



RESUMEN

El estudio de factibilidad para la creación de un hotel 5 estrellas en el cantón Gualaceo periodo 2012-2016, se desarrolla en 5 capítulos:

El primer capítulo comprende los antecedentes del proyecto a fin de dar a conocer las características del objeto de estudio y el marco teórico como guía para desarrollar los siguientes capítulos.

El segundo capítulo comprende la investigación de mercado que se realiza para establecer las necesidades y preferencias de nuestros futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar nuestro mercado objetivo.

En el tercer capítulo se realiza el estudio técnico del proyecto en el que se describe la ubicación del hotel, los datos generales de la obra y las distribuciones, la zonificación del establecimiento hotelero y descripción de las áreas, el equipamiento que deberá ofrecer de acuerdo a los estándares de un hotel 5 estrellas y estimar el presupuesto de la obra a ejecutarse.

El cuarto capítulo comprende el estudio de la estructura organizacional que tendrá el proyecto y aspectos legales que deberá cumplirse para su puesta en marcha.

En el quinto capítulo se analizó la viabilidad financiera de emprender este proyecto, el monto de la inversión para la creación del hotel y su puesta en marcha, la estructura de financiamiento, el presupuesto de costos y gastos, estado general y estado de resultados, complementándose con el análisis de razones financieras y punto de equilibrio.

Finalmente se realizó las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegaron con el desarrollo de cada uno de los capítulos del proyecto.

Palabras claves:

Estudio de factibilidad

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo-legal
- Estudio económico-financiero



ABSTRACT

The feasibility study for the creation of a 5 star hotel in the city of Gualaceo for the Period 2012-2016, was conducted in order to determine the feasibility of this hotel project for this study was divided in some relevant areas for its execution.

It started with an investigation of the place chosen to locate our Guazhalan project and which were established principles and characteristics and advantages tourist attractions in the industry. We provide a summary of its consideration research that develops in 5 chapters.

The first chapter covers the background the project to raise awareness of the characteristics of the object of study and the theoretical framework as a guide to develop the following chapters.

The second chapter includes market research was conducted to establish the needs and preferences of our prospective clients potential and further determine our target market.

In the third chapter presents the project's technical study which described the location of the hotel, general data distributions work and shows the zoning of the hotel establishment and description of the areas, the Equipment to be provided according to the standards of a 5 star hotel and later to estimate the budget of the work to be executed.

The fourth chapter includes the study of the organizational structure that will take the project and legal issues that must be met for its implementation.

In the fifth chapter discusses the financial viability of undertaking this project. This study provides the amount of investment for the creation of the hotel and its implementation, the financing structure, budget costs and expenses, general and income statement for the hotel, complete with analysis of financial ratios and point of equilibrium.

Finally, made the conclusions and recommendations which came with the development of each of the chapters of the project.

Keywords

Feasibility study

- Market research
- Technical study
- Administrative-Legal Study
- Economic-financial



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Valeria Andrade, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Valeria Andrade

Valeria Andrade

0302027206

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

VALERIA ANDRADE





UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Valeria Maribel Andrade Maldonado, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniería Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Valeria Andrade

Valeria Andrade

0302027206

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

VALERIA ANDRADE





INDICE GENERAL

Introducción	9
CAPITULO 1- ANTECEDENTES	
Descripción objeto de estudio	10
Fundamentación teórica	11
CAPITULO 2- ESTUDIO DE MERCADO	
<u>Análisis sectorial</u>	18
Oferta-Demanda	20
Precio	25
Producto	
Canales de distribución	27
Promoción	27
Perspectivas del Estudio de Mercado	28
Planteamiento del problema	28
Objetivos del Estudio de Mercado	29
Perfil del consumidor	29
Plan de muestreo	30
Diseño de la encuesta	30
Presentación de los resultados	31
Conclusiones de la investigación	41
CAPITULO 3- ESTUDIO TECNICO	
Localización	43
Tamaño y capacidad	44
Ingeniería del proyecto	46
Flujo-grama de actividades	50
CAPITULO 4- ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL	
Conformación jurídica	56
Aspectos legales	56
Diseño organizacional	61
CAPITULO 5- ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO	
Inversiones	66
Estados financieros	68
Indicadores financieros	70
Punto de equilibrio	71
Conclusiones	72
Recomendaciones	73
Bibliografía	74
Anexos	76



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en el canton Gualaceo para el periodo 2012-2016.

“Grand Christopher Hotel”

Tesis de grado previa la obtención del título de Ingeniera Comercial

Autora:

Valeria Maribel Andrade Maldonado

Director:

Eco. Pedro Mora

Cuenca-Ecuador
2012



AGRADECIMIENTO

A Dios porque en mi caminar de su mano, nunca me abandona

A mi hijo Christopher Josué por su compañía y ternura

A mi esposo Cristian por su apoyo y comprensión

A mi asesor de tesis que admiro por su gentileza, el Economista Pedro Mora.

A mis padres, hermanos y demás familiares que me ayudaron en muchas ocasiones y a quienes mi memoria en este momento traicione.



DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis para una persona muy especial en mi vida, que aunque haya terminado demasiado tarde, en algún lugar en el cielo, tal vez puedas saber que no hay un solo día que no piense en ti.

Es para ti abuelito Segundo.



INTRODUCCION

Es importante hacer una breve descripción del cantón que abarca el proyecto hotelero. Gualaceo es un pueblo que ha conservado las características típicas de la población andina y elementos arquitectónicos tiempo de la colonia. Es una de las zonas más importantes en tradición folklórica y artesanal del país, Tierra de gran fertilidad, espléndido paisaje y agradable clima por lo que constituye uno de los centros turísticos de gran orden.

Grand Christopher hotel es un hotel 5 estrellas que estará ubicado en el cantón Gualaceo, sector Guazhalan, que debido a la cercanía con las orillas del río Santa Bárbara ofrece un paisaje hermoso, expresiones vivas de la naturaleza. La propuesta del hotel es convertirse en uno de los lugares preferidos para el turista extranjero que desee recrearse en un sector natural y cultural, cuyo atractivo y diferenciación con otros establecimientos hoteleros es la interacción con su medio natural y su origen primario.

La idea nació como una oportunidad de desarrollo sostenible y significativa fuerza económica para el cantón y sus alrededores mediante la promoción de la industria turística. Se escogió el lugar por la disponibilidad del terreno y la visión a futuro que este sector proyecta en sus numerosos proyectos públicos y privados para el sector. Me permito anotar algunos proyectos significativos que actualmente están en desarrollo: creación de una vía de primer orden 4 carriles en la vía Guazhalan como conexión de buses provinciales con Gualaceo, creación del hospital IESS, un parque industrial, un nuevo terminal terrestre, balnearios, centros comerciales, un parque acuático de gran magnitud y demás atractivos turísticos.

No se planteó como mercado objetivo a los turistas nacionales porque según información obtenida por el departamento de turismo del Municipio de Gualaceo, los turistas nacionales que nos visitan son de clase media baja y no están en condiciones de cubrir los costos que implica un hotel 5 estrellas.

Para el óptimo desarrollo de este proyecto es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de nuestros turistas potenciales, así como también de la diversidad de servicios que estaríamos en capacidad de brindar cómo hotel 5 estrellas. Para realizar un proyecto de esta magnitud se requiere de un equipo multidisciplinario, ya que por ser un tema tan amplio, cada capítulo debe ser objeto de una profunda investigación. Después de haber realizado un breve análisis del servicio que se brindará, se procederá a evaluar la factibilidad de invertir en este proyecto, y los medios que emplearemos para financiarla.



CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1 Descripción del objeto de estudio

La industria turística y hotelera será considerada como el primer sector de la economía mundial, hoy en día una de las estrategias fundamentales de desarrollo de los países y una significativa fuerza económica en el mundo. Gualaceo, debe pensar entonces en su desarrollo turístico y hotelero como una estrategia importantísima para la superación de la pobreza y el desarrollo sostenible del sector. Gualaceo es un pueblo que ha conservado las características típicas de la población andina, preservando elementos arquitectónicos tiempo de la colonia. Es una de las zonas más importantes en tradición folklórica y artesanal del país con un espléndido paisaje y agradable clima por lo que constituye uno de los centros turísticos de gran orden.

Aprovechando la riqueza del Jardín Azuayo, existe un proyecto denominado "Hostería Santa Bárbara", que actualmente está en proceso de construcción y abrirá sus puertas a mediados de este año. Está ubicado en el sector sur de Gualaceo, en medio de la naturaleza, pertenecía anteriormente al Ministerio de Turismo y fue adquirido por el empresario Genaro Coellar, quien con su visión emprendedora quiere convertirlo en una hostería cinco estrellas, con todos los servicios de la hotelería moderna.

Grand Christopher Hotel, es un proyecto que surge tras observar la necesidad de infraestructura hotelera de excelente nivel capaz de responder a las novedosas exigencias y demandas de los turistas que visitan la Región por diversos motivos. Aspectos como la construcción e interiores han sido considerados en gran detalle que se caracterizará por ser rústico-temático. Para añadir un valor agregado al producto hotelero y diferenciarnos del resto de la oferta hotelera; se plantea tematizar habitaciones del hotel con el objetivo de que sean más atractivos para el huésped y convertirlas en espacios totalmente enfocados al cliente. No se perderá de nada ya que en el proyecto hotelero se plantea habitaciones para diferentes grupos de viajeros con habitaciones simples, dobles, matrimoniales, suites y temáticas".

Gualaceo, cantón oriental de la provincia de Azuay, en Ecuador, a una distancia de 35 kilómetros de la capital provincial Cuenca. Tiene una población de 38.587 habitantes, está bañado por los ríos Santa Bárbara, San Francisco y Guaymincay. Por la belleza única de esta ciudad enclavada en el valle del Santa Bárbara y por el carácter acogedor de su gente, a Gualaceo se le denomina el "Jardín Azuayo" actualmente ostenta el título de Patrimonio Cultural de la Nación.



Por su situación, es un nudo de comunicaciones hacia el oriente ecuatoriano. Sus principales actividades son la agricultura, la artesanía y el turismo. La fiesta oficial se celebra el 25 de junio.

1.2 Fundamentación teórica

HOTELERIA

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje. 1

- **Hotel**

“La palabra hotel, utilizada por primera vez en Francia, proviene del latín *hospes* que significa persona alojada, y de *hospitium* que significa hospitalidad. Se definirá hotel como un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento”

“El hotel es la unidad esencialmente turística básica, ya que cubre una de las necesidades importantes del turista: el, sino actitudes, beneficios y/o satisfacciones, es decir servicios.”2

- **Servicio:** Actividades, beneficios y/o satisfacciones que se venden a través de operaciones que no implican transferir hospedaje. El hotel no vende bienes tangibles, pues es una empresa prestadora de servicios turísticos la propiedad de objetos materiales.3

Hoteles boutique: El término hotel boutique es originario de Europa, utilizado para describir hoteles de entornos íntimos, generalmente lujosos o no convencionales que ofrecen una clase de alojamiento, servicios e instalaciones excepcionales y personalizadas.

1 STEWART WEISSINGER, Suzanne, 2001, Introducción a las Actividades Hoteleras, España.

2 Enciclopedia Práctica Profesional de TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES, Océano/Centrum.

3 Enciclopedia Práctica Profesional de TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES, Océano/Centrum.



Son hoteles únicos con personalidad propia, de diseño y sofisticación inigualables, donde cada elemento se piensa para el confort de quienes los visitan. Un ambiente romántico y con un toque artístico especial es otro elemento que tampoco puede faltar, para hacer de cada estadía una experiencia que quede grabada entre los mejores recuerdos de cada huésped. El tamaño de este tipo de hoteles no juega un rol decisivo, mientras cumplan con el concepto boutique pueden llegar a tener desde 4 hasta 100 habitaciones, dependiendo principalmente de la región donde se encuentren.

TURISMO

“El turismo es el desplazamiento que hacemos las personas fuera de nuestro medio habitual para descansar, conocer costumbres distintas, visitar lugares históricos, pasear por espacios naturales...”

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, “el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.”⁴

PROYECTO

“Son inversiones en renglones de capital que, de antemano, requieren un estudio cuidadoso de todas las áreas que afectará o que justifican el estudio.”⁵

“Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre muchas, una necesidad humana.”⁶

ESTUDIO DE MERCADO

Tienen como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos, eliminando las subjetividades e interpretaciones inadecuadas con respecto a lo que se pretende vender y ayuda a identificar qué tipos de productos desean los compradores.

4 MURO PÉREZ, Luis Di, 1999-2004, Manual Práctico de Recepción Hotelera, México: Trillas.

5 MORALES CASTRO, Arturo, MORALES CASTRO, José Antonio, 2009, Proyectos de inversión, Evaluación y Formulación, México, editorial McGraw-Hill.



A continuación se presentan los elementos que integran una investigación de mercado:

Planteamiento del problema: Consiste en estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios, pues con ello se obtendrán datos exactos que se plantean para obtener información relacionada con: Características de los productos, precios, promoción y Canales de distribución

Marco conceptual teórico: En esta fase se deben descubrir los antecedentes históricos y los conceptos teóricos relacionados con el tema de investigación para, con base en ellos, plantear las hipótesis tentativas. Es decir, detallar las características que actualmente distinguen a los consumidores.

Planteamiento de hipótesis: Ayuda a establecer las líneas de investigación que darán respuesta a las preguntas que se plantean como parte del estudio. Asimismo, permite comprender mejor las decisiones y actividades relacionadas con los elementos donde es necesario profundizar.

Recolección de datos: En esta etapa se utilizan las dos fuentes de información conocidas, a saber:

Fuentes de información primarias: En las cuales se observan, registra o se recoge en forma directa datos de los sujetos estudiados, en este caso son los consumidores actuales.

Fuentes de información secundarias: Son las que existen y se encuentran disponibles en informes, documentos, estadísticas, libros, revistas, etc., ya sean privados o del gobierno que contienen datos que explican las variables de la investigación de manera directa.

Procesamiento de la información: El procesamiento alude a la manipulación que se hace de los datos obtenidos durante la investigación para transformarlos en información que muestre los resultados de las variables investigadas.

Interpretación de los resultados de la investigación: En esta etapa se agrupa la información con el fin de mostrar los resultados y encontrar las relaciones de las diversas variables entre sí, para lo cual se recomienda presentar una gráfica por cada pregunta planteada en los cuestionarios y las respuestas respectivas, así como el porcentaje de cada respuesta con respecto al universo planteado con la misma pregunta.

Enciclopedia Práctica Profesional de TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES, Océano/Centrum.



Elaboración del informe de los resultados de la investigación: Es conveniente elaborar un informe de los resultados de la investigación a fin de describir un panorama general de la situación del mercado y el diagnóstico de la situación.

ESTUDIO TÉCNICO

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos, materia prima e insumos que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio y mantener el funcionamiento de la empresa. Es necesario que exista una distancia óptima entre los mercados de consumidores y de la materia prima, circunstancia que ayuda a minimizar costos y gastos.

Asimismo, debe tener un acceso expedito y barato a todos los elementos que influyen en los procesos de fabricación y venta de los productos y/o servicios que contempla el proyecto. Si el proyecto de inversión consiste en otorgar servicios, no es necesario construir una planta de producción, pero si requiere instalaciones y equipos que le permitan cumplir su objetivo fundamental: proporcionar el servicio. Aspectos que se deben contemplar en el estudio técnico son:

Localización: En este sentido, es importante determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión. También es necesario ubicar las instalaciones necesarias para llevar a cabo la comercialización de los productos y/o servicios, incluso el servicio postventa a los clientes.

Tamaño y capacidad: Las dimensiones se expresa principalmente mediante la capacidad de producción en un periodo determinado, aunque existen otros criterios para establecerlas; por ejemplo, la cantidad de activos en la planta, el tipo de tecnología de los equipos e instalaciones, la capacidad del personal, volumen de ventas o facturación, etc.

Ingeniería: Se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, cuando ésta se requiere; sin embargo, también se aplica a las instalaciones necesarias para la generación de servicios que produce el proyecto de inversión. Para lograr un funcionamiento adecuado de la planta y de las instalaciones deber converger una serie de factores que permitan diseñar el esquema de trabajo óptimo, según las características específicas del proyecto de inversión.

1 STEWART WEISSINGER, Suzanne, 2001, Introducción a las Actividades Hoteleras, España



ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

Los administradores tienen a su cargo la responsabilidad de iniciar acciones que hagan posible que los individuos realicen sus mejores contribuciones para lograr los objetivos del grupo. Los principales elementos que se consideran en el estudio administrativo de los proyectos de inversión son:

Conformación jurídica y Aspectos legales: La constitución jurídica implica un análisis de los diferentes tipos de sociedades que se pueden formar de acuerdo con la ley, y cada una de las sociedades tiene requisitos, ventajas y desventajas particulares siendo necesario conocer a profundidad las leyes, reglamentos o normas que afectan su constitución y funcionamiento. También es necesario conocer el marco legal del proceso de fabricación y venta de los productos y/o servicios.

Estructura o diseño organizacional: La organización consiste en proporcionar una estructura formal encaminada al logro de metas específicas; en este caso, al logro de producir-vender los productos y/o servicios que serán fabricados o prestados como resultado del proyecto de inversión.

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

El análisis se utiliza para determinar la posición financiera de la empresa con el objeto de identificar sus puntos fuertes y débiles, y sugerir acciones para que la empresa aproveche los primeros y corrija las áreas problemáticas en el futuro.

Desde el punto de vista interno, los administradores financieros utilizan la información de tal modo que las decisiones de financiamiento e inversión maximicen el valor de la compañía.

Desde el punto de vista externo, los accionistas y acreedores lo emplean para evaluar la atractividad de la empresa como una inversión, analizan su capacidad para satisfacer sus obligaciones financieras actuales y las obligaciones financieras futuras. Un estudio financiero comprende las siguientes etapas:



Análisis financiero

Estados y Reportes financieros:

Estado de resultados: Éste es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades.

Estado de situación financiera: Este estado financiero es un resumen en donde a cada cuenta se le asigna un valor en dinero para así identificar qué tanto tiene la empresa en activos, cuál es su nivel de deudas y su patrimonio financiero.

Análisis de razones financieras: Tiene el propósito de mostrar las relaciones que existen entre las cuentas de los estados financieros dentro de las empresas y entre ellas. La conversión de las cifras contables en valores relativos, o razones, nos permite comparar la posición financiera de una empresa con otra, aun si sus tamaños son significativamente diferentes.

Razones de liquidez: Razones que muestran la relación que existe entre el efectivo de una empresa y otros activos circulantes y sus pasivos circulantes.

Razones de administración de activos: Miden la eficiencia de una empresa para administrar sus activos.

Razones de administración de deudas: La medida en la cual una empresa se financie por medio de deudas tiene tres implicaciones: 1) al obtener fondos a través de deudas, la propiedad de los accionistas no se diluye; 2) los acreedores contemplan el capital contable, o los fondos proporcionados por los propietarios, al establecer un margen de seguridad; si los accionistas han proporcionado solo una pequeña proporción del financiamiento total, los riesgos de la empresa son asumidos principalmente por los acreedores, y 3) si la empresa gana más sobre las inversiones financiadas con fondos solicitados en préstamo que lo que paga como intereses, el rendimiento sobre el capital contable de los propietarios es amplificado, o apalancado.

Razones de rentabilidad: Grupo de razones que muestra el efecto de la liquidez, la administración de los activos y la administración de deudas sobre los resultados operativos.



Planeación y control financiero

El proceso comienza con un pronóstico de ventas para los siguientes años. Posteriormente se determinan los activos que se requerirán para satisfacer las metas de ventas y se toma una decisión sobre la manera como deberán financiarse los activos requeridos.

En este momento, se puede proyectar el estado de resultados y el balance general, y la vez pronosticar las utilidades y los dividendos por acción, así como las razones básicas. Una vez que se han determinado las razones y elaborado los estados financieros pronosticados básicos, los administradores financieros desean saber:

1. ¿Cuán realistas son los resultados?
2. ¿Cómo podrán alcanzarse los resultados?
3. ¿Qué efecto tendrían los cambios operativos sobre los pronósticos?

En esta etapa, denominada fase de control financiero, la empresa se concentra en la implantación de los planes financieros o pronósticos. Y en el proceso de retroalimentación y ajuste necesario para asegurarse de que las metas se persigan de una manera apropiada.

Estados financieros proforma: Cualquier pronóstico de los requerimientos financieros implica:

- 1) Determinar la cantidad de dinero que necesitará la empresa durante un periodo determinado.
- 2) Determinar la cantidad de dinero que la empresa generará internamente durante el mismo periodo.
- 3) Sustraer de los fondos requeridos los fondos generados para determinar los requerimientos financieros externos.

Análisis del punto de equilibrio: Es un método utilizado para determinar el punto en que las ventas son exactamente iguales a los costos, es decir, el punto en que las operaciones de la empresa alcanzarán su punto de equilibrio. También muestra la magnitud de las utilidades o las pérdidas operativas de la empresa si las ventas aumentan o disminuyen por debajo de ese punto.



CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANALISIS SECTORIAL

2.1.1 Análisis del producto: Grand Christopher Hotel es el primer hotel 5 estrellas en la ciudad de Gualaceo con los estándares más altos en calidad y confort. En el hotel se proyectan habitaciones simples, matrimoniales, dobles, suites, suite presidencial y habitaciones temáticas. Los servicios que presta el hotel son:

- Recepción
- Room Services 24 Hs
- Restaurant
- Bar-Cafetería
- Lavandería
- Parqueadero
- Internet

- Espacios verdes
- Área de Piscina
- Sauna y turco
- Sala de convenciones
- Gimnasio



UNIVERSIDAD DE CUENCA

A continuación se va a describir los servicios de cada tipo de habitación en Grand Christopher Hotel:

Habitacion simple		Habitacion matrimonial	
Habitacion con:	Bano con:	Habitacion con:	Bano con:
Cama queen size	Bata y sandalias de bano	Cama queen size con techo.	Bata y sandalias de bano
Lenceria fina	Secador de cabello	Lenceria fina	Secador de cabello
Television pantalla plana de 29 plgs	Finos amenities	Television pantalla plana de 29 plgs	Finos amenities
Direct tv		Direct tv	
Reloj radio		Reloj radio	
Minibar		Minibar	
Caja de seguridad		Caja de seguridad	
Escritorio de trabajo		Escritorio de trabajo	
Internet inalambrico		Internet inalambrico	
Telefono de discado directo		Telefono de discado directo	
Habitacion doble		Suite	
Habitacion con:	Bano con:	Habitacion con:	Bano con:
2 Camas full size	Bata y sandalias de bano	Cama queen size	Tina
Lenceria fina	Secador de cabello	Lenceria fina	Bata y sandalias de bano
Television pantalla plana de 29 plgs	Finos amenities	Television pantalla plana de 29 plgs	Secador de cabello
Direct tv		Direct tv	Finos amenities
Reloj radio		Reloj radio	Telefono
Minibar		Minibar	Sala recibidor:
Caja de seguridad		Caja de seguridad	Sofas confortables
Escritorio de trabajo		Escritorio de trabajo	Television 29 plgs
Internet inalambrico		Internet inalambrico	Escritorio de trabajo
Telefono de discado directo		Telefono de discado directo	

Suite presidencial		Habitacion tematica	
Dormitorio con:	Bano con:	Dormitorio con:	Bano con:
Cama queen size	Tina de hidromasaje	Cama queen size	Tina de hidromasaje
Lenceria fina	Bata y sandalias de bano	Lenceria fina	Bata y sandalias de bano
Television pantalla plana 29 plgs	Secador de cabello	Television pantalla plana 29 plgs	Secador de cabello
Direct tv	Finos amenities	Direct tv	Finos amenities
Reloj radio	Telefono	Reloj radio	Telefono
Caja de seguridad	Sala recibidor:	Caja de seguridad	Sala recibidor:
Internet inalambrico	Sofas confortables	Internet inalambrico	Sofas confortables
Telefono discado directo	Mini bar	Telefono discado directo	Mini bar
	Escritorio de trabajo		Escritorio de trabajo
			Tema

Alimentos y Bebidas: Este departamento hace referencia a Restaurante y Bar-cafetería, y para poseer un correcto funcionamiento de esta sección se seguirán las siguientes normas y estándares correspondientes.

