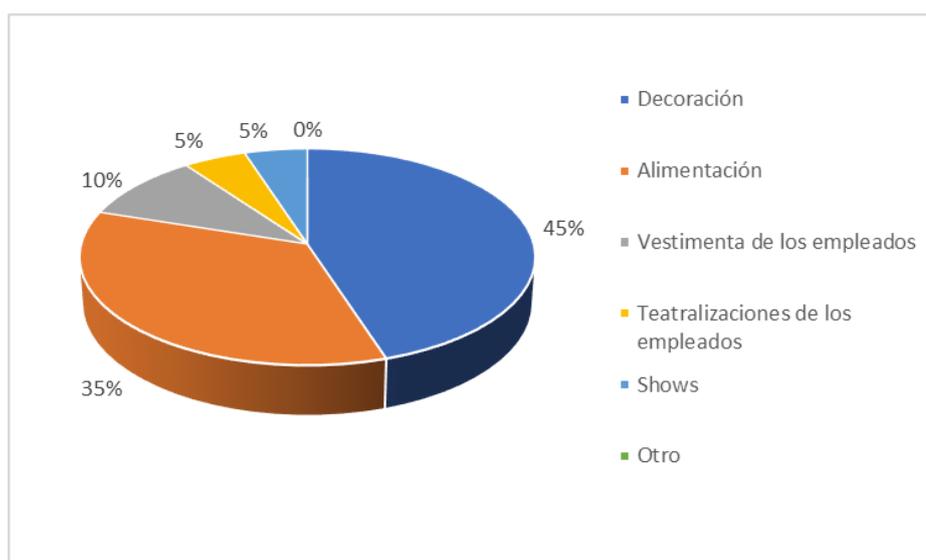


Figura 16. La figura se refiere a los elementos relevantes para el visitante. Elaboración propia

En cuanto a los elementos de relevancia para los encuestados al momento de decidir sobre alojarse en un hostel colonial, el 35% de ellos muestra mayor interés en la decoración temática del establecimiento. En segundo lugar, con un 45% considera relevante el aspecto de la alimentación. Otros factores como vestimenta de los trabajadores, actividades como shows o teatralización tienen menor interés para el visitante.

3. ¿Qué áreas son importantes para usted en un hostel temático colonial?

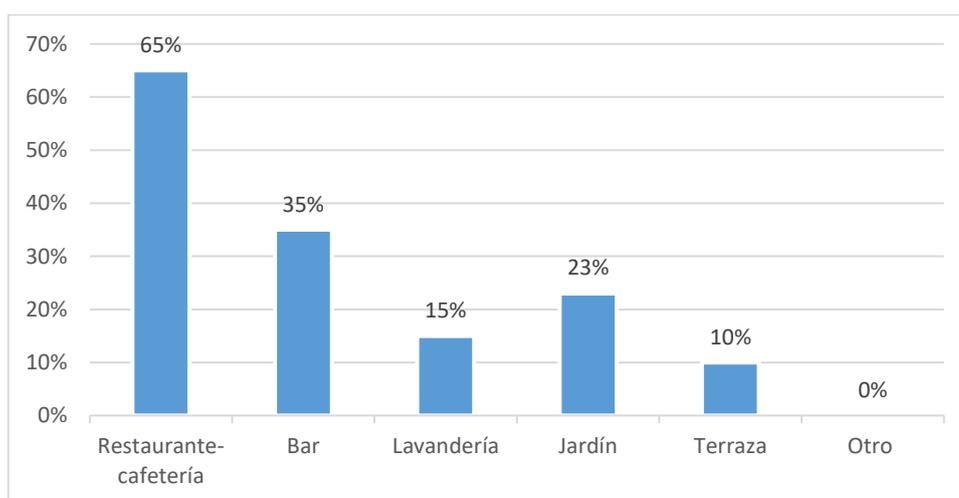


Figura 17. Áreas. La figura se refiere a las áreas requeridas por el visitante.

Elaboración propia.

Se consideró las áreas más comunes de los establecimientos competidores de dos estrellas del cantón, y se determinó identificar el nivel de importancia que los visitantes les dan. Los resultados obtenidos indican que los más relevantes con un 65% es el área del restaurante y cafetería, seguido por un 35% de bar. Un 30% muestra interés en áreas húmedas, un 23% menciona que es importante un jardín y en menor medida se menciona terrazas.

4. ¿Qué servicios son importantes para usted en un hostel temático colonial?

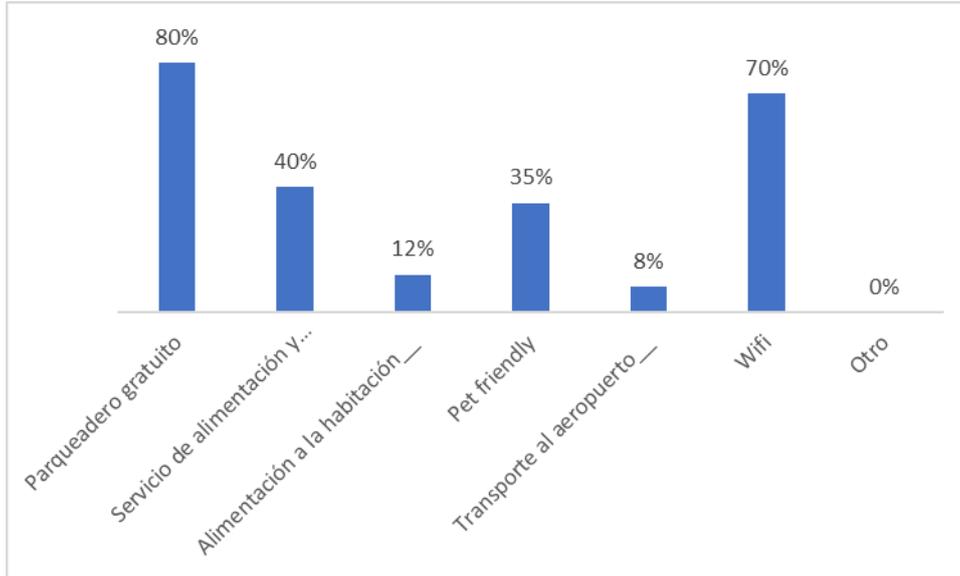


Figura 18. Servicios. La figura se refiere a los servicios requeridos por el visitante. Elaboración propia.

En cuanto a los servicios, los encuestados muestran interés en un 80% en que debe tener parqueadero gratuito, un 70% considera importante tener acceso a internet, otro 40% le da importancia al tema de alimentación. Un 35% considera relevante poder llevar mascotas. Mientras que los aspectos menos relevantes son el servicio de alimentación a la habitación y transporte al aeropuerto.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en un hostel temático?

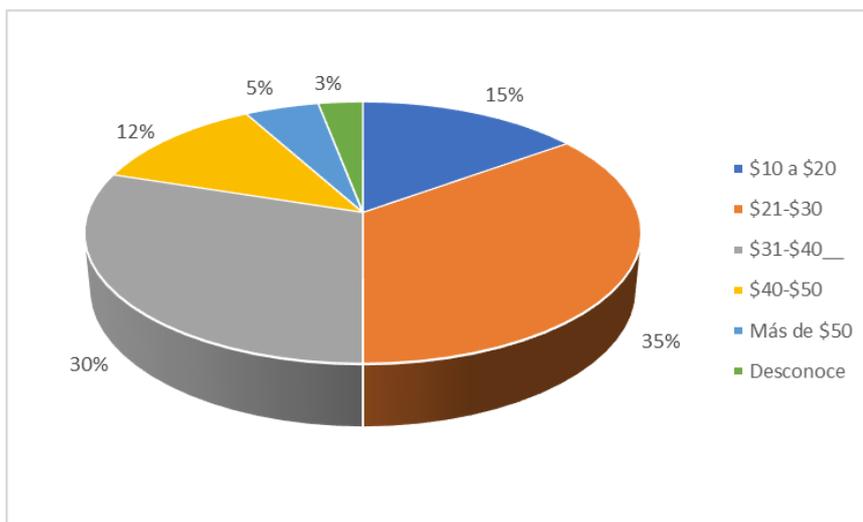


Figura 19. Precio. La figura se refiere al precio que está dispuesto a pagar el visitante. Elaboración propia

Con respecto al precio que está dispuesto a pagar el visitante, se observa un primer segmento en donde un 35% puede pagar entre 21 y 30 dólares. En segundo lugar, con un 30% se encuentra otro grupo de personas que están dispuestos a pagar entre 31 y 40 dólares. En segmentos menores se encuentran personas que desean pagar menos de 20 dólares y más de \$40. Estos valores, se encuentran dentro del rango de precios manejado por establecimientos competidores en la categoría de dos estrellas en el sector.

6. ¿Cada qué tiempo usted estaría dispuesto a alojarse en un hostel con temática colonial?

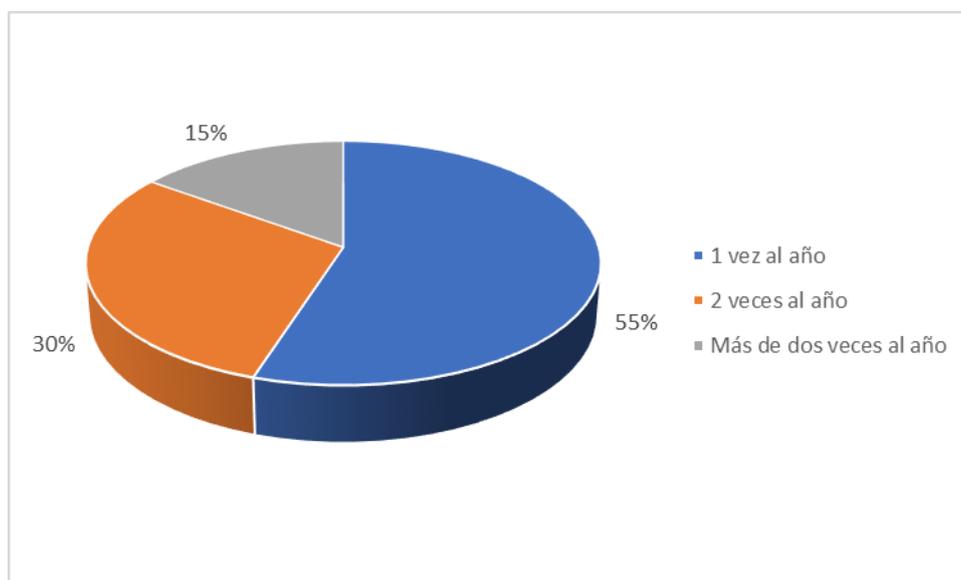


Figura 20. Frecuencia. La figura se refiere a la frecuencia con la que el visitante se hospedaría. Elaboración propia

En cuanto a la frecuencia con que los visitantes están dispuestos a alojarse, la mayoría con un 55% indican que lo harían una vez al año. Otro 30% menciona que se alojaría dos veces al año y finalmente solo un 15% indica que lo haría más de dos veces al año.

7. ¿Dónde le gustaría que se ubique el hostel con temática colonial?

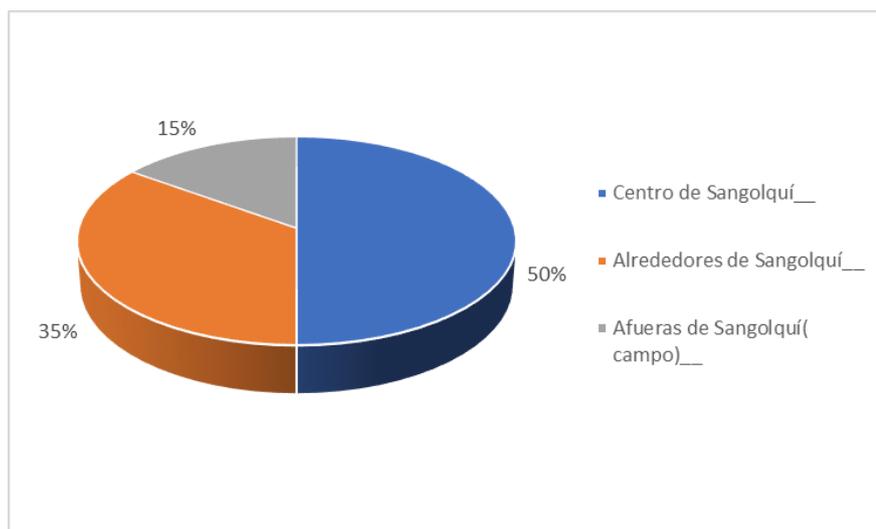


Figura 21. Ubicación. La figura se refiere a la ubicación donde se espera se encuentre el hostel. Elaboración propia

En cuanto a la ubicación del establecimiento, la mayoría de personas muestran interés en un 50% que esté ubicado dentro del centro de Sangolquí, pues la temática estaría acorde a las construcciones existentes. Otro 35% indica que este podría estar ubicado a los alrededores y solo un 15% menciona que le gustaría que se ubique en las afueras de Sangolquí.

8. ¿Qué tipo de promoción es más importante para usted recibir por el servicio de alojamiento?

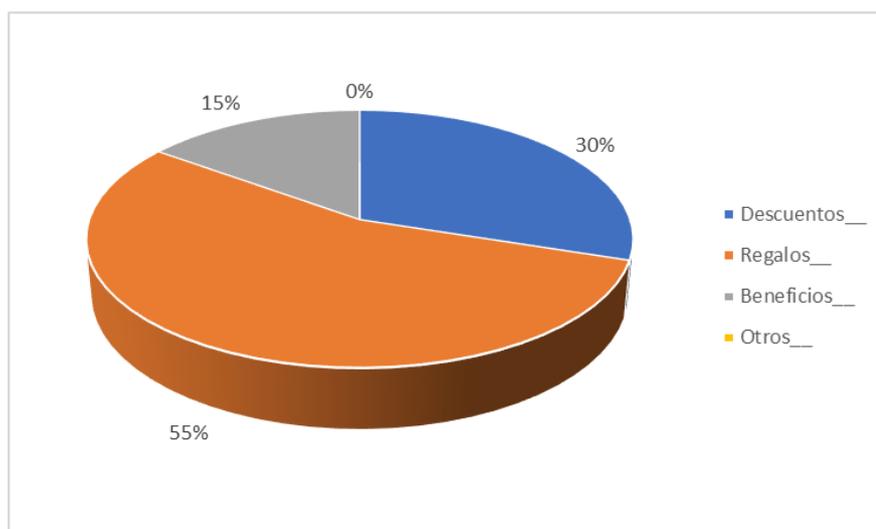


Figura 22. Promoción. La figura se refiere a las promociones esperadas por el visitante. Elaboración propia.

En cuanto al factor promoción, el 55% indica interés en recibir regalos por su estancia, el 30% indica que desharía obtener descuentos y un 15% indica que le gustaría tener beneficios.

9. ¿Por qué medio es más importante recibir usted información del hostel con temática colonial?

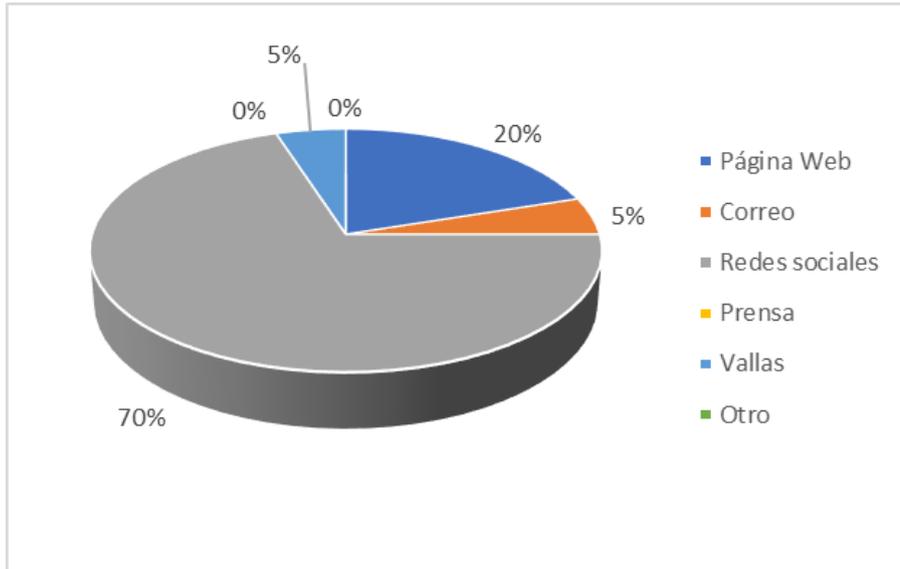


Figura 23. Comunicación La figura se refiere a los canales de comunicación preferidos por el visitante. Elaboración propia

En cuanto a comunicaciones, o sea la manera en que las personas les gustaría tener información sobre el establecimiento. La mayoría con un 70% indica que desea tener información en redes sociales. Otro 20% indica que le gustaría tenerla mediante página Web. Solo un 5% menciona que le gustaría tener información a través de su correo y otro 5% menciona que le gustaría observar vallas publicitarias. Esta información es relevante para el diseño de estrategias de comercialización, además indica la preferencia de las personas hacia medios digitales y menos hacia los tradicionales.

10. ¿Qué factor considera más relevante para adquirir el servicio de alojamiento en el hostel con temática colonial?