- Presentación de la mesa acordes a normas Internacionales.
- Buena distribución de los platos a servir.
- Atender a los clientes inmediatamente.



La clasificación de los costos de inversión que implican estos departamentos los podemos observar en la parte de anexos # 2 y # 3.

Sistemas de control de la calidad

Control de calidad: Para un adecuado sistema de control de calidad nos basaremos en lo siguiente.

- Elegir alimentos de fuentes seguras
- Disponer de todos los instrumentos, ingredientes y alimentos preparados para cocinar
- Correcta cocción de los alimentos
- Consumir los alimentos inmediatamente
- Recalentamiento adecuado
- Evitar contaminación
- Lavarse las manos a menudo
- Mantener limpias las superficies de la cocina
- Poseer el uniforme correcto
- Adecuado almacenamiento
- Buenas relaciones con los clientes.
- Excelente presentación del producto o servicio.

Siguiendo todas estas sugerencias, y dándole el correcto seguimiento para ver si realmente se están cumpliendo, con evaluaciones de desarrollo, se podrá verificar donde están ocurriendo las falencias, para de esta manera lograr realizar una retroalimentación al personal para que cada día vaya mejorando su desempeño y el del hotel.

2.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para poder determinar la demanda efectiva y su proyección, se han considerado una serie de elementos de juicio a que llamaremos variable, tales como: estacionalidad de pernoctaciones ocurridas, promedio de permanencia y turismo mensual en Gualaceo.

Con estas consideraciones se puede definir las perspectivas del mercado para lograr finalmente la proyección de la demanda futura.

Estacionalidad de pernoctaciones: En lo que respecta al turismo extranjero ellos suelen arribar al país durante todo el año, pero existen meses de particular importancia, Febrero, Marzo, Junio, Julio y Diciembre; mientras que la temporada más baja en turismo son los meses restantes.

Periodo de permanencia: La mayoría de los turistas internacionales prefieren quedarse a vacacionar en el país por más de una semana y en menor porcentaje de 3 a 7 días.

Turismo mensual: Se han efectuado el análisis considerando el comportamiento de los usuarios a través de la información obtenida del Ministerio de Turismo en sus Boletines de Estadísticas Turísticas mensuales, y se determina en promedio 4000 turistas internacionales visitan al mes la ciudad de Cuenca y sus alrededores.

Con esta información se diagnostica que a Gualaceo ingresan en promedio en periodos altos solamente un 7% de turistas extranjeros, y en periodos bajos en promedio un 3%.

Esta información se ilustra en el siguiente gráfico:

MES	MERCADO TOTAL	
	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES
enero	118	356
febrero	273	1865
marzo	273	1865
abril	118	356
mayo	118	356
junio	273	1865
julio	273	1865
agosto	118	356
septiembre	118	356
octubre	118	356
noviembre	118	356
diciembre	273	1865

Se conoce que ingresan a Gualaceo alrededor de 273 turistas extranjeros en los meses de gran afluencia de turistas, y que existen 7 establecimientos hoteleros que brindan su servicio en el Cantón, lo que en promedio determinamos que hospedan a 10 turistas extranjeros semanalmente en periodos altos cada uno de los establecimientos, esto es 1-2 turistas extranjeros diariamente. De los 118 turistas que se hospedan en periodos bajos, tenemos que solamente 4 turistas se hospedan semanalmente en cada uno de los establecimientos hoteleros, esto puede significar 1 turista pasando un día. Esta información se obtuvo mediante entrevistas directas a todos los establecimientos hoteleros en Gualaceo. Es importante anotar que en Gualaceo, el 95% de turistas que se hospedan son nacionales, y el 5% restante representan a los turistas extranjeros. En la siguiente tabla se puede observar la afluencia anual de turistas nacionales y extranjeros que deciden hospedarse en cada uno de los establecimientos hoteleros de Gualaceo:

HOTELES	EXTRANJEROS		NACIONALES	
	BAJA	ALTA	BAJA	ALTA
Gran Hotel Molina	80	116	0	0
Hostal "Los Sauces"	24	102	216	918
Hostal "El Valle"	2	7	14	65
Hostal "Pachacamac"	2	24	46	456
Hosteria "Penon de Cuzay"	2	6	18	54
Hostal "Gualaceo"	0	0	20	270
Hostal "El Jardin"	8	18	42	102
TOTAL	118	273	356	1865
	391		2221	

Demanda potencial

En el siguiente cuadro se puede observar la demanda potencial desde tres puntos de vista: El mercado total, si se inicia con el 5% del mercado o si se inicia con el 10%. En este caso, se trabajara con el 10% del mercado actual.

MES	MERCADO TOTAL		5 % DEL MERCADO		10 % DEL MERCADO	
	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES
enero	118	356	6	18	12	36
febrero	273	1865	14	93	27	187
marzo	273	1865	14	93	27	187
abril	118	356	6	18	12	36
mayo	118	356	6	18	12	36
junio	273	1865	14	93	27	187
julio	273	1865	14	93	27	187
agosto	118	356	6	18	12	36
septiembre	118	356	6	18	12	36
octubre	118	356	6	18	12	36
noviembre	118	356	6	18	12	36
diciembre	273	1865	14	93	27	187

2.1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta de servicio hotelero está representada por las diferentes hostales, que se considerara oferta competitiva, y son las que satisfacen las necesidades de un mercado de turistas nacionales. Tenemos un total de 7 hostales actualmente en el Cantón, el número de habitaciones en total son de 125 habitaciones equivalentes a 300 pax. El precio promedio de hospedaje por noche es de 10\$ + IVA por persona, precio que no incluye servicios adicionales más que solo hospedaje, a excepción de hostal "Los Sauces" que incluye en el precio también el desayuno.



A continuación se describe los establecimientos hoteleros de Gualaceo, sin antes dejar de mencionar a dos importantes empresas hoteleras, “Hostería Santa Bárbara” y “Hostería Uzhupud”, que por sus características constituyen establecimientos de gran prestigio en el campo hotelero de Gualaceo.

a) “Hostería Santa Bárbara”

Cuenta con 27 habitaciones entre simples, dobles y matrimoniales, dos salas de recepción con capacidad para 500 y 200 personas, discoteca para 150 personas, comedor, una cancha de racquet profesional, dos canchas de tenis, una cancha de fútbol, una cancha de indoor y una de vóleybol, el área de SPA que está compuesto por un hidromasaje, baño sauna y turco, sala de recreación y juegos, piscina para adultos y niños, áreas verdes, jardines y caminaderas.

b) Hostería “Uzhupud”

Está ubicada en el Cantón Paute, en uno de los lugares sagrados de los antiguos cañaris. Cuenta con 36 habitaciones entre simples, matrimoniales, dobles, suite familiares, suite junior, y habitaciones comunales, distribuidos para cada tipo de habitación en 9, 4, 17, 3, 1, y 2 respectivamente. Las facilidades que se ofrecen son: Tv Satelital, DDI, Mini Bar, Internet, Room Service (07h00 - 22h, servicio de lavandería, piscina, sauna, baño de vapor, canchas deportivas (tenis, fútbol, volley) Orquideario, bar Caballos, capilla, discoteca, trapiche, restaurante, centro de convenciones y snack bar.

1) Hostal “EL Jardín”

Hostal “El Jardín” funciona ya 5 años en el mercado, su privilegiada situación en el centro de la ciudad y sus servicios hacen de este hostal unos de los mejores hostales de su categoría en Gualaceo, se encuentra en un edificio de tres plantas y cuenta con 17 entre simples, matrimoniales, dobles y triples, distribuidos entre 3, 4, 7 y 3 respectivamente. La hostal en un futuro próximo se proyecta en 8 habitaciones más funcionando en la tercera planta. Hospeda en su mayoría a turistas nacionales.

2) Hostería “Peñón de Cuzay”

Está ubicado en el Kilómetro 12 de la vía Cuenca-Gualaceo. Su establecimiento cuenta con sala de eventos, piscina con toboganes, turco, hidromasajes, restaurante, habitaciones para alojamiento y transporte de turistas. Cuenta con 13 habitaciones distribuidas entre 4 simples, 6 dobles y 3 triples. El 90% de sus huéspedes son turistas nacionales.



3) Hostal “Los Sauces”

Está ubicado en el centro de la ciudad y sus servicios hacen de este hostal unos de los mejores hostales de su categoría en Gualaceo, cuenta con 17 habitaciones distribuidas entre 3 simples, 4 dobles, 7 matrimoniales y 3 triples. Es el único establecimiento que con el precio de hospedaje se incluye el desayuno. Presta servicios adicionales de internet y parking. La mayoría de sus huéspedes son turistas nacionales.

4) “Gran Hotel Molina”

Su establecimiento cuenta con 16 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 6 simples, 7 dobles, y 3 triples. Prestan servicios adicionales de transporte, parking, alimentación y espacios verdad. En las habitaciones se encuentra un ambiente de serenidad y hogar. Las mismas disponen de Televisión por cable, baño privado con agua caliente. Hospeda a turistas nacionales y extranjeros.

5) Hostal “Gualaceo”

Está ubicado en las calles Gran Colombia y Fidel Antonio Piedra, su establecimiento cuenta con 9 habitaciones distribuidas entre 4 simples y 5 dobles. No incluye servicios adicionales. Hospeda en su mayoría a turistas nacionales.

6) Hostal “Pachacamac”

Se encuentra ubicado en las calles Cuenca y Luis R. Rodríguez, cuenta con 6 habitaciones distribuidos de la siguiente manera: 2 simples, 2 dobles y 2 triples. Hospeda un 95% de turistas nacionales. Sus precios son cómodos y no incluyen servicios adicionales.

7) Hostal “El Valle”

Su establecimiento está ubicado en la Av. Jaime Roldós, cuenta con 20 habitaciones distribuidos entre 7 simples, 10 dobles, y 3 triples. EL precio incluye solamente hospedaje. No tiene servicios adicionales. La mayoría de sus huéspedes son turistas nacionales.



2.1.4 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Para determinar el precio de hospedaje por noche que aplicara Grand Christopher hotel se analizan bajo dos enfoques:

a) **Basado en los costos:** Los costos establecen el límite inferior para el precio que la empresa puede cobrar por el servicio. El hotel quiere cobrar un precio que cubra su costo de producir, distribuir y vender el servicio, y que incluya un rendimiento justo como recompensa ya que cada venta hace una contribución a la cobertura de tus costos fijos y variables. En el cuadro 2.1.4.a podemos ver a detalle los costos que implica ocupar una habitación de hotel.

Cuadro 2.1.4.a

HABITACION	
Amenidades	11.00
Energia electrica	3.25
Linea de Telefono	0.20
Agua	1.77
Internet	1.00
Direc tv	1.35
Desayuno buffet	4.00
Mano obra directa	3.21
Mano obra indirecta	1.29
Depre. Edificio	0.72
Depre. Equipo	0.18
Depre. Muebles y enseres	0.23
Block anotador	0.45
Boligrafos	0.69
Otros	0.50
Total	29.84
Elaborado por: Proyectista.	
Fuente: Asesoría de Gran Hotel Molina	

b) **Basado en la competencia:** Para analizar los precios de venta que se manejan dentro del mercado de hoteles de alta categoría es necesario conocer los precios de algunos hoteles, por esta razón se considera como referencia dos hoteles de la ciudad de Cuenca de iguales características; es importante anotar también de todos los establecimientos hoteleros de la ciudad de Gualaceo. A continuación se muestran los precios de hospedaje por noche en el siguiente cuadro:

Cuadro 2.1.4.b

Cuadro 1. Hotel Oro Verde		Cuadro 2. Hotel boutique Santa Lucia	
Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)	Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)
Sencilla	85	Simple	75
Doble	90	Doble	90
Suite	95	Triple	110
Suite presidencial	105		
75 Habitaciones/ 150 Plazas		25 Habitaciones	
Vigencia: Año 2011		Vigencia: Año 2011	
Incluye: Impuestos (12% IVA + 10% Servicios), cóctel de bienvenida, transfer		Incluye: Impuestos (12% IVA + 10% Servicios), Desayuno bufete, coctel de bienvenida,	
Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto, internet inalámbrico ilimitado, caja de seguridad,		parqueadero, wake up call, consejería y valet parking las 24 horas.	
uso de instalaciones (gimnasio, piscina, sauna y turco), parqueadero.			
Cuadro 3. Hostal "El Jardin"		Cuadro 4. Hosteria "El penon de cuzay"	
Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)	Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)
Simple	10	Simple	12
Matrimonial	20	Doble	24
Doble	25	Triple	36
Triple	30		
17 Habitaciones		13 Habitaciones	
Vigencia: Año 2011		Vigencia: Año 2011	
Incluye: Solamente hospedaje. Precio no incluyen IVA.		Incluye: Solamente hospedaje. Precio no incluyen IVA.	
Cuadro 5. Hostal "Los Sauces"		Cuadro 6. Gran Hotel Molina	
Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)	Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)
Simple	10	Simple	10
Matrimonial	15	Doble	20
Doble	25	Triple	30
Triple	35		
17 Habitaciones		16 Habitaciones	
Vigencia: Año 2011		Vigencia: Año 2011	
Incluye: Hospedaje y desayuno. Precio no incluyen IVA.		Incluye: Solamente hospedaje. Precio no incluyen IVA.	
Cuadro 7. Hostal "Gualaceo"		Cuadro 8. Hostal "Pachamac"	
Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)	Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)
Simple	10	Simple	6
Doble	20	Doble	12
		Triple	18
9 Habitaciones		6 Habitaciones	
Vigencia: Año 2011		Vigencia: Año 2011	
Incluye: Solamente hospedaje. Precio no incluyen IVA.		Incluye: Solamente hospedaje. Precio no incluyen IVA.	
Cuadro 9. Hostal "El Valle"			
Tipo de Habitación	Tarifa por noche (USD)		
Simple	8		
Doble	16		
Tripled	24		
20 Habitaciones			
Vigencia: Año 2011			
Incluye: Solamente hospedaje. Precio no incluyen IVA.			



En base al análisis de los cuadros anteriores, los precios de hospedaje por noche en Grand Christopher Hotel se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 2.1.4	
Grand Christopher hotel	
Tipo de habitaciones	Tarifa por noche (USD)
Simple	50
Matrimonial	60
Doble	75
Suite	85
Suite presidencial	95
Temática	110
Vigencia: Año 2012	
Incluye: Impuestos, internet ilimitado, caja de seguridad, uso de instalaciones (piscina, turco, sauna y gimnasio).	
Elaborado por: Proyectista.	

2.1.5 CANALES DE DISTRIBUCION

“El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí”. Por su naturaleza, los servicios no son tangibles, con frecuencia requieren de un contacto personal con el cliente que requiere asesoramiento del servicio de hospedaje que ofrecemos. El hotel identifica dos alternativas de distribución que utilizara el hotel:

a) Venta directa



Este proceso funciona de la siguiente manera: El servicio se aplica al demandante en el momento de producirse, es decir; se aplica al mismo tiempo en que se produce.

b) Con un intermediario



Este proceso funciona de la siguiente manera: La agencia de viajes se encargara de realizar la transacción entre el hotel y los turistas a cambio de una comisión.

2.1.6 ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN

Es importante destacar que la promoción no reemplaza la publicidad sino que se complementan y a través de ella se trata de demostrar que el servicio existe.

Objetivo: Tener el mayor número de habitaciones del hotel ocupados independientemente del periodo de afluencia de turistas.



Se utilizara alternativas de promociones simples pero efectivas y de gran aceptación como son los que a continuación anotamos:

Diseño Web

El diseño del sitio web será una pieza clave de la identidad del hotel y su posicionamiento. Los aspectos visuales y estéticos van influir en la confianza y la credibilidad por parte de los clientes. Su estructura y construcción en su conversión en reservas. Un equipo de creatividad experimentado sobre las necesidades del sector hotelero, puede crear, diseñar y mantener el sitio web de nuestro hotel. El costo de esta alternativa es mínimo por la facilidad que esto implica.

Marketing en Redes Sociales

La participación activa en Redes Sociales como Facebook, Twitter, MySpace y YouTube; por parte del Hotel que permita establecer vínculos importantes con clientes objetivos. Por las características de los medios sociales, suele existir una comunicación bidireccional con los usuarios, y de esa conversación pueden surgir ideas o consejos que se pueda implementar en el establecimiento a modo de feedback, e incluso, participar en la conversación y ampliar o aclarar el mensaje. El costo de esta alternativa es nulo.

Como siguiente alternativa se va poner énfasis en la atención al cliente para fidelizarlo y que él mismo se transforme en difusor del hotel y acomodar incentivos de corto plazo para atraer nuevos clientes en especial en los meses de poca afluencia de turistas.

2.2 PERSPECTIVAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercado especifica el método a utilizar para recolectar la información necesaria para conocer las necesidades y características de los clientes potenciales y del mercado en general y mediante el análisis e interpretación de los resultados determinar aspectos relevantes para el proyecto.

En el caso concreto de este proyecto, la investigación de mercado nos ayudará a comprender el ambiente actual, identificar problemas y oportunidades, evaluar y desarrollar alternativas de acción de la mercadotecnia.

2.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Determinar las necesidades y preferencias de nuestros clientes potenciales e identificar las variables relevantes al momento de escoger nuestro resort, como destino turístico.



2.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.4.1 Objetivos Generales

Nuestros objetivos están dirigidos a la satisfacción de los deseos y necesidades de nuestros turistas. El propósito de la investigación de mercado es proporcionar la información necesaria sobre el mercado, clientes y demanda futura, para resolver el problema sobre la segmentación de mercado, producto, promoción y distribución.

2.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis completo acerca del servicio que brindaremos como resort para identificar y analizar las fortalezas y debilidades en relación a la diferenciación de nuestro servicio con respecto a la competencia.
- Realizar un estudio de mercado que permita establecer los clientes potenciales y características deseadas de los clientes respecto al servicio.
- Determinar las variables que influyen al momento de demandar nuestro servicio y su grado de importancia.
-

2.4.3 Mecanismos y procesos de investigación

Para nuestro proyecto decidimos utilizar la investigación cuantitativa como mecanismo de investigación, cuyo proceso detallamos a continuación.

2.5 PERFIL DEL CONSUMIDOR

2.5.1 Descripción del Perfil del Cliente.- Nuestros clientes potenciales serán turistas extranjeros de clase media alta, ya sean provenientes de Estados Unidos, Alemania o Inglaterra, que disfruten de una vida campestre con las comodidades de un pueblo rustico-colonial.

2.5.2 Segmentación de Clientes.- El hotel es útil para el siguiente público meta: Turistas extranjeros que han sido debidamente analizado, a través de las siguientes variables de segmentación.

Demográficas:

- Turistas de edades entre 20-40 años interesados en realizar actividades de ecoturismo y aventura.
- Turistas de 40 años en adelante, interesados en disfrutar del campo y recorrido por centros históricos.
- Grupo socioeconómico de clase media alta.



- Sexo masculino y femenino.
- País de origen: Por lo general proveniente de Estados Unidos, Alemania e Inglaterra.

Psicográficas:

- Beneficio esperado: Personas que buscan comodidad, calidez, naturaleza, tradición y cultura antes que el lujo.

2.6 PLAN DE MUESTREO

2.6.1 Definición de la Población.- La población que se consideró para nuestro proyecto son en base al número de visitantes extranjeros hacia la ciudad de Cuenca y sus alrededores que se ha mantenido invariable en los últimos años, entre el 6 y 8% del total de visitantes extranjeros en el país. Se ha determinado un promedio de la cantidad de turistas extranjeros que visitan el país en lo que va desde el año 2006-2010 según información obtenida por el Ministerio de Turismo en sus Boletines de Estadísticas Turísticas mensuales, y tenemos alrededor de 4000 turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca mensualmente.

2.6.2 Definición de la muestra.- El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula para muestreo que a continuación anotamos:

- n= Tamaño de la muestra
- P= Probabilidad de que el evento ocurra
- Q= Probabilidad de que el evento no ocurra
- e= Error permitido
- z= Nivel de confianza

n=	4000
z=	1.96 (95% de confianza)
P=	70% Probabilidad de éxito
Q=	30% Probabilidad de fracaso
e=	4% de error
n=	$\frac{z^2}{(0.04) (4000-1) + (1.96)^2 \cdot (0.7) \cdot (0.3)}$
n=	448 encuestas

2.7 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa nos planteamos una encuesta que consta de 12 preguntas, las mismas que nos ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

La fuente potencial de datos, obviamente son los turistas extranjeros, los cuales nos proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos. La

encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente.

2.7.1 Diseño del procedimiento de recolección de datos

La forma en que recopilamos la información fue la siguiente: Las encuestas se las realizó en sitios de concurrencia turística de Cuenca y Gualaceo como: Museos, Iglesias, Parques, Centros comerciales y centros históricos. El periodo en que se realizó las encuestas fue en Febrero/10/2011 a Mayo 30/2011.

De acuerdo al cuestionario que se utilizó, los tipos de preguntas que se utilizaron fueron las siguientes:

Cerradas dicotómicas: dan sólo opción a dos respuestas: sí o no y fue aplicada a la pregunta 7.

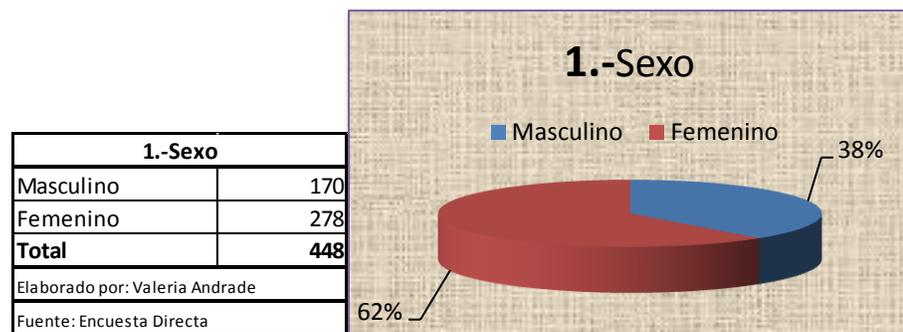
Cerradas categorizadas: presentan como respuestas una serie de alternativas entre las que el encuestado debe elegir una alternativa o varias y se aplicó a las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, y 11.

Abiertas: sólo contienen la pregunta, dejando completa libertad al sujeto en la respuesta y se aplicó a las preguntas 6 y 12. Ver anexo 5 para el formato de cuestionario utilizado en la investigación.

2.8 PRESENTACION DE RESULTADOS

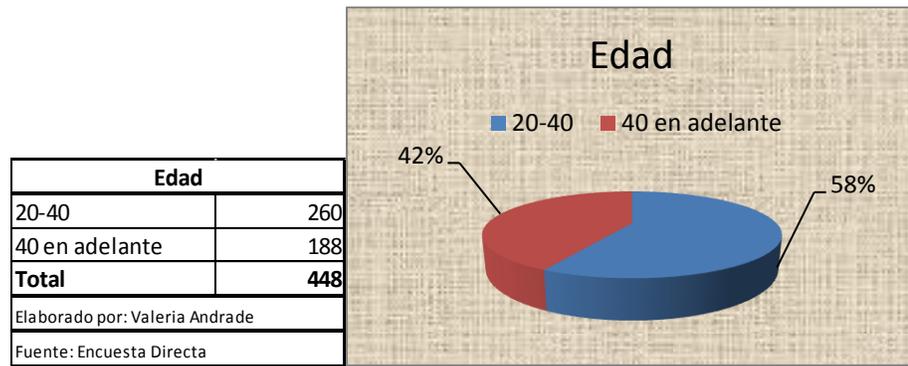
2.8.1 Presentación de Resultados

Grafico 1: Sexo de las personas encuestadas



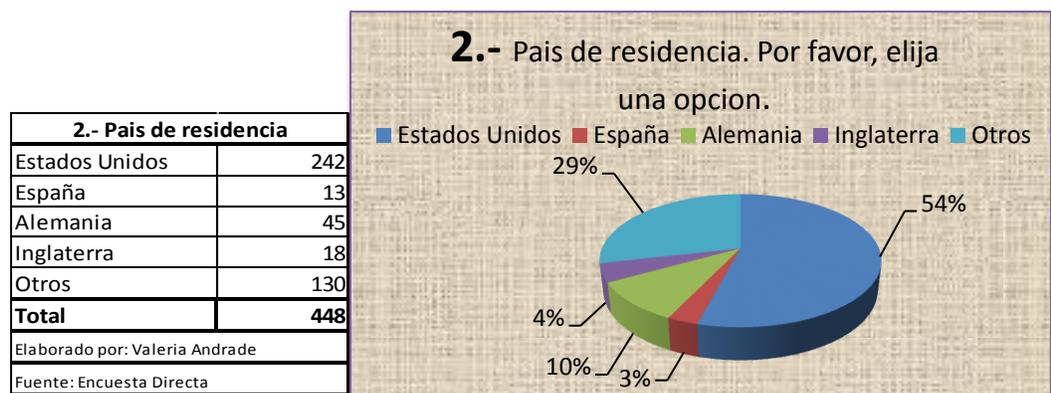
En el grafico 1 se puede identificar que la concurrencia de turistas extranjeros de sexo femenino es considerablemente más alto que del sexo masculino.

Grafico 2: Grupos de edad.



En el grafico 2 podemos darnos cuenta que se tomó en consideración los dos segmentos objetivos: jóvenes-adultos de 20-40años y adultos-mayores de 40 años en adelante; que de acuerdo al número de personas encuestadas nos encontramos con más turistas extranjeros jóvenes-adultos que adultos-mayores, y este porcentaje representan el 58% y 42% respectivamente.

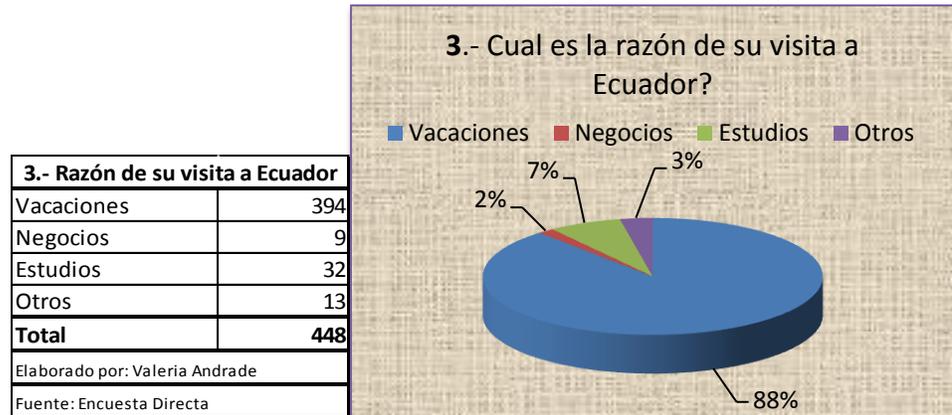
Grafico 3: País de residencia.



En el grafico 3 se incluyen estimaciones sobre las llegadas de turistas por “país de residencia”, las que permiten ilustrar la evolución de la afluencia de turistas y en orden anotamos: Estados Unidos, Otros, (dentro de esta categoría anotamos los siguientes países: Canadá, Holanda, Australia, Dinamarca, Francia, Argentina, Corea, China,

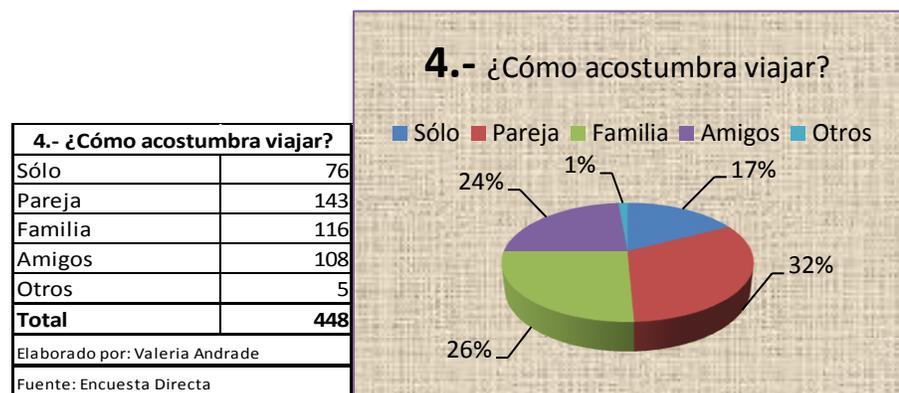
Chile y Noruega), después tenemos Alemania que representa un 10% de los encuestas, enseguida tenemos Inglaterra y España con un 4% y 3% respectivamente. La mayor afluencia de turistas proviene de los Estados Unidos, representan un 54% del total de turistas internacionales que nos visitan.

Grafico 4: Razón de visita a Ecuador



En el grafico 4 podemos ver que los turistas viajan por diferentes razones en las que prima el turismo recreativo (88%), un número menor de turista llegaron por estudios (7%), negocios (3%) y otros (2%). Es muy importante para el proyecto tener un alto porcentaje de turistas que están en el país por vacaciones porque ellos son nuestro mercado.

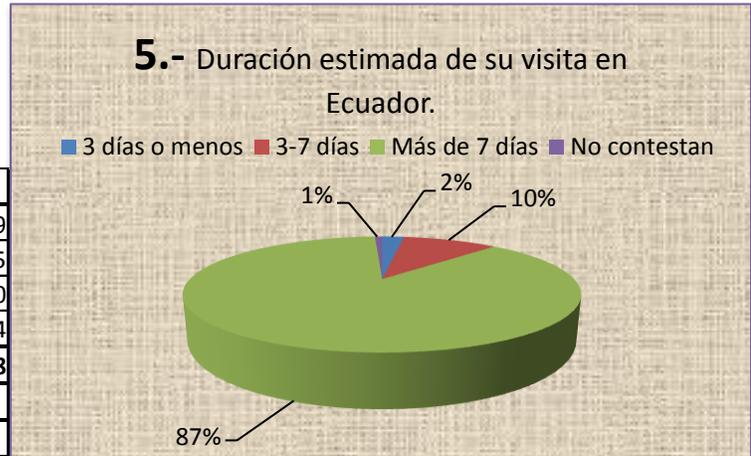
Grafico 5: Como acostumbran a viajar los turistas.



En el grafico 5 podemos ver que la mayoría de turistas internacionales acostumbran a viajar en pareja, en segundo lugar responden con la familia, en tercer lugar responden con amigos, en menor porcentaje tenemos que viajan solos, y un minino porcentaje responden en la categoría de otros.

Grafico 6: Duración aproximada de visita del turista internacional.

5.- ¿Duración estimada de su visita?	
3 días o menos	9
3-7 días	45
Más de 7 días	390
No contestan	4
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



En el grafico 6 se puede notar claramente que la mayoría de los turistas internacionales prefieren quedarse a vacacionar en el país por más de una semana, grupo de turistas que representan un alto porcentaje, en menor número tenemos a los que prefieren quedarse de entre 3-7 días, un mínimo responde de entre 3 días o menos, y un porcentaje no significativo no contesta la pregunta.

Grafico 7: Motivos de visita.

6.- ¿Qué te gusta hacer mientras estas de vacaciones?	
Excursión	327
Ir de compras	13
Diversión	22
Relajación	32
No contestan	54
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



En el grafico 7 anoto que esta pregunta se la realizó con el objetivo de poder determinar el grado de preferencia de nuestros turistas potenciales con respecto a las actividades que puede ofrecer el hotel. Podemos observar con facilidad el grado de importancia de las distintas actividades que le gusta hacer al turista internacional en vacaciones y que a continuación presento en orden de preferencia del encuestado:

Excursión, relajación, diversión e ir de compras en último lugar, y un ligero porcentaje de turistas no contestan la pregunta.

Grafico 8: Visitas a Gualaceo.

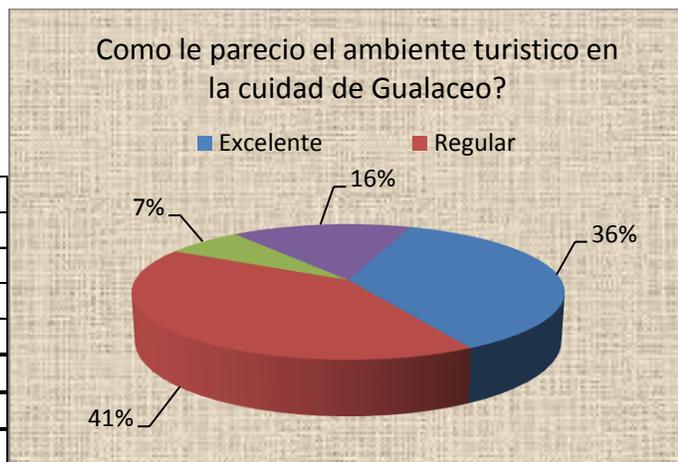
7.- En su recorrido por el Ecuador, ¿visitó usted la ciudad de Gualaceo?	
Si	81
No	367
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



En el grafico 8 anotamos que el 18% de los encuestados han visitado alguna vez el cantón Gualaceo, y un considerable grupo de turistas internacionales que representan el 82% de los encuestados, no lo conocen.

Grafico 9: Ambiente turístico de Gualaceo.

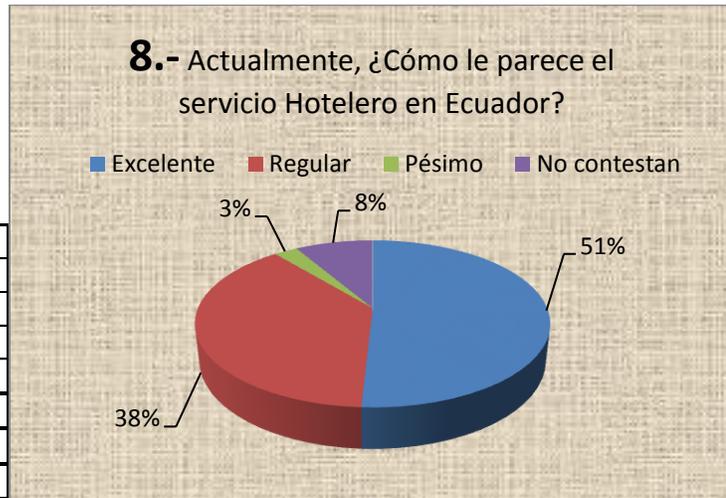
Como le parecio el ambiente turistico en la ciudad de Gualaceo?	
Excelente	161
Regular	184
Pesimo	31
No contestan	72
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



En el grafico 9, fácilmente podemos ver que el mayor número de turistas internacionales que ha visitado Gualaceo, responden que el ambiente turístico que ofrece esta ciudad es regular, estos representan un 41% de los encuestados, un considerable número de turistas respondieron que es excelente, estos son 36%, un menor número de turistas respondieron que el servicio es pésimo y otros que no contestas, con un porcentaje del 7% y 16% respectivamente.

Grafico 10: Servicio Hotelero del país.

8.- Actualmente, ¿Cómo le parece el servicio Hotelero en Ecuador?	
Excelente	229
Regular	170
Pésimo	13
No contestan	36
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



En el grafico 10 nos damos cuenta la opinión del turista internacional respecto al servicio hotelero en el país, es interesante saber que el 51% responde que es excelente, y un considerable porcentaje (38%) responde que es regular, mientras que un menor porcentaje (3%) responde pésimo, y por último tenemos a turistas que no responden la pregunta y representan un 8% de los encuestados.

La pregunta N.- 9, **¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por noche en un Hotel 5 estrellas?**, tiene como objetivo conocer la opinión de los turistas en relación a cada una de las habitaciones que se proyectan en el hotel, es por esta razón que los siguientes gráficos hacen referencia a esta misma pregunta debido a que han sido evaluados de manera individual.

Grafico 11: Habitación Simple

HABITACION SIMPLE	
Entre 40-50 dólares	242
Entre 50-60 dólares	72
No contestan	134
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	

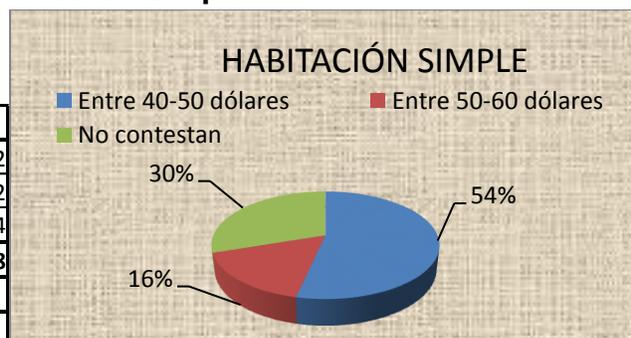


Grafico 11: La mayoría de los encuestados (54%), decidieron que estarían dispuestos a pagar por noche alrededor de 40- 50 dólares, un considerable porcentaje de los encuestados no contestan (30%) y un menor número de turistas (16%), responden que

estarían dispuestos a pagar alrededor de 50-60 dólares. Información que tendremos en cuenta al momento de determinar los precios de hospedaje.

Grafico 12: Habitación Doble

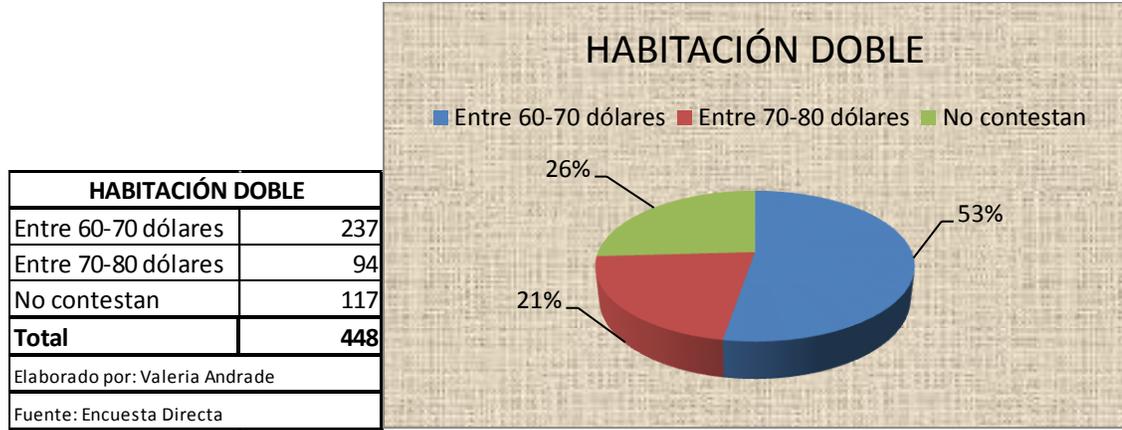


Grafico 12: La mayoría de los encuestados (53%), decidieron que estarían dispuestos a pagar por noche alrededor de 60- 70 dólares, un considerable porcentaje de los encuestados no contestan (26%) y un menor número de turistas (21%), responden que estarían dispuestos a pagar alrededor de 70-80 dólares. Información que tendremos en cuenta al momento de determinar los precios de hospedaje.

Grafico 13: Suite

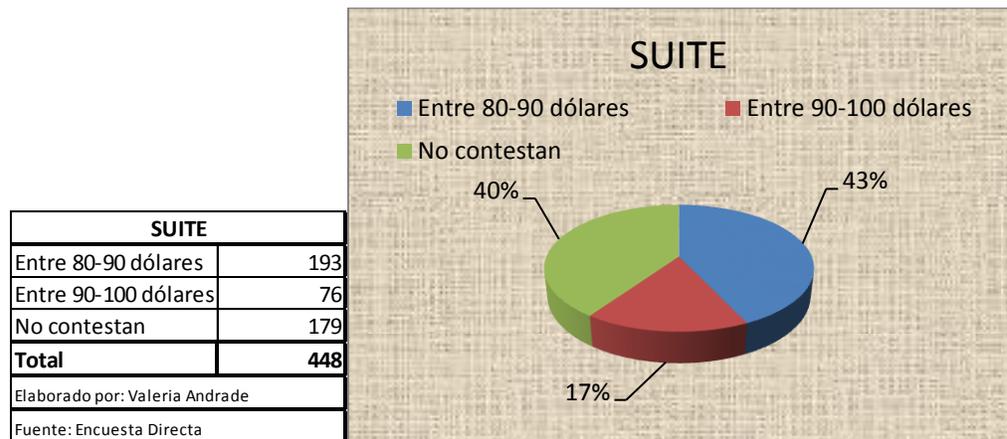


Grafico 13: La mayoría de los encuestados (43%), decidieron que estarían dispuestos a pagar por noche alrededor de 80- 90 dólares, un considerable porcentaje de los encuestados no contestan (40%), información que nos sirve para analizar el número de suites que necesitaría el hotel, y un menor número de turistas (17%), responden que estarían dispuestos a pagar alrededor de 90-100 dólares. Información que tendremos en cuenta al momento de determinar los precios de hospedaje.

Grafico 14: Suite Presidencial

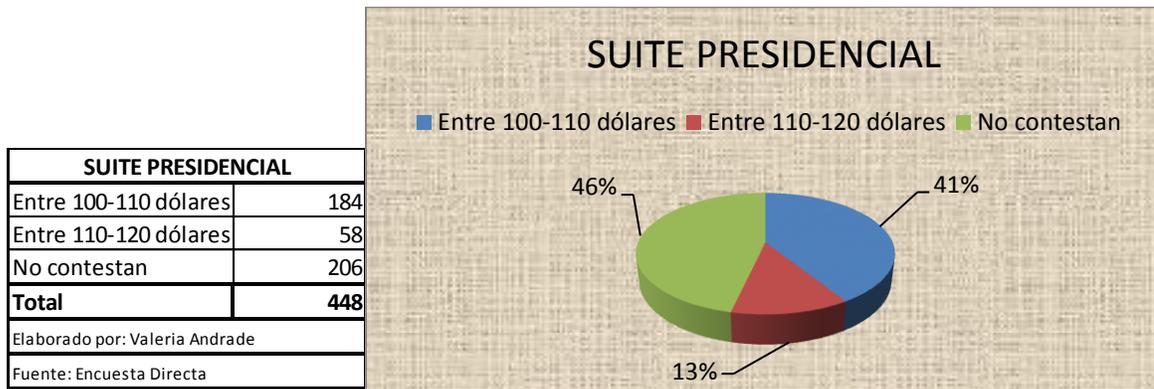


Grafico 14: La mayoría de los encuestados (46%) decidieron no contestar la pregunta, información que nos sirve para analizar el número de suites presidenciales que necesitaría el hotel porque este porcentaje indica un menor interés de los turistas en este tipo de habitaciones, un considerable porcentaje de los encuestados (41%) responden que estarían dispuestos a pagar por noche alrededor de 100- 110 dólares, y un menor número de turistas (13%), responden que estarían dispuestos a pagar alrededor de 110-120 dólares. Información que tendremos en cuenta al momento de determinar los precios de hospedaje.

Grafico 15: Habitación Temática



Grafico 15: La mayoría de los encuestados (50%) decidieron no contestar la pregunta, información que nos sirve para analizar el número de habitaciones temáticas que necesitaría el hotel o eliminarlas del proyecto porque este porcentaje indica un menor interés de los turistas en este tipo de habitaciones, un considerable porcentaje de los encuestados (38%) responden que estarían dispuestos a pagar por noche alrededor de 120- 130 dólares, y un menor número de turistas (12%), responden que estarían

dispuestos a pagar alrededor de 130-140 dólares. Información que tendremos en cuenta al momento de determinar los precios de hospedaje.

Grafico 16: Demanda del tipo de habitación.

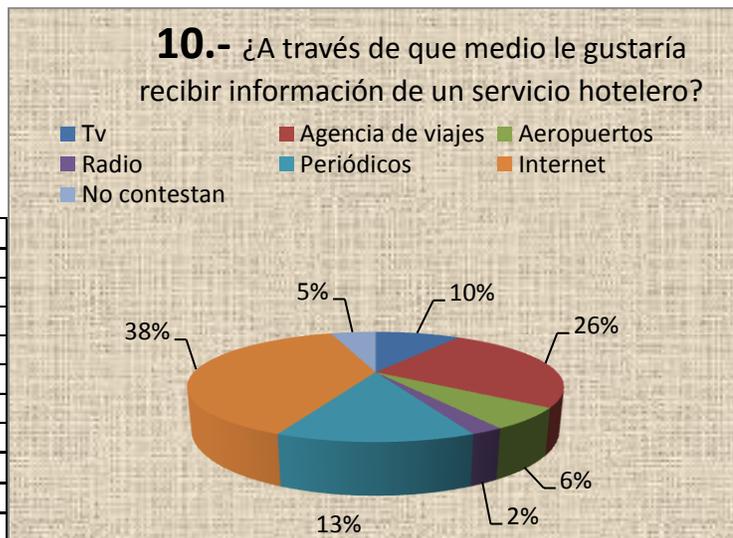
Tipo de habitación que mas demanda tienen.	
Habitacion simple	103
Habitacion doble	108
Suite	90
Suite presidencial	75
Habitacion tematica	72
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



Grafico 16: anoto que esta pregunta se la realizó con el objetivo de poder determinar el grado de preferencia de nuestros turistas potenciales con respecto a tipo de habitación que puede ofrecer el hotel. Podemos observar con facilidad el grado de importancia que le dan los turistas a los distintos tipos de habitaciones y que a continuación presento en orden el de preferencia del encuestado: habitación doble, habitación simple, suite, suite presidencial y habitación temática.

Grafico 17: Medios para distribución de información al turista internacional.

10.- ¿En que medio le gustaría recibir información de un servicio hotelero?	
Tv	45
Agencia de viajes	117
Aeropuertos	27
Radio	9
Periódicos	58
Internet	170
No contestan	22
Total	448
Elaborado por: Valeria Andrade	
Fuente: Encuesta Directa	



En el grafico 17 podemos observar con facilidad el grado de importancia de los distintos medios que los turistas prefieren para recibir información y a continuación presento el orden de preferencia del encuestado: Internet, agencias de viajes, periódicos,

televisión, aeropuertos; un menor porcentaje no contestan esta pregunta, y por ultimo esta la radio con un mínimo porcentaje.

Grafico 18: Tema para diseñar habitación temática.