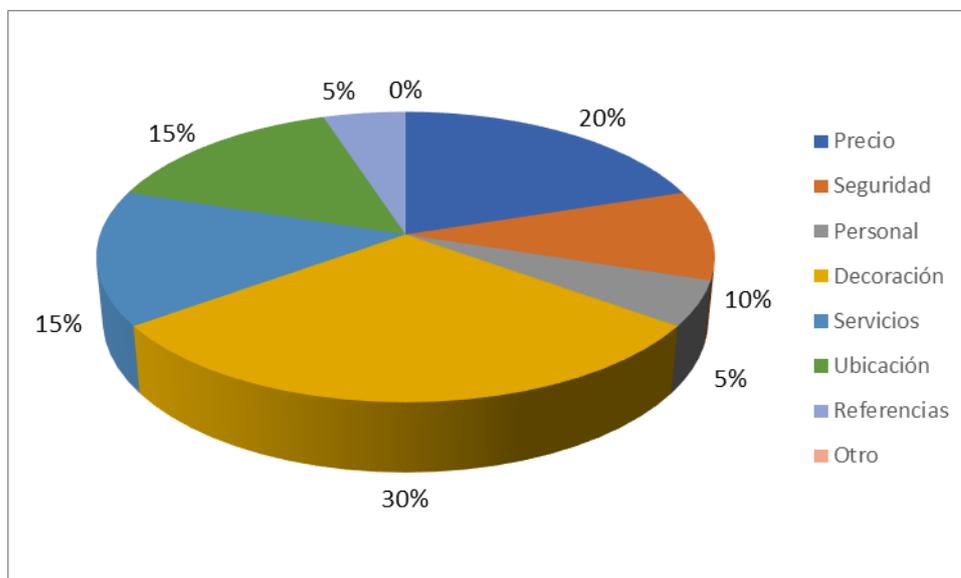


Figura 24. Factores de compra. La figura se refiere a los factores relevantes para el visitante para decidir alojarse. Elaboración propia

En cuanto a los factores relevantes para la decisión de compra del cliente, destaca la decoración con un 30%, lo cual muestra coherencia al tratarse de un hostel temático colonial. En segundo lugar, se indica el precio con un 20%. En tercer lugar, destacan los servicios y la ubicación con un 15% y finalmente con menor relevancia se indica al personal, la seguridad y las referencias.

2.3.4. Perfil de cliente

A partir de los datos obtenidos, puede desarrollarse como perfil de cliente a personas hombres y mujeres de la ciudad de Quito con edades entre 25 a 45 años, con instrucción superior que perciben ingresos entre \$400 y \$800, que están dispuestos a alojarse en un hostel con temática colonial en el centro de Sangolquí por un precio por noche de alojamiento entre \$30 y \$40 en donde destaca el tema de la decoración del lugar, que posea servicios como parqueadero gratuito, alimentación y sea pet friendly. Está interesado en recibir regalos por su alojamiento y desea recibir información a través de redes sociales.

3. CAPÍTULO III.PROPUESTA

3.1. Aspectos operativos

3.1.1. Localización

Para determinar la ubicación estratégica del hostel, se observan los resultados de la encuesta, en donde se identifica preferencia por el centro de Sangolquí y sus alrededores, para poder decidir una ubicación adecuada se analizan los factores determinados por Corriño y Gutierrez (2016) que son los siguientes:

Tabla 19.

Selección de ubicación

	Parroquia Sangolquí	Alrededores de la parroquia de Sangolquí
Mano de obra	3	2
Insumos	3	2
Comunicaciones	3	3
Transporte	3	2
Total	12	9

1= nada adecuado, 2= poco adecuado, 3= muy adecuado

Nota: elementos para determinar ubicación Tomado de Corriño y Gutierrez (2016).

Por lo tanto, el proyecto se localizará en la Provincia de Pichincha cantón Rumiñahui, específicamente en la Av. Abdón Calderón y calle Quito, el cual es un punto cercano a dos cuadras del centro histórico de la parroquia urbana de Sangolquí, que responde a la preferencia de la población de objeto de estudio. Puede verse el respaldo fotográfico del sitio en el anexo 5. En cuanto a transporte, es principal arteria de conexión a las diferentes parroquias del cantón Rumiñahui, lo cual facilita también el acceso a los trabajadores al igual que los proveedores. Otro factor importante es el hecho de que la temática de un hostel colonial, está acorde al tipo de edificaciones típicas del centro de Sangolquí, declarado como patrimonio cultural nacional desde 1992 (La Hora, 2012).

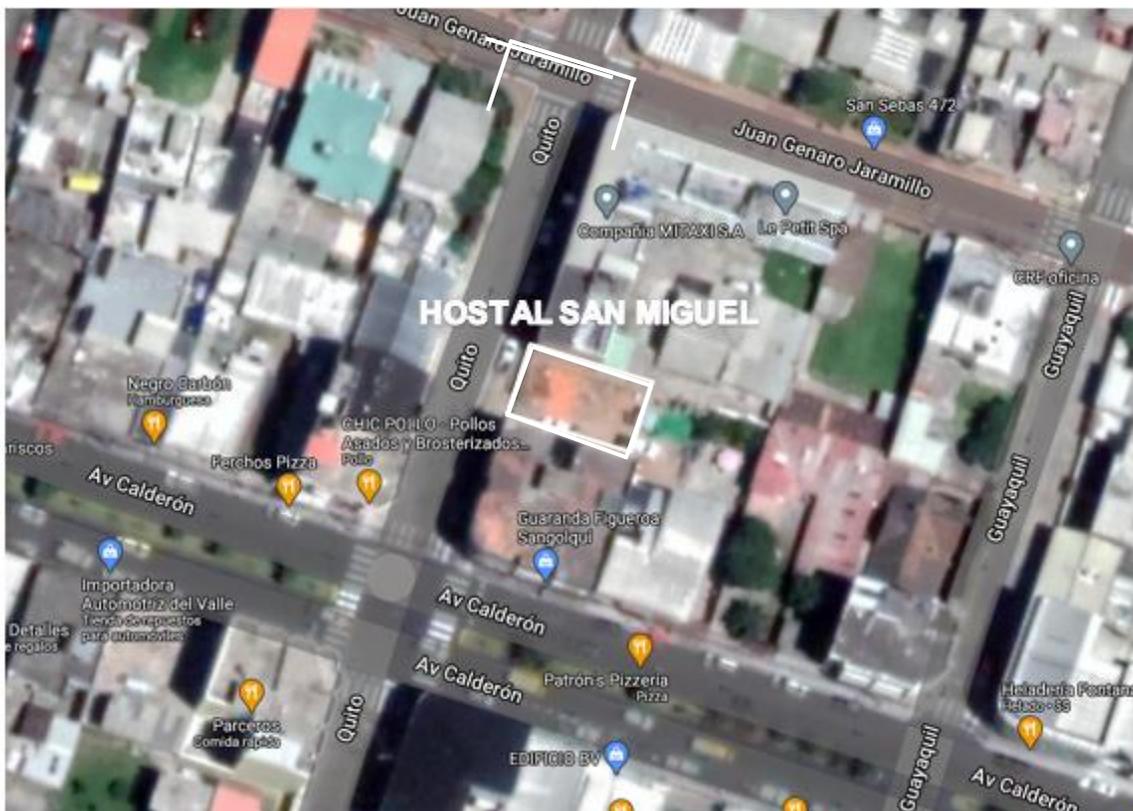


Figura 25. Ubicación Hostal San Miguel. La figura indica donde se ubica el hostal propuesto. Tomado de Google Maps (2021)

3.1.2. Temática del hostal

El Hostal “San Miguel”, pretende ofrecer un servicio de alojamiento y alimentación exclusiva desde un enfoque temático colonial, mediante su infraestructura, equipamiento y personal adecuado. Por tal motivo, el presente proyecto enfoca su decoración acorde al estilo decorativo del siglo XVII. Para este fin se procedió a realizar una entrevista a dos profesionales, el Arq. Ángel Zambrano y a la Arq. Yomaira, Almeida quien, con base a sus conocimientos, se procedió a desarrollar la propuesta y decoración del hostal, la cual aborda los siguientes aspectos:

3.1.2.1. Elementos

Se propone una línea constructiva basada en el estilo europeo, pero adaptándose a los materiales de la zona.

El estilo se define por la sencillez en sus formas y sus líneas. Se adaptan las techumbres de teja a los muros de piedra. El diseño de planta cuadrada, con patio de ventilación y entrada de luz es predominante para el hostal. A este estilo arquitectónico se le integran los colores característicos de las culturas indígenas. Los muros blancos combinados con alegres colores en fachadas y patios.

Se emplea una planta arquitectónica cuadrada, arcos en paredes para puertas y ventanas, cubierta de teja, con estructura inclinada de madera que resalta y se refleja en la parte de los volados (Zambrano, 2021).



Figura 26. Casa colonial con techumbre de vigas. Se indica un elemento del estilo colonial que es el uso de vigas de madera. Tomado de Almeida(2021).

Las fachadas del hostal también muestran una mezcla de las dos culturas. Las fachadas coloniales en América utilizan los elementos de diseño que se empleaban en Europa, pero aplicados con los materiales de la región, techumbres inclinadas, con vigería de madera que se extiende hasta los volados exteriores. Las columnas que sostienen arcadas son características visuales y constructivas muy importantes del diseño.

Se debe concluir, que el estilo arquitectónico de la época conserva algunos elementos, pero se ha adaptado y modernizado algunos elementos. La tecnología de la arquitectura permite ir más allá de la época e incorporar materiales como el vidrio templado, reducir elementos recargados y mejorar en la decoración con eliminación artificial que mejora la sensación espacial de la obra arquitectónica (Zambrano, 2021).

3.1.2.2. Vegetación

La vegetación es otro elemento importante en la decoración colonial. Antiguamente los patios se llenaban de color mediante macetones con flores. Esto hacía los pasillos y patios mucho más frescos y confortables. En los diseños actuales de casas estilo colonial modernos, se conserva el elemento de la vegetación como parte importante de la decoración. El uso de plantas como flores, destaca mucho en la época como adornos exteriores e interiores (Zambrano, 2021).

El diseño de jardines es un área importante dentro del estilo colonial. El jardín es un área importante que provee de luz y ventilación a todo el lugar, por lo que se estima su utilización dentro de la propuesta del hostal.

3.1.2.3. Decoración

La decoración dentro del estilo colonial antiguo se basa en una gran cantidad de muebles pesados. Tradicionalmente, los colores son predominantemente oscuros. La ornamentación estética se basa en cuadros religiosos y objetos artesanales. Los textiles se elaboran en colores más claros con estampados florales y naturales que proporcionan luz a los espacios interiores. Incluso interiormente como parte de la decoración de las habitaciones se emplean plantas en macetas, colocadas en los balcones.



Figura 27. Cromática de textiles. El uso de textiles en colores claros se integra perfectamente al diseño. Tomado de Almeida (2021)

Tradicionalmente, los muebles en la época de la colonia se fabricaban con maderas tropicales y se diseñaba mobiliario de acuerdo al nivel social al cual iba dirigido. De este modo además de emplear las maderas como la caoba, también se elaboraban muebles más económicos con mimbre, bambú, rattan, cuerda y rafia.

Actualmente, gracias a la gran variedad de materiales en el mercado, se producen muebles estilo colonial, más ligeros y con gran variedad de colores. Por lo tanto, para la puesta en marcha del hostel se emplean muebles fabricados en teka y textiles variados para mobiliario, alfombras y cortinas. Estos textiles se combinan con estilos de mobiliario más modernos para hacer los espacios mucho más cómodos (Almeida, 2021).

3.1.2.4. Elementos decorativos

Se considera dentro del mobiliario, el uso de vitrinas, libreros, biombos, espejos, además de los muebles de uso diario. Se emplean muebles de líneas sencillas, con textiles claros que provoquen espacios llenos de luz y comodidad.

Los colores predominantes para este estilo colonial moderno, son los colores neutros. Por ejemplo, se emplea básicamente el color blanco, los tonos almendra y los ocre. Estos tonos pueden combinarlos fácilmente con algunos colores con más vida, como sería el caso del rojo, el amarillo o el verde.

Los pisos antiguamente, dentro de este estilo se cubrían con losetas de barro rojo, lo que le daba un incomparable color a cualquier espacio. Sin embargo, el barro rojo en pisos, actualmente se emplea muy poco, por lo que los diseños modernos emplean losetas de cerámica con colores neutros muy atractivos.

Para el hostel, se propone el uso de losetas imitación madera, que son un elemento ideal para la decoración de un espacio con estilo colonial. Estas losetas cerámicas son de alta duración y con acabados muy atractivos. Se fabrican en gran variedad de colores que pueden adaptarse a cualquier estilo y diseño de hostales con temática colonial.

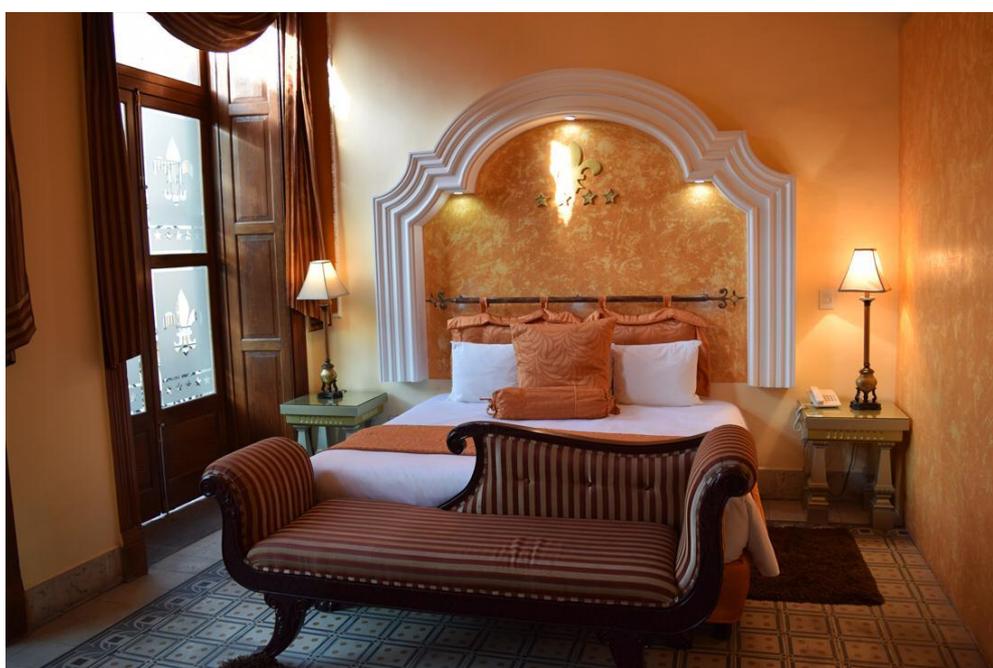


Figura 28. Propuesta habitación. Se propone una habitación con loseta de cerámica con cromática ocre e iluminación difusa. Tomado de Almeida (2021)

Al interior de las habitaciones se propone expresar confort gracias al uso de colores ocre y tierra acompañado de su iluminación cálida puntual y difusa, se enmarca la jerarquía en los respaldos de las camas, y el uso constante del hierro forjado en sus balcones y pasamanos además que cada uno de sus veladores son elaborados en madera de teka con sus respectivas molduras de igual manera el mueble del pie de cama con sus cortes y acabados.

Una vez determinado el estilo colonial, la construcción, materiales y decoración estará a cargo de SEDEMI que es un conjunto de empresas dedicadas al diseño,

construcción, acabado superficial, montaje estructural, montaje y decoración. En cuanto a la distribución física de espacios, estos pueden consultarse en planos en el anexo 2 y 3.

3.1.3. Misión y visión

Misión

Ofrecer un servicio de alojamiento con un enfoque temático colonial, vinculados a un recurso humano capacitado para satisfacer y cubrir las expectativas de los visitantes mediante un servicio de calidad, garantizando el máximo confort y descanso, permitiendo al huésped recrear una experiencia inolvidable ambientada en la época colonial.

Visión

Ser el hostel con temática colonial líder a nivel nacional y regional mediante la prestación de un servicio de calidad, excelencia y amabilidad, con una oferta personalizada a través de la innovación constante y el entendimiento de las necesidades de nuestros clientes.

3.1.4. Recursos humanos

Para determinar la estructura organizativa del hostel, se revisan los lineamientos del Manual del Reglamento de Alojamiento Turístico, en donde se requiere la presencia de al menos una persona con conocimiento en competencias laborales, lo cual es un requisito para el cargo de gerente general. Así también se solicita al menos una persona con dominio del idioma inglés, lo cual es un requerimiento para el cargo de recepcionista (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2015) .

Por otra parte, para el servicio de alimentos y bebidas, se define la necesidad de contar con un cocinero y un mesero.

Para el área de house keeping, se requiere de dos personas encargada de la limpieza de las instalaciones.

Acorde al funcionamiento de 24 horas del hostel también se necesita la contratación de tres recepcionistas.