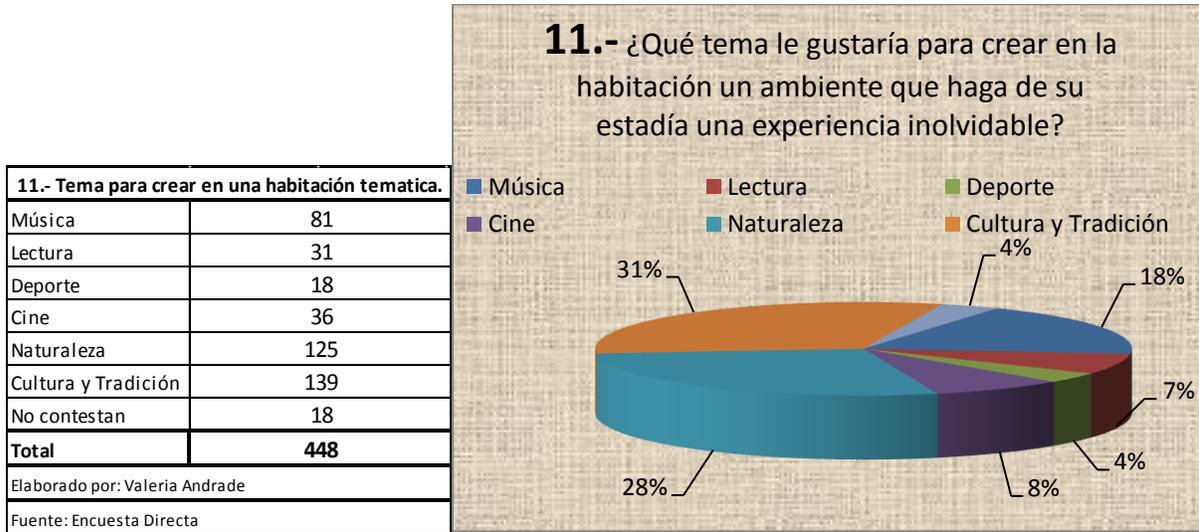


Grafico 18: Podemos observar que la mayoría de los encuestados prefieren que sus habitaciones sean tematizadas con el tema de cultura y tradición, seguido está el tema de naturaleza, un menor número de encuestados han decidido sobre el tema de música, y un mínimo han optado por cine, lectura y en último lugar esta deporte; anotamos también que un minino porcentaje de turistas no contestaron la pregunta.

Grafico 19: Sugerencias del turista internacional.

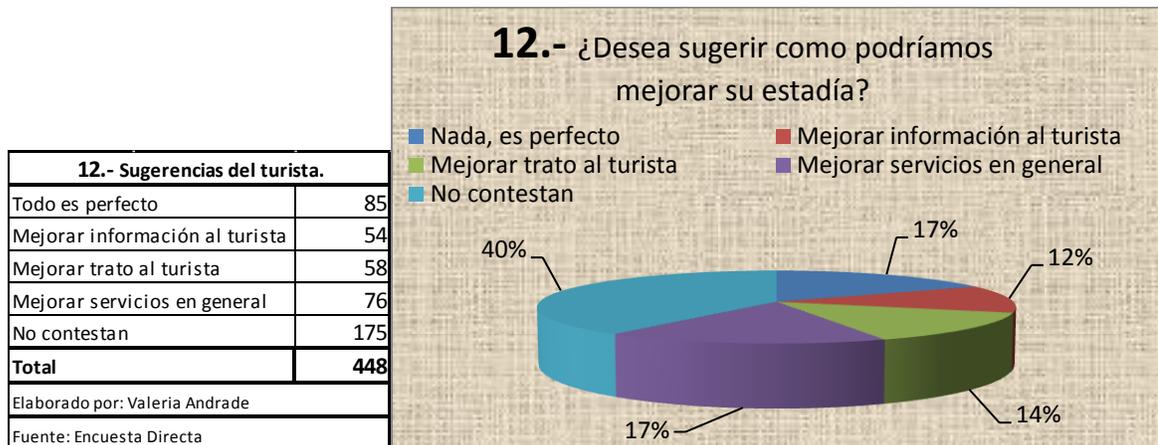


Grafico 19: Las sugerencias del turista internacional los he agrupado de la siguiente manera: en primer lugar no contestan la pregunta, este grupo de turistas representan el 40% de los encuestados, en segundo lugar (19%), los turista deciden no sugerir nada



porque todo es perfecto, en tercer lugar (17%), los turistas sugieren que se debe mejorar los servicios en general, (haciendo referencia al servicio hotelero, servicio de transporte, lugares con personal bilingüe, etc.); a continuación tenemos que los turistas sugieren que se debe mejorar el trato al turista, estos son un 14% de los encuestados, y un mínimo porcentaje de turistas (12%) sugieren que se debe mejorar la información al turista.

2.9 Conclusiones de la Investigación de Mercado

Al finalizar el estudio de mercado realizado podemos concluir lo siguiente:

La encuesta fue realizada a nuestros dos mercados objetivos:

- ✓ **Personas jóvenes (20-40 años):** personas en busca de aventura y nuevas experiencias cuyos intereses van acorde al proyecto, ya que como hotel se quiere ofrecer un variado grupo de actividades de eco-turismo, en donde pueden recrearse en un ambiente natural y olvidarse del stress de la ciudad.
- ✓ **Personas mayores de 40 años:** personas que desean disfrutar con sus seres queridos de unos días agradables y relajados en compañía de la naturaleza y paisajes que caracteriza a Gualaceo, realizando actividades como caminatas a las montañas, centro histórico, iglesias, museos, etc.

Al conocer que los turistas estadounidenses son los que más nos visitan, se debería brindar un servicio de calidad en su idioma oficial, es por eso que cada uno de los que integran y forman Grand Christopher Hotel hablara dos o más idiomas; en especial inglés y español.

Con lo que respecta a la pregunta de Gualaceo, un porcentaje considerable de los encuestados no han tenido el placer de conocerlo, por lo que debemos de emplear recursos para dar a conocer este lugar, sus ventajas y características, y convertir a Gualaceo en un lugar preferido por nuestros clientes objetivos al momento de elegir un lugar para vacacionar.

Las características que consideraron relevantes nuestros clientes potenciales al momento de escoger una actividad turística, dependen de la edad y sus intereses, por lo que para poder satisfacer las necesidades de cada uno de estos segmentos,



tenemos que prestar un servicio completo con actividades recreativas y atractivos turísticos para atender cada segmento.

Sabemos que la mayoría de turistas acostumbran a viajar en pareja, esta información nos permite determinar el tipo de habitaciones que tiene más demanda en un hotel, considero que se debería aumentar el número de habitaciones matrimoniales y dobles, por la gran acogida que estas tienen y disminuir el número de suites y habitaciones temáticas.

Los precios deben estar entre los rangos mínimos de las alternativas propuestas en las preguntas sobre los precios que los turistas estarían dispuestos a pagar por servicio de hospedaje, en los siguientes capítulos se determinaran los precios de hospedaje en Grand Christopher Hotel, y estos datos ayudan a establecer un precio que me permita tener rendimiento y al mismo tiempo que sea accesible al turista internacional.

CAPITULO 3

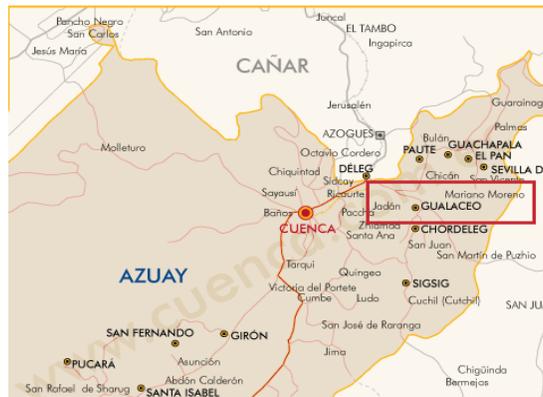
ESTUDIO TECNICO

3.1.- LOCALIZACIÓN

La decisión de elegir el lugar de emplazamiento se toma en base a una serie de variables:

3.1.1.- Macro localización

A nivel de macro localización el proyecto se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Gualaceo, zona que abarca el área de influencia del proyecto.



3.1.2.- Micro localización

A nivel de micro localización el proyecto se encuentra ubicada en el sector Guazhalan, frente a la vía principal Guazhalan-San Jose, zona con un futuro movimiento económico y comercial.





3.1.3.- Factores de localización

En el presente estudio se han considerado los siguientes factores de localización:

- Disponibilidad del terreno: Se encuentra disponible y en buenas condiciones para el proyecto.
- Atractivos turísticos: Se encuentra en un sector con belleza paisajística.
- Carreteras: El terreno se encuentra frente a una vía principal. Además, existe un proyecto municipal de ampliación de la carretera principal para convertirla en una vía de primer orden de cuatro carriles.
- Transporte: Existe actualmente líneas de transporte público, y en el futuro, este servicio de transporte crecerá porque tendrán acceso como vía principal para los buses interprovinciales.
- Ornato: Las orillas del río Santa Bárbara.
- Infraestructura: Dispone de los elementos mínimos que permiten llevar a cabo de manera eficiente la operación de este servicio hotelero, entre los cuales se destacan los siguientes: (agua potable, agua vieja, energía eléctrica, eliminación de desechos, y seguridad pública).
- Factores físicos: Este terreno posee un suelo arenoso seco por lo que está dentro de lo normal.

3.2.- TAMAÑO Y CAPACIDAD

3.2.1 Tamaño

En proyectos hoteleros el tamaño está determinado por el número de personas que se puede alojar en dicho establecimiento, lo que a su vez, está definido por el número de plazas (camas) y habitaciones que poseen.

Grand Christopher Hotel, sinónimo de tradición y cultura, es el primer hotel 5 estrellas en la ciudad de Gualaceo con los estándares más altos en calidad ya que cuida en cada ambiente los detalles. Está ubicado en un centro natural, lugar ideal para turistas que disfrutan en un ambiente rústico y de confort. Se proyecta en 40 habitaciones entre simples, matrimoniales, dobles, suites, suite presidencial y habitaciones temáticas que definen en total 102 pax distribuidas de la siguiente manera: Habitaciones simples 8, habitaciones matrimoniales 13, habitaciones dobles 15, suites 2, suite presidencial 1 y habitación temática 1.



3.2.2 Capacidad

Se ha estimado el porcentaje de utilización anual de la capacidad instalada. Cabe destacar que se ha estimado iniciar con un ocupabilidad del 30%, además; se ha considerado una capacidad máxima de operación del 40% como promedio anual. Ver cuadro No 3.2.2

Cuadro No 3.2.2		
CAPACIDAD INSTALADA UTILIZADA		
ETAPA DE OPERACION	ANOS OPERATIVOS	% DE UTILIZACION
Primero	1	30
Segundo	2	40
Tercero	3	40
Cuarto	4	40
Quinto	5	40

Fuente: Elaboracion del proyectista.

3.2.3 Función Productora

El proceso para atraer al turista internacional desde su país de origen para vacacionar en Gualaceo lo describo de la siguiente manera:

Al mencionar turista internacional, según fuentes obtenidas de diversas agencias de turismo del cantón Gualaceo, nos revelan que la mayoría de estos turistas buscan información a través del internet, es en donde mediante el servicio de posicionamiento en buscadores se posicionara nuestra web en los principales buscadores por las palabras relevantes relacionadas con el establecimiento hotelero y que da cómo resultado una posición más alta en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda.

Para incentivar los viajes a Gualaceo se debe buscar mostrar los beneficios de la ciudad por medio de folletos informativos, calendarios de actividades y promociones para convenciones y reuniones empresariales, y distribuirlos en varias agencias de viajes.

Se quiere establecer una alianza con la agencia de viajes “Guacamayas Tour” de Gualaceo, mismo que me ha informado que la mayoría de sus clientes son turistas internacionales, quienes son nuestro mercado objetivo, y se trata de que la agencia reciba una comisión del 10% al reservar habitaciones en Grand Christopher Hotel para sus clientes. Además, para potenciar una función productora, la agencia no puede limitarse a organizar rutas o reservar habitaciones, deberá ampliar constantemente sus actividades conjuntamente con el hotel, para ello se puede pasar a organizar congresos, ferias, seminarios, prácticas deportivas, eventos culturales, otros.



Para dar a conocer el hotel es necesario hacer una promoción previa a la inauguración a través de folletos de información sobre las características del hotel y enviarlos a los clientes potenciales en las distintas ciudades del país.

Estos folletos también deben ser enviados y promocionados por varias agencias de viajes, centros de información al turista, centros culturales, centros artesanales y aeropuertos. Se debe planear una inauguración del hotel que coincida con una actividad importante que se dé en la ciudad, como fin de año ya que esta fecha representa el traslado de personas a la ciudad permitiendo ofrecer una alternativa importante para los viajeros. A la inauguración del hotel se debe invitar a los clientes potenciales.

Se organizara en el hotel eventos culturales, artesanales, tradicionales y gastronómicos que deleiten la estadía del turista que nos visita. Esto se lo realizara conjuntamente con el apoyo de la Ilustre Municipalidad de Gualaceo en su objetivo por atraer el turismo al cantón y distracción al turista, invitando a grupos de danza folklórica, grupos musicales, exposiciones de macanas y bordados del señor José Jiménez, exposición de chompas y accesorios de lana por parte de teje mujeres, exposición de flores por parte del Gualaceno José Portilla Andrade representante del Ecuagenera, festival gastronómico de comida nacional y tradicional de Gualaceo con la participación de varios restaurantes de prestigio en el cantón, desfile de modas con el apoyo de la señoritas representantes de la belleza de Gualaceo, y otros eventos.

3.3.- INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1.-Características físicas del terreno.

El terreno disponible se encuentra ubicado en la vía Guazhalan-San Jose, sector del planeamiento N.-9, y es de forma rectangular.

Linderos según levantamiento planimetrico:

Por el norte: Con 26.18 mts, con el rio Santa Bárbara.

Por el sur: Con 21.94 mts, con la vía que conduce a Guazhalan.

Por el este: Con 226.48 mts, con herederos de Manuel Serrano.

Por el oeste: Con 202.90 mts, con Hugo Lucero.

Estado general del sitio: El sitio según el levantamiento planimetrico cuenta con un área total de cuatro mil ciento doce metros cuadrados y veintinueve centímetros (4112,29m²) su presentación para la apreciación es buena.

3.3.2 Edificación

Grafico A

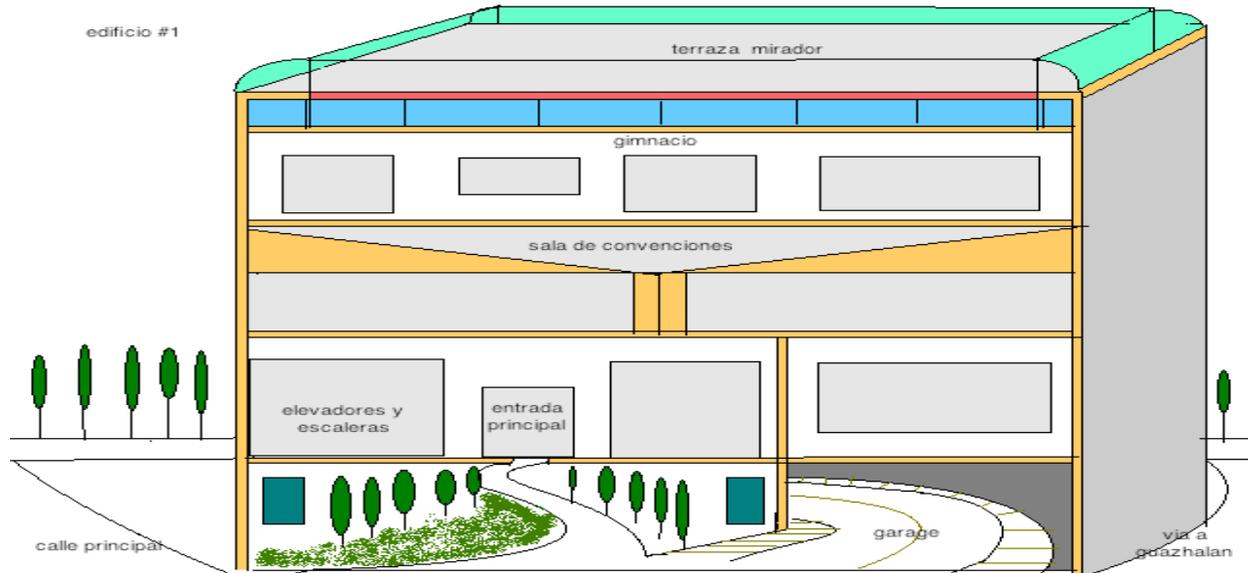


Grafico B

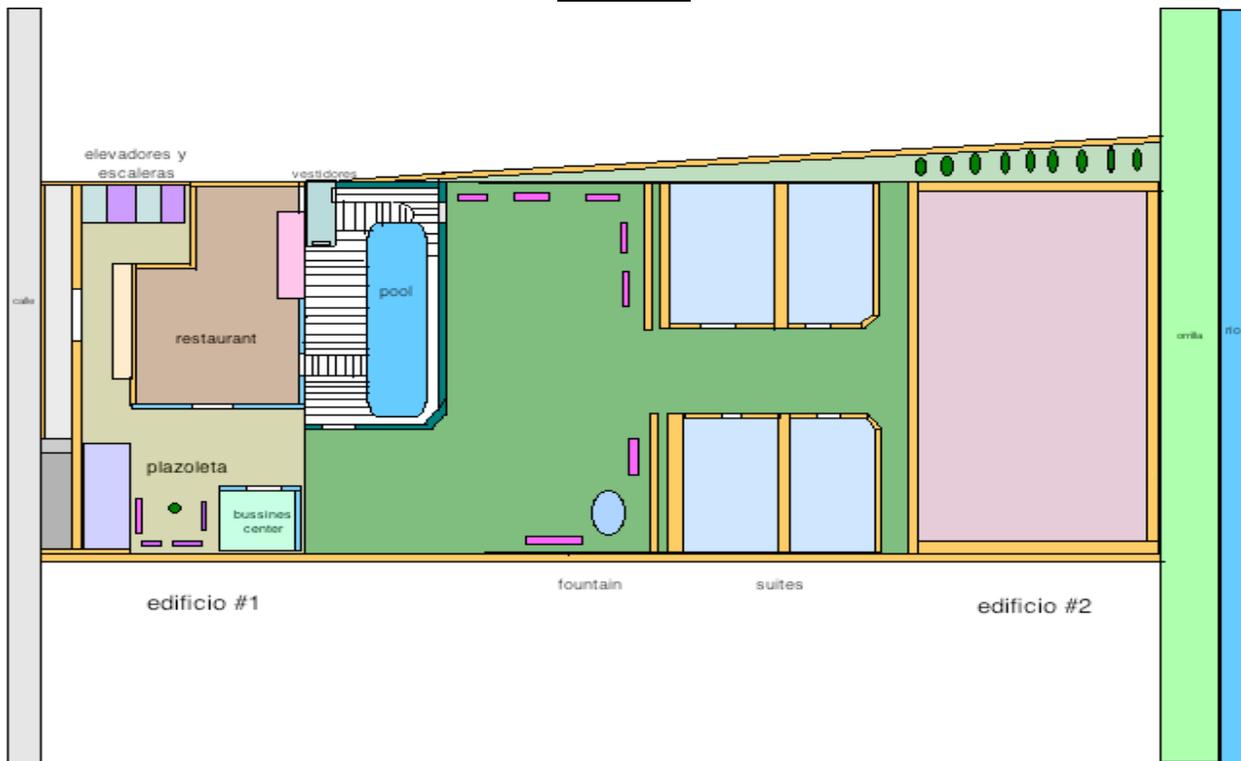


Grafico C

edificio #2

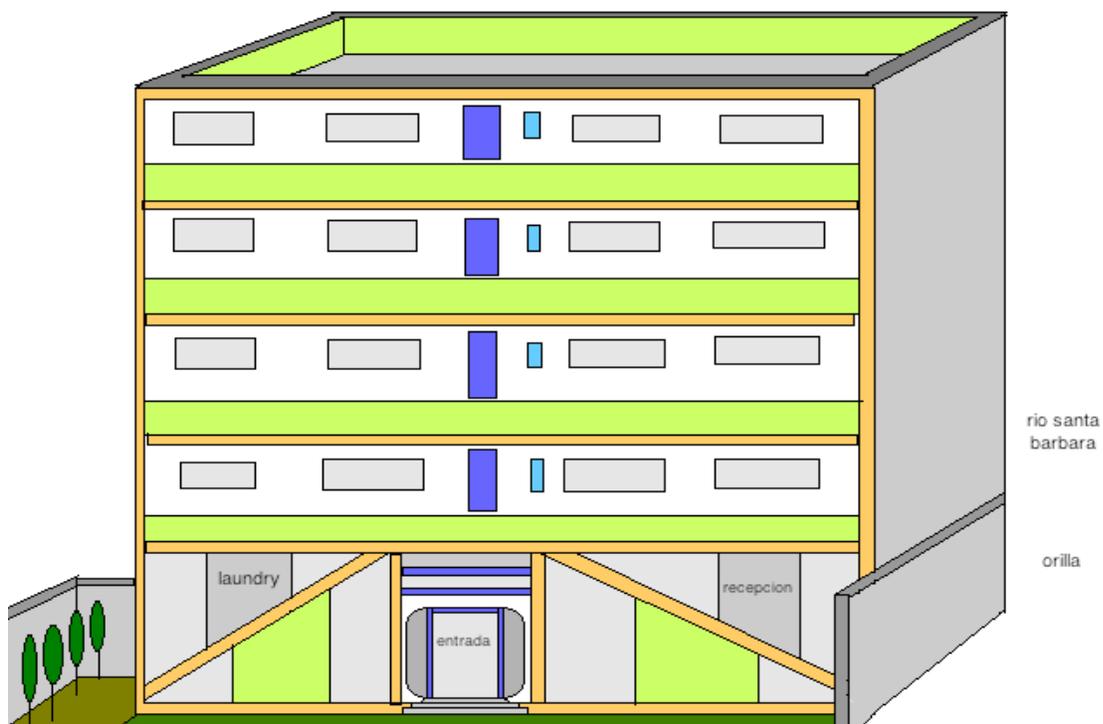


Grafico D

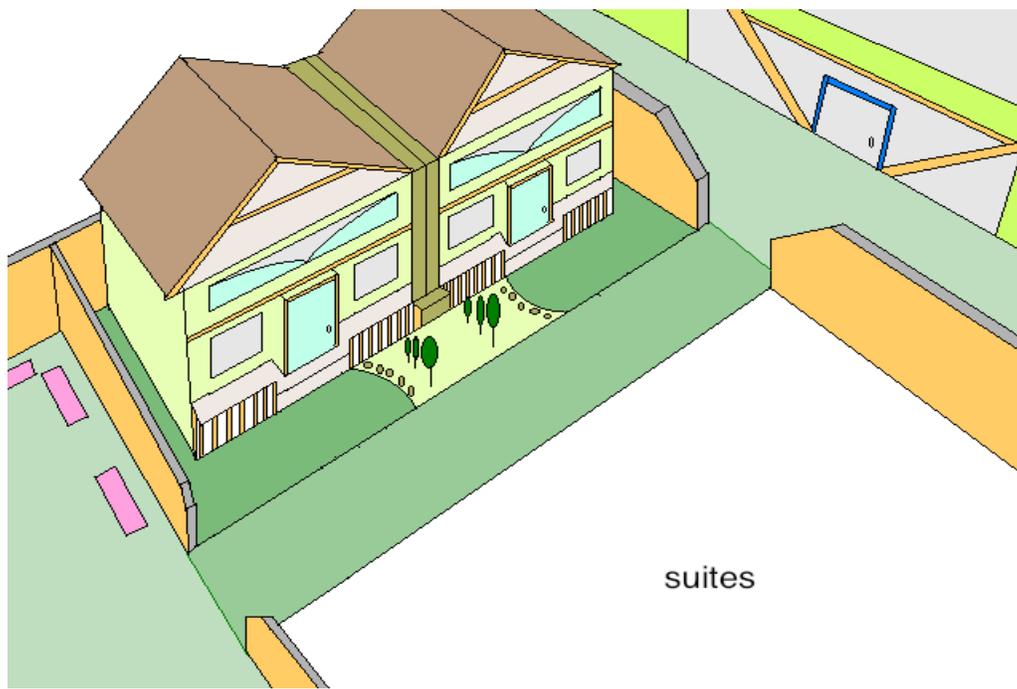
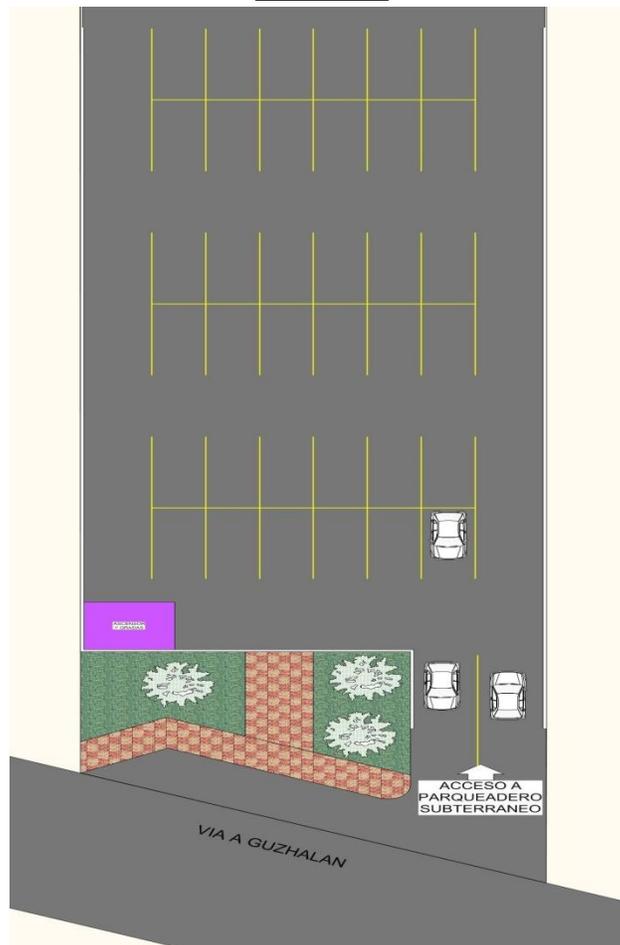


Grafico E



3.3.2.1 Descripción de la Edificación

Se ha realizado una zonificación de las secciones que tendrá el hotel porque es complejo realizar los planos del proyecto debido a tres dificultades: complejidad, costos y tiempo que demanda este tipo de trabajo.

Tenemos en la primera parte del grafico A frente a la vía Guazhalan, el acceso al hotel con pequeños espacios de área verde, una edificación y la entrada al parqueadero subterráneo a la derecha de la entrada principal.

Encontramos un ascensor o escaleras que sirve para conectar a la parte interna del hotel con la sección de parqueadero, a continuación esta la recepción del hotel, se ha visto esencial ubicar en este lugar el restaurant lo más cerca posible de la vía principal



ya que los hoteles también se sustentan considerablemente del servicio de restaurant que prestan.

En el segundo piso, tenemos la sala de convenciones del hotel, el gimnasio en la tercera planta, y finalmente una terraza mirador en el último piso.

A continuación tenemos una vista diferente, en el grafico B encontramos la piscina, la edificación de las habitaciones, espacio de área verde para abrir paso a la distribución de la suites y habitaciones temáticas que están ubicadas de manera individual dejando un espacio de área verde entre una y otra habitación.

Podemos observar en el grafico C la edificación de las habitaciones planteadas en el proyecto, la edificación está distribuida en 4 pisos, situado junto al rio Santa Bárbara, con el objetivo de brindar a los turistas un ambiente ecológico e idóneo que se acopla en un solo paisaje con el rio. Se observa en el grafico D, las estructuras de cabañas individuales con estilo búngalos que están distribuidas para 4 habitaciones: 2 suite, 1 suite presidencial y 1 habitación temática.

En el grafico E encontramos la zonificación del área de parqueadero subterráneo del hotel que tiene espacio aproximadamente para 40 plazas, es decir, servicio de parqueo con una capacidad para 100 personas en promedio.

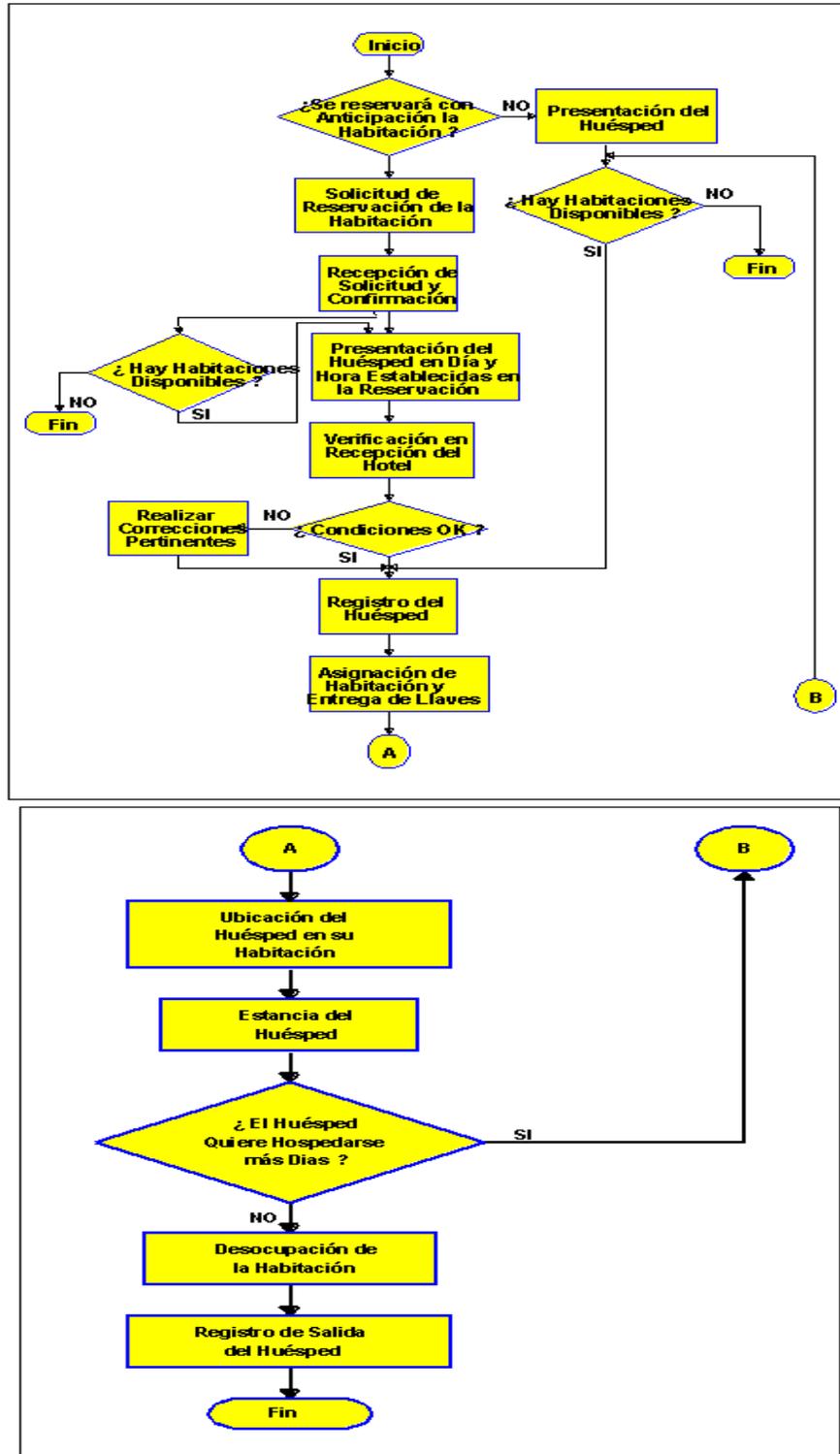
Es importante anotar que este trabajo lo realizo en un plazo de 7 días un profesional en el campo de la arquitectura del cantón Gualaceo, Arq. Rolando Rodríguez; quien me especifico no poder ayudarme con el presupuesto de la obra pues se trata solo de una zonificación y no un plano del hotel, por lo que es imposible realizar este cometido. Pero ayuda al proyecto con una estimación del costo de la obra.

3.4 Flujograma de actividades

En este punto se expresa gráficamente las distintas operaciones o actividades que componen las distintas actividades en Grand Christopher hotel, estableciendo su secuencia cronológica lo podemos ver en los siguientes gráficos.

A continuación se ilustran el flujo-grama de las diferentes actividades de Grand Christopher hotel:

Grafico 3.4 FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO EN "Grand Christopher Hotel"





Descripción del flujograma de proceso de alojamiento:

- 1. ¿Se reservará con anticipación la habitación?** Esta decisión corresponde al cliente, quien tiene la opción de hacer la reservación con anticipación, o bien presentarse directamente en el hotel el día de su estancia.
- 2. Presentación del huésped.** El huésped, sin previa reservación, se presenta al hotel el mismo día de su estancia.
- 3. ¿Hay habitaciones disponibles?** El empleado de recepción verificará en el registro la existencia, o no, de habitaciones disponibles. En caso de que no existan concluye el proceso de hospedaje en el hotel pero se ayudara al turista a que encuentre un lugar con iguales características para hospedarse, en caso contrario se procederá a registrar al huésped, quedando antes de acuerdo en el tipo de habitación que se asignará, el precio de la habitación, los días de estancia del huésped y los servicios complementarios que ofrece el hotel.
- 4. Solicitud de reservación de la habitación.** Vía telefónica, directamente en el hotel o en alguna oficina autorizada se efectúa la solicitud de reservación de habitación del hotel en fecha y hora determinada así como días de estancia.
- 5. Recepción de solicitud y confirmación.** La oficina o agencia autorizada recibe la solicitud y verifica la disponibilidad de habitaciones para las fechas solicitadas.
- 6. ¿Hay habitaciones disponibles?** En caso de no existir habitaciones disponibles para las fechas solicitadas por el huésped, el proceso concluye, en caso contrario se confirma la reservación pudiendo o no, haber dejado el cliente un anticipo.
- 7. Presentación del huésped el día y hora establecidos en la reservación.** El huésped se presenta en el hotel el día establecido en la reservación, con el entendido de que si no llega antes de cierta hora (hora pactada en la reservación) se cancelará la reservación.
- 8. Verificación en recepción del hotel.** El personal de recepción del hotel verifica datos del cliente, fecha de arribo al hotel, tipo de servicio y días de estancia.



9. ¿Condiciones? En caso de que las condiciones sean las pactadas en la reservación se procederá a registrar al huésped, en caso contrario se realizarán las correcciones pertinentes.

10. Realizar correcciones pertinentes. En este punto se corrigen las fallas de acuerdo a lo pactado en la reservación.

11. Registro del huésped. Se registra al huésped, quien llena la tarjeta de registro correspondiente, con sus datos señalando los días de hospedaje, garantiza el pago de su estancia mediante un depósito en efectivo, con la firma de un baucher de tarjeta de crédito, o bien liquidando completamente el cargo por la estancia.

12. Asignación de habitación y entrega de llaves. Se asigna habitación al huésped y se le entregan las llaves de la habitación a un botones quien conduce al huésped al cuarto asignado, llevando así mismo las maletas del huésped.

13. Ubicación del huésped en su habitación. El botones ubica al huésped y le entrega su equipaje y llaves del cuarto, además le explica el funcionamiento de los servicios con que cuenta la habitación.

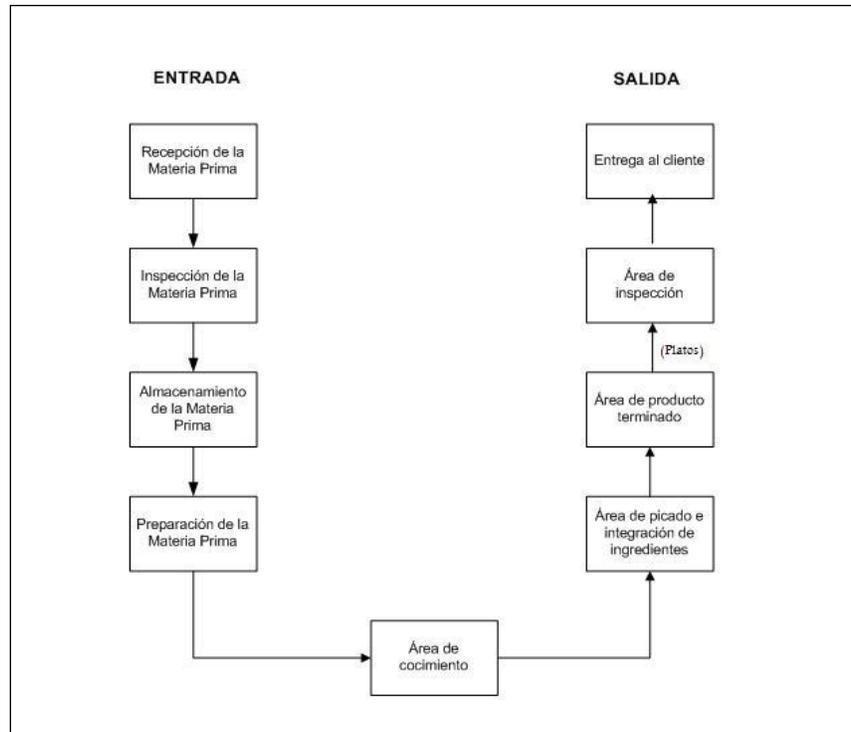
14. Estancia del huésped. Durante la estancia se atenderán los requerimientos que satisfagan al cliente.

15. ¿El huésped quiere hospedarse más días? En caso de que el huésped quiera utilizar la habitación más días de los especificados en el contrato deberá consultar con recepción si hay disponibilidad se seguirá el mismo proceso desde la actividad de registro del huésped. En caso de que no haya disposición de cuartos, o de que el cliente no requiera hospedarse un mayor número de días se procederá a la desocupación de la habitación.

16. Desocupación de la habitación. El huésped deberá desocupar la habitación el día pactado en el contrato a la hora determinada, de lo contrario se cobrará un día más.

17. Registro de salida del huésped. El huésped firma un registro de salida que incluye fecha y hora; se le devuelve el depósito o baucher por daños a instalaciones, en caso de no existir daños; en caso contrario, se evalúan los daños y del depósito o baucher se aplica la cantidad que cubra dichos daños.

Grafico 3.3.3.B **FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL RESTAURANTE Y EL BAR-CAFETERIA EN “Grand Christopher Boutique Hotel”**



Descripción de actividades:

1. Recepción de la Materia Prima: Se procederá a verificar que el producto llegue en las condiciones establecidas con los proveedores, con lo cual se recibirá en las cantidades correctas y además que vengan en condiciones que sean buenas el mantenimiento de los materiales.

2. Inspección de la Materia Prima: Se dividirá los productos por el estado en el que se encuentren, para lo cual se visualizará de unidad en unidad con el fin de no encontrar productos en mal estado antes de prepararlos, esto lo llevaran a cabo los cocineros.

3. Almacenamiento de la Materia Prima: Se clasificarán los productos por su naturaleza, con el fin de almacenarlos de acuerdo a las recomendaciones de los productores, con lo cual se garantizará el estado y la permanencia de los mismos.



4. Preparación de la Materia Prima: Se elaborarán los productos con los requerimientos requeridos por el chef, mediante los cuales se seguirá un flujo para coordinar la elaboración de los materiales y utilizando utensilios de buena calidad para que los mismos conserven su estructura y color original.

5. Área de Cocimiento: Los materiales pasaran a esta área para su respectiva cocción, en los cuales cada uno tendrá una determinada cantidad de temperatura para llegar a una correcta preparación e integración de sabores y olores.

6. Área de picado e integración de ingredientes: Los productos que tengan que intervenir en esta actividad, se las procesara con cortes finos y delicados, a fin de no destruir su forma y contextura, con lo cual se mejorará la presentación y visualización.

7. Área de producto terminado: Aquí los cocineros colocarán los productos que ya se encuentren terminada su elaboración, a su vez tendrán que poseer el cuidado necesario para que no se mezclen entre sí, logrando así una buena distribución de los mismos.

8. Área de inspección: El chef verificará que los platos terminados se encuentren bajo los estándares prestablecidos por la empresa, para que los consumidores no generen quejas ni inconvenientes al momento de servirse los platillos.

9. Entrega al cliente: Los meseros llevaran los productos a cada una de las mesas que los solicitaron, con el fin de brindar un servicio de calidad, también tienen que entregarlos de una manera adecuada con los reglamentos y estándares internos.



CAPITULO 4

ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

4.1 Conformación jurídica

Desde el punto de vista legal, Grand Christopher hotel se constituye con un cuerpo legal de Sociedad Anónima, es decir, constituida con un capital social propio aportado íntegramente por sus accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones negociables. La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

4.2 Aspectos legales

4.2.1 Condiciones necesarias para la categoría de Hotel

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Sección 2

CONDICIONES NECESARIAS PARA LA CATEGORÍA DE HOTEL:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Art. 9.- **Hoteles de cinco y cuatro estrellas.**- Los hoteles de cinco y cuatro estrellas deberán además cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un Asistente de Gerencia para atender los reclamos de los clientes;
- b) Ofrecer a los huéspedes dos o más variedades de desayunos;
- c) Deberán existir en estos establecimientos cajas fuertes individuales a disposición de los clientes que deseen utilizarlas, a razón de una por cada veinte habitaciones, salvo que se encuentren instaladas en éstas.
- d) Poseer instalaciones y maquinaria propias para el lavado y secado de ropa; y,



e) Cambiar ropa de cama y toallas diariamente y revisar las habitaciones a última hora de la tarde a fin de que estén listas para la noche.

Art. 10.- **Servicios en los hoteles de cinco estrellas.**- Los hoteles de cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción y conserjería que estarán atendidos por personal experto y distinto para cada uno de estos servicios. El Jefe de Recepción y el Primer Conserje conocerán dos idiomas de los cuales uno deberá ser el inglés; los demás recepcionistas y conserjes, incluso los que presten servicio durante la noche, hablarán el idioma inglés además del español. El portero del exterior, los ascensoristas, los mozos de equipajes, botones y mensajeros, dependerán de la Conserjería;

b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones así como su limpieza y preparación, que estará a cargo de un Ama de Llaves, auxiliada por las camareras de piso, cuyo número dependerá de la capacidad del alojamiento. Habrá como mínimo una camarera por cada doce habitaciones;

c) De habitaciones que deberá tener personal encargado de atender los pedidos de los huéspedes durante las veinticuatro horas del día, tanto de comidas como de bebidas. El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido por un Mayordomo, auxiliado por los camareros y ayudantes necesarios. El Mayordomo o Jefe del Servicio de Habitaciones deberá conocer, además del español, el idioma inglés;

d) De comedor, que estará atendido por el "Maitre" o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario según la capacidad del alojamiento, cuidando que las estaciones del comedor no excedan de cuatro mesas. Los jefes de comedor deberán conocer, además del español, el idioma inglés. Se ofrecerá una carta con variedad de platos de cocina internacional y otros típicos de cocina ecuatoriana. La carta de vinos será amplia y contendrá marcas de reconocido prestigio.

e) Telefónico, en el que existirá una central de por lo menos diez líneas, atendidas permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz; los encargados de este servicio deberán conocer, además del español, el idioma inglés;

f) De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del alojamiento. Esta dependencia deberá contar con lavadoras automáticas con capacidad mínima de una libra por habitación; y,

g) Médico, debidamente atendido por un médico y un enfermero; este último atenderá permanentemente. Estos servicios se prestarán con cargo al cliente que los requiera.



Sección 10

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 55.- Recepción y conserjería.- Constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información. Salvo que sean asumidas por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas.

Art. 56.- Servicio de pisos.- El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.

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

Art. 58.- Servicio telefónico.- El personal encargado cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible. El personal mencionado llevará el control de las conferencias locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas comprobante de su duración y el valor de las mismas.

Art. 59.- Servicio de custodia de dinero.- Los establecimientos de alojamiento, de acuerdo a su categoría. Prestarán el servicio de custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto les sean entregados por los huéspedes, como constancia de lo cual se les conferirá el correspondiente recibo, siendo responsables los alojamientos de la pérdida o deterioro de esos bienes.

Art. 60.- Servicio de lavandería y planchado.- Podrá ser concertado con una empresa especializada, siendo en todo caso el alojamiento el responsable de la correcta prestación del mismo y especialmente de que la ropa sea devuelta a los clientes en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas o de veinticuatro en el caso de servicio urgente.

Art. 61.- Asistencia médica y botiquín.- En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia médica, en caso de emergencia, para facilitarla a los clientes. El servicio de asistencia médica será con cargo a los clientes.



Art. 62.- Personal uniformado.- Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía.

Art. 63.- Protección contra incendios.- Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

Art. 65.- Condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza.- Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza.

Art. 66.- Inspecciones.- El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones constantes en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismos.

Art. 67.- Registro de clientes.- Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante de los mismos.

Art. 68.- Avisos y listas de precios.- En todas las habitaciones de los alojamientos, así como en la recepción y en la Conserjería, se fijarán en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento redactados al menos en español e inglés.

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año. Ver anexo 1.



4.2.2 Requisitos para el funcionamiento de un Hotel

Para la conformación de este negocio es necesario especificar los trámites que se requieren para legalizarlo.

a) Ministerio de Turismo

LEY DE TURISMO	
NORMA:	Ley 97 STATUS: Vigente
PUBLICADO:	Registro Oficial Suplemento 733
FECHA:	27 de Diciembre de 2002

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

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

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

b) Legalización municipal

Patente: Es el derecho exclusivo que proporciona protección para la invención al titular de la patente.

Permiso de bomberos: Una vez realizada la inspección, los negocios deben cumplir con todos los requisitos que el Cuerpo de Bomberos exige para que se pueda brindar una correcta seguridad a los consumidores o clientes que acudan al establecimiento.

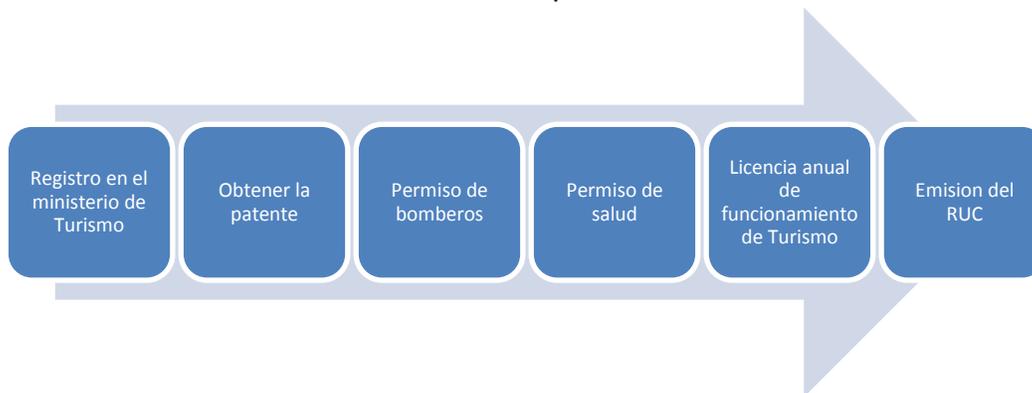
Permiso de salud: La industria hotelera está dentro de los establecimientos que deben obtener el permiso de salud para su funcionamiento, y se debe cumplir con una serie de requisitos para su tramitación.

c) Servicio de Rentas Internas

Emisión del Registro Único de Contribuyentes: Por ley se establece que toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica en diferentes actores está obligada a registrarse, por una sola vez, en el Servicio de Renta Internas, SRI. Debe solicitarse en los 30 días hábiles después de iniciadas las actividades económicas.