3.1.5. Estructura organizacional



Figura 29. Estructura organizacional por departamentos. La figura muestra los principales departamentos del hostel propuesto. Elaboración propia

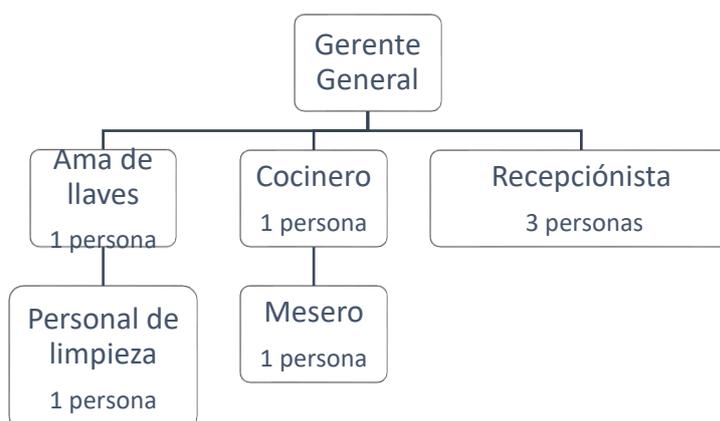


Figura 30. Estructura organizacional por puestos. Se indica los principales puestos en el hostel y su relación en cuanto a jerarquía. Elaboración propia

La estructura organizacional de la empresa parte de un gerente general quien está a cargo de todos los demás departamentos, posteriormente las actividades de House Keeping están a cargo de una ama de llaves y una persona encargada en el apoyo de la limpieza, En el área de alimentos y bebidas, se requiere de un cocinero y de un mesero, quienes son encargados de la preparación de alimentos y servir los desayunos. Finalmente, en el área de recepción están tres personas a fin de brindar el servicio las 24 horas.

3.1.6. Funciones

3.1.6.1. Gerencia

Gerente General: es responsable de:

- La correcta gestión del hostal
- Gestión del proceso de compras
- Gestión del proceso de ventas
- Aspectos tributarios
- Selección, capacitación ,evaluación de personal
- Pago de nómina
- Diseños de procesos del hostal
- Diseñar las proyecciones anuales de ventas
- Identificar nichos potenciales de mercado
- Identificar las características del publico objetivo
- Determinar estretegias comerciales
- Monitorear el alcance de las estrategias comerciales mediante indicadores

Tabla 20.

Requerimientos de puesto gerente

ASPECTO	REQUERIMIENTOS
Instrucción	Superior
	Gestión del talento humano
	Gestión por procesos
	Manejo de contabilidad general y costos
Conocimientos	Marco legal
	Tributación ecuatoriana
	Toma de decisiones
	Evaluación financiera
	Liderazgo
	Autocontrol
Psicológico	Comunicación
	Trabajo en equipo
	Trabajo bajo presión

Nota: la tabla indica los requerimientos para ocupar el puesto de gerente general.
Elaboración propia.

3.1.6.2. House Keeping

Ama de llaves: tiene como responsabilidad:

- Planificar y organizar las actividades de limpieza del hostel
- Supervisar las actividades del personal de limpieza
- Velar por el mantenimiento y limpieza de todas las áreas del hostel
- Facilitar productos adicionales a los huéspedes
- Llevar un control de la lencería, suministros, productos de limpieza del hostel
manejo de inventario
- Gestionar el manejo de la basura del hostel
- Controlar el manejo y mantenimiento adecuado de la maquinaria de aseo
- Elaborar informes sobre el estado de las distintas áreas del hostel a gerencia
- Realizar solicitudes de lencería, o suministros a gerencia
- Realizar la limpieza de habitaciones baños y zonas comunes

ASPECTO	REQUERIMIENTOS
Instrucción	Secundaria Limpieza de suelos, muebles, cristal, madera
Conocimientos	Reposición de insumos Clasificación de residuos Elaboración de inventario Preparación de habitaciones Receptividad a cumplir instrucciones
Psicológico	Toma de decisiones Comunicación Solución de conflictos Organización

Nota: la tabla indica los requerimientos para ocupar el puesto de personal de limpieza. Elaboración propia.

Personal de limpieza: tiene como responsabilidad:

- Mantener limpias las habitaciones, así como las zonas publicas
- Cambiar las sábanas y cobijas de las habitaciones,
- Limpiar los baños,
- Reportar cualquier arreglo necesario en su infraestructura,

- Manejar correctamente maquinaria para lavar sabanas, cobijas, toallas o mantelería y manejo de plancha industrial.
- Elaborar informes reportando su trabajo realizado y cualquier novedad encontrada al área de house keeping.

Tabla 21.

Requerimientos de puesto personal de limpieza

ASPECTO	REQUERIMIENTOS
Instrucción	Secundaria Limpieza de suelos, muebles, cristal, madera
Conocimientos	Reposición de insumos Clasificación de residuos Constatación de inventario Preparación de habitaciones Receptividad a cumplir instrucciones
Psicológico	Toma de decisiones Comunicación Solución de conflictos Organización

Nota: la tabla indica los requerimientos para ocupar el puesto de personal de limpieza. Elaboración propia.

3.1.6.3. Alimentos y bebidas

Cocinero: es responsable de:

- Preparación del desayuno para los huéspedes
- Solicitar productos e insumos a gerencia general
- Encargado de recibir los productos de alimentos y bebidas de los proveedores
- Llevar el inventario de alimentos y bebidas del hostel

Tabla 22.

Requerimientos de puesto jefe de cocina

ASPECTO	REQUERIMIENTOS
Instrucción	Superior Cocina ecuatoriana
Conocimientos	Conservación de alimentos Estándares sanitarios Control de calidad Costos

Psicológico	Elaboración de inventario Planificación de procesos Liderazgo Organización Comunicación Trabajo en equipo Trabajo bajo presión
-------------	--

Nota: la tabla indica los requerimientos para ocupar el puesto de mesero. Elaboración propia.

Mesero: tiene como funciones:

- Toma de pedido de desayuno,
- Solicitar y comprobar la veracidad de requerimiento,
- Atender cualquier solicitud de los clientes,
- Servir los alimentos a los clientes
- Prestar apoyo a las actividades de cocina
- Encargado de la limpieza del área de alimentos y bebidas

Tabla 23.

Requerimientos de puesto mesero

ASPECTO	REQUERIMIENTOS
Instrucción	Secundaria Atención al cliente Preparación de alimentos y bebidas Estándares sanitarios
Conocimientos	Control de calidad Manipulación de alimentos Manejo de inventario Seguimiento de procesos Liderazgo
Psicológico	Organización Comunicación Trabajo en equipo Trabajo bajo presión

3.1.6.4. Recepción

Recepcionista: tiene como funciones:

- Dar la bienvenida a todo cliente que llegue al hostal

- Encargado de realizar check in y check out
- Atender cualquier solicitud de los clientes,
- Calcular y realizar los cobros por motivo de hospedaje o servicios adicionales

Tabla 24.

Requerimientos de puesto recepcionista

ASPECTO	REQUERIMIENTOS
Instrucción	Superior Dominio del idioma inglés
Conocimientos	Gestión de reservas Gestión de reclamos Facturación Arqueo de caja Receptividad a cumplir instrucciones Trabajo bajo presión
Psicológico	Comunicación Solución de conflictos Atención al cliente

Nota: la tabla indica los requerimientos para ocupar el puesto de recepcionista. Elaboración propia.

3.2. Aspectos técnicos

3.2.1. Procesos

Una vez identificados los objetivos, analizado el sector, la competencia, los segmentos de mercado, los requerimientos es necesario definir las actividades clave en la empresa, según Weinberger (2009) todo plan de negocio debe definir sus procesos básicos, los cuales están relacionados con sus actividades principales, siendo estos el servicio de alojamiento, prestación de alimentos y compras de insumos, sin que esto implique que estos sean los únicos procesos que se lleven a cabo en el hotel.

3.2.2. Proceso de reservas

Tabla 25.

Caracterización de proceso de reserva

Hostal San Miguel	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS		Fecha	08-03-20
	Elaborado por: Gerente General	Aprobado por: Junta de accionistas	Versión	PR 1
INFORMACIÓN DEL PROCESO				
Nombre del proceso:	Reservas			
Responsable :	Recepcionista			
Objetivo:	Gestionar la reserva de una habitación, para su posterior ocupación de habitación dentro del hostel.			
ACTIVIDADES DEL PROCESO				
Número	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	Observaciones	
1	Saludo de bienvenida o ingreso a plataforma	Recepcionista	La reserva se la puede hacer a través de línea telefónica, redes sociales o aplicaciones de reservas como la página web.	
2	Solicitud de habitación	Cliente		
3	Revisión de disponibilidad	Recepcionista		
4	Registro de visitante	Recepcionista	Se realiza en una hoja de control	
5	Solicitud de anticipo	Recepcionista		
6	Reserva de habitación	Recepcionista		
RECURSOS				
Recursos Humanos			Responsables de recepción	
Recursos Materiales			Fichas de registro de huéspedes.	
Recursos Financieros			Asignación remuneración recepcionista	
Recursos Tecnológicos			Aplicaciones de reserva	
INDICADORES				
<i>Indicador</i>	<i>Fórmula</i>		<i>Responsable</i>	<i>Frecuencia</i>

Reservas	(N° de reservas periodo actual / N° de reservas periodo anterior-1) X 100	Gerente	Mensual
----------	---	---------	---------



Figura 31. Proceso de reserva. La figura indica el proceso que requiere prestar el servicio de alojamiento. Elaboración propia.

Firma responsabilidad:

3.2.3. Proceso de alojamiento

Tabla 26.

Caracterización del proceso de alojamiento

Hostal San Miguel	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS		Fecha	08-03-20
	Elaborado por: Gerente General	Aprobado por: Junta de accionistas	Versión	PA 1
INFORMACIÓN DEL PROCESO				
Nombre del proceso:	Alojamiento			
Responsable :	Recepcionista			
Objetivo:	Registrar al visitante, para su posterior asignación de habitación dentro del hostel.			
ACTIVIDADES DEL PROCESO				
Número	ACTIVIDADES	RESPONSABLE S	Observaciones	
1	Saludo de bienvenida	Recepcionista		
2	Solicitud de habitación	Cliente		
3	Revisión de disponibilidad	Recepcionista		
4	Registro de visitante	Recepcionista	Se realiza en una hoja de control	
5	Entrega de llaves	Recepcionista		
6	Alojamiento	Recepcionista		
7	Facturación	Recepcionista		
8	Despedida	Recepcionista		
RECURSOS				
Recursos Humanos			Responsables de recepción	
Recursos Materiales			Fichas de registro de huéspedes	
Recursos Financieros			Asignación remuneración recepcionista	
Recursos Tecnológicos			Ninguno	

INDICADORES			
Indicador	Fórmula	Responsable	Frecuencia
Cientes	$(N^{\circ} \text{ de clientes periodo actual} / N^{\circ} \text{ de clientes periodo anterior} - 1) \times 100$	Gerente	Mensual

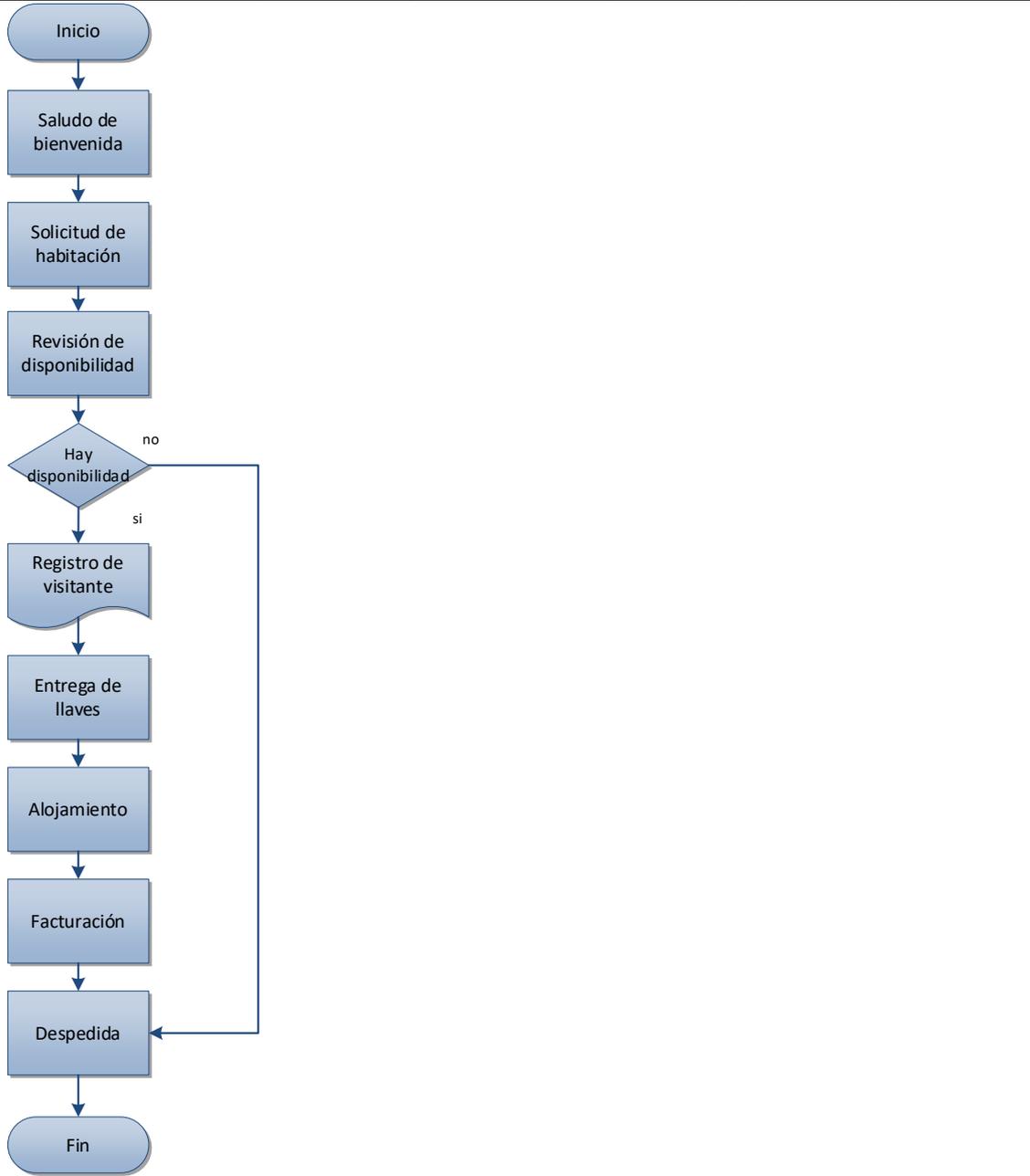


Figura 32. Proceso de alojamiento. La figura indica el proceso que requiere prestar el servicio de alojamiento. Elaboración propia.

Firma responsabilidad:

3.2.4. Proceso de compras

Tabla 27.

Caracterización del proceso de compras

Hostal San Miguel		CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS		Fecha	08-03-20
		Elaborado por: Gerente General	Aprobado por: Junta de accionistas	Versión	PC 1
INFORMACIÓN DEL PROCESO					
Nombre del proceso:	Compras				
Responsables:	Gerente, cocinero, ama de llaves				
Objetivo:	Gestionar las adquisiciones de los insumos necesarios para la correcta prestación del servicio de alojamiento.				
ACTIVIDADES DEL PROCESO					
Número	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	Observaciones		
1	Determinación de faltantes	cocinero, ama de llave	Toda solicitud de insumos debe hacerse por escrito		
2	Contacto de proveedores	Gerente			
3	Recepción de proformas	Gerente			
4	Análisis de proformas	Gerente			
5	Compra de insumos	Gerente			
6	Recepción de insumos	Gerente			
7	Inventarios	Gerente			
RECURSOS					
Recursos Humanos			Gerencia, cocina, ama de llaves.		
Recursos Materiales			Solicitudes de requerimientos, proformas		
Recursos Financieros			Asignación remuneraciones, presupuesto para compras		
Recursos Tecnológicos			Ninguno		
INDICADORES					

Indicador	Fórmula	Responsable	Frecuencia
Ejecución presupuestaria	$(\text{Presupuesto compras periodo actual} / \text{Presupuesto compras periodo anterior} - 1) \times 100$	Gerente	Mensual



Figura 33. Proceso de compras. La figura indica el proceso requiere adquirir insumos, equipos u otros. Elaboración propia.

Firma responsabilidad:

3.2.5. Proceso de inventario

Tabla 28.