En conclusión, los permisos otorgados por parte del Ministerio de Turismo y la Ilustre Municipalidad de Gualaceo para el funcionamiento de Grand Christopher Boutique Hotel se resumen en el siguiente gráfico:

Grafico 4.2.1 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE Grand Christopher Hotel



4.3 Diseño organizacional

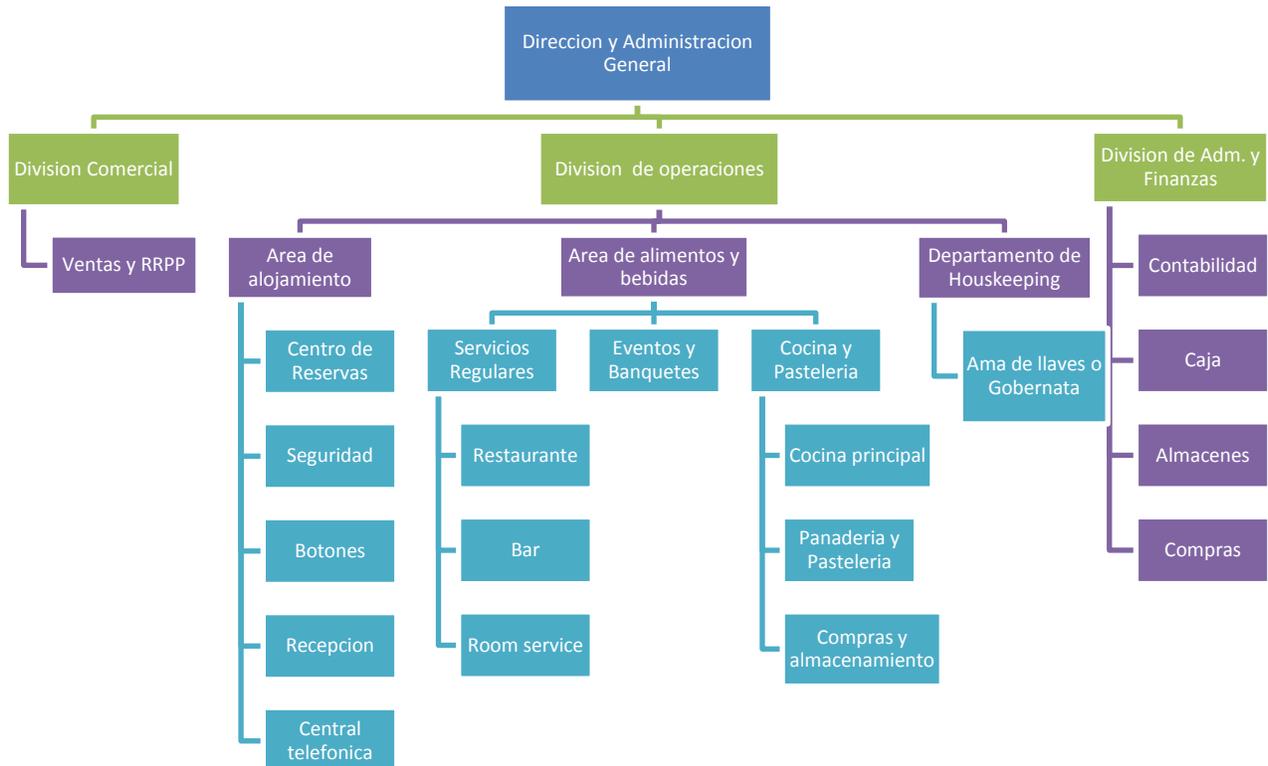
Teniendo en cuenta todas las bases que soportan una estructura organizacional sólida, esto es el punto de partida para crear una gestión administrativa fuerte y encaminada hacia el norte propuesto por sus directivas y socios accionistas. Para lograr aplicarlo en establecimientos hoteleros, es necesario conocer más a fondo lo que se entiende en hotelería como centros de producción y centros de servicios.

Los centros de producción son todos aquellos que conforman el control operacional dentro de un hotel, mediante “un conjunto de actividades productivas que generan la venta de productos terminados y servicios”.

Los centros de servicio son los que conforman los centros de actividades no productivas, que sirve como soporte al control operacional de los centros de producción y generalmente son considerados como Staff, dentro de una organización hotelera. El siguiente, es el organigrama propuesto para Grand Christopher Hotel:

Grafico 4.3 ORGANIGRAMA

“Grand Christopher Hotel”





4.3.1 Descripción de puestos

Administración General: Su función será dirigir y evaluar la gestión de los gerentes de cada unidad bajo su dependencia, fijación de pautas de coordinación aplicables por las áreas operativas bajo su dependencia, su seguimiento y control, mantenimiento de vínculos con organismos gubernamentales, medios, representantes hoteleros, analizar el presupuesto general de la compañía y los desvíos significativos como una herramienta fundamental para la toma de decisiones, suministrar datos proyectados necesarios para la confección del presupuesto, asistir a conferencias, banquetes y convenciones donde se requiera la participación del hotel como institución, representar y defender la posición de la Compañía en Cámaras hoteleras a las que adhiera la institución, determinación de las necesidades estándar de insumos, materiales, recursos humanos y económicos por unidad de negocio a efectos de garantizar el mantenimiento operativo de las mismas, participación en el proceso de definición de políticas generales para la compañía, realización de análisis de la competencia, nuevas metodologías de prestación de servicios y atención de clientes.

División Comercial

Ventas y RRPP: Esta división tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones: gestión de las comunicaciones internas, gestión de las comunicaciones externas, funciones humanísticas, análisis y comprensión de la opinión pública. Es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como pueden ser la publicidad o el marketing y debe tener también una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas.

División de operaciones

- Área de alojamiento

Centro de Reservas: El gerente de reservaciones supervisa y dirige el buen desempeño del departamento y de los asistentes, los cuales realizarán funciones de atender las reservaciones que lleguen por los diferentes. Este departamento debe determinar la disponibilidad del hotel, cotizar las tarifas de las habitaciones, tomar y confirmar las reservaciones y documentarlas.

Recepción: Centro de información durante la permanencia de los huéspedes en el hotel y el último punto de contacto a la salida. En sí, será el espacio en donde se registran los huéspedes, recojan sus llaves, correspondencia o recados, información, depositen sus valores y paguen sus cuentas.



Seguridad: Es el sistema de medios técnicos, humanos y organizativas tendientes a prevenir, reducir y controlar las distintas acciones delictivas así como proteger personas y bienes en el establecimiento hotelero.

Botones: Recibe al huésped en la puerta, le orienta con la información que requiere, le acompaña a la habitación, le muestra como operar los dispositivos de la habitación, debe cargar las maletas, checará los cuartos de salida al no haber camaristas disponibles y debe reportar de inmediato si existe algún faltante. El botones es los oídos y los ojos de la gerencia y del recepcionista, pero es toda discreción.

Central telefónica: Esta central tendrá anexos en las habitaciones y en las principales áreas del hotel. Sus funciones específicas: tomar mensajes para los huéspedes o personal del hotel, hacer vales de las llamadas telefónicas, e inclusive hacer labores de despertador.

- *Área de alimentos y bebidas*

Es el área desde la cual se coordina, a diario, las operaciones del restaurante, la cocina, banquetes, bar, el servicio a habitaciones y utilería. También es el sector que emplea a una importante dotación numérica de personal.

- *Área de housekeeping*

Es el área encargada de mantener en perfecto estado todas las habitaciones del hotel, para ello deberá llevar un riguroso control de todo lo relativo a la limpieza y mantenimiento.

Ama de llaves: Su labor principal consiste en gestionar el mantenimiento de las habitaciones para que se encuentren perfectamente limpias, ordenadas, con tapicerías y cortinas en buen estado, con alfombras y muebles impecables, de forma que el cliente al ocupar por primera vez la habitación, sienta que la «estrena» en ese momento. La gobernanta recibe del departamento de Recepción el Estado de ocupación de las habitaciones —entradas, salidas, cambio de habitación, bloqueos...— información necesaria para organizar a las camareras y limpiadoras. Supervisa las habitaciones para comprobar que la limpieza esté correctamente hecha, tanto en las habitaciones ocupadas como en las libres. Gestiona la lavandería y el inventario de la ropa.

Colabora en la compra y reposición de la lencería del hotel. Por último, se encarga de la ejecución de los partes de averías y limpieza procedentes del departamento de recepción y comprueba su correcta reparación o estado una vez finalizados. Es la encargada de llevar a cabo el cuidado, el mantenimiento y la limpieza de: habitaciones, áreas públicas, áreas privadas y lavandería.



División de Adm. y Finanzas

Contabilidad: En esta área se pretende manejar de manera eficiente las operaciones financieras que ocurren dentro de la empresa. Así como mantener la contabilidad del hotel al día, reportar los estados financieros y proporcionar los análisis financieros del hotel, gestionar las actividades de índole legal y del Franquiciatario.

Caja: Tiene como funciones más importantes las siguientes: cobro de facturas: en efectivo o a crédito (moneda nacional o extranjera, cheques de viaje, bonos de agencias de viajes, comisiones), cambio de divisas y control de cofres de seguridad.

Almacenes: Con un personal fidedigno y de confianza para hacer la recepción de pedidos, su función será guardar activos bajo llave y verificar que las cerraduras de almacenes y bodegas sean diferentes a las de los huéspedes o áreas públicas y manejar un efectivo sistema de inventarios, permanentes (almacenamiento) y físicos (conteo físico antes del almacenamiento) el inventario permanente, demuestra que falta el inventario físico, demuestra que es lo que hay.

Compras: Sus funciones son revisar continuamente las facturas y verificar si estas ya se han pagado, enviar los productos recibidos y verificados a un almacén bajo llave, los empleados del hotel y no el proveedor, son los que deben transportarlos. Ningún proveedor debe entrar a las instalaciones o áreas protegidas. Debe entregar una copia de la factura al bodeguero o almacenista



CAPITULO 5
ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

5.1 Inversiones

Cuadro 5.1

Concentrado presupuesto de la inversion fija del proyecto	
Concepto	Costo
Activos tangibles	
Terreno	49,944.64\$
Inmueble (Edificio)	120,000.00\$
Equipo de computo	1,065.00\$
Maquinaria y equipo	43,003.00\$
Muebles y enseres	53,330.81\$
Subtotal	267,343.45\$
Activos intangibles	
Gastos de planeacion, organizacion y puesta en marcha	1,600.00\$
Subtotal	1,600.00\$
Activos tangibles e intangibles	268,943.45\$
Imprevistos (1% del valor de los activos)	2,689.43\$
Total activos tangibles, intangibles e imprevistos	271,632.88 \$

Detalles de la inversión

a) Terreno: El avalúo actual de terreno es de 49944,64 dólares americanos. El costo por metro cuadrado es de 17 dólares, y el terreno mide 2937,92 metros cuadrados.

b) Edificio: El costo del edificio se ha estimado con la ayuda del arquitecto Rolando Rodríguez, profesional en la rama quien es el autor de la zonificación del proyecto hotelero.

c) Inversión en maquinaria y equipos: Para la puesta en marcha del hotel se necesita de maquinaria y equipos para cada una de las instalaciones, los cuales son fundamentales para su operación. El costo total de inversión es de 43,003\$. Ver detalles de cálculo en anexos. Cuadro 5.A.A

b) Inversión en muebles y enseres: Los muebles y enseres son los activos relacionados directamente con el servicio, dado que son aquellos instrumentos y equipos con los que cada cliente tendrá interacción directa. El costo total de inversión es de 53,330.81\$. Ver detalles de cálculo en anexos. Cuadro 5.B.B

c) Inversión en equipo de cómputo: El costo total de inversión es de 1065\$. Ver detalles de cálculo en anexos. Cuadro 5.C.C



d) **Inversión en capital de trabajo:** El total de empleados requeridos para que este proyecto de hotel opere adecuadamente es de 24 personas. La siguiente tabla muestra los costos reales de cada empleado así como el costo real total de la inversión en capital de trabajo:

Cuadro 5.d

Empleados requeridos				
DEPARTAMENTO	CARGO FUNCIONAL	# EMPLEADOS	SUELDO /u	Total Sueldo
Departamento operacional	Gerente	1	520	520
Empleados ocasionales	Contador	1	150	150
Departamento de habitaciones	Recepcionista	2	264	528
	Botones	1	264	264
	Portero	2	264	528
	Ama de llaves	1	264	264
	Camareras	2	264	528
Departamento de Restauracion, Alimentos y bebidas	Maitres	1	264	264
	Meseros	3	264	792
	Barman	1	264	264
	Cajeros	2	264	528
Departamentos menores	Instructores	1	264	264
	Parqueadero	1	264	264
Departamento no operados	Lavanderia	1	264	264
Departamento de cocina	Cheff	1	450	450
	Cheff pastelero	1	300	300
	Cocineros	1	264	264
Total= 24 empleados		Total a pagar al mes=		6436

5.2 Estados financieros

Balance General: Este estado financiero es un resumen en donde a cada cuenta se le asigna un valor en dinero para así identificar qué tanto tiene la empresa en activos, cuál es su nivel de deudas y su patrimonio financiero.

Cuadro 5.2.A

GrandChristopher hotel					
ESTADO DE SITUACION GENERAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
Activos fijos			Total pasivos	0	
Edificio	120,000.00		PATRIMONIO		
Terreno	49,944.64		Aportacion de socios		
Maquinaria y equipo	43,003.00		Socio 1:	Genaro Maurat	45,272.15
Equipo de oficina	1,065.00		Socio 2:	Carlos Maurat	45,272.16
Muebles y enseres	53,330.81		Socio 3:	Monica Maurat	45,272.17
Otros activos	1,600.00		Socio 4:	Cristian Maurat	45,272.18
Total activos	1,600.00		Socio 5:	Zoila Zhicay	45,272.19
Imprevistos (1%)	2,689.43		Socio 6:	Luis Zhicay	45,272.20
TOTAL ACTIVOS	271,632.88\$	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	271,632.88\$		
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					

Estado de Resultados: Es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante un periodo contable. Desde el punto de vista del inversionista, el estado de resultados es visto como el instrumento que lo provee de un "Índice de eficiencia".

Para los cálculos se trabaja con la información obtenida en la investigación de mercado del proyecto, y tenemos que 4000 turistas visitan Cuenca y sus alrededores, y solamente alrededor del 7% de turistas extranjeros visitan Gualaceo y se hospedan ahí, esto representa 273 turistas al mes, y trabajando con un 5% del mercado, Grand Christopher hotel recibiría en promedio 14 turistas extranjeros al mes en periodos altos.

En periodos bajos sabemos que de los 4000 turistas, solamente visitan y se hospedan en Gualaceo, el 3%, esto es 118 turistas al mes en el cantón, trabajando con el 5% de ese mercado, Grand Christopher hotel trabajaría con 6 turistas extranjeros al mes en periodos bajos. Bajo estos términos se han calculado las ventas en hospedaje.

Las siguientes áreas que generan ingresos al hotel son: Restaurante, Bar-cafetería y centro de convenciones. Para estimar las ventas de estas áreas se ha trabajado con entrevistas personales en cada uno de los establecimientos reconocidos en Gualaceo que tengan características similares a las áreas que ofrece un hotel 5 estrellas.

Se ha estimado las ventas de cada área en base a la siguiente información:

Restaurante: En periodos altos, se ocupa el 60% de su capacidad total, mientras que en periodos bajos, solamente el 40%. Considerándose periodos altos los meses de Enero, febrero, mayo, junio, julio y diciembre.



Bar-cafetería: En periodos altos, se ocupa el 60% de su capacidad total, mientras que en periodos bajos, solamente el 30%. Considerándose periodos altos los meses de Enero, febrero, mayo, junio, julio y diciembre.

Centro de convenciones: En periodos altos, se ocupa el local 2 o 3 veces al mes, y en periodos bajos solamente una vez al mes en promedio. Considerándose periodos altos los meses de Enero, febrero, mayo, junio, julio, agosto y diciembre.

Ver detalles de cálculos en anexo 4.

Cuadro 5.2.B

GrandChristopher hotel					
ESTADO DE RESULTADOS					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ventas	64146,00	70560,60	77615,76	85377,43	93915,17
(-)Costo de produccion	89399,95	97088,42	105545,74	114848,79	125082,14
Perdida bruta	-25193,95	-26527,82	-27929,98	-29471,36	-31166,97
(-)Gastos de administracion	8040	8844	9728,4	10701,24	11771,36
(-)Gastos de venta	580	638	701,8	771,98	849,18
Perdida en operacion/antes imp.	-33813,95	-36009,82	-38360,18	-40944,58	-43787,51
(-)Impuestos 24% Imp.R	0	0	0	0	0
(-)Impuestos 15% Trabajadores	0	0	0	0	0
Perdida neta	-33813,95	-36009,82	-38360,18	-40944,58	-43787,51
(+)Depreciacion	6000	6000	6000	6000	6000
Perdida de la operacion	-27813,95	-30009,82	-32360,18	-34944,58	-37787,51
Cantidades expresadas en dolares					
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoria de INNPULSAR					



5.3 Indicadores Financieros

a) EFICIENCIA DE INVERSIONES

Rotación del activo total: Es un elemento clave a la hora de generar beneficios para la empresa. Interpreta cuantas veces al año la inversión contribuye a la generación de ventas.

$$Re = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$Re = \frac{64146}{271632.88}$$

Re=0.24 ctvs.

Interpretación: Por cada dólar del activo, 0.24 centavos contribuyen a la generación de ventas.

b) ENDEUDAMIENTO

Estos indicadores ayudan a comprender en que medida los acreedores están contribuyendo al financiamiento de la inversión. Este proyecto es financiado con recursos propios de un grupo familiar, por este motivo, es difícil obtener estos indicadores.

5.4 ANALISIS DE LA RENTABILIDAD

a) Rentabilidad Financiera

$$RC: \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$$

$$RC: \frac{-33813.95}{271632.95} \times 100$$

RC:-0.12%

Interpretación: La rentabilidad sobre los recursos propios es de -0.12%. Esto indica el porcentaje de rentabilidad que produce la empresa sobre sus recursos, en este caso es negativo, lo que indica la grave situación de perdida para la empresa.



b) **Rentabilidad económica:** Es la capacidad de la empresa para generar beneficios.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{ROI} = \frac{-27813.95}{271632,88}$$

ROI: -0.10

Interpretación: Por cada dólar invertido, la empresa genera deudas de 0.10\$, es decir la empresa pierde 1.10\$ por cada dólar que invirtió.

c) **TIR Y VAN:** Son dos herramientas financieras procedentes de las matemáticas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión.

Si tenemos un proyecto que requiere una inversión X y nos generará flujos de caja positivos Y a lo largo de Z años, habrá un punto en el que recuperemos la inversión X; en el caso de este proyecto hotelero, a una inversión de 271,632.88\$, que nos genera flujos de caja negativos a lo largo de 4 años, no hay un punto en el que recuperemos la inversión. Es decir, estas herramientas financieras no se calculan en este estudio de factibilidad porque los flujos de caja e indicadores financieros del proyecto son negativos.

5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es necesario determinar el punto en el cual la empresa ni gana ni pierde. Es el mínimo de ventas que la empresa debe tener para recuperar sus costos, mas no obtiene ningún beneficio.

$$\text{VE} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{VE} = \frac{92761.34}{1 - \frac{19607.81}{64146}}$$

$$\text{VE} = 133,599.25\$$$



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El hotel debería tener este volumen de ventas en total con el aporte de todos los departamentos que generan ingresos al hotel: hospedaje, restaurante, bar-cafetería, y centro de convenciones; para estar en una situación de equilibrio, en donde la empresa solamente recupere sus costos. No hay ganancia ni pérdida en este punto.



CONCLUSIONES

El estudio de factibilidad para la creación de un hotel de 5 estrellas en la ciudad de Gualaceo para un periodo de 4 años ha dado resultados negativos debido a varias razones que a continuación se va desarrollando.

En el proyecto se planteó como mercado objetivo a turistas extranjeros de clase media alta, que pueda cubrir los costos de un hotel 5 estrellas, el problema está que en Gualaceo los turistas que nos visitan son un 95% turistas nacionales y solamente el 5% son turistas extranjeros. No se planteó como mercado objetivo a los turistas nacionales porque según información obtenida por el departamento de turismo del Municipio de Gualaceo, y entrevistas personales realizadas a los turistas nacionales, estos son de clase media baja, personas que no están en condiciones de cubrir los costos que implica un hotel 5 estrellas o un servicio superior de alimentación pues no está al alcance de sus bolsillos, sino más bien estos turistas deciden hospedarse en hostales en donde pagan máximo 10 dólares por noche. Se concluye entonces que los turistas nacionales no están interesados en hospedarse en establecimientos 5 estrellas.

La investigación brinda datos sobre el flujo de turistas extranjeros en el cantón Gualaceo, quienes según la investigación, si están en condiciones de hospedarse en un hotel de categoría, pero el problema surge entonces que son pocos los turistas que visitan el cantón. Los datos del estudio nos indican que en periodos altos visitan Gualaceo alrededor de 273 turistas extranjeros mensualmente, y que en periodos bajos nos visitan alrededor de 118 turistas extranjeros mensualmente, lo que implica 14 turistas extranjeros mensualmente para el hotel en periodos altos, y 6 turistas extranjeros en periodos bajos, cifras negativas para que un proyecto hotelero de gran magnitud se implemente y desarrolle. Estos datos son alarmantes pues indica claramente que no se generaría beneficios para el hotel sino más bien grandes pérdidas debido a que los ingresos que produzcan los turistas extranjeros no cubrirían ni los costos en los que incurre el hotel para su normal funcionamiento. Por la escasa afluencia de turistas extranjeros, el campo turístico y hotelero de categoría en el sector no es incentivado, se llegó a esta conclusión mediante una investigación personal en el departamento de Turismo de la Municipalidad de Gualaceo, quienes nos informaron que actualmente no existe políticas o planificación de turismo enfocados a turistas extranjeros, y que sería un mercado nuevo a explorar para el departamento de turismo de la Municipalidad de Gualaceo.

Con los datos proyectados y la información obtenida, se llegó a la conclusión de que no es factible un proyecto hotelero para un mercado que no existe y que no está incentivado siquiera por un gobierno local.



RECOMENDACIONES

Al conocer que el estudio para la creación de un hotel 5 estrellas en Gualaceo no es factible, se recomienda reconsiderar la idea de negocios explorando otras inversiones acerca del turismo si es este campo la preferencia de los inversionistas u otros campos de igual manera interesantes y amplios.

A continuación se anota algunas recomendaciones:

Se recomienda, en el caso de estar interesados en el campo hotelero, la creación de un hotel boutique, establecimiento hotelero que tiene características diferentes de un hotel 5 estrellas, este hotel no tiene muchas habitaciones, ni varios servicios complementarios, se caracteriza por tener personalidad propia. Se recomienda que este hotel boutique debiera tener un máximo de 12 habitaciones tematizadas y un espacio para cafetería.

Este tipo de hotel es característico de turistas extranjeros de clase media alta, y estaría ampo para acoger a la pequeña afluencia de turistas extranjeros que visitan Gualaceo. Deberá estar ubicado en el centro de la ciudad por su proximidad al centro histórico, importante y estratégico lugar para entretener a los turistas extranjeros que se identifican por el gusto a la cultura, tradición y patrimonio de un pueblo. La publicidad estaría dirigida para atraer este cliente objetivo.

Se recomienda también, estudiar otras alternativas de inversión en el campo turístico ya sean en Gualaceo o en otros cantones de la provincia del Azuay que generen desarrollo sustentable del pueblo y brinde rendimientos a cada uno de sus socios. Realizar estudios de factibilidad sobre diversos productos o servicios turísticos tales como: balnearios o parques acuáticos pero con características ecológicas, es decir, resaltar la belleza de la naturaleza, de la cultura y tradición del pueblo en donde se realiza la inversión porque es importante señalar que el explosivo crecimiento de la industria turística ha conducido a que el turista sea cada vez más exigente, un turista que desea escapar de la ciudad para distraerse en lugares de paisajes esplendidos y que brinden un clima limpio y puro.