Caracterización proceso de inventario

Hostal San Miguel	CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS		Fecha	08-03-21
	Elaborado por: Gerente General	Aprobado por: Junta de accionistas	Versión	PI 1
INFORMACIÓN DEL PROCESO				
Nombre del proceso:	Inventario			
Responsables :	Ama de llave, cocinero			
Objetivo:	Proveer un adecuado sistema de control de inventarios del hostal.			
ACTIVIDADES DEL PROCESO				
Número	Actividades	Responsables	Observaciones	
1	Recepción de productos	Ama de llaves, cocinero		
2	Verificación de estado y cantidad de productos solicitados	Ama de llaves, cocinero		
3	Registro de recepción de productos	Ama de llaves, cocinero		
4	Despacho a bodega	Ama de llaves, cocinero	El mesero ayuda al proceso de traslado de insumos a bodega	
RECURSOS				
Recursos Humanos		Gerente, mesero		
Recursos Materiales		Fichas de registro de productos		
Recursos Financieros		Partida presupuestaria, presupuesto para compras		
Recursos Tecnológicos		Excel para registro de ingreso de mercadería		
INDICADORES				
Indicador	Fórmula	Responsable	Frecuencia	
Existencias	$(N^{\circ} \text{ de existencias periodo actual} / N^{\circ} \text{ de existencias periodo anterior} - 1) \times 100$	Gerente	Mensual	

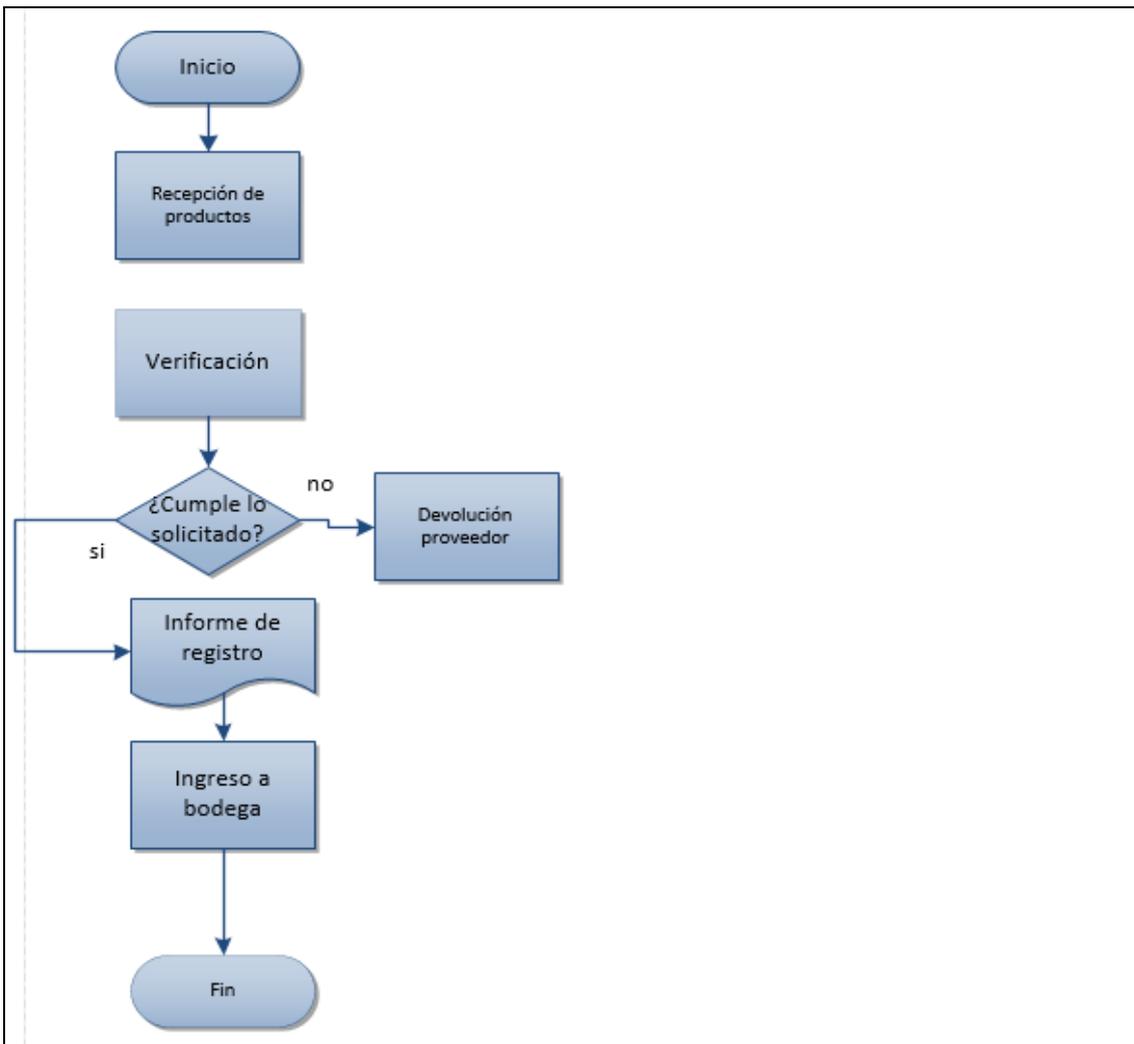


Figura 34. Proceso de inventario. La figura indica el proceso de inventario de los productos adquiridos. Elaboración propia.

Firma responsabilidad:

3.3. Aspectos económicos

Para el desarrollo de los estados financieros, se parte desde el escenario actual en el que se desenvuelve el sector turístico, el mismo que a partir de marzo del 2020 tiene un decrecimiento que ha impactado negativamente en el sector de alojamiento y que para las proyecciones futuras no tienen perspectivas de mejoramiento.

Es así, que para el desarrollo de este plan de negocios, los datos económicos considerados corresponden al mes de enero del 2021 acorde los indicadores

coyunturales de alojamiento indicados por el Ministerio de Turismo, en donde se menciona una tasa de alojamiento del 9% (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2021).

Por otra parte, según cifras del banco Central del Ecuador, las proyecciones de crecimiento del sector turístico al cierre del año 2021 será del 6,30% (Banco Central del Ecuador, 2021).

Así también, se estima pertinente el índice de precios al consumidor (IPC), de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), quien, a enero del año 2021, indica un IPC del 0,12% (INEC, 2021).

Es relevante, también considerar lo mencionado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) respecto a la recuperación de la crisis. Quien estima que se llegará a niveles pre pandémicos a recién a partir del año 2023. Así también, otras fuentes menos optimistas estiman que este restablecimiento se alcanzará en el año 2024 o después. Por tanto, se considera pertinente, emplear un porcentaje de crecimiento lineal para la proyección de ventas.

3.3.1. Inversiones

Para el correcto funcionamiento del negocio, se requiere:

- Invertir en la construcción del Hostal.
- Invertir en la adquisición del mobiliario y equipos.
- Considerar el valor que será necesario para cubrir las necesidades de los seis primeros meses.

A continuación, se menciona el detalle de los requerimientos para la inversión inicial

3.3.1.1. Inversión en construcción

La construcción del Hostal “San Miguel” se da acorde a los requerimientos de un hostel dos estrellas con estilo colonial del siglo XVIII, cuenta con 896 m² de construcción divididos entre subsuelo, planta baja, primer piso, segundo piso y tercer piso (favor ver anexo 3).

Su construcción se encarga al grupo SEDEMI, quienes son los encargados del diseño, construcción, acabados y decoración, quienes mediante la modalidad de llave en mano se encargan de entregar el hostel en funcionamiento a los propietarios, mediante el siguiente detalle de inversiones:

Tabla 29.

Inversión de construcción

Detalle	Total
· Diseño de planos arquitectónicos y estructurales.	1,792.00
· Diseño de ingenierías sanitarias y eléctricas.	1,792.00
· Estudios de suelo.	1,000.00
· Construcción del proyecto en obra gris	144,342.90
· Acabados	51,073.10
· Aprobaciones, permisos, licencias, documentos, impuestos, tasas, contribuciones y demás gastos administrativos.	5,000.00
Total	205,000.00

Nota: se indica la inversión en el proceso de construcción. Elaboración propia

3.3.1.2. Inversión en mobiliario y equipos

Se estiman los principales requerimientos en cuanto a mobiliario y equipos para cada área del hostel, se definen también los potenciales proveedores.

Tabla 30.

Equipamiento habitaciones

Detalle	Habitaciones	Cantidad	Cto	Total
Muebles el arbolito	Somier cama full (dos plazas)	23	280	6,440.00
Luca Seville	almohadas	46	12	552.00
Luca Seville	colchones	23	140	3,220.00
Luca Seville	juegos de sábana	46	15	690.00
Luca Seville	cubrecama	46	30	1,380.00
Luca Seville	cortinas	15	34	510.00
Luca Seville	toalla grande	46	12	552.00
Luca Seville	toalla mediana	46	6	276.00
Muebles el arbolito	velador	15	45	675.00
Importadora Pazmiño	televisor 32 pulgadas	15	300	4,500.00
Importadora Pazmiño	teléfono	15	25	375.00
Picca	basureros	30	10	300.00
Savon Amenities	Shampú sachetn12ml personalizado dos colores	1	0.12	0.12
Savon Amenities	Sachet acondicionador 12ml personalizado dos colores	1	0.12	0.12
Savon Amenities	Jabón 16gr mensaje empaque papel seda	1	0.12	0.12
	Total			19,470.36

Nota: se indica la inversión en equipamiento de habitaciones. Elaboración propia

Por otra parte, se requiere invertir en equipamiento relacionado con la actividad del restaurante y el servicio de desayuno, para lo cual, se requiere de los siguientes elementos:

Tabla 31.

Equipamiento cafetería

Proveedor	Detalle	Cantidad	Cto	Total
Importadora Pazmiño	Caja registradora er -350	1	350	350.00
Muebles el arbolito	Mesas	6	120	720.00
Muebles el arbolito	Sillas	24	12	288.00
Luca Seville	Mantelería	12	8	96.00
Importadora Arellano	Juegos de vajilla	15	25	375.00
Importadora Arellano	Docena de vasos	10	12	120.00
Importadora Arellano	Cubertería juego 24 piezas tramontina	50	13	650.00
	Total			2,599.00

Nota: se indica la inversión en equipamiento de cafetería. Elaboración propia

Tabla 32.

Equipamiento cocina

Proveedor	Detalle	Cantidad	Cto	Total
Sertecine	Centralina gas 4 puntos	1	650	650.00
Indumac	Cocina industrial 4 quemadores	1	800	800.00
Indumac	Campana y ducto extracción de acero inoxidable con motor	1	250	250.00
Indumac	Riel escurridor vajilla	1	100	100.00
Indumac	Mesa auxiliar acero inoxidable	1	180	180.00
Indumac	Cocina baja 2 quemadores grandes acero inoxidable	1	250	250.00
Indumac	cafetera 35 tazas	1	150	150.00
Indumac	Congelador vertical 2 en 1	1	1800	1,800.00
Indumac	Licuadoras	3	50	150.00
Indumac	Microondas	1	200	200.00
Indumac	Procesador	1	180	180.00
Indumac	Juego de ollas	3	45	135.00
Indumac	Herramientas cocina	4	20	80.00
Indumac	Cubertería cocina juego acero inoxidable UMCO OK504	5	12	60.00
Kiwi	detector de gas	2	2	4.00
Indumac	Trampa de grasa	1	200	200.00
	Total			5,189.00

Nota: se indica la inversión en equipamiento de habitaciones. Elaboración propia

Tabla 33.

Equipamiento recepción

Proveedor	Detalle	Cantidad	Cto	Total
Muebles el arbolito	modular	1	280	280.00
Muebles el arbolito	silla	1	55	55.00
Muebles el arbolito	porta llaves	1	40	40.00
Importadora Espinoza	Computadora	1	900	900.00
Sisegusa	central telefónica	1	350	350.00
	Total			1,625.00

Nota: se indica la inversión en equipamiento de cocina. Elaboración propia

Por otra parte, se detallan los aspectos relacionados con el servicio de lavandería y otros elementos de importancia para el adecuado funcionamiento del negocio.

Tabla 34.

Equipamiento lavandería

Proveedor	Detalle	Cantidad	Cto	Total
Superwash	Lavadora semi industrial 22libras pony	1	2500	2,500.00
Superwash	Secadora semi industrial 22libras pony	1	2500	2,500.00
Superwash	Planchadora Industrial pony	1	2000	2,000.00
	Total			7,000.00

Nota: se indica la inversión en equipamiento de lavandería. Elaboración propia

Tabla 35.

Otros

Proveedor	Detalle	Cantidad	Cto	Total
Sisegusa	lámparas de emergencia	5	25	125.00
Sisegusa	extintores	4	17	68.00
Sisegusa	detectores de humo	15	23	345.00
Picca	basureros	3	12	36.00
Unilimpio. S. A	escobas	4	4	16.00
Unilimpio. S.A	trapeadores	4	5	20.00
Unilimpio. S.A	Jabón liquido	30	1.16	34.80
Unilimpio. S.A	Liquido especial Unilimpio	2	15	30.00
Unilimpio. S.A	Papel Higiénico jumbo	100	0.5	50.00
Unilimpio. S.A	Limpión Natural Bio Solutions	16	0.75	12.00
Unilimpio. S.A	Limpiones reutilizables Bio Solutions	20	0.75	15.00
Unilimpio. S.A	Lavavajillas	32	1	32.00
	Total			783.80

Nota: se indica la inversión en insumos de aseo. Elaboración propia

Tabla 36.

Sistema de seguridad

Proveedor	Detalle	Cantidad	Cto	Total
Alármega	Sistema de 6 cámaras de seguridad	1	1000	1,000.00
	Total			1,000.00

Nota: se indica la inversión en el sistema de seguridad. Elaboración propia

3.3.1.3. Capital de trabajo

Se entiende por capital de trabajo a la cantidad de recursos que el hostel necesita para cubrir sus costos fijos y operar de manera normal a pesar de no percibir utilidades, durante un tiempo determinado. Para este plan de negocios, se considera un tiempo de 6 meses. Para calcularlo, se parte de la identificación de necesidades de insumos para el servicio de alimentación, los cuales se adquirirán a proveedores locales. Se estima además los egresos por salarios y servicios básicos.

Tabla 37.

Capital de trabajo

Detalle	mensual	6 meses
Salarios	5,901.20	35,407.20
Insumos	1,164.80	6,988.80
Servicios Básicos	544.50	3,267.00
Total	7,610.50	45,663.00

Nota: se indica la inversión en capital de trabajo. Elaboración propia

Con los datos descritos se concluye que el requerimiento inicial para la inversión es el que se detalla a continuación.

3.3.1.4. Inversión inicial

Tabla 38.

Inversión Inicial

Activo Fijo No corriente	Edificio	205,000.00
	Mobiliario y Equipo	37,667.16
Necesidades Capital Circulante		45,663.00
Total Inversión Activo		288,330.16

Nota: se indica la inversión inicial del proyecto. Elaboración propia

Por otra parte, los recursos disponibles con los que cuentan los inversionistas son los que se mencionan a continuación:

- **Recursos Propios:** Se cuenta con tres socios, cuyo aporte corresponde a \$83.530.16

Tabla 39.

Aporte de socios

Aporte de los Socios	Valor	%	
Miguel Suquillo	52,998.10	60.00	Terrero
Miguel Suquillo	26,499.05	30.00	Efectivo
Mateo Suquillo	8,833.02	10.00	Efectivo
	88,330.16	100.00	

Nota: se indica el aporte de los socios al proyecto. Elaboración propia

Además, de los aportes de los socios mencionados, se estima la necesidad de contar con recursos de terceros, el detalle de estos aportes. Se detalla a continuación:

- **Recursos de Terceros:** financiamiento a través del Banco del Pichincha con el producto Crédito Productivo PYMES a una tasa de interés de 16% con plazo 60 meses.

Por lo tanto, se estima como inversión inicial un valor de \$ 283.530,16; el cual se estructura de la siguiente forma:

Tabla 40.

Recursos de terceros

Financiamiento	Valor	% Participación
Préstamo Bancario	200,000.00	69.36
Recursos propios - Aporte de socios	88,330.16	30.64
Total	288,330.16	100.00

Nota: se indica el aporte de terceros al proyecto. Elaboración propia

3.4. Financiación de la inversión

En el apartado descrito anteriormente, se detalla la inversión inicial necesaria para el Plan de Negocios; por lo que a continuación se describe la financiación requerida para la inversión.

Tabla 41.

Financiamiento

BANCO DEL PICHINCHA	
Tipo de Crédito	Productivo PYMES
Tipo de Tabla de Amortización	Francesa
Frecuencia de Pago	Mensual
Monto:	\$200.000
Tasa de interés nominal:	16,00%
Plazo (años):	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL

Año	Amortización de Capital	Interés	Total
1	28.385,21	29.978,13	58.363,34
2	33.275,15	25.088,19	58.363,34
3	39.007,49	19.355,85	58.363,34
4	45.727,34	12.636,00	58.363,34
5	53.604,82	4.758,52	58.363,34
	200.000,00	91.816,69	291.816,69

Nota: se indica los detalles de financiamiento. Elaboración propia

3.5. Costos

Una vez determinado las inversiones y la estructura de capital del hostel, se determinan los costos del servicio. Se considera los insumos entregados al huésped como amenities, papel higiénico, y el costo por el recurso humano. Estos elementos reflejan lo siguiente:

Tabla 42.

Costos

Rubro	Cantidad	Detalle	Costo Unitario
Alojamiento	1	Shampoo	0.12
	1	Acondicionador	0.13
	1	Jabón	0.19
	1	Papel Higiénico	0.25
	1	Desayuno	2.00
Total			2.69
Servicios Básicos		Luz	0.06
		Agua	0.06
		Servicio	0.06
		Internet	0.06
		Mantenimiento	1.00
Total			1.26
Servicio		Recurso Humano	19.78
Total			19.78
TOTAL COSTOS			23.72

Nota: se indica los detalles de los costos del proyecto. Elaboración propia

Por lo tanto, se estima un costo de servicio de \$23.72 por cada huésped en el hostel.

A continuación, la estructura de los costos fijos y variables proyectada a 5 años.

Tabla 43.

Estructura de costos fijos y variables

	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS	Recurso Humano	49,170.08	51,968.96	52,031.32	52,093.76	52,156.27
	Servicios Básicos	6,534.00	6,541.84	6,549.69	6,557.55	6,565.42
	Alojamiento	4,140.00	4,144.97	4,149.94	4,154.92	4,159.91
COSTOS VARIABLES	Restaurante	7,320.00	7,328.78	7,337.58	7,346.38	7,355.20
	Mantenimiento	2,517.60	2,520.62	2,523.65	2,526.67	2,529.71
TOTAL COSTOS		69,681.68	72,505.17	72,592.18	72,679.29	72,766.51

Nota: se indica los costos variables y fijos del proyecto. Elaboración propia

3.6. Gastos

Para el cálculo de gastos de personal operativo, se considera el salario básico unificado en el país, que al año 2021 es de \$400. Mientras que, para el cargo de administrador, el Ministerio de Trabajo fija un valor mínimo de \$417, 62 (Ecuador, Ministerio de Trabajo, 2020) Sin embargo, se considera una remuneración más acorde al mercado, con un valor promedio de \$1200, a partir de los cuales se realizan los siguientes cálculos:

3.6.1. Remuneración personal

Tabla 44.