ANEXOS

Anexo 1

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS
(Decreto No. 3400)

Gustavo Noboa Bejarano

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Publicado en el Registro Oficial No. 726 de 17 de diciembre del 2002

Sección 2

CONDICIONES NECESARIAS PARA LA CATEGORÍA DE HOTEL:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Art. 9.- **Hoteles de cinco y cuatro estrellas.**- Los hoteles de cinco y cuatro estrellas deberán además cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un Asistente de Gerencia para atender los reclamos de los clientes;
- b) Ofrecer a los huéspedes dos o más variedades de desayunos;
- c) Deberán existir en estos establecimientos cajas fuertes individuales a disposición de los clientes que deseen utilizarlas, a razón de una por cada veinte habitaciones, salvo que se encuentren instaladas en éstas.
- d) Poseer instalaciones y maquinaria propias para el lavado y secado de ropa; y,
- e) Cambiar ropa de cama y toallas diariamente y revisar las habitaciones a última hora de la tarde a fin de que estén listas para la noche.

Art. 10.- **Servicios en los hoteles de cinco estrellas.**- Los hoteles de cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción y conserjería que estarán atendidos por personal experto y distinto para cada uno de estos servicios. El Jefe de Recepción y el Primer Conserje conocerán dos idiomas de los cuales uno deberá ser el inglés; los demás recepcionistas y conserjes, incluso los que presten servicio durante la noche, hablarán el idioma inglés



además del español. El portero del exterior, los ascensoristas, los mozos de equipajes, botones y mensajeros, dependerán de la Conserjería;

b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones así como su limpieza y preparación, que estará a cargo de un Ama de Llaves, auxiliada por las camareras de piso, cuyo número dependerá de la capacidad del alojamiento. Habrá como mínimo una camarera por cada doce habitaciones;

c) De habitaciones que deberá tener personal encargado de atender los pedidos de los huéspedes durante las veinticuatro horas del día, tanto de comidas como de bebidas. El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido por un Mayordomo, auxiliado por los camareros y ayudantes necesarios. El Mayordomo o Jefe del Servicio de Habitaciones deberá conocer, además del español, el idioma inglés;

d) De comedor, que estará atendido por el “Maitre” o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario según la capacidad del alojamiento, cuidando que las estaciones del comedor no excedan de cuatro mesas. Los jefes de comedor deberán conocer, además del español, el idioma inglés. Se ofrecerá una carta con variedad de platos de cocina internacional y otros típicos de cocina ecuatoriana. La carta de vinos será amplia y contendrá marcas de reconocido prestigio.

e) Telefónico, en el que existirá una central de por lo menos diez líneas, atendidas permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz; los encargados de este servicio deberán conocer, además del español, el idioma inglés;

f) De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del alojamiento. Esta dependencia deberá contar con lavadoras automáticas con capacidad mínima de una libra por habitación; y,

g) Médico, debidamente atendido por un médico y un enfermero; este último atenderá permanentemente. Estos servicios se prestarán con cargo al cliente que los requiera.

Sección 10

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 54.- No discriminación.- Todos los alojamientos serán de libre acceso al público en general, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.

Art. 55.- Recepción y conserjería.- Constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información. Salvo que sean asumidas



por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas.

Igualmente serán funciones de la recepción y de la conserjería, de haber esta última, custodiar las llaves de las habitaciones, recibir, guardar y entregar a los huéspedes la correspondencia así como los avisos o mensajes que reciban, cuidar de la recepción y entrega de equipajes y cumplir, en lo posible, los encargos de los clientes.

Art. 56.- Servicio de pisos.- El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.

Art. 57.- Servicio de comedor.- Tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda. Se cuidará especialmente que, en la preparación de los platos, se utilicen alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación, así como el que su presentación sea adecuada, según la categoría del establecimiento.

Art. 58.- Servicio telefónico.- El personal encargado cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible. El personal mencionado llevará el control de las conferencias locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas comprobante de su duración y el valor de las mismas.

Art. 59.- Servicio de custodia de dinero.- Los establecimientos de alojamiento, de acuerdo a su categoría. Prestarán el servicio de custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto les sean entregados por los huéspedes, como constancia de lo cual se les conferirá el correspondiente recibo, siendo responsables los alojamientos de la pérdida o deterioro de esos bienes. En todas las habitaciones, deberá constar la indicación, al menos en dos idiomas español e inglés, de que el establecimiento no se responsabiliza del dinero u objetos de valor que no sean depositados en la forma establecida en el presente artículo.

Art. 60.- Servicio de lavandería y planchado.- Podrá ser concertado con una empresa especializada, siendo en todo caso el alojamiento el responsable de la correcta prestación del mismo y especialmente de que la ropa sea devuelta a los clientes en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas o de veinticuatro en el caso de servicio urgente.

Art. 61.- Asistencia médica y botiquín.- En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia médica, en



caso de emergencia, para facilitarla a los clientes. El servicio de asistencia médica será con cargo a los clientes.

Art. 62.- Personal uniformado.- Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía. De manera especial, el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.

Art. 63.- Protección contra incendios.- Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento. El personal deberá estar instruido sobre el manejo de los citados dispositivos y de las demás medidas que han de adoptarse en caso de siniestro, debiendo realizarse periódicamente pruebas de eficiencia con dicho personal.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes. Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua.

Art. 65.- Condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza.- Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza.

Art. 66.- Inspecciones.- El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones constantes en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismos.

Art. 67.- Registro de clientes.- Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante de los mismos. Será requisito indispensable que los clientes, antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

Art. 68.- Avisos y listas de precios.- En todas las habitaciones de los alojamientos, así como en la recepción y en la Conserjería, se fijarán en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento redactados al



menos en español e inglés. Igualmente deberán colocarse avisos sobre la existencia del libro oficial de reclamaciones y respecto de la responsabilidad del alojamiento sobre el dinero, documentos y objetos de valor que sean entregados a la administración.

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año. Los precios no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo sino por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo. El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios de que estén dotadas.

Antes de la admisión de un cliente se le deberá notificar el precio de los diferentes servicios. Se entenderá que el precio del hospedaje comprende el uso de la habitación y servicios complementarios comunes, no pudiendo percibir el alojamiento ningún valor adicional por la utilización de dichos servicios comunes. Para efecto de lo dispuesto en el presente artículo se considerarán servicios comunes las piscinas, hamacas, toldos, sillas, columpios, mobiliario propio de piscinas, playas, jardines y parques particulares.

Art. 71.- Habitaciones para uso individual.- Deberán disponer de un diez por ciento del total de habitaciones para uso individual. En ningún caso podrá cobrarse a un cliente que ocupa una habitación doble una cantidad superior a la de la habitación individual de no existir habitaciones sencillas disponibles. En el caso anterior y cuando posteriormente, hubieren disponibles habitaciones sencillas, el hotelero podrá invitar al cliente a que cambie de habitación, poniendo a su disposición una individual, entendiéndose que, de no aceptar el cliente se le podrá facturar por la totalidad del precio de la habitación que viene ocupando, siempre que sea advertido de esta circunstancia.

Art. 72.- Camas adicionales.- El Ministerio de Turismo podrá autorizar la instalación de camas adicionales en las habitaciones de los establecimientos de alojamiento, según las superficies de las mismas. El precio de una cama adicional no podrá ser superior al cuarenta por ciento del máximo autorizado para la habitación sencilla o del veinte por ciento de la doble.

Art. 73.- Forma de computar el precio.- El precio de la habitación se computará de acuerdo al número de noches.

Art. 74.- Jornada hotelera.- La jornada hotelera terminará a las catorce horas de cada día. El cliente que no abandone a dicha hora la habitación que ocupa, se entenderá que prolonga su estadía un día más. Si una vez anunciada su marcha o cumplido el plazo de estadía convenida, el cliente pretendiere prolongar su permanencia, el



establecimiento podrá no aceptar la continuación del hospedaje si tuviera comprometida la habitación para otro cliente.

Art. 75.- Reservación de habitaciones.- Los alojamientos podrán exigir un anticipo de precio por cada habitación reservada, cuyo monto no podrá exceder del valor de un día de habitación cuando la reservación se haga por un tiempo de hasta diez días. La anulación de las reservaciones efectuadas no dará lugar al pago de indemnización alguna siempre y cuando se la realice con diez días de anticipación a la fecha anunciada para la llegada; en caso contrario, quedará a disposición del alojamiento la cantidad recibida en concepto de anticipo.

Los administradores de los alojamientos clasificados en las categorías de cinco y cuatro estrellas, estarán obligados a contestar todas las peticiones de reservación de habitaciones en un plazo máximo de cinco días. El alojamiento está obligado a mantener la habitación reservada a disposición del cliente hasta las diecinueve horas del día fijado para su arribo, circunstancia que debe ser notificada al confirmar la reservación. Si el cliente no hubiere llegado al alojamiento hasta esa hora y no hubiere comunicado su retraso inesperado, el alojamiento podrá disponer de la habitación a su conveniencia.



Anexo 2

DESCRIPCION DE LA CARTA

ENTRADAS

• **Cebiche de camarón**

○ Ingredientes

- 1 libra de camarón
- 1 cebolla colorada
- 3 tomates
- 2 limones
- 1 naranja si se gusta
- 1 culantro suficiente
- 1 chorrito de aceite
- 1 cucharada de salsa de tomate
- 1 cucharada de mostaza
- sal y pimienta

○ Para aproximadamente 4 personas.

• **Cebiche de concha**

○ Ingredientes

- 50 conchas
- ¼ de taza de limón
- ¼ de taza de pasta de tomate.
- 1 tomate picado fino.
- ½ taza de culantro
- ¾ taza de coca cola.
- ¼ taza de jugo de naranja
- 1/8 taza de aceite de oliva
- ½ libra de cebolla paiteña
- ¼ de ají.
- Sal y pimienta

○ Para aproximadamente 6 personas

• **Empanada de Morocho**

○ Ingredientes

- 250 gr. de carne de cerdo molida
- 100 gr. de cebolla perla finamente picada
- 300 gr. de zanahoria rallada
- 200 gr. de arvejas cocinadas
- 500 gr. de morocho (remojado un día antes de la preparación)
- 50 gr. de manteca de chancho
- 2 claras de huevos
- Sal y pimienta al gusto
- Aceite para freír.

○ Para aproximadamente 6 personas



- **Empanadas de Viento**

- Ingredientes

- 1 libra de harina
- 1 cucharadita de polvo de hornear
- 1/2 libra de mantequilla o margarina

- Agua fría
- Queso fresco desmenuzado para rellenar
- Azúcar

- Para aproximadamente 6 personas

- **Empanadas de Verde**

- Ingredientes

- 5 verdes, barraganete
- 2 huevos
- Sal al gusto

- Para aproximadamente 10 personas

- **Mote pillo**

- Ingredientes

- 2 cucharadas de cebolla larga
- 1 cucharadita de manteca de cerdo
- 6 huevos

- 1 libra de mote cocido
- Unas gotitas de achiote líquido

- Para aproximadamente 4 personas

- **Mote sucio**

- Ingredientes

- 3 cucharadas de cebollín
- 4 onzas de manteca negra de chancho

- 2 libra de mote cocido
- Sal

- Para aproximadamente 8 personas

- **Ensalada**

- Ingredientes

- 2 onzas Zanahoria
- 2 onzas Vaina

- 2 onzas de choclo
- sal

- Para aproximadamente 1 persona



- **Patacones**

- Ingredientes

- 4 verdes
- 1/2 taza de aceite
- 1/2 cucharadita de comino

- Para aproximadamente 4 personas

- 1/2 cucharadita de pimienta
- 8 cucharadas de azúcar.

- **Llapingachos**

- Ingredientes

- 7 papas peladas
- 2 tazas de queso rallado
- 2 cucharadas de mantequilla

- Para aproximadamente 10 personas

- 2 huevos
- 1 rama de cebolla blanca picada
- Sal achiote al gusto
- Aceite para freír

- **Tamales**

- Ingredientes

- 1 libra de harina de maíz
- 4 tazas de agua hirviendo
- 1 cucharada de sal
- 1/2 onza de mantequilla.
- 6 huevos batidos.

- Para aproximadamente 25 personas

- 1/2 libra de manteca de chancho
- 1/2 libra de mantequilla
- 1 libra de carne de chancho
- 4 huevos duros

- **Humitas**

- Ingredientes

- 12 tazas de choclo maduro.
- 4 onzas de manteca de cerdo.
- 8 onzas de mantequilla.

- Para aproximadamente 25 personas

- 1/2 queso desmenuzado.
- 6 huevos.
- 2 cucharaditas de polvo de hornear.
- hojas de choclo.
- sal.

- **Quimbolitos**

- Ingredientes

- 1 libra de harina de maíz blanco
- 1/2 libra de harina de trigo

- 10 huevos
- 1 libra de queso rallado
- 1/2 libra mantequilla



- ½ libra azúcar
- 2 onzas pasas
- 1 copa de coñac
- Para aproximadamente 25 personas
- 1 cucharada de polvo de hornear
- 18 hojas de achira

SOPAS

• Caldo de Patas

- Ingredientes
 - 1 pata de res cortada en rodajas (2 ½ libras)
 - 2 litros de agua
 - 1 ½ libras de mote cocido.
 - 2 ramas de cebolla larga picada
 - 3 dientes de ajo molido
 - ½ cucharadita de manteca de color.
 - 2 cucharadas de aceite
 - 3 onzas de maní
 - 1 ½ tazas de leche
 - ¼ de cucharadita de orégano
 - Sal, pimienta y comino al gusto.
- Para aproximadamente 12 personas

• Locro de Queso

- Ingredientes
 - 3 libras de papas
 - 3 tazas de agua
 - 2 cucharadas de cebolla blanca picada
 - ½ cucharada de mantequilla
 - 1 cucharadita de manteca de color.
 - 1 ramita de cilantro.
 - ½ taza leche
 - ½ taza de crema de leche
 - 4 onzas de queso
 - Sal y pimienta al gusto
- Para aproximadamente 10 personas

• Consomé de pollo

- Ingredientes
 - 1/2 kg de Pollo
 - 1/4 kg de Cebolla
 - 6 dientes de Ajo
 - 3 cucharadas de aceite
 - 1 ajo porro
 - 1 Zanahoria
 - 3 ajíes dulces
 - 1 Cebollín
 - 3 lt de Agua
 - 1 cucharadita de Pimienta negra molida
 - Sal al gusto
 - 1 rama de celeri
- Para aproximadamente 12 personas



• **Caldo de Gallina**

○ Ingredientes

- 1 gallina gorda mediana
- 1 cebolla paiteña picada
- 3 dientes de ajo machacados
- 1 rama de cebolla blanca
- 1 taza de leche
- 2 yemas de huevo
- 1/2 cucharadita de comino
- 1/4 cucharadita de pimienta
- 1/4 de taza de apio y perejil
- Yucas cocinadas sin sal
- Sal al gusto.

○ Para aproximadamente 6 personas

• **Locro de Papas con aguacate**

○ Ingredientes

- 1 cucharadita de manteca de color
- 1 rama de cebolla blanca picada
- 1 ½ kg de papas peladas y picadas
- 1 taza de leche
- 150 g de queso
- 2 aguacates
- sal, pimienta y comino

○ Para aproximadamente 10 personas

• **Papas con cuero**

○ Ingredientes

- ½ taza de cebolla blanca larga o cebollín.
- 5 dientes de ajo
- 1 cebolla
- ½ libra de maní
- 3 libras de papas
- ½ ají picado fino.
- 1 cucharada de orégano.
- 3 cucharadas de manteca de color.
- 1 cucharada de mantequilla
- 5 libras de cuero de chancho
- 1 litro del caldo del cuero.
- 1 pisca de pimienta
- ¼ de taza de yerbitas
- 1 taza de leche
- Sal al gusto.

○ Para aproximadamente 25 personas.

• **Arroz de Cebada**

○ Ingredientes

- ½ libra de arroz de cebada
- 1 libra de papas
- 1 libra de carne de chancho
- 1 cebolla colorada



- 1 orégano y pimienta
- 2 hojas de col a gusto
- Para aproximadamente 6 personas.
- **Harina de alverja**
 - Ingredientes
 - ½ libra de harina de alverja
 - 1 libra de carne de chancho
 - 2 libras de papas
 - Para aproximadamente 10 personas.
- sal a gusto
- 3 cdas. De aceite
- 6 hojas de col
- Sal
- Comino
- Aceite
- Manteca de color

PLATOS FUERTES

- **Fritada**
 - Ingredientes
 - 5 libras de carne de cerdo.
 - 10 dientes de ajos machacados.
 - 4 ramas de cebolla.
 - Para aproximadamente 15 personas
- **Churrasco**
 - Ingredientes
 - 1 libra de carne para filete
 - Sal,
 - Pimienta
 - Comino
 - Ajo
 - Para aproximadamente 4 personas
- **Guatita**
 - Ingredientes
 - 2 lbs de mondongo o librilla (preferible), o sea estomago de Vaca.
 - 4 cucharadas grandes de crema o mantequilla de
 - maní (o maní frito y machacado)
 - 2 lb de papas (patatas)
 - 3 cucharadas de achiote
- Sal, pimienta, comino.
- 5 libras papas chauchas.
- 6 libras mote.
- 8 huevos fritos
- 1 libras papas fritas
- 2 Tomates en rodajas
- 3 tazas de arroz
- 2 aguacates



- 1 tomate pequeño pelado y sin pepas (licuado)
 - 1 cebolla colorada mediana (licuado)
 - 1 pimiento pequeño (licuado)
 - 3 pepas de ajo (licuado)
 - Para aproximadamente 10 personas
- **Seco de Pollo**
 - Ingredientes
 - 1 Pollo despresado(dividido)
 - 1 libra de cebolla colorada
 - 1 libra de tomate de cocina
 - 1 ramito de culantro (cilantro)
 - 1 maracuyá o naranjilla
 - Para aproximadamente 8 personas
- 1/2 cucharadita de orégano
 - Sal, pimienta y comino
 - Culantro
 - Ajinomoto (glutamato monosódico)
 - 1 libra de arroz
- Aliños al gusto(comino-pimienta-ajo, mostaza)
 - 1 cda. de aceite o grasa de color
 - 1 porción de ensalada
 - 3 tazas de arroz
 - 2 libras de papas
- **Seco de Chivo**
 - Ingredientes
 - 1 kilo de chivo (CHULETAS)
 - 2 unidades cebolla paiteña
 - 2 pimientos rojos
 - 1 cucharadita de achiote
 - 1 cucharada de manteca de cerdo,
 - ½ taza de perejil picado
 - ½ taza culantro picado
 - 1 kilo de tomate
 - Para aproximadamente 6 personas
- 6 naranjillas
 - 1 taza de cerveza
 - 1 ají
 - 1 diente de ajo
 - sal, al gusto
 - comino al gusto
 - pimienta, al gusto
 - 2 cucharadas de aceite
 - 2 tazas de arroz
 - 6 porciones de ensalada
 - 1 plátano



- **Patita de Chanco Emborrajada**

- Ingredientes

- 4 patitas de chanco
- 2 huevos
- 1 taza de harina
- 1 taza de miga de pan
- 2 cucharadas de aceite
- Sal y pimienta
- 4 porciones de ensalada
- 1 ½ taza de arroz

- Para aproximadamente 4 personas

- **Trucha al Vapor**

- Ingredientes

- 1 kilo de trucha
- 1 cucharada de perejil
- 1 cucharadas de cebolla
- 1 cucharadas de aceite
- Sal y pimienta
- 1 ½ taza de arroz
- 5 porciones de ensalada
- 1 libra de papas

- Para aproximadamente 5 personas

POSTRES

- **Ensalada de Frutas**

- Ingredientes

- 600g. de fruta variada: plátano, sandía, manzana, papaya, fresas, unas uvas
- Azúcar al gusto
- Jugo de una naranja
- Jugo de 1/2 limón.

- Para 6 personas

- **Helados**

- Ingredientes

- 6 huevos
- 150 gr de azúcar
- 1 leche
- 5 onzas de vainilla

- Para 10 personas

- **Torta de Chocolate**

- Ingredientes

- 170 gr de mantequilla
- 170 gr de azúcar.
- 150 gr de cobertura de chocolate
- 8 huevos
- 200 gr de harina



- 25 gr de agua
 - Para aproximadamente 12 personas

 - **Postre de las tres leches**
 - Ingredientes
 - 1 lata de leche condensada
 - 1 lata de crema de leche
 - Leche de vaca (En la lata de leche condensada medir una lata)
 - Para aproximadamente 6 personas

 - **Flan de coco**
 - Ingredientes
 - 2 huevos enteros.
 - 2 yemas de huevo.
 - 1 cucharadita de harina.
 - 4 cucharadas de azúcar.
 - Para aproximadamente 12 personas.

 - **Dulce de Higos**
 - Ingredientes
 - 25 higos.
 - 4 ladrillos de panela.
 - Para aproximadamente 12 personas.

 - **Dulce de leche**
 - Ingredientes
 - 1 litro de leche de vaca
 - 1 libra de azúcar morena
 - Para aproximadamente 6 personas.

 - **Mousse de chocolate**
 - Ingredientes
 - 125 gr de chocolate blanco
 - 1 cucharadita de mantequilla
- Un sobre de gelatina sin sabor disuelto en agua caliente (igual medida)
 - 1 bizcochuelo

 - 4 cucharadas de coco rallado.
 - 250 ml de leche.
 - 1 cucharadita de vainilla en polvo.

 - 3 tiritas de Canela.

 - 1/2 cucharadita de bicarbonato de sodio

 - 4 huevos
 - 50 gr de azúcar
 - 1 copita de coñac



- Para aproximadamente 6 personas.

BEBIDAS CALIENTES

- **Coladas**
- **Morocho**
- **Café tinto**
 - Ingredientes
 - 1 litro de agua
 - 8 cucharada de azúcar
 - 6 cucharadas de café
 - Para aproximadamente 4 personas.
- **Chocolate**
 - Ingredientes
 - 1 litro de leche
 - 8 cucharada de azúcar
 - 6 cucharadas de chocolate
 - Para aproximadamente 4 personas.