Planilla de pagos mensual a empleados

N	Cargo	Sueldo unitario	Ingresos		Total Ingresos	Deducciones Aporte IESS 9.45%	Total deducciones	Fondo de reserva	Líquido a recibir
			Sueldo Total	Horas extras					
1	Gerente Personal de	1,200.00	1,200.00		1,200.00	113.40	113.40	99.96	1,186.56
1	Cocina	400.00	400.00		400.00	37.80	37.80	33.32	395.52
1	Mesero Jefe de	400.00	400.00		400.00	37.80	37.80	33.32	395.52
1	mantenimiento	400.00	400.00		400.00	37.80	37.80	33.32	395.52
1	Limpieza	400.00	400.00		400.00	37.80	37.80	33.32	395.52
3	Recepcionista	400.00	1,200.00		1,200.00	113.40	113.40	99.96	1,186.56
8	TOTAL								3,955.20

Nota: se indica los gastos por pago de planilla mensual a empleados. Elaboración propia

Tabla 45.

Planilla mensual del Patrono Año 1

N	IESS		PROVISIONES					TOTAL
	Aporte patronal 11.15%	Fondo de reserva	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Despidos		
1	133.80	0.00	100.00	33.33	50.00	300.00	617.13	
1	44.60	0.00	33.33	33.33	16.67	100.00	227.93	
1	44.60	0.00	33.33	33.33	16.67	100.00	227.93	
1	44.60	0.00	33.33	33.33	16.67	100.00	227.93	
1	44.60	0.00	33.33	33.33	16.67	100.00	227.93	
3	133.80	0.00	100.00	33.33	50.00	100.00	417.13	
Total	446.00	0.00	333.33	200.00	166.67	800.00	1,946.00	

Nota: se indica los gastos por pago de planilla mensual de empleador correspondientes al primer año. Elaboración propia.

Es importante, recalcar el hecho de que la tabla expuesta no refleja fondos de reserva, debido a que el patrono no tiene la obligatoriedad de pagar este rubro al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social durante el primer año. Por lo tanto, se considera este

valor a partir del año dos, que corresponde al 8.33% de la remuneración percibida (Primicias, 2019).

Por lo tanto, se proyectan los siguientes egresos por concepto de gastos de remuneraciones:

Tabla 46.

Proyección anual de los gastos por recursos humanos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrativo	21,644.32	22,843.84	22,871.25	22,898.70	22,926.18
Operativo	49,170.08	51,968.96	52,031.32	52,093.76	52,156.27
TOTAL	70,814.40	74,812.80	74,902.58	74,992.46	75,082.45

Nota: se indica la proyección anual por gastos de recursos humanos. Elaboración propia

3.6.2. Gastos comerciales

Por otra parte, con base en los resultados de la encuesta se identifica el interés de las personas en recibir información por medios digitales, por lo tanto, se estima los gastos de comercialización, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 47.

Gastos comerciales

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estrategia de promoción y comunicación	1,100.00	1,101.32	1,102.64	1,103.96	1,105.29
Total	1,100.00	1,101.32	1,102.64	1,103.96	1,105.29

Nota: se indica los gastos comerciales del proyecto. Elaboración propia

Tabla 48.

Gastos servicios básicos

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Electricidad	100	1200
Agua potable	170	2040
Internet	120	1440
Cable	154,5	1854
Total	544,5	6534

Nota: se indica los gastos por servicios básicos. Elaboración propia

3.7. Depreciación de activos

Es necesario realizar la depreciación de los activos, esto debido a que van perdiendo valor con el tiempo; la depreciación realizada en el presente Plan de Negocios es mediante el método lineal. Los activos que se deprecian son los de Mobiliario y Equipo con una depreciación del 10% y 10 años de vida útil, según el SRI.

No se considera la depreciación del edificio, aunque es un supuesto que debe ser considerado por los accionistas.

3.8. Ingresos

3.9. Política de precios

En este apartado, se fijan los precios del servicio de alojamiento, teniendo en consideración aspectos como la oferta de la competencia y los resultados de la encuesta. En lo que respecta a la competencia, sus precios son similares a los valores que estaría dispuesto el cliente a pagar según los resultados obtenidos mediante la aplicación de instrumento investigativo. Es decir, en el mercado se ofrecen precios entre \$25,00 y \$31,00 mientras que en la encuesta estos precios están entre \$30,00 y \$40,00.

Por lo tanto, se oferta el mismo servicio de alojamiento, pero con instalaciones nuevas y de acabados de calidad con un factor diferenciador de la competencia, que es alojarse en un hostel con temática colonial. Por otra parte, se estima un incremento de precios acorde a la tasa de inflación al mes de enero del 2021 que es del 0.12% (INEC, 2021)

Análisis de margen de utilidad: para el cálculo del precio de venta al público, es necesario establecer un margen de utilidad, es decir un porcentaje de ganancia que se obtendrá libre de costos, por lo que se establece un margen de 40% de ganancia por servicio.

Fijación de precio de venta: Para definir el precio de venta al público, se debe incrementar al precio unitario el margen de utilidad establecido. Cabe mencionar que el precio se mantendrá estático en los años siguientes considerando la situación de la pandemia mundial.

Tabla 49.

Precio de Venta del Servicio

Costo Total	23,72
% Margen de Utilidad	40%
(+) Valor Margen Utilidad	9,49
Total Precio	33,21
PRECIO AL PÚBLICO	33,00

Nota: se indica el cálculo de precio de venta del servicio. Elaboración propia

Por lo tanto, para el presente plan de negocios se estima un precio por servicio de alojamiento de \$33,00 el cual, se estima que es conveniente para los clientes y suficientemente competitivo.

3.10. Plan de ventas

Las ventas son un elemento clave para el éxito de la empresa, ya que permite situarse en diversos escenarios para facilitar la toma de decisiones y alcanzar los objetivos planteados. Considerando la situación mundial por la pandemia, se parte desde un escenario realista del sector turístico actual, con perspectivas de crecimiento pesimistas.

Situándose en esta posición se procede a elaborar el plan de ventas, mismo que se detalla a continuación:

Tabla 50.

Plan de ventas

Descripción	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de alojamiento Dic 2020 – Ene 2021	9%					
Tasa incremento anual proyectada 2021	6.30%					
INCREMENTO ANUAL PROYECTADO		15.30%	21.60%	27.90%	34.20%	40.50%
PERSONAS ALOJADAS		2,767	3,365	4,304	5,776	8,115
TOTAL		2,767	3,365	4,304	5,776	8,115

Nota: se indica el plan de ventas proyectado a cinco años. Elaboración propia con base a datos del Ministerio de Turismo (2021).

Tabla 51.

Proyección de ingresos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR ALOJAMIENTO	91,317.60	111,042.20	142,022.98	190,594.83	267,785.74
TOTAL	91,317.60	111,042.20	142,022.98	190,594.83	267,785.74

Nota: Precio de \$33,00 se mantiene durante los 5 años. Elaboración propia

3.11. Estado de resultados

En el Estado de Resultados se desglosan los ingresos (ventas) y gastos (compras y obligaciones) que se han detallado a lo largo del presente documento, con el fin de identificar los resultados anuales que obtendrá con la puesta en marcha del hostel.

Tabla 52.

Estado de Resultados Proyectado Anual

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	91,317.60	111,042.20	142,022.98	190,594.83	267,785.74
(-) Costo Ventas	69,681.68	72,505.17	72,592.18	72,679.29	72,766.51
(=) Utilidad bruta en ventas	21,635.92	38,537.03	69,430.80	117,915.54	195,019.24
(-) Gastos administración	21,644.32	22,843.84	22,871.25	22,898.70	22,926.18
(-) Gastos comercialización	1,100.00	1,101.32	1,102.64	1,103.96	1,105.29
(-) Gastos financieros	29,978.13	25,088.19	19,355.85	12,636.00	4,758.52
(-) Depreciación de activos	3,766.72	3,766.72	3,766.72	3,766.72	3,766.72
(=) Utilidad operacional	-34,853.25	-14,263.04	22,334.33	77,510.16	162,462.54
(-) Participación trabajadores 15%	0.00	0.00	3,350.15	11,626.52	24,369.38
(=) Utilidad/Pérdida antes de impuestos	-34,853.25	-14,263.04	18,984.18	65,883.64	138,093.16
(-) 25% impuesto a la renta	0.00	0.00	4,746.05	16,470.91	34,523.29
(=) Resultado neto del ejercicio	-34,853.25	-14,263.04	14,238.14	49,412.73	103,569.87

Nota: se indica el Estado de Resultados Proyectado Anual a cinco años. Elaboración propia

Se observa que los resultados obtenidos no son favorables para la puesta en marcha del hostel, lo cual se debe a que, en la situación actual de pandemia, la demanda del

servicio es baja y el incremento de ventas anual es pesimista. Así también, se observa que los dos primeros años se obtiene valores de cero en participación de los trabajadores y pago de impuestos a la renta, ya que no se percibieron ganancias sobre las cuales calcular estos valores, por lo que se exime de esta obligación (Servicio de Rentas Internas, 2018).

3.12. Balance de situación Inicial

Tabla 53.

Balance de Situación

ACTIVOS		PASIVOS	
Bancos	45,663.00	Préstamos Bancario	200,000.00
Activos Fijos	242,667.16	PATRIMONIO	
		Capital Social	88,330.16
TOTAL ACTIVOS	288,330.16	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	288,330.16

Nota: se indica el Balance de Situación previsional. Elaboración propia

3.13. Valoración del plan de negocios

Para la valoración del Plan de Negocios, se utiliza el descuento de flujos de caja; y así se determina la viabilidad del negocio.

Es necesario conocer el flujo de caja libre, es decir el dinero neto que mantiene el negocio tomando en consideración solo los rubros que mantienen salida de efectivo.

Tabla 54.

Flujo de Caja Libre Proyectado Anual

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resultado del Ejercicio		-34,853.25	-14,263.04	14,238.14	49,412.73	103,569.87
(+) Depreciación de activos		3,766.72	3,766.72	3,766.72	3,766.72	3,766.72
(=) Cash Flow Neto		-31,086.53	-10,496.32	18,004.85	53,179.45	107,336.58
(-) Gastos financieros		28,385.21	33,275.15	39,007.49	45,727.34	53,604.82
(=) Cash Flow Operativo		-59,471.74	-43,771.47	-21,002.63	7,452.11	53,731.76
Inversiones	-242,667.16	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJOS DE EFECTIVO	-242,667.16	-59,471.74	-43,771.47	-21,002.63	7,452.11	53,731.76

Nota: se indica el Flujo de Caja Libre Proyectado Anual. Elaboración propia

3.13.1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es traer a tiempo presente, los montos de efectivo futuros establecidos. Para el cálculo del VAN se requiere los valores del flujo de caja libre de cada año, partiendo desde el año 0 con la inversión inicial, hasta el año 5 que es el fin del alcance del presente Plan de Negocios. También se requiere el cálculo del promedio ponderado del coste de capital (WACC) que se explica a continuación:

WACC: Costo Promedio Ponderado de Capital permite determinar cuál es el costo del capital de una empresa o proyecto teniendo en cuenta el porcentaje que contribuye cada una de las fuentes de capital. Para el presente Plan de Negocios se toma en consideración la tasa que cobra el banco, que se denominará como coste de la deuda (K_d), que es del 16% anual. Por otro lado, se tendrá en cuenta la tasa de retorno mínima esperada o costo de oportunidad de los accionistas como coste de capital (K_e), y que es del 18,18%. (Bolsa de Valores de Quito, 2021). Utilizando la fórmula de cálculo para el WACC y considerando que la tasa impositiva aplicable es del 40% (25% Impuesto a la Renta + 15% Participación Trabajadores), la tasa con la cual se actualizan los flujos de caja libre es del 12,13%.

Con lo antes mencionado, y aplicando el WACC; se obtiene los siguientes resultados, sabiendo que si es positivo representará el beneficio total que generará el negocio con la inversión a realizarse; caso contrario (resultado negativo) representará la pérdida total que generará el negocio con la inversión a realizarse.

$$\text{Valor Actual Neto} = -67,722.41$$

3.13.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

En este caso la TIR es igual a:

$$\text{TIR} = -35.31\%$$

Con el resultado antes mencionado se confirma que el Plan de Negocios propuesto NO es viable; ya que la TIR es negativa.

Por lo tanto, no se calcula el periodo de recuperación de la inversión; sin embargo, se realiza la evaluación del Punto de equilibrio que representa el nivel de ventas en unidades y cantidades que la empresa necesita para cubrir sus costos fijos. Siendo los resultados los que se presentan a continuación:

Los gastos fijos están representados por los elementos del capital de trabajo, el valor mensual asciende a \$ 7.610,50. Se considera el precio de venta unitario de \$33,00 y costo de venta unitario de \$23,72 aplicando la fórmula el resultado es el siguiente:

Se estima que se necesita en promedio 820 alojamientos al mes, lo que exige un promedio de 27 personas que se hospeden diariamente para cubrir los gastos fijos del hostel, pero sin obtener ninguna rentabilidad ni considerar pago de pasivos.

CONCLUSIONES

- Con respecto al primer objetivo planteado en esta investigación que se refiere a realizar una contextualización del sector turístico en el cantón Rumiñahui, se evaluaron los elementos de Molina (1991), los cuales indican que el cantón en cuanto a superestructura cuenta con actores públicos centralizados, descentralizados, actores privados y carece de actores sociales relacionados con turismo. En cuanto a la demanda, el cantón no posee registros de visitantes. Mientras que en atractivos posee atractivos naturales y manifestaciones culturales. En lo que respecta al elemento de equipamiento, el cantón cuenta con establecimientos de alojamiento, alimentación y agencias de viaje. Mientras que la comunidad receptora está compuesta por 142,892 personas.
- En cuanto al segundo objetivo planteado, el cual se refiere a realizar un diagnóstico situacional del sector de alojamiento en el cantón Rumiñahui se obtiene como conclusión en el macroentorno que existe normativa, regulación y control de afectaciones ambientales del sector turístico y hotelero. En lo que respecta al microentorno, se evidencia bajo poder de negociación de proveedores, alta rivalidad entre competidores, baja amenaza de nuevos competidores, alta amenaza de productos sustitutos y un alto poder de negociación de clientes. Por lo tanto, la propuesta de un hostel temático plantea un enfoque de diversificación que nos permite ser competitivos. Para finalizar, en el ámbito económico el sector de alojamiento se ha visto afectado considerablemente durante el último año por la emergencia sanitaria a nivel mundial.
- El tercer objetivo planteado, se basa en la identificación de necesidades del cliente potencial, cuyos resultados a las 384 encuestas realizadas determinaron que el 70% de los encuestados están dispuestos a alojarse en un hostel con temática colonial en el centro de Sangolquí en donde destaca la decoración del lugar y que además ofrece servicios como parqueadero gratuito, alimentación, y sea *pet friendly*.
- El cuarto objetivo planteado se basa en la factibilidad técnica, operativa y financiera del hostel temático colonial., a través del estudio hemos identificado que es posible la infraestructura y la operatividad., sin embargo, desde el punto de vista financiero se concluye que el presente plan de negocios no es viable en virtud de que los resultados son negativos y por tanto reflejarían pérdidas para la empresa.
- Como conclusión general, se observa que pese a ser el cantón Rumiñahui un destino de paso para los turistas, y que posee una importante fuente de atractivos

tanto naturales como culturales, además de contar con diversas alternativas de alojamiento sobre todo en la ciudad de Sangolquí, ninguna presenta un estilo temático, por lo cual, se observa una oportunidad de desarrollo de negocio. No obstante, la actual situación económica y sanitaria del país, impide que dicho proyecto sea rentable, al menos que se recupere las tasas de alojamiento anteriores a la pandemia mundial.

RECOMENDACIONES

- Con respecto a la situación turística del cantón, se recomienda mantenerse actualizado mediante la revisión periódica de informes, revistas, libros, datos estadísticos actualizados de instituciones como el Ministerio de Turismo, el Instituto Nacional de Estadísticas y censo entre otros, para obtener información relevante en cuanto al cliente potencial del negocio.
- Se recomienda al grupo de inversores del hostel san miguel se mantengan actualizados de la situación económica del país y a nivel mundial, así también respecto de las perspectivas de crecimiento para el sector turístico en los próximos cinco años que es el ámbito de estudio del presente plan de negocios.
- En concierne a las necesidades del cliente, se recomienda mantener un proceso de retroalimentación que permita obtener información sobre las preferencias de los posibles clientes aplicando estrategias de comunicación digital.
- Se recomienda no poner en marcha la inversión en el hostel ya que los resultados no permiten obtener ganancias.
- Finalmente, el estudio del presente plan de negocios responde a un entorno económico inestable, por consecuencia de la situación sanitaria mundial., por lo que se sugiere su implementación una vez superada la emergencia sanitaria a partir de un estudio de factibilidad.

4. Bibliografía

- Agüera, F. (2014). Los Impactos Económicos, Sociales Y Medioambientales Negativos. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 1-10.
- Almeida, Y. (23 de 02 de 2021). Propuesta de estilo colonial. (M. Zuquillo, Entrevistador)
- Andrade, L. (07 de agosto de 2020). *El turismo interno crecerá en la pos pandemia*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/turismo-interno-ecuador-coronavirus>
- Angulo, S. (15 de julio de 2020). *El FMI actualiza su proyección para Ecuador y estima que su economía se hundirá 10,9% en 2020*. Recuperado el 19 de octubre de 2020, de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/fmi-actualiza-proyeccion-ecuador-estima-economia-hundira-10-9-2020-15829.html#:~:text=Las%20cifras%20presentadas%20por%20Gopinath,pa%C3%ADs%20caer%C3%ADa%206%2C3%20%25.&text=No%20obstante%2C%20el%20organismo%20es>
- Arciniegas, J. (2015). *Caracterizar las prácticas asociadas a la gestión ambiental en los hoteles tipo boutique de la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de 10 de 2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 01 de diciembre de 2020, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asti, A. (2015). *Metodología de la investigación*. Sevilla: Athenaica Ediciones Universitarias.

- Banco Central del Ecuador. (2021). *Informe de inflación*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/317-informe-de-inflaci%C3%B3n>
- Beni, M. (2001). *Análisis estructural del turismo*. Sao Paulo: SENAC.
- Bolsa de Valores de Quito. (2021). *Página de la Bolsa de Valores de Quito*. Obtenido de <http://www.bolsadequito.com/>
- Bravo, M. (2006). *Zonificación de riesgos derivados de inundaciones e incendios de la ciudad de Sangolquí, mediante el desarrollo de una aplicación SIG*. Sangolquí: Escuela Superior del Ejército.
- Cabanilla, E., & Garrido, C. (2018). *El turismo comunitario en el Ecuador. Evolución, problemática y desafíos*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Caiza, R., & Molina, E. (26 de octubre de 2012). *Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-AnalisisHistoricoDeLaEvolucionDelTurismoEnTerritor-4180961.pdf>
- Calderón, L., Chirinos, O., López, I., & Pereira, L. (2003). Diagnóstico sociocultural Ceuta Tomoporo Antropología del desarrollo para la industria petrolera. *Boletín Antropológico*, 165-186.
- Cañavate, M. (2016). *Estudio para la apertura de un hotel temático de Cartagineses y Romanos en Cartagena*. Cartagena: UPCT.
- Castillo, E., Martínez, F., & Vásquez, E. (2015). El turismo en Ecuador, nuevas tendencias de turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galega de Economía*, 69-88.

- Clavijo, D., & Buscán, V. (2012). *El sector turístico en el Ecuador: evaluación macroeconómica y perspectivas de crecimiento*. Recuperado el 14 de noviembre de 2020, de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/teco733.pdf
- Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2004). *Ley de gestión ambiental*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Consejo Nacional de Competencias. (23 de marzo de 2016). *Facultades a gobiernos autónomos desarrollo actividades turísticas*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>
- Corral, F., & Serrano, L. (1993). *El Chagra*. Quito: Mariscal.
- Corrillo, F., & Gutierrez, M. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana Científica*, 29-33.
- Covarrubias, R. (15 de marzo de 2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/oferta-turistica.htm>
- Cuervo, R. (1967). *El turismo como medio de comunicación humana*. México: Secretaría de Turismo del Gobierno de México.

Díaz, S. (2018). *Evaluación del Potencial Turístico el Cantón Rumiñahui*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Distrito Metropolitano de Quito. (2012). *Plan Metropolitano de Desarrollo 2012-2022*. Quito: Torres & Cordero. Obtenido de http://www.quito.gob.ec/documents/Plan_Metropolitano_desarrollo_2012-2022.pdf

Durán, D. (24 de marzo de 1999). *Del benchmarking al outsourcing estretégico*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/13225/1/Del%20benchmarking%20al%20outsourcing%20estrategico.pdf>

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (agosto de 2020). *Boletín Técnico N°2 02-2020 Encuesta Multipropósito - TIC*. Recuperado el 28 de noviembre de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Boletin_Multiproposito_TIC.pdf

Ecuador, Ministerio de Trabajo. (2020). *Salarios Mínimos Sectoriales*. Obtenido de [www.trabajo.gob.ec>download-monitor>download XLSanexocs17](http://www.trabajo.gob.ec/download-monitor/download-XLSanexocs17)

Ecuador, Ministerio de Turismo. (2015). *Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c6.pdf>

Ecuador, Ministerio de Turismo. (2015). *Manual de Aplicación del Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Turismo-Manual-del-Reglamento-de-Alojamiento-Turistico.pdf>

Ecuador, Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro de servicios turísticos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

Ecuador, Ministerio de Turismo. (2021). *Indicadores coyunturales de alojamiento*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento>

El Comercio. (01 de diciembre de 2015). *Estos son los cinco mejores destinos del Ecuador, según Tripadvisor*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/mejores-destinos-ecuador-tripadvisor-sondeo.html>

El Telégrafo. (27 de julio de 2020). *Airbnb cumple 10 años; hoteleros ecuatorianos piden su regulación*. Recuperado el 01 de diciembre de 2020, de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/economia/3/airbnb-aniversario-ecuador-economia-colaborativa>

El Universo. (06 de julio de 2020). *Con solo el 9% de ocupación, hoteles ya consideran perdidos el 2020 y el 2021*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/03/nota/7894014/hotelaria-turismo-impacto-covid-19-desempleo-iliquidez-cierre>

El Universo. (04 de septiembre de 2020). *La papeleta presidencial del 2021 se perfila a ser la más grande de las últimas elecciones*. Recuperado el 19 de octubre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/03/nota/7965100/elecciones-presidenciales-ecuador-2021-papeleta-candidatos>

Félix, E. (2018). *El impacto de Airbnb en la industria hotelera de Ecuador*. Quito: Universidad San Francisco del Ecuador.

Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión, evaluación financiera*. Costa Rica: Editorial de Costa Rica.

Flores, B. (mayo de 2016). *Influencia del maíz en la construcción identitaria de Sangolquí*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12369/1/UPS-QT10206.pdf>

Franco, F. (2020). *Evaluación de los impactos ambientales de los hoteles en la playa Atacames, provincia de Esmeraldas-Ecuador*. Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

GAD Rumiñahui. (23 de mayo de 2014). *Gestión ambiental en el Cantón Rumiñahui*. Obtenido de http://www.ruminahui-aseo.gob.ec/periodo2015/documentos/ord_ge.pdf

GAD Rumiñahui. (2020). *Estadísticas de turismo*. Recuperado el 14 de Mayo de 2020, de <http://turismo.ruminahui.gob.ec/esp/>

GADM Rumiñahui. (10 de marzo de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1760003920001_DOCUMENTO%20DIGANOSTICO_10-03-2015_19-55-43.pdf

GADM Rumiñahui. (2018). *Rumiñahui 80 años de cantonización*. Sangolquí: Logo Publicidad Marketing Business.

GADM Rumiñahui. (junio de 2020). *Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Rumiñahui-Ecuador*. Obtenido de <https://amevirtual.gob.ec/wp->

content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-GAD-RUMI%C3%91AHUI_compressed.pdf

Gavilanez, P. (20 de julio de 2016). *¿Qué hace tan especial al hornado de Sangolquí?* Obtenido de <https://www.elcomercio.com/sabores/hornado-sangolqui-independientedelvalle-gastronomia-comidatipica.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui. (11 de noviembre de 2020). *¿Cómo obtengo mi Licencia Unica de Funcionamiento LUF?* Obtenido de <http://181.112.151.212/Documentacion/Cant%C3%B3n%20Rumi%C3%B1ahui/REQUISITOS%20PARA%20LUF.pdf>

Gobierno de México. (2019). *Glosario turístico*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Godines, D. (2013). *Super estructura turística*. Obtenido de https://www.academia.edu/20365357/SUPERESTRUCTURA_TURISTICA

Gómez. (2018). La vida de hogar ahora es touch. *Líderes*, 8.

Gómez, W. (2015). *Unidades de negocios: sistema de control directivo*. Obtenido de <https://www.ingenieria.unam.mx/sistemas/PDF/Avisos/Seminarios/Seminario%20IV/6%20Unidades%20de%20Negocios.pdf>

González, M. (2016). *Análisis de la información de cuatro atractivos culturales presentes en el cantón Rumiñahui*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Gonzales, P. (2015). *Gestión de la información y documentación turística local*. Logroño-España: Tutor formación.

Hernández, R., Fernández, C., & Batista, L. (2016). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.

- INEC. (04 de febrero de 2021). *Índice de precios al consumidor*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Enero-2021/Boletin_tecnico_01-2021-IPC.pdf
- ITNOW. (18 de junio de 2019). *¿Cómo impacta la conectividad en el turismo?* Obtenido de <https://revistaitnow.com/como-impacta-la-conectividad-en-el-turismo/>
- Jácome, J. (09 de octubre de 2020). *Ecuador marca un récord de candidatos presidenciales con 17 inscritos para las elecciones de 2021*. Recuperado el 01 de diciembre de 2020, de <https://elpais.com/internacional/2020-10-09/ecuador-marca-un-record-de-candidatos-presidenciales-con-17-inscritos-para-las-elecciones-de-2021.html>
- Jarrín, M. (2014). *Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia de Tumbaco*. Quito: Universidad de Especialidades Turísticas UCT.
- La Hora. (24 de marzo de 2012). Rumiñahui celebra 20 años de patrimonio cultural.
- La Hora. (18 de marzo de 2020). *Bajísima ocupación en los hoteles de Ecuador*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102312765/bajisima-ocupacion-en-los-hoteles-de-ecuador>
- Larrea, E. (19 de diciembre de 2019). *Ecuador y los retos para el sector turístico 2020*. Obtenido de <https://www.escafandra.news/ecuador-y-los-retos-para-el-sector-turistico-2020/>
- Leiper, N. (1990). *Tourism Systems: an interdisciplinary perspective*. Palmerston : Massey University.
- Líderes. (2019). El Big Data le hace zoom al consumidor. *Líderes*, 5.

- Loachamin, J. (octubre de 2015). *Diseño de un centro cultural para el barrio "San Marcos" en el cantón Rumiñahui*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/T-UCE-0001-0212.pdf
- Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en Ecuador: ¿turismo conciente o turismo tradicional? *Revista ECA Sinergia.*, 97-108.
- López, C., Calderón, G., & López, F. (2010). *La industria hotelera y el medio ambiente*. Campeche: Universidad Autónoma del Carmen.
- Macías, M. (2014). *Ecuador, un destino para casarse*. Quito: Universidad de las Américas.
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2019). *Reporte del Estado de la Red Vial Estatal Nacional*. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/RVE_reporte_JUNIO-2019.pdf
- Ministerio de Turismo . (15 de febrero de 2019). *2018 fue el segundo mejor año para el crecimiento del turismo mundial*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/en-2018-las-llegadas-de-turistas-internacionales-crecieron-en-todo-el-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (26 de septiembre de 2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2020*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2013). *PLANDETUR*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Recuperado el 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Ministerio de Turismo. (junio de 2017). *Plan Integral de Marketing del Ecuador 2014*. Recuperado el 13 de noviembre de 2020, de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/c.-2014.-PLAN-INTEGRAL-MARKETING-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2017). *Política del Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). *Desarrollo de destinos y servicios turísticos 2018-2020*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Anexo-0.-13-11-19_PROY_DESTINOS_SERVICIOS.pdf

Ministerio de Turismo. (2018). *La Campaña Viaja Primero Ecuador promueve el turismo interno en verano*. Obtenido de <https://ecuador.travel/trade/es/noticias/995-la-campana-viaja-primero-ecuador-promueve-el-turismo-interno-en-el-verano>

Ministerio de Turismo. (septiembre de 2018). *Perfiles de Turismo Internacional*. Recuperado el 13 de noviembre de 2020, de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>

Ministerio de Turismo. (01 de febrero de 2019). *El turismo en Ecuador cuenta con cinco hitos en 2019*. Recuperado el 14 de noviembre de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-en-ecuador-cuenta-con-cinco-hitos-en-2019/>

Ministerio de Turismo. (2020). *Estadísticas de empleo*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/20-turismo-en-cifras/oferta-turistica/248-empleo-turistico>

Ministerio de Turismo. (22 de agosto de 2020). *Geo portal. Innovación turística 4.0*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>

Ministerio de Turismo. (2020). *Indicadores de alojamiento*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento>

Ministerio de Turismo. (18 de diciembre de 2029). *Empresas turísticas de Rumiñahui implementaron el sistema SIGO en 2019*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ruminahui-implementaron-el-sistema-sigo-en-2019/>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (18 de febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Ministerio del Turismo. (2017). *Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Obtenido de

https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Molina, S. (1991). *Conceptualización del Turismo*. México: Limusa.

Montero, M. (2003). *Teoría y Práctica de la Psicología Comunitaria*. Buenos Aires: Paidós.

Multitrabajos. (julio de 2020). *Sueldo promedio cargos gerenciales*. Obtenido de https://www.multitrabajos.com/salarios/administracion/gerente-de-administraciofinanzas_556.html

Municipio de Rumiñahui. (14 de 10 de 2020). *Rumiñahui destino turístico*. Obtenido de <http://turismo.ruminahui.gob.ec/esp/portfolio-view/cascada-condor-machay/>

Municipio de Quito. (08 de abril de 2009). *Ordenanza metropolitana reformativa del código municipal, referente al régimen administrativo de turismo y de las tasas por licencia única anual de funcionamiento de las actividades de turismo y por las facilidades y servicios turísticos en el Distrito M*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/JUNIO/baselegal/ORDENANZA%20276.pdf>

Municipio de Rumiñahui. (2020). *Página Institucional del Municipio de Rumiñahui*. Obtenido de <http://www.ruminahui.gob.ec/rumi3/ruminahui-datos/>

Obiol, A. (14 de octubre de 2020). Recuperado el 01 de diciembre de 2020, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/el-sector-hotelerero-se-reinventa-tras-la-pandemia>

Oliveros, G., & Esparragoza, D. (2016). *Gerencia de Marketing*. Barranquilla: ECOE Ediciones.

Organización Mundial de Trabajo. (2020). *El empleo en hotelería, restauración y turismo crece en todo el mundo pero la mundialización deja atrás a muchas empresas medianas y pequeñas*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020, de https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_008629/lang-es/index.htm

Organización Mundial de Turismo. (mayo de 2020). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/barometro-turismo-mayo-2020.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (agosto de 2016). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>

Organización Mundial del Turismo. (octubre de 2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Organización Mundial del Turismo. (enero de 2018). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

Orozco, M. (25 de noviembre de 2020). *Comisión de Justicia aprobó informe para primer debate del proyecto de la Ley Anticorrupción que solicita el FMI*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/comision-informe-ley-anticorrupcion-fmi.html>

Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.

Parrini, L. (06 de agosto de 2020). *Panorama político y social del Ecuador*. Recuperado el 19 de octubre de 2020, de

<http://www.lapalabrabierta.com/2020/08/06/panorama-politico-social-del-ecuador/>

Picornell, C. (2015). Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*, 1.

Pólit, B. (2019). *Diseño de una ruta patrimonial- cultural para el desarrollo turístico de la parroquia de Sangolquí, en el cantón Rumiñahui*. Quito: Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que dan forma a la estrategia*. Estados Unidos: Harvard Business Review. Obtenido de https://issuu.com/praxisconsulting5/docs/an__lisis_de_la_obra___las_cinco_f

Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*. Quito: CrearImagen.

Prieto, M. (2011). *Los estudios sobre turismo en Ecuador*. Quito: Flacso.

Primicias. (03 de diciembre de 2019). *Mala fama, menos ingresos y nervios llevan a afiliados a sacar fondos de reserva*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/iess-retiro-fondos-reserva-109-millones/>

Ramos, X. (10 de mayo de 2020). *Coronavirus frenó el turismo cuyos ingresos caerán un 70% en Ecuador durante el 2020*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>

Ríos, A., Barragán, J., & Saracay, L. (2016). *Diseño de un plan de negocio para un hotel temático*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

Rivas, H. (2017). Los impactos ambientales en áreas turísticas rurales y propuestas para la sostenibilidad. *Gestión Turística*, 1-28.