BEBIDAS FRIAS

- Colas medianas
- Cerveza
- Limonada
- Jarra de Vino Hervido
- Jarra de Canelazo



Anexo 3
CUADROS DE CALCULOS

Cuadro 5.a			
Habitaciones			
Descripcion	P. unitario	Cantidad	Precio Total
Camas	75	54	4050
Almohadas	3.5	100	350
Colchones	120	54	6480
Sabanas	14	60	840
Cobertores	18	54	972
Protectores de colchon	3.19	54	172.26
Caja fuerte	109	40	4360
Telefono	11	40	440
Television	260	40	10400
Armario	110	40	4400
Sofas	180	40	7200
Lamparas	25	40	1000
Veladores	35	54	1890
Bote de basura	3.79	40	151.6
Reloj despertador	4	40	160
Aire acondicionado	260	40	10400
Perchas	30	4	120
Alfombra	23	30	690
Mini refrigerador	129	4	516
Escritorios	50	40	2000
Comodas	70	40	2800
Block anotador	0.45	40	18
Boligrafos	0.69	40	27.6
Total=			59437.46
Bano de habitaciones			
Bata y pantuflas	18	60	1080
Toallas 13x13	3.6	60	216
Toallas 40x50	13.9	60	834
Amenidades	11	54	594
Secadoras	15	40	600
Dispensador papel	3.12	40	124.8
Cafeteras	15.95	40	638
Accesorios para servir	0.14	60	8.4
Tasas de café/4p	12	24	288
Accesorios para preparar	0.75	60	45
Tinas hidromasaje	3100	4	12400
Bebidas	0.35	54	18.9
Bote de basura	3.2	40	128
Espejos	10	1	10
Total=			16985.1
TOTAL HABITACIONES=			76422.56
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 5.b			
Cocina			
Descripcion	P. unitario	Cantidad	Precio Total
Vajillas/20p	17.9	10	179
Cristaleria/4	8	15	120
Utencios de cocina	22	2	44
Tostadora rebanada	25	1	25
Multitriturador	26	1	26
Estante para vajilla	23.95	2	47.9
Estante vinos/12bot	29	1	29
Cucharas de medir/5	9.82	1	9.82
Licadoras	79	2	158
Batidoras	14.55	2	29.1
Waflera	70	1	70
Cocina	2200	1	2200
Horno	400	1	400
Microondas	71	1	71
Refrigeradora	835	1	835
Estractor de jugo	190	1	190
Cafeteras	15.95	2	31.9
Dispensador de jabon	6.72	1	6.72
Dispensador servilletas	4.12	1	4.12
Bote de basura	4.85	3	14.55
Quemador de relieve	13	2	26
Bandejas/3 piezas	21	10	210
Set ollas/10 piezas	54.99	2	109.98
Cacerolas de cake	12	3	36
Plaza uso multiple	35	1	35
Set de moldes	29	1	29
Contenedores plastico	12	2	24
Bandejas desayunador	9.4	7	65.8
Tablas	3	3	9
Cacerolas de hornear	14	2	28
Frascos de vidrio	13	5	65
Batidora inmersion	13	1	13
Tasas/4p	18	12	216
Chocolatera	7	2	14
Cubiertos/24p	16	10	160
Cuchillos/20p	50	1	50
Lavavajillas	480	1	480
Sartenes	22	3	66
Otros utencios	15	5	75
Set cucharas café/3	2	16	32
TOTAL COCINA=			6234.89



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Restaurante			
Mesas	60	37	2220
Sillas	8	88	704
Manteles	20	37	740
Arreglos florales	1	40	40
Caja	1230	1	1230
Estereo sonido	290	1	290
Booths	310	3	930
Total=			6154
Banos de restaurante			
Dispensador papel	3.12	2	6.24
Dispensador de jabon	4.72	2	9.44
Dispensador servilletas	3.12	2	6.24
Bote de basura	3.85	2	7.7
Espejos	10	2	20
Total=			49.62
TOTAL RESTAURANTE=			6203.62
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			

Cuadro 5.c			
Bar-Cafeteria			
Descripcion	Precio u.	Cantidad	Precio total
Sobremostrador	3400	1	3400
Booths	310	3	930
Taburetes	29	4	116
Congelador horizontal	420	1	420
Congelador vertical	1200	1	1200
Bancos	36	2	72
Mesas	46	12	552
Sillas	26	40	1040
Estereo sonido	320	1	320
Tasas de café/4p	18	13	234
Fuente de chocolate	75	1	75
Set cucharas café/3	2	17	34
Caja registradora	1230	1	1230
Estante de vinos/110	60	1	60
Hielera	320	1	320
Taburetes	39	6	234
Cristalería/4	8	25	200
Total=			10437
Bano Bar-cafeteria			
Dispensador papel	3.12	2	6.24
Dispensador de jabon	4.72	2	9.44
Dispensador servilletas	3.12	2	6.24
Bote de basura	3.85	2	7.7
Espejos	10	2	20
Total=			49.62
TOTAL CAFETERIA=			10486.62
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<u>Cuadro 5.d</u>			
Gimnasio-Piscina-Turco-Sauna			
Descripcion	P. unitario	Cantidad	Precio Total
Colchonetas	7	10	70
Cuerdas de saltar	5	2	10
Ejercitador ab circular	160	1	160
Ejercitador ab roller	40	1	40
Bicicletas	325	2	650
Caminadora	230	2	460
Ejercitador Shaper	145	1	145
Orbitrek	260	1	260
Pesas hombre/p	35	3	105
Pesas mujer/p	15	3	45
Espejos	10	4	40
Estero sonido	320	1	320
Camastros de madera	160	10	1600
Reposeras	35	5	175
Bancos vestuario	45	2	90
Mesas de exterior	54	4	216
Lamparas solares	6	8	36
Total=			4422
Banos de areas recreativas			
Dispensador papel	3.12	2	6.24
Dispensador de jabon	5.72	2	11.44
Dispensador servilletas	3.12	2	6.24
Bote de basura	3.85	2	7.7
Espejos	10	2	20
Bancos	35	4	140
Casilleros/10 puertas	100	2	200
Total bano=			391.62
Total gimnasio, piscina, sauna, turco, areas verdes=			4813.62
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<u>Cuadro 5.e</u>			
Centro de convenciones			
Descripcion	P. unitario	Cantidad	Precio Total
Mesas	40	15	600
Sillas	22	120	2640
Manteles de mesa	15	15	225
Centros de mesa	1	15	15
Cristaleria/4	8	10	80
Total=			3560
Bano centro de convenciones			
Dispensador papel	3.12	2	6.24
Dispensador de jabon	5.72	2	11.44
Dispensador servilletas	3.12	2	6.24
Bote de basura	3.85	2	7.7
Espejos	10	2	20
Total bano=			51.62
Total centro de convenciones=			3611.62
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			

<u>Cuadro 5.f</u>			
Lobby			
Juego de sala	600	1	600
Tv	300	1	300
Equipo de sonido	320	1	320
Alfombra	23	2	46
Computadoras	425	1	425
Telefonos	12	2	24
Caja registradora	1230	1	1230
Butacas	190	2	380
Plantas	12	4	48
Total=			3373
Bano de lobby			
Dispensador papel	3.12	4	12.48
Dispensador de jabon	5.72	2	11.44
Dispensador servilletas	3.12	2	6.24
Bote de basura	3.85	4	15.4
Espejos	10	4	40
Total=			85.56
TOTAL LOBBY=			3458.56
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			

Cuadro 5.g			
Divisiones, lavandería y parqueadero			
Descripción	P. unitario	Cantidad	Precio Total
Valet tradicional	60	2	120
Carro para ropa sucia	107	2	214
Papel higienico	0.8	20	16
Carro camarista	42	4	168
Cestos de basura	5	3	15
Senalizacion	1.9	10	19
Estante de informacion	22	1	22
Alfombras al aire libre	22	6	132
Banderas	14	3	42
Detector de humo	9	7	63
Lavadoras	500	1	500
Fajas sanitarias	0.80	60	60
Timbre botones	4	2	8
Bolsas de lavado	30	1	30
Cubeta de trapear	59.95	2	119.9
Dispensador toallas	8.68	40	347.2
Aspiradoras	169	2	338
Escobas,cepi,trapeador	4.5	3	13.5
Guantes/100	6	2	12
Plancha	27	1	27
Tabla de planchar	14	1	14
Lamparas solares	6	10	60
Productos de limpieza	15	2	30
Cama cuna	45	2	90
TOTAL DIVISIONES=			2460.6
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			

Cuadro 5.h			
Oficinas			
Computadoras	320	2	640
Escritorios	50	2	100
Accesorios	15	2	30
Grabadora	95	1	95
Telefonos	12	2	24
Total=			889
Elaborado por: Valeria Andrade			
Fuente: Asesoría de innpulsar.			



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<u>Cuadro 5.AA</u>		
Maquinaria y Equipo		
4360	3400	835
10400	420	190
10400	1200	31.9
516	320	13
25	1230	1230
26	160	290
158	40	95
29.1	650	260
70	460	320
2200	145	600
400	500	300
71	338	1230
63	27	
TOTAL=		43003
Elaborado por: Valeria Andrade		
Fuente: Asesoría de innpulsar.		

<u>Cuadro 5.BB</u>					
Muebles y enseres					
4050	2220	179	320	19	380
350	704	120	234	22	48
6480	740	44	200	132	120
840	40	47.9	6.24	42	214
972	930	29	9.44	60	80
172.26	6.24	9.82	6.24	8	6.24
440	9.44	6.72	7.7	30	11.44
4400	6.24	4.12	20	119.9	6.24
7200	7.7	14.55	70	347.2	50
1000	20	26	10	24	480
1890	930	210	105	16	66
151.6	116	109.98	45	168	75
160	72	36	40	15	12
120	552	35	1600	7.7	14
690	1040	29	175	20	60
2000	234	24	90	600	30
2800	75	65.8	216	32	30
18	34	9	36	2640	
27.6	60	28	600	216	
46	225	14	65	90	
24	15	160	13.5	100	
TOTAL=					53330.81
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de innpulsar.					



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo 4

Cuadro 5.H					
Habitaciones					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	2634.38	2897.82	3187.6	3506.36	3857
Sueldos y salarios	25344.00	27878.40	30666.24	33732.86	37106.15
Gastos indirectos					
Articulos de limpieza	303.79	334.17	367.59	404.35	444.78
Otros gastos					
Servicios basicos	3639.41	4003.35	4403.69	4844.06	5328.47
Depreciacion	8343.72	8343.72	8343.72	8343.72	8343.72
Total	40265.3	43457.46	46968.84	50831.35	55080.12
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					

Cuadro 5.R					
Restaurante					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	4600	5060	5566	6122.6	6734.86
Sueldos y salarios	24840.00	27324.00	30056.40	33062.04	36368.24
Gastos indirectos					
Articulos de limpieza	303.79	334.17	367.59	404.35	444.78
Otros gastos					
Servicios basicos	1973.13	2170.44	2387.48	2626.23	2888.85
Depreciacion	1993.80	1993.80	1993.80	1993.80	1993.80
Total	33710.72	36882.41	40371.27	44209.02	48430.53
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<u>Cuadro 5.BC</u>					
Bar- cafeteria					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	1140	1254.00	1379.40	1517.34	1669.07
Sueldos y salarios	9504	10454.40	11499.84	12649.82	13914.80
Gastos indirectos					
Articulos de limpieza	228.00	250.80	275.88	303.47	333.82
Otros gastos					
Servicios basicos	468.00	514.80	566.28	622.91	685.20
Depreciacion	780.00	780.00	780.00	780.00	780.00
Total	12120	13254	14501.4	15873.54	17382.89
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoria de INNPULSAR					

<u>Cuadro 5.CC</u>					
Centro de convenciones					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	1045.00	1149.50	1264.45	1390.90	1529.99
Sueldos y salarios	360	396	435.6	479.16	527.08
Gastos indirectos					
Articulos de limpie	105.60	116.16	127.78	140.56	154.62
Otros gastos					
Servicios basicos	395.57	435.13	478.64	526.50	579.15
Depreciacion	1397.76	1397.76	1397.76	1397.76	1397.76
Total	3303.93	3494.55	3704.23	3934.88	4188.6
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoria de INNPULSAR					



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro 5.PGST					
Piscina, gimnasio, sauna, turco y espacios verdes					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	216.00	237.60	261.36	287.50	316.25
Sueldos y salarios	3168	3484.80	3833.28	4216.61	4638.27
Gastos indirectos					
Articulos de limpieza	228.00	250.80	275.88	303.47	333.82
Otros gastos					
Servicios basicos	1152.00	1267.20	1393.92	1533.31	1686.64
Depreciacion	1386.98	1386.98	1386.98	1386.98	1386.98
Total	6150.98	6627.38	7151.42	7727.87	8361.96
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					

Cuadro 5.DPL					
Divisiones, parqueadero y lavanderia.					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	194	213.40	234.74	258.21	284.03
Sueldos y salarios	6336	6969.60	7666.56	8433.22	9276.54
Gastos indirectos					
Articulos de limpieza	228.00	250.80	275.88	303.47	333.82
Otros gastos					
Servicios basicos	421.97	464.17	510.59	561.65	617.81
Depreciacion	996.12	996.12	996.12	996.12	996.12
Total	8176.09	8894.09	9683.89	10552.67	11508.32
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<u>Cuadro 5.ADM</u>					
Oficinas de Administracion					
Presupuestos de costos de produccion					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Gastos directos					
Materias primas	116	127.60	140.36	154.40	169.84
Sueldos y salarios	8040	8844.00	9728.40	10701.24	11771.36
Gastos indirectos					
Articulos de limpieza	21.60	23.76	26.14	28.75	31.63
Otros gastos					
Servicios basicos	193.57	212.86	234.15	257.56	283.32
Depreciacion	270.96	270.96	270.96	270.96	270.96
Total	8642.13	9479.18	10400.01	11412.91	12527.11
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro CFCV						
Costos fijos y costos variables						
Materias primas	Habitaciones	2634,38	2897,82	3187,6	3506,36	3857
Materias primas	Restaurante	4600	5060	5566	6122,6	6734,86
Materias primas	Bar-cafeteria	1140	1254,00	1379,40	1517,34	1669,07
Materias primas	Centro de convenciones	1045,00	1149,50	1264,45	1390,90	1529,99
Materias primas	Piscina, gimnasio, sauna y turco	216,00	237,60	261,36	287,50	316,25
Materias primas	Divisiones, parking, lavanderia	194	213,40	234,74	258,21	284,03
Materias primas	Administracion	116	127,60	140,36	154,40	169,84
Total MP		9945,38	10939,92	12033,91	13237,31	14561,04
Sueldos y salarios	Habitaciones	25344,00	27878,40	30666,24	33732,86	37106,15
Sueldos y salarios	Restaurante	24840,00	27324,00	30056,40	33062,04	36368,24
Sueldos y salarios	Bar-cafeteria	9504	10454,40	11499,84	12649,82	13914,80
Sueldos y salarios	Centro de convenciones	360	396	435,6	479,16	527,08
Sueldos y salarios	Piscina, gimnasio, sauna y turco	3168	3484,80	3833,28	4216,61	4638,27
Sueldos y salarios	Divisiones, parking, lavanderia	6336	6969,60	7666,56	8433,22	9276,54
Sueldos y salarios	Administracion	8040	8844,00	9728,40	10701,24	11771,36
Total sueldos y salarios		77592,00	85351,20	93886,32	103274,95	113602,44
Articulos de limpieza	Habitaciones	303,79	334,17	367,59	404,35	444,78
Articulos de limpieza	Restaurante	303,79	334,17	367,59	404,35	444,78
Articulos de limpieza	Bar-cafeteria	228,00	250,80	275,88	303,47	333,82
Articulos de limpieza	Centro de convenciones	105,60	116,16	127,78	140,56	154,62
Articulos de limpieza	Piscina, gimnasio, sauna y turco	228,00	250,80	275,88	303,47	333,82
Articulos de limpieza	Divisiones, parking, lavanderia	228,00	250,80	275,88	303,47	333,82
Articulos de limpieza	Administracion	21,60	23,76	26,14	28,75	31,63
Total articulos limpieza		1418,78	1560,66	1716,74	1888,42	2077,27
Servicios basicos	Habitaciones	3639,41	4003,35	4403,69	4844,06	5328,47
Servicios basicos	Restaurante	1973,13	2170,44	2387,48	2626,23	2888,85
Servicios basicos	Bar-cafeteria	468,00	514,80	566,28	622,91	685,20
Servicios basicos	Centro de convenciones	395,57	435,13	478,64	526,50	579,15
Servicios basicos	Piscina, gimnasio, sauna y turco	1152,00	1267,20	1393,92	1533,31	1686,64
Servicios basicos	Divisiones, parking, lavanderia	421,97	464,17	510,59	561,65	617,81
Servicios basicos	Administracion	193,57	212,86	234,15	257,56	283,32
Total servicios basicos		8243,65	9067,95	9974,75	10972,22	12069,44
Depreciacion	Habitaciones	8343,72	8343,72	8343,72	8343,72	8343,72
Depreciacion	Restaurante	1993,80	1993,80	1993,80	1993,80	1993,80
Depreciacion	Bar-cafeteria	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
Depreciacion	Centro de convenciones	1397,76	1397,76	1397,76	1397,76	1397,76
Depreciacion	Piscina, gimnasio, sauna y turco	1386,98	1386,98	1386,98	1386,98	1386,98
Depreciacion	Divisiones, parking, lavanderia	996,12	996,12	996,12	996,12	996,12
Depreciacion	Administracion	270,96	270,96	270,96	270,96	270,96
Total depreciaciones		15169,34	15169,34	15169,34	15169,34	15169,34
Elaborado por: Valeria Andrade						
Fuente: Asesoria de INNPULSAR						



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro PV_PC					
Presupuesto de ventas					
PRODUCTO	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Hospedaje	5600,00	6160,00	6776,00	7453,60	8198,96
Restaurante	38400,00	42240,00	46464,00	51110,40	56221,44
Bar-cafeteria	14856,00	16341,60	17975,76	19773,34	21750,67
Centro de convenciones	5290,00	5819,00	6400,00	7040,09	7744,10
Total	64146,00	70560,60	77615,76	85377,43	93915,17
Presupuesto de Costos					
PRODUCTO	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Hospedaje	40265,30	43457,46	46968,84	50831,35	55080,12
Restaurante	33710,72	36882,41	40371,27	44209,02	48430,53
Bar-cafeteria	12120,00	13254,00	14501,40	15873,54	17382,89
Centro de convenciones	3303,93	3494,55	3704,23	3934,88	4188,60
Total	89399,95	97088,42	105545,74	114848,79	125082,14
Elaborado por: Valeria Andrade					
Fuente: Asesoría de INNPULSAR					



Anexo 5

Formato de cuestionario

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Estimado turista: Estamos realizando un estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la ciudad de Gualaceo, por esta razón; le rogamos responda al siguiente cuestionario ya que gracias a su colaboración tendremos datos valiosos para acercarnos a este propósito.

1	Edad			Sexo:	Masculino		Femenino	
2	Pais de residencia							
	Estados Unidos		Espana		Alemania		Inglaterra	Otros
3	Cual es la razon de su visita a Ecuador?							
	Vacaciones		Negocios		Estudios		Otros	
4	Como acostumbra viajar?							
	Solo		En pareja		Familia		Amigos	Otros
5	Duracion aproximada de su visita en Ecuador?							
	3 días o menos		Entre 3-7 días		Mas de 7 días			
6	Que le gusta hacer cuando esta de vacaciones?							
7	En su recorrido por el Ecuador, visito usted la ciudad de Gualaceo?							
	Si							
	No							
	En caso de que respondio si, Como le parecio el ambiente turistico en la ciudad de Gualaceo?							
			Excelente		Regular		Malo	
8	Actualmente, Como encuentra usted el servicio hotelero en Ecuador?							
	Excelente		Regular		Pesimo			
9	Cual es el precio que estaria dispuesto a pagar por noche en un hotel 5 estrellas?							
A	Habitacion simple		B	Habitacion doble		C	Suite	
	Entre 40-50\$			Entre 60-70\$			Entre 80-90\$	
	Entre 50-60\$			Entre 70-80\$			Entre 90-100\$	
D	Suite presidencial		E	Habitacion tematica(Habitacion disenada segun un tema determinado)				
	Entre 100-110\$			Entre 120-130\$				
	Entre 110-120\$			Entre 130-140\$				
10	A traves de que medio le gustaria recibir informacion de un servicio hotelero?							
	TV		Agencia de viajes		Aeropuertos		Radio	Periodicos
								Otros
11	Que tema le gustaria para crear en la habitacion un ambiente que haga de su estadia una experiencia inolvidable?							
	Musica		Lectura		Deporte		Cine	Naturaleza
								Cultura y tradicion
								Otros
12	Desea sugerir como podriamos mejorar su estadia?							

Gracias.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CUENCA UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCE

Dear tourist: We are conducting a feasibility study for the creation of a hotel in the city of Gualaceo, for this reason answers the following questions and thanks to your help we will provide valuable data for this purpose approach.

1	Age			Sex:	Male		Female	
2	Country of residence							
	United States		Spain		Germany		England	Other
3	Which is the reason for your visit to Ecuador?							
	Vacation		Business		Studies		Other	
4	How do you like to travel?							
	Alone		In pairs		Family		Friends	Other
5	Estimated duration of your visit in Ecuador							
	3 days or less		From 3-7 days		More than a week			
6	What do you like to do while you are on vacation?							
7	While you were in the Ecuador, did you visit the city of Gualaceo?							
	Yes							
	No							
	How did you like the tourist ambience in the city of Gualaceo?							
		Excellent		Regular		Very bad		
8	How did you like the hotel services in the Ecuador?							
	Excellent		Regular		Very bad			
9	Which is the price that you are willin to pay for hosting in a 5 star hotel?							
A	Single room		B	Double room		C	Suite	
	Between 40-50\$			Between 60-70\$			Between 80-90\$	
	Between 50-60\$			Between 70-80\$			Between 90-100\$	
D	Presidential Suite		E	Theme room (Room is designed as a topic)				
	Between 100-110\$			Between 120-130\$				
	Between 110-120\$			Between 130-140\$				
10	Through which method would like to receive information about this services?							
	Tv		Tour operators	Airports		Radio		Newspaper
								Other
11	What topic you would like to create an atmosphere in the room to make you stay on unforgettable experience?							
	Music		Reading		Sport		Film	Nature
								Culture and tradition
								Other
12	Could you tell us how we can improve your stay?							

Thankyou



BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- MANUEL GURRIA DI-BELLA, 1991, Introducción al turismo, México.
- BACA URBINA GABRIEL, 1995, Evaluación de proyectos, México, editorial McGraw-Hill.
- MORALES CASTRO, Arturo, MORALES CASTRO, José Antonio, 2009, Proyectos de inversión, Evaluación y Formulación, México, editorial McGraw-Hill.
- STEWART WEISSINGER, Suzanne, 2001, Introducción a las Actividades Hoteleras, España.
- MURO PÉREZ, Luis Di, 1999-2004, Manual Práctico de Recepción Hotelera, México: Trillas.
- Enciclopedia Práctica Profesional de TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES, Océano/Centrum.
- PALACIOS ARIAS, Néstor, ORDÓÑEZ, Gustavo, ORDÓÑEZ, Hortensia, 2004, Guía de Administración, Universidad de Cuenca, Facultad de ciencia económicas y administrativas, Cuenca-Ecuador.
- VÁZQUEZ MONTESINOS, Marcelo, 2003, Introducción a la Teoría Económica, Cuenca-Ecuador.
- SCOTT, Besley y BRIGHAM, Eugene F., 2000, Fundamentos de administración financiera, décimo segunda edición, México
- SECRETARIA DE TRABAJO Y PREVISION SOCIAL, Servicios Hoteleros: Planificación y Administración de Hoteles.
- TOMBESI, Silvia, VALLE, Pablo, PALOMAR, Silvia, 2004, Multidiccionario Generación Siglo XXI, Panamericana Formas e Impresos S.A., Colombia.



- JOSE VICENTE VASCONEZ, 1999, Introducción a la Contabilidad, Quito-Ecuador

DOCUMENTOS

- NATALIA SOLEDAD BUSTAMANTE SANCHEZ, Octubre 2011, Hotelería y Turismo, Loja-Ecuador.

- MINISTERIO DE TURISMO, Enero-Octubre 2010, Reportes Estadísticos Turísticos mensuales, Cuenca-Ecuador.

INTERNET

- ITH (INSTITUTO TECNOLOGICO HOTELERO), COTEC, Innovación en el sector hotelero, www.cotec.es, España.
- PREFECTURA DEL AZUAY, Noviembre 2010, www.azuay.gov.ec , Cuenca-Ecuador.
- http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=16326:visita-de-turistas-a-cuenca-y-azuay-va-en-aumento-&catid=1:archivo&Itemid=29

- INEC-MIGRACIÓN INTERNACIONAL, 2006-2010, Anuarios de migración internacional, www.inec.gov.ec , Ecuador.http://www.inec.gov.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=121&Itemid=99

- BIBLIOTECA DIGITAL DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY, Facultad de Administración, www.uazuay.edu.ec , Cuenca-Ecuador.<http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/Que%20es%20un%20Problema%20de%20Investigacion.pdf>

- BIBLIOTECA VIRTUAL DE LA UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA, Facultad de hotelería y turismo, Loja-Ecuador.<http://biblioteca.utpl.edu.ec/utpl/hoteleria%20y%20turismo>