- Ruiz, G. (2013). *Análisis de las representaciones simbólicas construidas alrededor de la identidad mestiza en el paseo del chagra Machachi 2012*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Sahic. (28 de agosto de 2019). *Entrevista a Rosi Prado de Holguín, Ministra de Turismo, Ecuador*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020, de <https://www.sahic.com/blog/2019/8/28/latam-eneews-agosto2019-entrevista-especial-ecuador-2>
- Santa María, L., Arbulú, M., Corrimanya, H., & Reyes, K. (2019). *Plan de negocio para la creación de un hotel temático cuatro estrellas en el distrito de San Miguel*. Lima: USIL.
- Santos, J. (2015). *Sostenibilidad sociocultural del turismo*. Quito.
- Servicio de Rentas Internas. (23 de noviembre de 2018). *Registro Oficial Suplemento 374 de 23-nov-2018*. Obtenido de https://www.tfc.com.ec/uploads/noticia/adjunto/539/NORMAS_PARA_CALCULO_PARTICIPACION_DE_TRABAJADORES_EN_IMPUESTO_RENTA.pdf
- Sevilla, S. (2017). *Implicaciones del cambio de modelo Constitucional en la aplicabilidad de los convenios de descentralización en el sector turístico*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5819/1/T2387-MDE-Sevilla-Implicaciones.pdf>
- Tallardá, L. (08 de mayo de 2019). *¿Qué es el turismo Mice?* Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/economia/innovacion/20190508/462124803269/que-es-turismo-mice.html>
- Tipán, J. (2019). *La memoria histórica y las manifestaciones culturales de Sangolquí, sector Barrio Central*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

- Toaing, N. (2019). *Revalorización de los atractivos turísticos de la parroquia Sangolquí, cantón Rumiñahui*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Toranzos, M. (14 de abril de 2020). *Los arrendatarios 'digitales', otras víctimas de la pandemia*. Recuperado el 01 de diciembre de 2020, de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/arrendatarios-digitales-victimas-pandemia-9235.html>
- Trejo, C. (2015). *Los sistemas de información y su utilidad en los canales hoteleros de la ciudad de Guayaquil (Ecuador)*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/hoteles-guayaquil.html>
- Vargas, E. (29 de junio de 2012). *Superestructura turística*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/79781848/SUPERESTRUCTURA-TURISTICA>
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vidal, B. (05 de diciembre de 2019). *Turismo y tecnología: cómo la tecnología revoluciona el sector turístico*. Obtenido de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>
- Zambrano, Á. (23 de febrero de 2021). Propuesta de estilo colonial. (Z. Mateo, Entrevistador)

5. Anexos

Anexo 1. Modelo de encuesta

Edad:	Género	Instrucción	Ingresos
18-30 __	Masculino__	Primaria__	\$400__
30-50__	Femenino__	Secundaria__	\$401-\$800__
50-66		Superior__	\$801-\$1200__
+65__		Otro__	Más de \$1200__
Aceptación	1. ¿Si existiera un hostel temático colonial en el Cantón Rumiñahui estaría usted interesado en hospedarse en él?		Sí__ No__
Productos	2. ¿Cuáles de los siguientes elementos cree usted que un hostel temático colonial debe considerar?		Decoración__ Alimentación__ Vestimenta de los empleados__ Teatralizaciones de los empleados__ Shows__ Otro__
Infraestructura	3. ¿Qué áreas son importantes para usted en un hostel temático colonial?		Restaurante- cafetería__ Bar__ Lavandería__ Jardín__ Terraza__

		Áreas Húmedas (sauna, piscina, turco) __ Otro ¿Cuál?..... ¿Por qué?.....
Servicios	4. ¿Qué servicios son importantes para usted en un hostel temático colonial?	Parqueadero gratuito__ Servicio de alimentación y bebidas__ Alimentación a la habitación__ Pet friendly Transporte al aeropuerto__ Wifi__ Otro ¿Cuál?.....
Precio	5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en un hostel temático?	Entre: \$10 a \$20_ \$21-\$30__ \$31-\$40__ \$40-\$50 Más de \$50__ Desconoce__
Frecuencia	6. ¿Cada qué tiempo usted estaría dispuesto a alojarse en un hostel con temática colonial?	1 vez al año__ 2 veces al año__ Más de dos veces al año__
Plaza	7. ¿Dónde le gustaría que se ubique el hostel con temática colonial?	Centro de Sangolquí__ Alrededores de Sangolquí__ Afueras de Sangolquí(campo)__

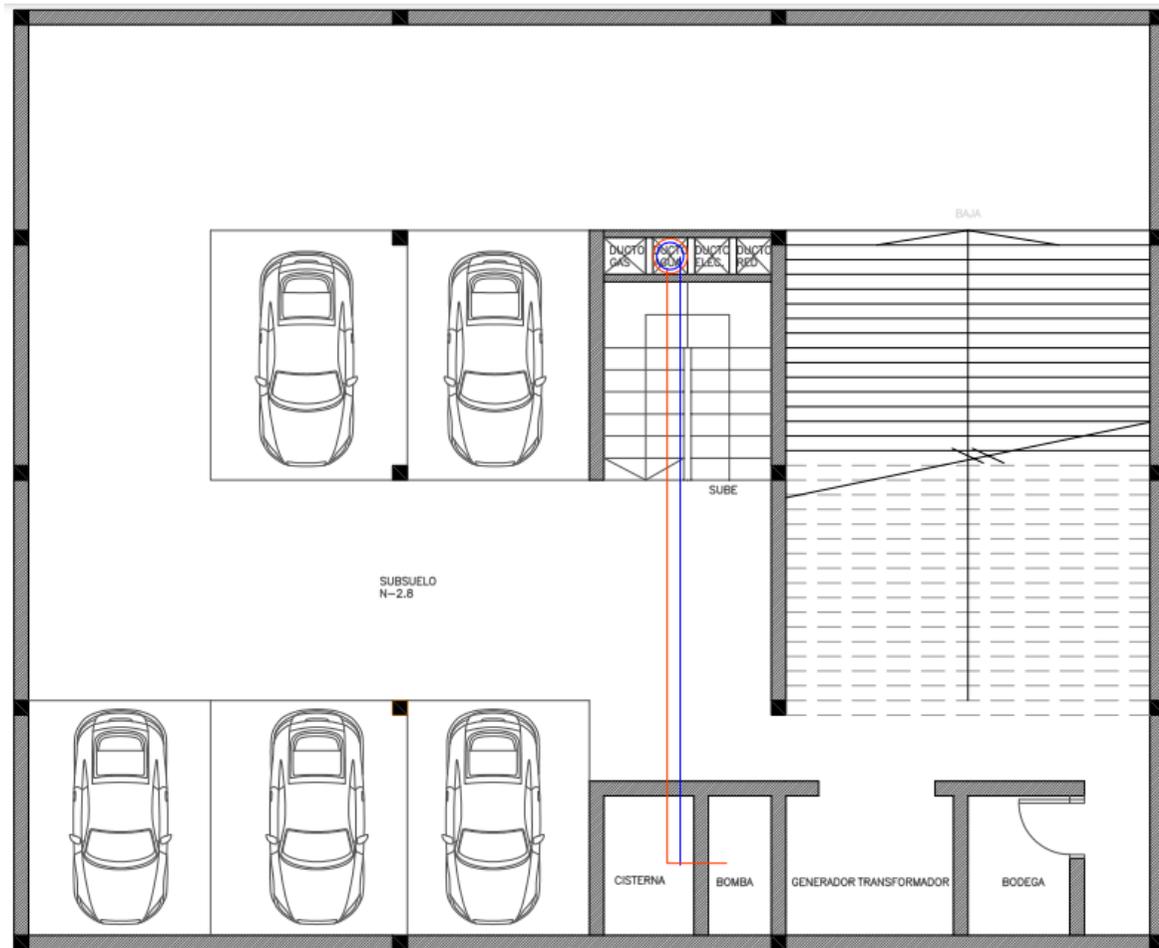
Promoción	8. ¿Qué tipo de promoción es más importante para usted recibir por el servicio de alojamiento?	Descuentos__ Regalos__ Beneficios__ Otros__
Comunicación	9. ¿Por qué medio es más importante recibir usted información del hostel con temática colonial?	Página Web__ Correo __ Redes sociales__ Prensa__ Vallas__ Otro__
Factores de compra	10. ¿Qué factor considera más relevante para adquirir el servicio de alojamiento en el hostel con temática colonial?	Precio__ Seguridad__ Personal__ Decoración__ Servicios__ Ubicación__ Referencias__ Otro__ ¿Por qué?.....

Anexo 2. Distribución de áreas

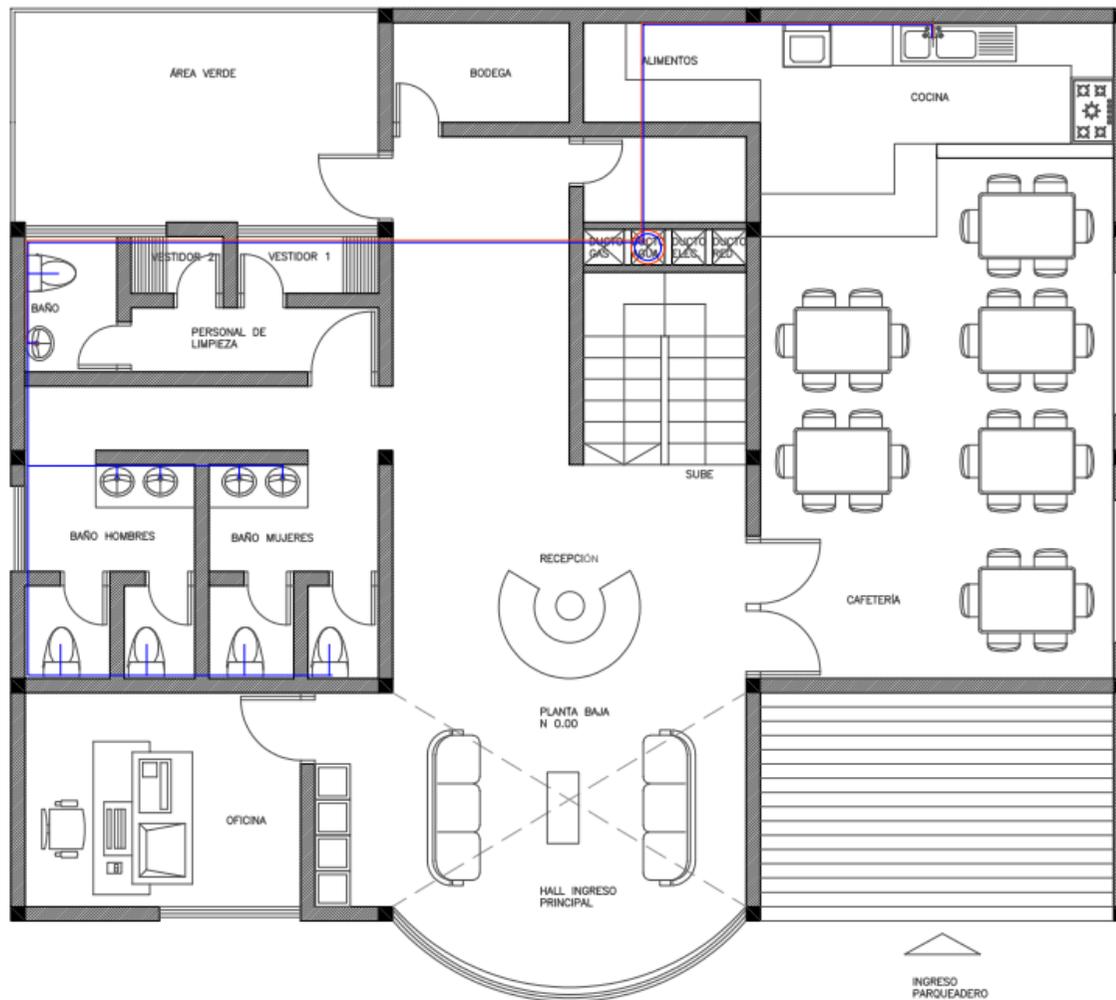
HOSTAL				
PISO	ESPACIO		M2	TOTAL
SUBSUELO	PARQUEADEROS		87,7	203,1
	CIRCULACIÓN HORIZONTAL		88	
	CIRCULACIÓN VERTICAL		9,2	
	CUARTO DE BOMBAS		18,2	
	CISTERNA			
	BODEGA			
	GENERADOR Y TRANSFORMADOR			
PLANTA BAJA	BAÑOS GENERAL		18,4	174,7
	ESPACIO DE PERSONAL		12,4	
	CAFETERÍA		55,4	
	RECEPCIÓN		16	
	HALL INGRESO		22,2	
	OFICINA		16,6	
	CIRCULACIÓN VERTICAL		9,2	
	CIRCULACIÓN HORIZONTAL		19,6	
	BODEGA		4,9	
PRIMER PISO	MATRIMONIAL 1	BAÑO	10,3	172,8
		HABITACION	16,3	
	MATRIMONIAL 2	BAÑO	10,1	
		HABITACION	15,2	
	MATRIMONIAL 3	BAÑO	14,2	
		HABITACION	15,9	
	MATRIMONIAL 4	BAÑO	10,1	
		HABITACION	16,3	
	MATRIMONIAL 5	BAÑO	7,3	
		HABITACION	12,6	
LAVANDERÍA			5,2	
CIRCULACIÓN VERTICAL			9,2	
CIRCULACIÓN HORIZONTAL			30,1	
SEGUNDO PISO	MATRIMONIAL 1	BAÑO	10,3	172,8
		HABITACION	16,3	
	MATRIMONIAL 2	BAÑO	10,1	
		HABITACION	15,2	
	MATRIMONIAL 3	BAÑO	14,2	
		HABITACION	15,9	
	MATRIMONIAL 4	BAÑO	10,1	
		HABITACION	16,3	
	MATRIMONIAL 5	BAÑO	7,3	

		HABITACION	12,6	
		LAVANDERÍA	5,2	
		CIRCULACIÓN VERTICAL	9,2	
		CIRCULACIÓN HORIZONTAL	30,1	
TERCER PISO	HABITACIÓN DOBLE 1	BAÑO	10,8	172,8
		HABITACION	16,9	
	HABITACIÓN DOBLE 2	BAÑO	10,8	
		HABITACION	15,9	
	HABITACIÓN TRIPLE 1	BAÑO	9	
		HABITACION	18,2	
	HABITACIÓN TRIPLE 2	BAÑO	9,9	
		HABITACION	16,5	
	HABITACIÓN TRIPLE 3	BAÑO	10,1	
		HABITACION	16,3	
	CIRCULACIÓN HORIZONTAL	29,2		
	CIRCULACIÓN VERTICAL	9,2		
TOTAL M2 DE CONSTRUCCIÓN				896,2

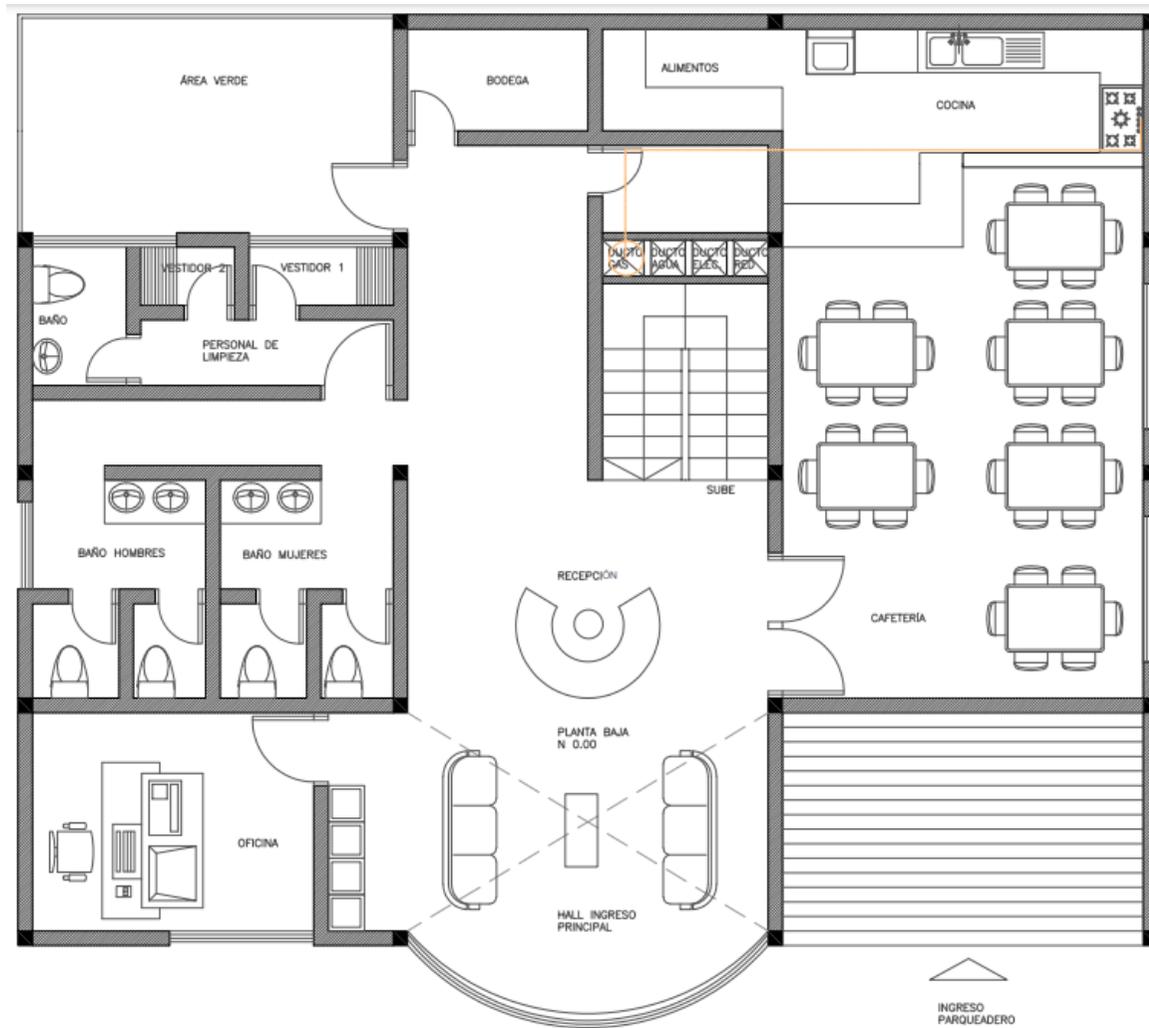
Anexo 3. Planos



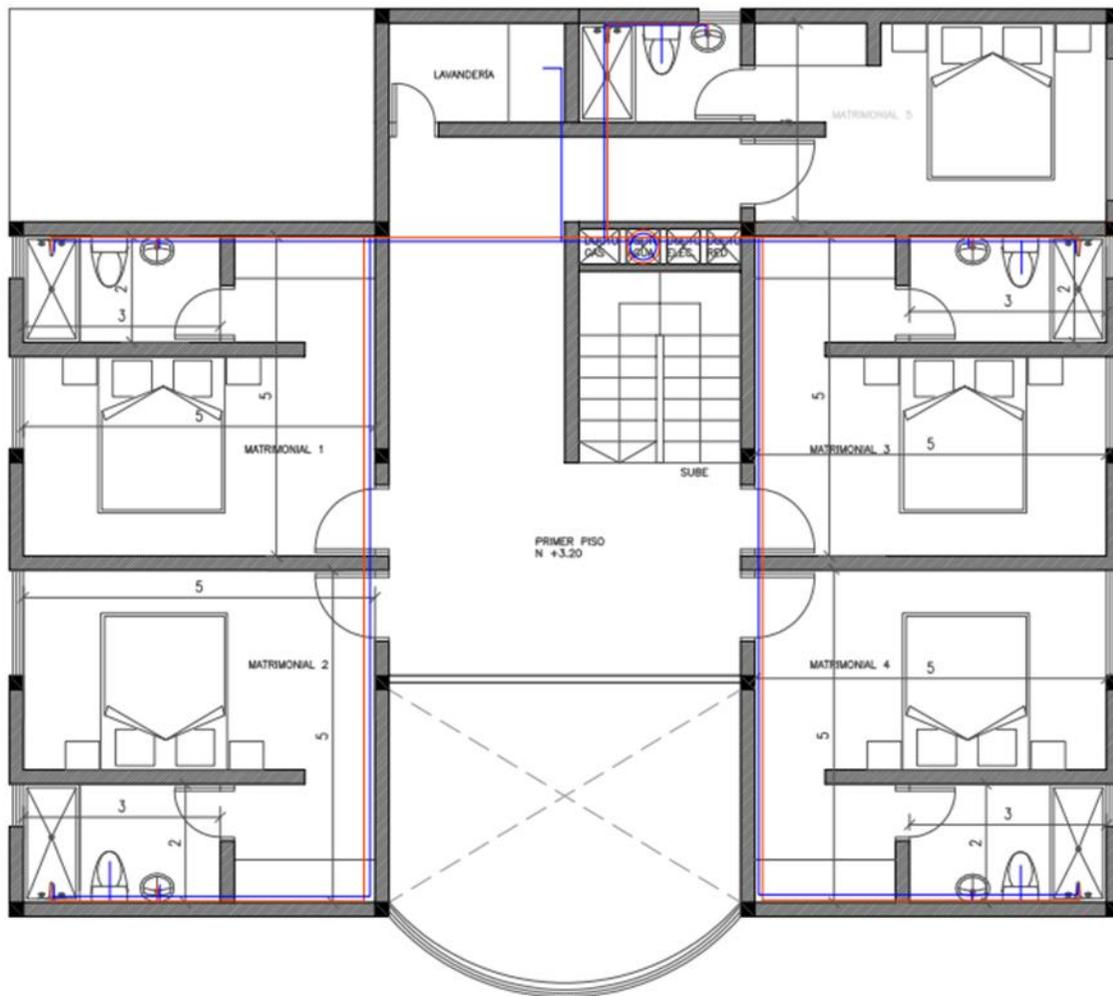
Subsuelo Agua



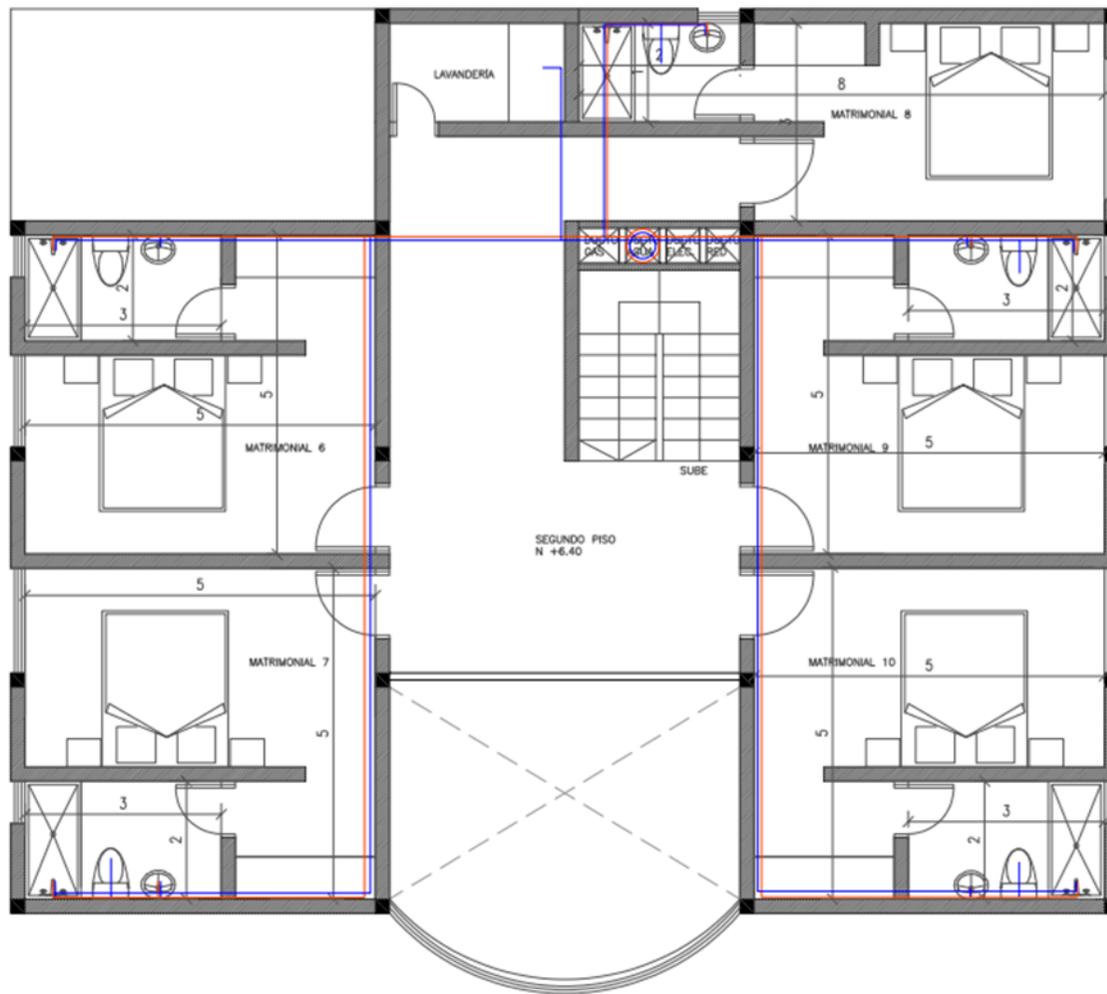
Planta baja agua



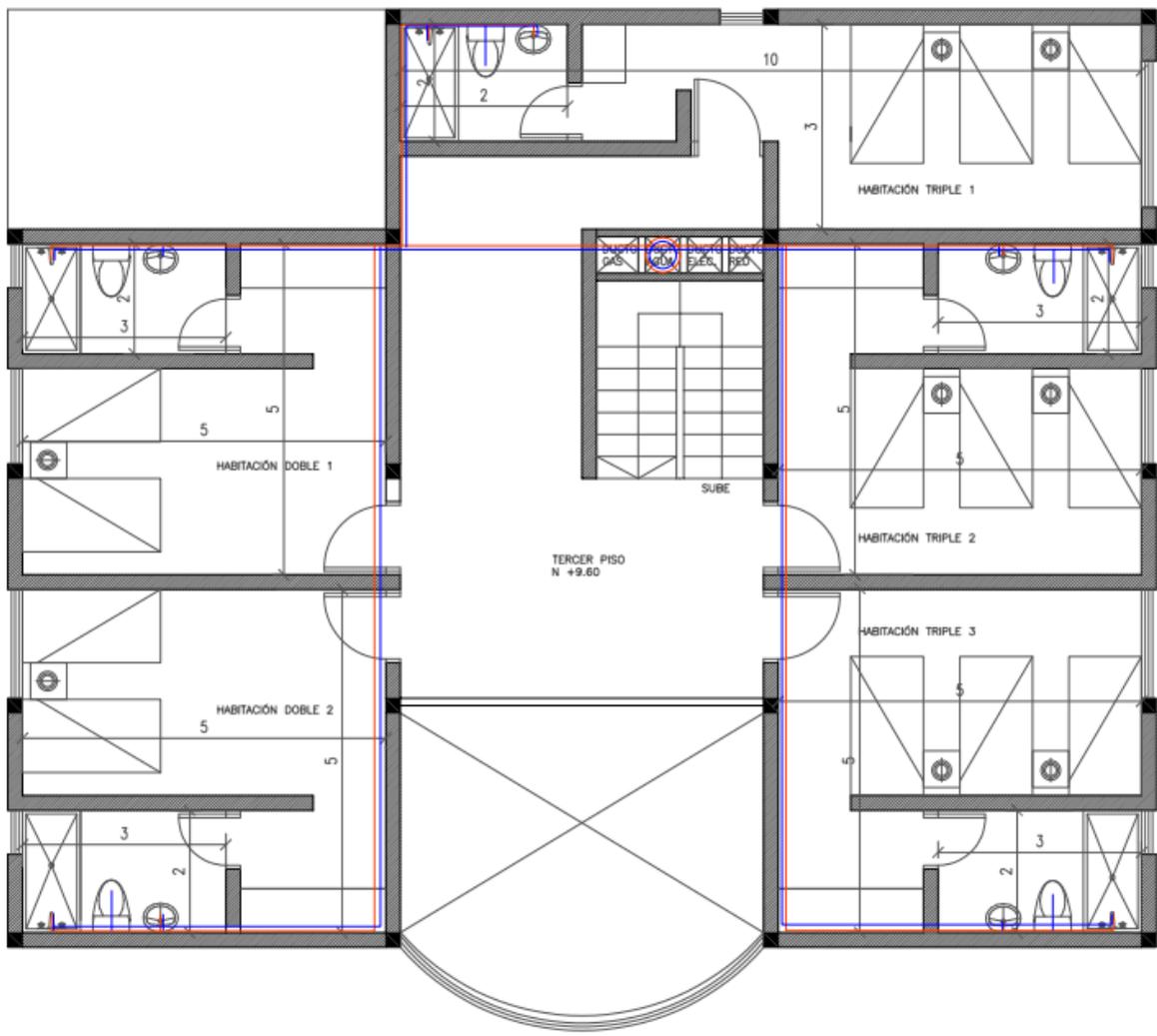
Planta baja gas



Primer piso agua



Segundo piso agua



Tercer piso agua

Anexo 4. Detalle de inversiones

La construcción del hostel se realiza en la modalidad llave en mano, en donde se contrata una constructora y se paga por la construcción y acabados totales del establecimiento, quedando a criterio de esta empresa el detalle de insumos, así como sus costos, no obstante, se considera importante solicitar la información referente a los accesorios y materiales empleados en los baños del hostel, los cuales se incluyen dentro de la siguiente tabla:

Acabados de construcción				
Proveedor	Detalle	Cantidad	Costo	Total
	Baños			
Constructora Sedemi	Sanitario vittoria	20	79	1,580.00
Constructora Sedemi	Lavabo Rondo	20	59	1,180.00
Constructora Sedemi	Grifería lavabo FV Deluxe lujo colonial blanco oro	20	35	700.00
Constructora Sedemi	Tina clásica bone fibra de vidrio	15	98	1,470.00
Constructora Sedemi	Ducha clásica bronce	15	44	660.00
	Total			5,590.00
	Pisos			
Constructora Sedemi	Cerámica baños 30x30 cm antideslizante	90	6.89	620.10
Constructora Sedemi	Cerámica áreas de servicio 30x30 cm antideslizante	120	7.2	864.00
Constructora Sedemi	Piso tabloncillo chanul	692	55	38,060.00
	Total			39,544.10
	Iluminación y sistema eléctrico			
Constructora Sedemi	Lámpara veladora	15	38	570.00
Constructora Sedemi	Lámpara colgante hierro vintage	24	19	456.00
Constructora Sedemi	Lámpara led hermética 110 v áreas de servicio	8	24	192.00
Constructora Sedemi	Focos 9 watts Silvania luz noche	60	1	60.00
Constructora Sedemi	Interruptor simple 10 amperios línea jónica acabado bronce	33	6.7	221.10
Constructora Sedemi	Interruptor doble 10 amperios línea jónica acabado bronce	4	12.8	51.20
Constructora Sedemi	Tomacorriente doble 15 amperios línea jónica acabado bronce	78	5.4	421.20
	Total			1,971.50
	Puertas, chapas y vidrios			
Constructora Sedemi	Puerta chanul 2.00 x 1.20 m	15	90	1,350.00
Constructora Sedemi	Puerta chanul 2.00 x 0.90 m	20	65	1,300.00
Constructora Sedemi	Puerta vidrio templado 2.00 x 1.5 m	2	405	810.00

Constructora Sedemi	Chapa acabado bronce	35	14.5	507.50
	Total			3,967.50
Inmobiliario y Equipos				
Proveedor	Detalle	Cantidad	Costo	Total
	Habitaciones			
Muebles el arbolito	Somier cama full (dos plazas)	23	280	6,440.00
Luca Seville	almohadas	46	12	552.00
Luca Seville	colchones	23	140	3,220.00
Luca Seville	juegos de sábana	46	15	690.00
Luca Seville	cubrecama	46	30	1,380.00
Luca Seville	cortinas	15	34	510.00
Luca Seville	toalla grande	46	12	552.00
Luca Seville	toalla mediana	46	6	276.00
Muebles el arbolito	velador	15	45	675.00
Importadora Pazmiño	televisor 32 pulgadas	15	300	4,500.00
Importadora Pazmiño	teléfono	15	25	375.00
Picca	basureros	30	10	300.00
Savon Amenities	Shampú sachetn 12ml personalizado dos colores	1	0.12	0.12
Savon Amenities	Sachet acondicionador 12ml personalizado dos colores	1	0.12	0.12
Savon Amenities	Jabón 16gr mensaje empaque papel seda	1	0.12	0.12
	Total			19,470.36
Restaurante				
Importadora Pazmiño	Caja registradora er -350	1	350	350.00
Muebles el arbolito	Mesas	6	120	720.00
Muebles el arbolito	Sillas	24	12	288.00
Luca Seville	Mantelería	12	8	96.00
Importadora Arellano	Juegos de vajilla	15	25	375.00
Importadora Arellano	Docena de vasos	10	12	120.00
Importadora Arellano	Cubertería juego 24 piezas tramontina	50	13	650.00
	Total			2,599.00
Cocina				
Sertecine	Centralina gas 4 puntos	1	650	650.00
Indumac	Cocina industrial 4 quemadores	1	800	800.00
Indumac	Campana y ducto extracción de acero inoxidable con motor	1	250	250.00
Indumac	Riel escurridor vajilla	1	100	100.00
Indumac	Mesa auxiliar acero inoxidable	1	180	180.00
Indumac	Cocina baja 2 quemadores grandes acero inoxidable	1	250	250.00
Indumac	cafetera 35 tazas	1	150	150.00
Indumac	Congelador vertical 2 en 1	1	1800	1,800.00
Indumac	Licadoras	3	50	150.00
Indumac	Microondas	1	200	200.00

Indumac	Procesador	1	180	180.00
Indumac	Juego de ollas	3	45	135.00
Indumac	Herramientas cocina	4	20	80.00
Indumac	Cubertería cocina juego acero inoxidable UMCO OK504	5	12	60.00
Kiwi	detector de gas	2	2	4.00
Indumac	Trampa de grasa	1	200	200.00
	Total			5,189.00
	Recepción			
Muebles el arbolito	modular	1	280	280.00
Muebles el arbolito	silla	1	55	55.00
Muebles el arbolito	porta llaves	1	40	40.00
Importadora Espinoza	Computadora	1	900	900.00
Sisegusa	central telefónica	1	350	350.00
	Total			1,625.00
	Lavandería			
Superwash	Lavadora semi industrial 22libras pony	1	2500	2,500.00
Superwash	Secadora semi industrial 22libras pony	1	2500	2,500.00
Superwash	Planchadora Industrial pony	1	2000	2,000.00
	Total			7,000.00
	Sistema de seguridad			
Alármega	Sistema de 6 cámaras de seguridad	1	1000	1,000.00
	Total			1,000.00
	Otros			
Sisegusa	lámparas de emergencia	5	25	125.00
Sisegusa	extintores	4	17	68.00
Sisegusa	detectores de humo	15	23	345.00
Picca	basureros	3	12	36.00
Unilimpio. S.A	escobas	4	4	16.00
Unilimpio. S.A	trapeadores	4	5	20.00
Unilimpio. S.A	Jabón liquido	30	1.16	34.80
Unilimpio. S.A	Liquido especial Unilimpio	2	15	30.00
Unilimpio. S.A	Papel Higiénico jumbo	100	0.5	50.00
Unilimpio. S.A	Limpión Natural Bio Solutions	16	0.75	12.00
Unilimpio. S.A	Limpiones reutilizables Bio Solutions	20	0.75	15.00
Unilimpio. S.A	Lavavajillas	32	1	32.00
	Total			783.80
	Total general			88,740.26

Anexo 5. Respaldo fotográfico



Ubicación